USAID
OD AMERIČKOG NARODA

NAJBOLJE PRAKSE

SEKTORSKA PODRŠKA RAZVOJU MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA

POVEĆANJE KONKURENTNOSTI ZA OSVAJANJE NOVIH TRŽIŠTA 4
USAID-ov Projekat održivog lokalnog razvoja

SRPSKA INDUSTRIJA IMA ŠANSU 6
Hauard Okman, *Direktor USAID Projekta održivog lokalnog razvoja*

VAŽNA JE ODRŽIVOST INVESTICIJA 10
Laura Pavlović, *direktorka kancelarije za demokratski i ekonomski razvoj USAID Srbija*

EKSPERTSKA PODRŠKA JE DRAGOCENA 14
Miloš Petrović, *direktor Razvojne agencije Srbije (RAS)*

RAZVOJNI PROJEKTI ZA LOKALNU PRIVREDU 16
Tihomir Petković, *gradonačelnik Užica*

VLASNICI FABRIKA OTVORENI ZA SARADNJU 18
Margaret Bišop, *ekspert u oblasti tekstilne industrije*

SRBIJA MOŽE DA BUDE KONKURENTNA 20
Džordan Saliman, *Međunarodni ekspert u oblasti industrije obuće*

DUGAČAK SPISAK STVARI KOJE TREBA POBOLJŠATI 22
Džef Baron, *međunarodni ekspert za industriju nameštaja*

ZAJEDNIČKI BREND LOKALNIH PROIZVOĐAČA 24
Snežana Milisavljević, *menadžer Regionalne razvojne agencije Zlatibor*

ŽELIMO KVALITET PO EVROPSKIM STANDARDIMA 26
Esad Hodžić, *direktor Regionalnog centra za razvoj poljoprivrede u Sjenici*

NOVA OPREMA ZA ISPITIVANJE OSTATAKA PESTICIDA 28
Laura Oblaković Hadžić, *inženjer tehnologije, specijalista sanitarne hemije u Zavodu za javno zdravlje Subotica*

VISOKE TEHNOLOGIJE NUDE BROJNE MOGUĆNOSTI 30
Goran Mladenović, *IKT Klaster akademija Niš*

OBUKE U IT SEKTORU ZA BRŽE ZAPOSLENJE 32
Milan Šolaja, *CEO, ICT Cluster, Novi Sad*

BORIMO SE ZA INTERESE PREDUZETNIKA 34
Filip Radojičić, *predsednik Udruženja mladih privrednika Srbije (AYES)*

INOVACIJE ZA NOVE PROIZVODE 36
Snežana Ćirić Kostić, *menadžer "Impuls centra" za brzi razvoj proizvoda Mašinskog fakulteta u Kraljevu*

PREHRAMBENI SEKTOR IMA ŠANSE ZA IZVOZ 38
Vladimir Kostić, *menadžer Tehnološko-prehrambenog parka, Leskovac*

MORAMO SE PRILAGODITI SVETSKIM TRENDOVIMA 40
Matija Kovač, *pokrajinski poslanik, Novi Bečej*

POVRTARSTVO JE ŠANSA ZA NEZAPOSLENE 42
Duško Radišić, *pomoćnik gradonačelnika, Zrenjanin*

U SRBIJI JE PROBLEM NABAVKA SIROVINE 44
Bojan Radović, *kreativni direktor „Gir" Kraljevo*

PODRŠKA U PRONALAŽENJU NOVIH TRŽIŠTA 46
Bratislav Đorđević, *izvršni direktor "Stefi komerca" iz Vranja*

SAVREMENA I EKOLOŠKA PROIZVODNJA DŽINSA 48
Nihat Ugljanin, *predsednik UO Udruženja „Pro Denim", Novi Pazar*

ATRAKTIVNA I MODERNA MULTIBREND RADNJA 50
Mirsad Ikić, *direktor „Jeans Factory" Novi Pazar*

USAID-ov Projekat održivog lokalnog razvoja

POVEĆANJE KONKURENTNOSTI ZA OSVAJANJE NOVIH TRŽIŠTA

Osnovne aktivnosti Projekta bile su usmerene na smanjenje nezaposlenosti u regionima, kroz povećanje konkurentnosti malih i srednjih preduzeća (MSP), omogućavanje njihovog ulaska na nova tržišta, rasta prodaje i izvoza. Angažovani su domaći i međunarodni stručnjaci koji su pružali mentorsku podršku firmama koje rade u sektorima sa visokim izvoznim potencijalom, a uz pomoć bespovratnih finansijskih sredstava (grantova) omogućena je nabavka neophodne opreme, uređaja i mašina

Visoka stopa nezaposlenosti je jedan od ključnih problema sa kojima se suočavaju opštine i gradovi u Srbiji. Pored podrške ekonomskim reformama na nacionalnom nivou, Američka agencija za međunarodni razvoj (USAID) aktivno je pomagala lokalnim zajednicama i malim i srednjim preduzećima (MSP) da postanu efikasniji i stvore uslove za otvaranje novih radnih mesta.

USAID-ov Projekat održivog lokalnog razvoja pokrenut je 2011. godine sa ciljem da pruži podršku lokalnim samoupravama, preduzećima i civilnom društvu u 32 partnerske opštine širom Srbije, da kroz međuopštinsku saradnju pokrenu i ubrzaju svoj ekonomski rast. Osnovne aktivnosti Projekta bile su usmerene na smanjenje nezaposlenosti u regionima, kroz povećanje konkurentnosti MSP, omogućavanje njihovog ulaska na nova tržišta, rast prodaje i izvoza. Angažovani su domaći i međunarodni stručnjaci koji su pružali mentorsku podršku firmama koje rade u sektorima sa visokim izvoznim potencijalom, a uz pomoć bespovratnih finansijskih sredstava (grantova) omogućena je nabavka neophodne opreme, uređaja i mašina.

Pored podrške razvoju privatnog sektora, USAID Projekat je radio i sa predstavnicima lokalnih samouprava, a posebno sa zaposlenima u kancelarijama za lokalni ekonomski razvoj (LER), kako bi oni unapredili svoja znanja i veštine u privlačenju stranih investicija, upravljanju javnom imovinom, uspostavljanju javno-privatnih partnerstava i u pružanju podrške postojećoj privredi.

PROJEKAT JE RADIO SA 32 OPŠTINE I GRADA OKUPLJENIH U OSAM MEĐUOPŠTINSKIH PARTNERSTAVA:

Partnerstvo predvođeno Novim Sadom, kao gradom mentorom, sačinjavaju Beočin, Sremski Karlovci, Temerin i Novi Sad

Partnerstvo predvođeno Suboticom, sačinjavaju Kanjiža, Sombor i Subotica

Partnerstvo predvođeno Zrenjaninom, sačinjavaju Kikinda, Novi Bečej i Zrenjanin

Partnerstvo predvođeno Novim Pazarom, sačinjavaju Sjenica, Tutin i Novi Pazar

Partnerstvo predvođeno Kraljevom, sačinjavaju Čačak, Gornji Milanovac, Raška, Vrnjačka Banja i Kraljevo

Partnerstvo predvođeno Užicem, sačinjavaju Čajetina, Nova Varoš, Priboj, Prijepolje i Užice

Partnerstvo predvođeno Vranjem, sačinjavaju Bujanovac, Preševo, Vladičin Han i Vranje

Partnerstvo predvođeno Nišom, sačinjavaju Doljevac, Gadžin Han, Leskovac, Merošina i Niš

Analizom privredne aktivnosti širom područja međuopštinske saradnje, utvrđeno je da su najaktivniji sektori proizvodnje tekstila (džins), nameštaja, hrane i obuće, u kojima posluje puno preduzetničkih malih i srednjih preduzeća. Procena tražnje ukazivala je na to da bi povećanje konkurentnosti ovih firmi moglo da dovede do osvajanja novih tržišta i povećanja izvoza. Takođe je ustanovljeno da postoji nedostatak kvalifikovanih radnika na tržištu rada u sva četiri sektora.

Imajući u vidu rezultate analize ponude i tražnje, aktivnosti Projekta bile su fokusirane na podršku preduzećima u izabranim sektorima i na poboljšanje znanja i veština budućih radnika za nova zapošljavanja. Stručnjaci Projekta radili su sa 69 pojedinačnih preduzeća, kao i sa sektorskim klasterima/udruženjima proizvođača, pomažući im da poboljšaju svoju proizvodnju, prošire asortiman, modernizuju promotivne aktivnosti i materijale i uspostave kontakt sa potencijalnim investitorima i kupcima u inostranstvu.

Domaći i međunarodni eksperti radili su na prevazilaženju ključnih prepreka za rast i razvoj preduzeća u izabranim sektorima. Tako je, na primer, ustanovljeno da proizvođači džinsa u regionu Novog Pazara pojedinačno proizvode premale količine za veće kupce. Pored toga, čitav sektor karakterišu ekološki problemi usled otpuštanja neprečišćenih otpadnih voda, a činjenica je da veliki inostrani kupci neće da kupuju proizvode koji ne ispunjavaju međunarodne ekološke standarde, čak i ako proizvođači nude odličan kvalitet i povoljne cene robe.

Proizvođači obuće suočavaju se sa sličnim ograničenjima za privlačenje većih kupaca usled nemogućnosti proizvodnje većih količina ujednačenog kvaliteta, dok industrija nameštaja nije konkurentna zbog visokih troškova proizvodnje i transporta. Individualnim proizvođačima hrane nedostaju odgovarajući sertifikati o kvalitetu i bezbednosti proizvoda, da bi mogli da povećaju prodaju i osvoje nova tržišta.

U tekstovima koji slede, upoznaćete se, kroz intervjue sa domaćim i međunarodnim akterima, sa primerima najbolje prakse u sektorskoj podršci razvoju malih i srednjih preduzeća. Predstavićemo neke od ključnih aktivnosti Projekta, pokazati kako uvođenje i primena inovacija doprinose povećanju konkurentnosti, i koji su najbolji načini za prevazilaženje jaza između potreba poslodavaca sa jedne strane i znanja i veština mladih koji traže zaposlenje sa druge.

SRPSKA INDUSTRIJA IMA ŠANSU

Hauard Okman,
direktor USAID Projekta održivog lokalnog razvoja

Ne možete samo promeniti zakone i očekivati da će sve funkcionisati. Naprotiv, to je težak posao. Teško je biti uspešan poslovni čovek. Svi iz moje generacije koji su uspešni biznismeni imaju zdravstvene probleme. Ali što više pomoći i pažnje im se posveti da zaposle pravu radnu snagu, da ispitaju tržište, biće više šansi za uspeh

Dobri investitori, oni koji neće otići sutra, ulažu u strane zemlje iz poslovnih razloga, a ne zbog poreskih olakšica. Ako dajete olakšice i subvencije, svi ih traže. Ali bez te politike i dalje bi bilo kompanija koje bi ulagale ovde i to zbog profita, kaže Hauard Okman, na kraju petogodišnjeg Projekta održivog lokalnog razvoja USAID-a.

Šta je bio cilj ovog projekta?

Mi smo radeći u geografski različitim opštinama u Srbiji, identifikovali sektore koji su nekada bili snažni na tom prostoru. Nismo tražili startape niti projekte iz IKT sektora, već smo tražili sektore koji bi mogli da potencijalno zaposle mnogo ljudi, jer je nezaposlenost u zemlji veoma visoka. Takođe smo tražili sektore koji već imaju neko tržište.
To su sektori koji i dalje funkcionišu, ali otežano. U Novom Pazaru to su bili industrija džinsa i nameštaja. U Nišu, Leskovcu i Vojvodini smo pronašli agrobiznis, odnosno prehrambenu industriju. Orijentisali smo se na preradu hrane, jer je primarna poljoprivreda na dnu lanca vrednosti. Ako proizvodite voće i povrće i možete da ga svežeg dopremite na tržište evropskih gradova, to je biznis sa visokom vrednošću, ali za to su potrebne hladnjače, a to je veoma skupo. Manje skup način dodavanja vrednosti je prerada hrane i pretvaranje u proizvode više vrednosti koji se onda mogu izvesti.
Svi eksperti su rekli da je za zemlju koja ne može priuštiti velike kapitalne investicije u hladno skladištenje i čiji proizvođači još nisu dovoljno veliki da kupe takvu opremu, bolje ulagati u preradu hrane.
Takođe, izabrali smo industriju obuće, tu prednjači Vranje mada i u Novom Pazaru ima dobrih proizvođača obuće.
Na kraju. tu je metalska industrija, proizvođači sekundarnih ili krajnjih proizvoda od metala koji su se okupili u vojvođanskom metalskom klasteru, kao i u Čačku i Kraljevu.

Na kakav ste odziv naišli kod lokalnih vlasti?

Na početku smo radili sa lokalnim vlastima. Odlazili smo kod gradonačelnika i raspitivali se mogućnostima lokalnog razvoja i o potrebama tih opština. Svi su imali pomalo različite potrebe, ali kada se izuzme lokalna infrastruktura, zajednički im je problem velika nezaposlenost, posebno kod mladih. Viđali smo više ljudi u kafićima nego u fabrikama. Zato smo tražili sektore koji mogu da se prošire na nova tržišta i zaposle nove ljude, a tražili smo i mogućnosti da pomognemo opštinama da privuku strane investitore. Zatim smo sa lokalnim razvojnim agencijama radili na pronalaženju konkretnih sektora. Na primer u Novom Pazaru 13.000 ljudi radi u proizvodnji džinsa.
Stekao sam utisak da lokalne samouprave ne poznaju dovoljno šta se dešava u privatnom sektoru u njihovim zajednicama. Mi smo im tražili neka istraživanja, platili smo neka nacionalna istraživanja koristeći naprednu statistiku. Tu smo dobili uvid sa kojim firmama možemo raditi.

Da li bi lokalne zajednice ili ti privredni sektori mogli sami da nastave da se razvijaju bez pomoći države?

Moram da kažem, ne. Vlada mora da bude aktivna u ovome, da ima grupu ljudi koji razumeju biznis, da ima makroekonomiste i mora da podrži sektore koji imaju potencijal da se prošire na inostrana tržišta i donesu nova radna mesta ekonomiji. Ako bi vlada imala agenciju koja bi mogla to da radi, iskreno, ne bi ni bila potrebna pomoć stranih donatora da dovedu eksperte i izgrade svaki od tih sektora.
USAID i partnerski razvojni program EU PROGRES sada analiziraju svaki od sektora da vide da li imaju potencijala da budu konkurentni, povećaju izvoz, unaprede lanac vrednosti unutar zemlje. Ako postoji jedna dobra kompanija, izvoznik u okviru nekog sektora, postoji cela grupa malih preduzeća koja mogu biti dobavljači. Međutim, to je težak posao jer visoki standardi koje zahtevaju kupci moraju biti primenjeni kroz ceo sistem. Po meni, to je način da se izgradi mikroekonomija države. Ne možete samo promeniti zakone i očekivati da će sve funkcionisati. Naprotiv, to je težak posao. Teško je biti uspešan poslovni čovek. Svi iz moje generacije koji su uspešni biznismeni imaju zdravstvene probleme. Ali što više pomoći i pažnje im se posveti da zaposle pravu radnu snagu, da ispitaju tržište, biće više šansi za uspeh.

NAŠ EKSPERT BIO JE GENERALNI DIREKTOR U ITALIJANSKOJ KOMPANIJI NATUZZI, U KOMPANIJAMA ŠIROM AMERIKE. PREMA NJEGOVOM MIŠLJENJU, MI SE NE MOŽEMO TAKMIČITI SA ITALIJOM U PROIZVODNJI KOŽNOG NAMEŠTAJA, ALI SA KVALITETNIM DRVENIM NAMEŠTAJEM JE DRUGA PRIČA

Kakvo ste stanje zatekli u tim sektorima koje ste odabrali?

Kada smo izabrali sektore za izvoz, džins, metal, obuću, nameštaj i kada smo doveli eksperte, oni su svi rekli da u ovom trenutku postoji šansa za te sektore. Kina koja je dominirala svetom izlazi iz tih sektora. Bangladeš, koji je dobro radio džins, ima problema sa radnom snagom. Italija i Portugalija su preskupe. Evropski kupci žele da izađu iz Azije ne zato što ne žele da kupuju kinesku robu. Otkako dolar jača u odnosu na evro, a sva roba iz Kine se nabavlja u dolarima, za Evropljane je ova roba postala 20 odsto skuplja. Oni žele izvor u Evropi, žele da kupuju u evrima, ne žele da dopremaju

robu iz udaljenih zemalja, ne žele velike količine jer treba dosta vremena za transport svega toga i onda treba vremena da se sve to proda. A kada radite sa Kinom, radi se o ogromnim porudžbinama. Evropski kupci žele da kupuju bliže domu i da proizvodi bude više po meri kupca. Ako naruče pogrešan broj obuće, žele da pozovu i naruče pravi broj da im bude isporučen za dve nedelje. U osnovi radi se o "just in time" principu, bez stvaranja zaliha.
Onda su eksperti pogledali kompanije. Ekspert za džins je rekao da je kvalitet odličan, da bi to lako mogao da bude džins nekog poznatog brenda. Mogao bi biti i jeftini džins, ali zašto to raditi, jer se ipak Novi Pazar u tome ne može takmičiti sa Bangladešom.
Ekspert za obuću je takođe rekao za proizvođače da znaju da prave kvalitetnu obuću, ali da je cena malo previsoka. Ukazali su da bi trebalo promeniti organizaciju u fabrikama.
Ekspert za nameštaj je bio malo radikalniji. Rekao je da nema šanse da lokalni proizvođači nameštaja prežive međunarodnu konkurenciju sa nameštajem koji sada prave, a to je uglavnom mebl i kožni nameštaj. Sve sirovine za taj nameštaj moraju da uvoze. Kina proizvodi kožu, ali i da je uvozi to je u tolikim količinama i po toliko niskoj ceni da bi se sa tim teško mogli takmičiti. S druge strane, nameštaj od drveta je druga priča. Pre nekoliko decenija Jugoslavija je bila među najvećim izvoznicima drvenog nameštaja na svetu. Bila je najveći izvoznik ovog nameštaja u SAD šezdesetih i sedamdesetih. Naš ekspert bio je generalni direktor u italijanskoj kompaniji Natuzzi, u kompanijama širom Amerike. Prema njegovom mišljenju, mi se ne možemo takmičiti sa Italijom u proizvodnji kožnog nameštaja, ali sa kvalitetnim drvenim nameštajem je druga priča.
Situacija sa nameštajem je bila najgora, sa džinsom najbolja, obuća je u sredini, a situacija sa metalskom industrijom je bila zanimljiva. Ovaj sektor dosta izvozi, najviše u Nemačku, ali ima i dosta malih proizvođača koji rade sa zastarelom tehnologijom i koji nemaju šansu da se prošire na nova tržišta.
U poljoprivredi tu su maline, jagode koje se sveže izvoze i za koje postoje hladnjače. Međutim, prehrambena industrija nije uspela da se probije na inostrana tržišta. Agrobiznis ovde može uspeti, ali je potrebna preorijentacija.

Da li su naše firme spremne za izlazak na svetsko tržište?

Firme koje rade u ovim sektorima, koje su uspele da preguraju u teškim vremenima, imaju neki deo domaćeg tržišta i nisu spremne za širenje u izvoz. To je problem. Zadovoljni su onim što imaju. Radili su naporno, borili se za to što imaju i prosto nisu zainteresovani da dobiju još neki infarkt.
Često odem dole i kažem im otvoreno, ja ću biti ovde samo ako vi hoćete to, ako nećete recite mi da idem. Ali ako hoćete moj savet i ako hoćete promenu, to će biti teško, znači da ćete raditi sedam dana nedeljno, da nema odmora.
Pored preduzetničkog duha, treba uraditi još dosta toga. U svim ovim preduzećima videli smo da ima problema sa upravljanjem troškovima, zalihama, organizacijom proizvodnje. U ovoj zemlji je bilo stručnjaka za upravljanje troškovima u proizvodnji, verovatno je mnogo njih otišlo. Takođe nedostaje volje kod privrednika da plate takvog stručnjaka. Međutim trebalo bi da ga plate, jer bi im uštedeo bogatstvo. I to važi za svaku industriju koju smo analizirali.
Na primer, proizvođači nameštaja, verovatno po navici još iz SFRJ, drže na zalihama materijale u 100 boja. Trebalo bi da utvrde koji su im najprodavaniji proizvodi i da se fokusiraju na njih. To je sve pitanje treninga.
Svaka osoba na proizvodnoj liniji ima ulogu. Nekada su ljudi manje efikasni na jednom mestu nego na drugom, prostom zamenom možete povećati efikasnost proizvodnje. U većini kompanija ovde ne znaju kako da provere individualnu efikasnost svakog od radnika. U najboljim kompanijama znaju da nadgledaju radnike i čim vide da postoji neki problem, šalju radnika na trening, ako vide da neko nije najbolji za taj posao, odmah ga promene.
Recimo strani kupci kada dođu u fabriku džinsa pitaju koliko sekundi je potrebno da se proizvede par farmerki. To sada niko ne zna da im odgovori. Ako stavite jednu mašinu pet metara od druge, vi morate robu da prenesete i gubite vreme. A vreme je novac.
U Vranju smo radili sa jednom kompanijom koja pravi kvalitetnu obuću, ali malo preskupu. Pojavio se kupac iz Britanije koji je tražio tri uzorka, pa ih je vratio zato što negde viri parče konca, na primer. Međunarodni biznis je veoma težak. Ali Britanci su bili strpljivi i odlučili da kupe obuću baš od ovog proizvođača iako bi negde drugde brže završili posao. Razlog zašto su hteli da kupe obuću baš ovde je zato što je to dobra priča. Oni će imati priču o tome kako pomažu ovaj sektor u Srbiji, zemlji koja je nekada bila razorena ratom i tako dalje, a još će dodati i kako oni nabavljaju jeftine cipele u Evropi, a ne kao ovi drugi koji donose iz Kine. Time se pozicioniraju kao najbolja kompanija za prodaju obuće u Evropi.
Imali smo i jednu malu, porodičnu obućarsku kompaniju iz Nemačke koja je već zaključila jedan posao u Srbiji, koja priču da su oni mala porodična firma koja želi da radi sa malim porodičnim firmama koristi za prodaju cipela.
Eksperti za džins rekli su da je kvalitet dobar, malo skuplji finalni proizvod, tako da ima prostora za optimizaciju troškova, i došli su na ideju da zbog više cene prodaju novopazarski džins kao ekološki džins što je nova stvar u ovoj industriji. Na ovom tržištu bilo je dosta incidenata, veliki proizvođači džinsa imali su situacije da im se sruše fabrike na radnike, da zagađuju reke itd. Te kompanije ne žele da budu povezane sa takvim stvarima jer za njihove kupce, milenijumsku generaciju, to ima velikog značaja. Zato mnogi veliki brendovi žele da uđu u eko-džins.
Predložili smo udruženju proizvođača džinsa da im nabavimo veliku mašinu za finiširanje ozonom i da oni održavaju i dele tu mašinu. Ozonom se izbeljuju farmerke umesto hemikalijama i zato je to ekološki način proizvodnje.
Oni će sa takvim džinsom izaći na najveći sajam na svetu u Parizu i ciljaće to eko-tržište. Cilj je naći tržišnu nišu, ako treba oprema dobiće je, ali kompanije moraju pokazati da su spremne za to.

Da li je problem srpskih preduzeća nedostatak novca, na to se često žale?

Svakom biznismenu svuda na svetu problem je nedostatak novca. Svi se žale kako nemaju novca za ovo ili za ono. Kada mi se žale kako bi sve mogli da urade samo da imaju jednu mašinu od 100.000 evra i ako krive nešto drugo, ja im kažem da imaju menadžment problem. Žale se kako niko neće da im da novac, ali i ne treba da im da ako ne mogu da dokažu da će taj novac iskoristiti efikasno i da će proizvesti robu koju svet hoće. Ja ne mislim da je davanje novca malim preduzećima od strane države dobra ideja, mada razumem zašto svaka vlada to mora da radi. Taj novac bi trebalo da bude iskorišten na treninge ljudi koji žele da uče, na obuku menadžera i vlasnika firmi. Taj novac koji se daje u vidu grantova ili za nabavku opreme mogao bi biti bolje iskorišten ako bi se ljudi naučili kako da povećaju produktivnost. Onda bi oni sami mogli da zarade novac za tu opremu.
Svest o tome da je vreme novac i potreba za efikasnošću i optimizacija troškova, to je u tradicionalnim tržišnim ekonomijama u krvi privrednika. U bivšim komunističkim zemljama nije bilo potrebe za tim da se roba proizvodi nejefikasnije moguće i da se može prodati.

Da li su firme spremne na takve promene?

Bilo je teško, jer morate da ubedite kompaniju da je neka promena dobra za njih i da smanjuje troškove, da ih ubedite da to što im predlažete funkcioniše. Ali nakon što provedete vreme sa njima. voljni su da probaju.

Da li ste zadovoljni rezultatima projekta?

Zadovoljan sam, našli smo kupce za neke kompanije, pomogli da se naprave bolji proizvodi, nabavili smo tu mašinu za ozon sa kojom će proizvođači ići na sajmove. Posebno sam zadovoljan planom za industriju nameštaja.
U novembru smo odlučili da pokušamo sa industrijom nameštaja, ne samo zbog resursa, istorije već i zato što smo u SIEPA-i (sada Razvojnoj agenciji Srbije RAS) našli dobrog sagovornika koji razume o čemu se radi.
Tražnja za drvenim nameštajem u Evropi je skoro neograničena. Samo IKEA može da kupi svaki komad kvalitetnog drvenog nameštaja koji se napravi u Srbiji.
Obišli smo 46 opština i pitali gradonačelnike šta misle o toj ideji, ima li firmi koje će to raditi, kakva je zaposlenost. Oni su nam uglavnom rekli da se drvo više ne koristi toliko za pravljenje nameštaja, zbog raznih razloga, a delom i zbog sektorskih politika. Tražili smo da vide da li u njihovoj opštini i dalje ima ljudi koji bi to mogli da rade, onih koji imaju "piljevinu ispod nokata", koji razumeju drvo.
Tu je bio i profesor Glavonjić sa Šumarskog fakulteta, koji o tome govori već godinama. Angažovali smo njega i još nekoliko međunarodnih eksperata i napravili dobar akcioni plan.
Ovde govorimo o tome da se srpske šume, koje pripadaju svakom građaninu, koriste za gorivo ili još gore, tvrdo hrastovo drvo se seče u pilanama u daske i šalje u Kinu ili Italiju da se pravi nameštaj. Vrednost kubnog metra takvog drveta u daskama je 50 evra, a vrednost u nameštaju je 600 evra.
Razgovarali smo sa Srbijašumama. Neki zakoni i podzakonska akta moraju da se menjaju kako bi se šume iskoristile na najbolji način. Tu su i pilane kojima odgovara da seku drvo u daske i šalju i u Kinu i to traje već dugo vremena i ne bi bili srećni kada bi im Srbijašume rekle da mogu da dobiju svega četiri odsto posečene šume. Ima dosta pitanja i u vezi sa pravilima. Ali ako bi se napravili dugoročni ugovori sa proizvođačima nameštaja, verovatno bi bili spremni da plate i više od 50 dolara ako bi im donelo tako visoke prihode. Verujem da bi svi u lancu, uključujući i pilane, bili na dobitku. Ovde imamo domaću sirovinu i tražnju na svetskom tržištu. Svi uslovi za uspešan poslovni poduhvat su ispunjeni i zato verujem da se od ovog plana neće odustati.

Kako ste pomagali opštinama da privuku strane direktne investicije?

Pomagali smo opštinama da naprave industrijske zone, pripreme zemljište za investitore, radili smo sa lokalnim razvojnim agencijama, obučavali smo one koji rade na privlačenju investitora o tome kako najefikasnije da to učine i istaknu svoje potencijale kod ciljanih investitora.

Šta mislite o subvencijama za strane investitore?

Dobri investitori, oni koji neće otići sutra, ulažu u strane zemlje iz poslovnih razloga, a ne zbog poreskih olakšica. Ako dajete olakšice i subvencije, svi ih traže. Ali bez te politike i dalje bi bilo kompanija koje bi ulagale ovde i to zbog profita. Da bi radila sa haj-tek sektorom iz Niša, kompanija će doći ovde i neće joj biti potrebne subvencije, ali će ih svejedno tražiti ako ih svima dajete. Da su Fijatovi snabdevači domaće firme, možda bi ta subvencija Fijatu imala smisla. Ali ako Fijat ne kupuje ništa od srpskih proizvođača i samo zapošljava nekoliko hiljada ljudi u Kragujevcu, pitanje je da li je dobra ideja davati mu novac. Imamo i strane kompanije koje otvaraju fabrike da bi snabdevale Fijat, što je dobra stvar kad već nemamo domaće proizvođače, ali zašto i njima davati subvencije kad su došli ovamo zbog svog kupca. Kompanije neće doći ako im to nije profitabilno, a ako je već profitabilno zašto im davati još i novac preko toga. Radio sam u Ukrajini sedam godina i tamo su kompanije imale profite od 20-25 odsto. Vraćale su uloženi novac za dve, tri godine i stvarno ne vidim razlog da se takvim kompanijama još daju i subvencije.

VAŽNA JE ODRŽIVOST INVESTICIJA

Laura Pavlović,
direktorka Kancelarije za demokratski i ekonomski razvoj USAID Srbija

Naša saradnja sa lokalnim samoupravama je tradicionalno vrlo dobra još od samog početka rada USAID-a u Srbiji. Ni ovaj projekat nije bio izuzetak. Štaviše, ovaj projekat je još više produbio tu saradnju tako što je podržao uključivanje preduzetnika u celokupan proces rada i odlučivanja na lokalnom nivou

Kako ocenjujete postignute rezultate Projekta održivog lokalnog razvoja?

Rezultate petogodišnjeg rada ovog projekta možemo da ocenjujemo kao dobre ili loše, ali za nas je možda još važnije pitanje koliko će rezultati biti održivi. I kako će se oni iskoristiti za dalji razvoj opština i privrednih sektora u kojima smo radili. Ovaj projekat je bio implementiran u 32 opštine širom Srbije, koje su u tom periodu uspele da privuku više od 240 miliona dolara direktnih investicija i otvore više od 5.000 novih radnih mesta. Ovo su prilično impresivne brojke, ali ono što je još važnije za nas jeste da smo ove rezultate postigli sa osam međuopštinskih partnerstava, koje su predvodili Kraljevo, Niš, Novi Pazar, Novi Sad, Subotica, Užice, Vranje i Zrenjanin, koji su se sastali i složili da im je prioritet unapređenje okruženja za ekonomski rast. Investicije i nova radna mesta do kojih je došlo uz pomoć projekta su u sektorima u kojima ovi regioni imaju komparativnu prednost, a naša pomoć se pozabavila preprekama sa kojima se ovi regioni još uvek suočavaju kako bi bili konkurentniji. Bez obzira na to da li se radi o inovacijama, unapređenju radne snage ili infrastrukturi. Mi međutim smatramo da će rezultati našeg projekta biti održivi zahvaljujući partnerima sa kojima smo radili, od lokalnih samouprava preko privatnog sektora do organizacija civilnog društva. Iznova smo svedoci onoga što je moguće kada se ključne zainteresovane strane udruže kako bi se pozabavile zajedničkim izazovima.

Da li ste zadovoljni saradnjom sa lokalnim samoupravama?

Naša saradnja sa lokalnim samoupravama je tradicionalno vrlo dobra još od samog početka rada USAID-a u Srbiji. Ni ovaj projekat nije bio izuzetak. Štaviše, ovaj projekat je još više produbio tu saradnju tako što je podržao uključivanje preduzetnika u celokupan proces rada i odlučivanja na lokalnom nivou. Kroz ovaj projekat, mi smo podržali napore da se opštine sastanu sa predstavnicima MSP kako bi zajedno radili i prevazišli prepreke sa kojima se MSP suočavaju u širenju svog poslovanja u tim opštinama.

FINANSIJE NISU JEDINI PROBLEM. TU JE I PRILIČNO SLOŽENA ADMINISTRACIJA KOJA VRLO ČESTO ZAHTEVA SVAKODNEVNI ANGAŽMAN VLASNIKA I DIREKTORA PREDUZEĆA, ŠTO IM NEMINOVNO ODUZIMA VREMENA ZA DRUGE AKTIVNOSTI, KAO ŠTO JE DUGOROČNO PLANIRANJE. NOVE TEHNOLOGIJE, POVEĆANJE PRODUKTIVNOSTI I MARKETING, SAMO SU NEKI OD TIH PROBLEMA

Koji su najveći problemi sa kojima se suočavaju mala i srednja preduzeća u Srbiji, osim finansijskih problema?

Finansije su sigurno jedan od osnovnih problema, pre svega, njihova diversifikacija, kao i lakši pristup povoljnijim kreditima. Ali, finansije nisu jedini problem. Tu je i prilično složena administracija koja vrlo često zahteva svakodnevni angažman vlasnika i direktora preduzeća, što im neminovno oduzima vremena za druge aktivnosti, kao što je dugoročno planiranje. Nove tehnologije, povećanje produktivnosti i marketing, samo su neki od tih problema. Kroz ovaj projekat radili smo sa MSP kako bi povećali znanje i stekli veštine koje su im potrebne kako bi postali konkurentni. Projekat je angažovao stručnjake sa višegodišnjim iskustvom kako bi pomogli onim sektorima u Srbiji koji pokazuju potencijal za izvoz. I zajedno su uveli unapređene procese i tehnologije koje će ove sektore učiniti konkurentnijim, kako na regionalnim tako i na globalnim tržištima. To je upravo i bio razlog zašto smo pomogli instalaciju postrojenja za tretman džinsa ozonom u Novom Pazaru.

U kojim privrednim granama u Srbiji vidite potencijal a trenutno su nedovoljno razvijene?

Međunarodni stručnjaci-konsultanti koje smo mi angažovali, potvrdili su ono što smo svi, manje više, već znali. Pre svega, to su sektori gde Srbija ima prirodne resurse koji su nedovoljno iskorišteni kao što je poljoprivreda tj. proizvodnja hrane i drvnoprerađivačka industrija, u sektoru proizvodnje nameštaja od punog drveta. Naravno, tu su još i sektori gde postoji stručna i kvalifikovana radna snaga kao što su tekstilna industrija, džins, obuća, metaloprerađivački sektor, turizam, IKT. U tu svrhu naši međunarodni konsultanti su održali brojne uskostručne obuke za svaki određeni sektor. Međutim, kako bi ovi sektori bili u potpunosti konkurentni, MSP bi trebalo da obezbede kvalitet, kvantitet i kontinuitet kako bi bili konkurentni na regionalnom i globalnom tržištu. Jedan od možda najvažnijih doprinosa konkurentnosti ključnih sektora u Srbiji Projekta za lokalni održivi razvoj je podrška ključnim klasterima i poslovnim udruženjima.

U kojoj meri su domaći privrednici spremni da uvedu promene i osavremene poslovanje?

Modernizacija je jedan od preduslova za uspešnije poslovanje domaćih privrednika. Mnogi od njih su svesni činjenice da su metodi njihovog poslovanja prevaziđeni. Da bi se održali na domaćem ili regionalnom tržištu ili čak probili na inostrano tržište, moraju pratiti trendove i uvoditi novine kako u proizvodnji tako i u procesima poslovanja na svim nivoima. Vrlo često postoje zahtevi potencijalnih inostranih partnera koji se odnose na poboljšanje kvaliteta proizvoda, produktivnosti, međunarodnih standarda, uslova rada ili zaštite čovekove okoline. Većina privrednika je vrlo dobro svesna toga i oni žele da uvedu inovacije u cilju poboljšanja poslovanja, ali vrlo često se suočavaju sa preprekama kao što su nedostatak finansija, komplikovana pravna regulativa, nedostatak kvalifikovane radne snage. Jedna od prednosti projekta bio je njegov fokus na uspostavljanje veza između MSP i istraživačkih i razvojnih institucija. Kao što je „3D Impuls centar" iz Kraljeva koji iz godine u godinu udvostručuju svoje porudžbine od MSP-a ili sa obrazovnim institucijama kao što je srednja stručna škola u Novom Pazaru, koja sada privlači više učenika zbog interesantnijeg programa.

Kako mala i srednja preduzeća koja ste podržali treba dalje da posluju kako bi imala održivo poslovanje, šta ste im poručili?

Da nastave i da istraju na svom putu. Većina ovih preduzeća posluje već duži niz godina i prošli su razne faze razvoja. Iako neke od njih strpljenje polako izdaje, svesni su da uspeh ne dolazi preko noći. Kontinuirani razvoj proizvodnih procesa i upravljanja je jedan od osnovnih preduslova dobrog i uspešnog poslovanja. Razmena iskustava i međusobno povezivanje mogu doneti višestruku korist i obezbediti im veću konkurentnost na regionalnim i inostranim tržištima. Bilo je slučajeva da su firme uvozile neke komponente potrebne za njihove proizvode, dok je u susednom gradu radila firma koja je proizvodila iste te delove, možda čak i kvalitetnije od uvezenih. Imamo i primer Vojvodina Metal klastera čiji članovi dugo nisu znali za kolege u Užicu ili Nišu, ali sada rade zajedno.

KROZ OVAJ PROJEKAT, MI SMO PODRŽALI NAPORE DA SE OPŠTINE SASTANU SA PREDSTAVNICIMA MSP KAKO BI ZAJEDNO RADILI I PREVAZIŠLI PREPREKE SA KOJIMA SE MSP SUOČAVAJU U ŠIRENJU SVOG POSLOVANJA U TIM OPŠTINAMA.

Da li imaju kvalitet koji je neophodan za izvoz na tržišta razvijenih zemalja?

Potencijal definitivno postoji. Ta činjenica je potvrđena na brojnim međunarodnim sajmovima u Nemačkoj, Italiji, Francuskoj, Sloveniji gde su izlagali proizvođači iz Srbije. Kvaliteta ima, ali ne u dovoljnim količinama. Preduzeća sa kojima su inostrani partneri zainteresovani za saradnju ulažu napore da dostignu taj nivo. Mnogima je to prvi put da se susreću sa takvim zahtevima. Nekada je to pitanje međunarodnih standarda -ISO 9001, 22000, HACCAP. Kod ostalih je to pitanje „zahtevnih" inostranih partnera po pitanju kvaliteta finalne obrade proizvoda koji zahteva i očekuje inostrano tržište. USAID-ov Projekat održivog lokalnog razvoja je bio tu da podrži povezivanje potencijalnih partnera i lokalnih preduzeća. Na ovaj način su naši proizvođači imali pomoć tokom pregovora, ali što je još važnije, sticali su sopstveno iskustvo kako treba komunicirati i razvijati poslovne odnose sa inostranim partnerima.

Kad se posmatra razvijenost lokalnih samouprava, Beogradski region i pojedine opštine u Vojvodini su razvijeniji u odnosu na opštine u unutrašnjosti Srbije koje su siromašne. Kako ocenjujete privredni razvoj u unutrašnjosti, u kojim opštinama su eksperti zaključili da ima najviše problema?

Privredna razvijenost opština u unutrašnjosti je veoma raznolika. Kao što ste i sami rekli, pojedine opštine u Vojvodini su imale više uspeha u privlačenju investicija u odnosu na neke druge delove Srbije. Da geografski položaj nije presudan govore pozitivni primeri Vranja, Niša ili Čačka. Mnoge opštine su opterećene hipotekom ekonomskog razvoja iz prethodnih perioda, gde su jedna ili samo nekoliko fabrika bile osnov privrednog razvoja. Njihovim zatvaranjem, pojavio se ogroman problem. Neke lokalne samouprave su svojim agilnim delovanjem na vreme prepoznale svoje komparativne prednosti (prirodni resursi, obrazovne ustanove, mladi, geografski položaj) kako bi razvile nove, modernije privredne sektore i povezale ih sa starim. Mi smo imali privilegiju da radimo sa mnogim od tih opština, na primer, sa Novim Sadom i Nišom u IKT sektoru, sa Užicem u sektorima turizam i poljoprivreda. U Novom Pazaru i u Vranju u sektoru tekstil i obuća, i u Istočnoj Srbiji i Sandžaku u sektoru proizvodnje nameštaja.

Šta lokalne samouprave treba da preduzmu kako bi se pokrenuo razvoj?

Lokalne samouprave su napravile značajne pomake kao pokretači privrednog razvoja, što je potvrđeno i tokom realizacije Projekta održivog lokalnog razvoja. Postale su svesne da bez jake privrede nema razvoja u drugim sferama života. S druge strane, privrednici su dobili partnera koji je spreman da ih sasluša i pomogne u rešavanju problema koji su u njihovom delokrugu, ali i da zajednički zagovaraju promene i predlažu rešenja ka višim nivoima odlučivanja. Kroz aktivnosti Projekta održivog lokalnog razvoja, potvrđeno je da su odgovorne lokalne samouprave i njihove kancelarije za ekonomski razvoj jedan od najvažnijih činilaca u procesu privlačenja novih investicija i proširenja postojećih preduzeća.

Da li su subvencije koje država daje stranim investitorima i podsticaji koje nude lokalne vlasti presudni za dolazak stranih investitora ili se strane investicije mogu privući na drugi način?

Državne subvencije i podsticaji lokalnih vlasti su samo jedan od načina privlačenja stranih investitora. To su pretežno finansijske mere, ali ima i drugih elemenata koji mogu biti isto toliko važni. Spremna projektna dokumentacija, opremljene lokacije, kratki rokovi za izdavanje potrebnih dozvola, samo su neki od elemenata gde lokalne administracije mogu biti od presudnog značaja jer one su prva adresa svakog investitora. I od njihove saradnje zavisi uspešnost i dugotrajnost investicije. Projekat održivog lokalnog razvoja je, zajedno sa našim partnerskim opštinama, učestvovao u procesu kreiranja i implementaciji brojnih zakona i podzakonskih akata iz ove sfere - Zakon o investicijama, Zakon o građevinskim dozvolama, i još osam drugih strateških dokumenata.

Kao jedan od ključnih faktora konkurentnosti Srbije navodi se jeftina radna snaga, da li je prema vašem mišljenju to prednost i da li je održivo?

Kada se govori o radnoj snazi kao elementu konkurentnosti, svi stručni krugovi u Srbiji kao i naši strani eksperti su se složili da to može biti jedan od elemenata, ali sigurno ne ključni. Ono što je važno kada je reč o radnoj snazi jesu njena stručnost i obrazovanje. Problem za strane investitore je pronalaženje adekvatno obrazovane radne snage za potrebe njihovih proizvodnih procesa, a ne njihova cena. Bilo je slučajeva da su investitori bili prinuđeni da promene lokaciju svojih fabrika iz jednog u drugi deo Srbije upravo zbog nedostatka kvalifikovane radne snage. USAID se bavio ovim problemom na lokalnom nivou kad je ovaj projekat pomogao prilagođavanje programa u srednjoj tehničkoj školi u Vranju potrebama italijanskog Geoxa, najveće strane investicije u tom delu Srbije. Naravno, potrebna su sistemska rešenja koja zahtevaju uključivanje viših nivoa odlučivanja.

Nakon završetka Projekta održivog lokalnog razvoja, da li USAID ima u planu neke nove projekte namenjene lokalnom razvoju?

Mi ćemo sigurno nastaviti aktivnosti na razvoju lokalnih ekonomskih kapaciteta. Iskustvo koje smo stekli i aktivnosti koje smo realizovali u poslednjih 15 godina, daju nam sigurno dobru osnovu za nastavak rada i nove projekte. Jedan od osnovnih zaključaka je da održivi lokalni ekonomski razvoj pretpostavlja razvijanje dubljih odnosa između ključnih činilaca, uključujući MSP, opštine i ostale državne institucije. Zatim, razvojne agencije, poslovna udruženja, naučnoistaživačke ustanove. Okupljanjem svih aktera oko zajedničke razvojne strategije, donatorske ogranizacije, kao što je USAID, mogu pomoći stvaranje stvarno povoljnog poslovnog okruženja za razvoj privatnog sektora.

— EKSPERTSKA PODRŠKA JE DRAGOCENA

Miloš Petrović,
direktor Razvojne agencije Srbije (RAS)

Razvojem sektora malih i srednjih preduzeća na lokalu, podstiče se celokupni ekonomski razvoj lokalnih samouprava, otvaraju se nova radna mesta, povećava izvoz, smanjuje se spoljnotrgovinski deficit

Kako ocenjujete Projekat održivog lokalnog razvoja, koliko ovakvi projekti doprinose lokalnom razvoju i podizanju konkurentnosti malih i srednjih preduzeća?

Smatram da je ova vrsta međunarodne ekspertske i institucionalne podrške dragocena za zemlje koje rade na sopstvenoj reindustrijalizaciji, kao što je to slučaj sa Srbijom. Praktično, mi kroz ovakve projekte dobijamo prvoklasne svetske stručnjake da savetuju naše lokalne proizvođače, kako da podignu kapacitete poslovanja i unaprede upravljačko znanje. Istovremeno upoznaju ih sa najnovijim trendovima koji vladaju u tim industrijskim sektorima u svetu. Upravo se razvojem sektora malih i srednjih preduzeća (MSP), odnosno preduzetnika na lokalu, stimuliše i celokupni ekonomski razvoj tih lokalnih samouprava. Takođe, iz pozicije države ovo je koristan model jer se podizanjem kapaciteta domaćih MSP otvaraju nova radna mesta, povećava izvoz, smanjuje se spoljnotrgovinski deficit, a otvaraju se i mogućnosti za nove investicije. Konačno, ovaj sektor MSP je ekonomska „kičma" Evropske unije, kojoj naša zemlja strateški stremi, pa se ovakvim programima doprinosi i pripremi domaće privrede za tu veliku tržišnu utakmicu.

Razvojna agencija Srbije nastala je spajanjem nekadašnje agencije za promociju izvoza SIEPA i Nacionalne agencije za regionalni razvoj. Koje aktivnosti je RAS imao u okviru Projekta održivog lokalnog razvoja?

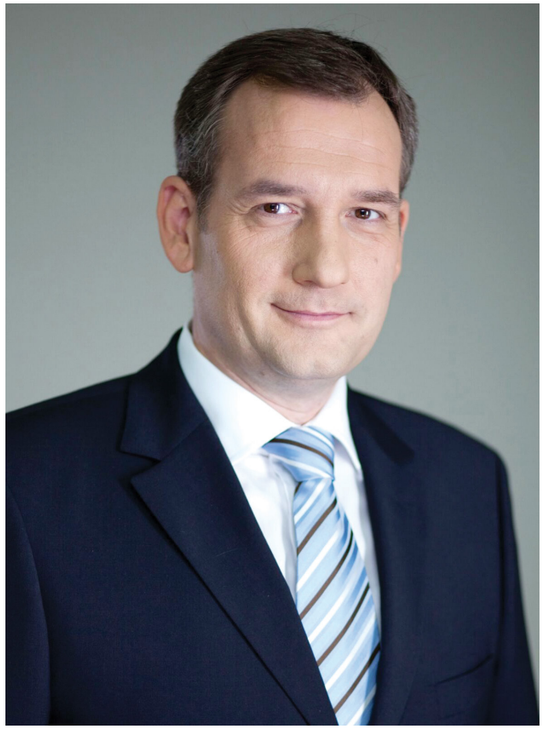
RAS je nastavio sa inicijativom podrške razvoju drvne industrije, u koju je inicijalno bila uključena SIEPA. Cilj podrške ovoj industrijskoj grani je podsticanje njene izvozne konkurentnosti, kako bi se Srbija pozicionirala na svetskoj mapi proizvođača, pre svega, nameštaja od drveta, ali i drugih proizvoda sa visokom dodatom vrednošću. Tu sam veoma zahvalan Američkoj agenciji za međunarodni razvoj USAID, kao i programu Evropski progres, koji su pokrenuli ovu sjajnu inicijativu i pomogli nam da uočimo prostor za rast. Kao i industrijsku nišu koju ovaj sektor kod nas treba da "napadne" u budućnosti. Mi smo bili institucionalni partner sa strane države i preuzeli smo obavezu da izvestimo najviše instance izvršne vlasti o merama i akcionom planu koji su proizašli iz ovog projekta.

Kako ocenjujete mogućnosti za razvoj drvne industrije u Srbiji?

Drvna industrija Srbije ima veliki potencijal za rast, kao i niz komparativnih prednosti u odnosu na konkurenciju. Imamo odličnu sirovinsku bazu, dugu tradiciju i „know how" u izradi nameštaja od punog drveta, za kojim vlada velika potražnja na svetskim tržištima. Iz Projekta održivog razvoja smo dobili preporuke i akcioni plan, neku vrstu „mape puta" za razvoj ove industrije, i na nama je da njih inkorporiramo u svoje redovne aktivnosti podrške privredi.

Koje su još privredne grane, osim drvne industrije, u kojima vidite potencijal?

Tradicionalno, mi smo jaki u poljoprivredi i proizvodnji hrane, što su prepoznali i mnogi strani ulagači. Ovaj sektor je posebno interesantan i u kontekstu evrointegracija tokom kojih će nam se otvarati sve više pristupnih fondova, najviše upravo namenjenih osavremenjavanju proizvodnje. Zatim, tekstilni sektor, gde imamo školovanu radnu snagu sa konkuretnom cenom rada, a u kome su strani investitori u prethodnim godinama otvorili više od 10.000 novih radnih mesta.



Veoma je bitan i sektor elektronske industrije, koji gledamo kao strateški važan za dalji razvoj. Univerzitetski centri u Beogradu, Nišu i Novom Sadu školuju dobre kadrove za ovu oblast. Kao zemlja imamo potrebnog radnog iskustva, a taj potencijal su već prepoznale renomirane svetske kompanije kao što su „Simens", „Panasonik" ili „Gorenje". Veliko interesovanje i potencijal postoje u metalsko-mašinskom sektoru. Srbija tu ima radnike visokog nivoa tehničke pismenosti, samo je potrebno njihovo upoznavanje sa savremenim procesima i trendovima koji su se usvojili u svetu.

Da li se dovoljno radi na razvoju malih i srednjih preduzeća u Srbiji, koja predstavljaju važan stub ekonomskog razvoja?

U Evropskoj uniji mikro, mala i srednja preduzeća čine 99 odsto svih registrovanih, a generišu više od 60 odsto ukupnog bruto društvenog dohotka Unije. I zaslužna su za više od 50 odsto od ukupne dodatne vrednosti koju ostvaruju preduzeća u EU. Upravo je razvoj ovog sektora jedan od prioriteta finansiranja i savetodavne podrške u zemljama članicama, kao i zemljama kandidatima, u koje spada Srbija. Naša je obaveza da zajedno iskoristimo ove prilike i pripremimo domaću privredu za tu veliku evropsku tržišnu utakmicu, koju treba da zaigramo kroz koju godinu.

Ova godina je proglašena za Godinu preduzetništva, šta očekujete od takvog načina državne podrške i u kojim delatnostima je potrebno osnivati preduzeća?

Pre svega, očekujem da se domaća javnost edukuje o značaju preduzetništva uopšte, a onda i o konkretnim mehanizmima podrške države ovom sektoru. Apostrofirao sam u prethodnom odgovoru nekoliko sektora koji imaju veliki potencijal, ali je još bitnije istražiti sektorske niše. Dakle, male oblasti koje se oslanjaju na jedan ili više sektora, a koje još niko nije pokrio ili jeste ali nedovoljno. U Srbiji su ljudi pravili fantastične poslove proizvodeći čačkalice ili štapiće za sladolede, samo je trebalo istražiti tržište i videti čega nema, a za čim postoji tražnja.

Šta je potrebno malim i srednjim preduzećima u Srbiji kako bi postala konkurentnija i izvozila svoju robu na strana tržišta?

Potrebno je da ulažu u proizvodnju i kapacitete, da prate trendove, da se udružuju i zajednički nastupaju na ino-tržištima. Takođe, potrebno je da odlaze na međunarodne sajmove i nude svoje proizvode. Svakako, potrebni su i razni sertifikati i sistemi kvaliteta kako bi ti proizvodi mogli da se plasiraju na zahtevna svetska tržišta. Mnoge od ovih aktivnosti pomaže država ili međunarodne institucije, pa je potrebno i da se dobro informišu.

MEĐUNARODNA EKSPERTSKA PODRŠKA DRAGOCENA JE ZA ZEMLJE KOJE RADE NA REINDUSTRIJALIZACIJI EKONOMIJE KAO ŠTO JE TO SLUČAJ SA SRBIJOM, JER PRVOKLASNI SVETSKI STRUČNJACI SAVETUJU LOKALNE PROIZVOĐAČE KAKO DA PODIGNU KAPACITETE PROIZVODNJE I UNAPREDE POSLOVANJE

RAZVOJNI PROJEKTI ZA LOKALNU PRIVREDU

Tihomir Petković,
gradonačelnik Užica

Najznačajniji programi koji su realizovani u okviru Projekta održivog lokalnog razvoja su izrada Studije za razvoj mlekarstva na teritoriji Zlatiborskog okruga, program obuka za privlačenje direktnih stranih investicija, zatim, Akcioni plan za izvoz nameštaja od punog drveta i izrada geodetsko topografskog snimka za lokaciju Aerodroma Ponikve

Na koji način je grad Užice učestvovao u Projektu održivog lokalnog razvoja?

Na mesto gradonačelnika Užica došao sam u avgustu 2014. godine. Prema informacijama koje sam dobio od odeljenja za LER, realizacija USAID Projekta održivog lokalnog razvoja započeta je krajem 2010. godine. Nakon mog dolaska na mesto gradonačelnika saradnja sa kolegama koji su radili na realizaciji nastavljena je punim kapacitetom, što je najbolji dokaz kvalitetne saradnje grada Užica sa USAID. Grad Užice je učestvovao u realizaciji projekta sa još 31 lokalnom samoupravom koje se nalaze na teritoriji Srbije. U Zlatiborskom okrugu bili smo deo klastera u kome su, osim grada Užica, učestvovale opštine Čajetina, Nova Varoš, Priboj i Prijepolje. Jedan od najvećih benefita koje je grad Užice dobio od Projekta održivog lokalnog razvoja jeste uspostavljena saradnja sa svim akterima koji su učestvovali u realizaciji aktivnosti. Pre svega, mislim da je saradnja između lokalnih samouprava veoma bitna u cilju prenošenja iskustava i primera dobre prakse. Takođe je veoma bitno napomenuti da je većina aktivnosti, koje su realizovane kroz projekat, veoma povoljno uticala kako na rad same lokalne samouprave, tako i na poboljšanje privrednog ambijenta u Užicu.

Koje je aktivnosti Grad sproveo u saradnji sa USAID-om u okviru ovog projekta?

U okviru Projekta realizovan je veliki broj aktivnosti. Najznačajniji programi koji su realizovani u okviru ovog projekta su: izrada Studije za razvoj mlekarstva na teritoriji Zlatiborkog okruga, Program obuka za privlačenje direktnih stranih investicija, Program obuka za lokalni ekonomski razvoj. Takođe i izrada Akcionog plana za pozicioniranje Srbije kao zemlje izvoznice nameštaja od punog drveta. I kao jedan od najbitnijih projekata, izrada geodetsko-topografskog snimka za lokaciju Aerodroma Ponikve, koji nam je omogućio izradu Plana generalne regulacije i dalji razvoj samog aerodroma. Ovaj projekat predstavlja jedan od ključnih razvojnih projekata, kako za grad Užice, tako i za kompletan region zapadne Srbije, istočne Bosne i severa Crne Gore.

Kako ocenjujete ovakav vid pomoći lokalnom razvoju?

Ovakav vid realizacije razvojnih programa veoma je važan za razvoj lokalnih samouprava. Kroz realizaciju niza aktivnosti, kapaciteti lokalnih samouprava su podignuti na viši nivo. I naravno, realizovan je određen broj konkretnih projekata, studija i strateških dokumenata koji su veoma bitni za dalji razvoj lokalnih zajednica.

U Užicu je zastupljena prerađivačka industrija, nosioci lokalnog razvoja su velike firme izvoznici "Impol Seval", "Valjaonica bakra" Sevojno, koliko su zastupljena mala i srednja preduzeća i u kojim sektorima vidite mogućnosti za lokalni privredni razvoj?

Na samom početku moram dopuniti vaše pitanje i pomenuti "Prvi Partizan" AD, koji je takođe uz dva pomenuta giganta jedan od glavnih razvojnih stubova u Užicu. U Užicu posluje oko 3.000 pravnih lica i preduzetnika koji se svrstavaju u mala i srednja preduzeća i posluju u različitim sektorima. Privredne grane koje imaju veliki razvojni potencijal u sektoru malih i srednjih preduzeća svakako su poljoprivreda, turizam i prerađivačka industrija. Kad kažem prerađivačka industrija, pre svega, mislim na industriju prerade metala, drveta, tekstilnu industriju i naravno industriju dalje prerade poljoprivrednih proizvoda.

Iz kojih sektora su preduzeća u Užicu dobila pomoć i podršku u okviru ovog projekta?

Što se tiče konkretne pomoći preduzećima u gradu Užicu, najpre treba izdvojiti Program obuka na radu koji je finansirao Projekat održivog lokalnog razvoja. Ovaj program podrazumevao je zapošljavanje mladih kadrova pri čemu je sve troškove snosio Projekat lokalnog održivog razvoja. Kroz ovaj program više od 30 mladih ljudi iz Užica dobilo je priliku da se zaposli u privatnim kompanijama i da nakon perioda od šest meseci najbolji od njih dobiju posao, u firmama u kojima su bili na obuci. Značajni rezultati su ostvareni u saradnji sa kompanijama "Korun" i "Kadinjača". Takođe je bitno napomenuti da je Projekat lokalnog održivog razvoja finansirao projekat "Planinski doručak" koji je realizovala RRA Zlatibor iz Užica. "Planinski doručak" je obuhvatio lokalne samouprave: Užice, Čajetina, Nova Varoš, Prijepolje i Priboj.

Šta su najveći problemi malih i srednjih preduzeća na lokalu i koliko su za njih značajni ovakvi projekti?

U Užicu postoje mnogobrojni problemi u poslovanju malih i srednjih preduzeća, kao uostalom i u većini drugih lokalnih zajednica u Srbiji. Uglavnom su to poreski propisi i procedure, komplikovane izvozne i uvozne procedure, nedostatak kvalifikovane radne snage. Svesni toga, mi kao lokalna samouprava početkom 2015. godine osnovali smo Savet za veliku privredu i Savet za malu i srednju privredu. Na taj način redovno komuniciramo sa lokalnim privrednicima i svesni smo svih njihovih potreba i problema. Na osnovu zahteva lokalnih privrednika, spremni smo da maksimalno uprostimo određene procedure koje su u nadležnosti lokalne samouprave. Ali, takođe smo spremni da pružimo podršku u rešavanju problema koji nastaju usled procedura za koje je nadležna država.

Nezaposlenost je veliki problem, kao i u drugim gradovima Srbije, da li očekujete neke investicije?

Aktivno radimo na pripremi lokacija za potencijalne domaće i strane ulagače. Takođe, kao što već sigurno znate, Užice je jedan od 14 gradova i opština u Srbiji koji imaju osnovanu Slobodnu zonu, što je veoma bitna komparativna prednost. Što se tiče konkretnih investicija u gradu Užicu, potpisan je ugovor sa nemačkom kompanijom "Lidl". Takođe, u toku su pregovori sa nekoliko stranih kompanija koje se takođe bave izgradnjom trgovinskih centara i imaju nameru da izgrade retail centar u Užicu. Kao jednu od najbitnijih investicija koju očekujemo u toku ove godine naveo bih investiciju Vlade Srbije u Aerodrom Ponikve, nakon koje bi aerodrom bio potpuno funkcionalan za komercijalne i kargo letove.

VLASNICI FABRIKA OTVORENI ZA SARADNJU

Margaret Bishop,
ekspert u oblasti tekstilne industrije

Vlasnici fabrika tekstilnog klastera u Novom Pazaru sa kojima sam radila ukazali su mi poverenje i oberučke prihvatili stručne savete i preporuke, uključujući i preporuke za usvajanje ozonske tehnologije za beljenje farmerki uz manju potrošnju vode, hemikalija i energije

Koliko proizvođača džinsa iz Novog Pazara je dobilo podršku tokom Projekta održivog lokalnog razvoja i kako ste zadovoljni postignutim rezultatima?

Projekat je podržao klaster od 9 kompanija i njihove fabrike, a pružena je pomoć i Školi za dizajn tekstila i kože u Novom Pazaru. Kompanije su deo klastera proizvođača džinsa iz Novog Pazara a selekciju je izvršio projektni tim.
Veoma sam zadovoljna načinom na koji su vlasnici fabrika prihvatili pomoć, unapređenjima koja su sproveli u oblasti bezbednosti, i prihvatanjem tehnologije koju sam preporučila. Takođe sam veoma zadovoljna saradnjom sa direktorom škole, nastavnim osobljem i đacima koji su sa puno entuzijazma pratili predavanja koja sam održala u školi kao gostujući predavač.

Kakva je bila situacija u industriji džinsa u Novom Pazaru po vašem dolasku, kakav je kvalitet džinsa, u kakvom stanju su fabrike?

U 2013. godini, fabrike su bile pred izazovom rasta prodaje i širenja tržišta. Suočavale su se sa tri važna pitanja u oblasti zaštite životne sredine: 1) ozbiljnim sezonskim nestašicama vode; što je bilo kritično zbog velike količine vode potrebne tokom uobičajenog pranja farmerki i završne obrade, ali i za zdravlje i dobrobit zajednice, 2) neadekvatnom opremom za preradu otpadnih voda iz hemijskih procesa za izbeljivanje farmerki, 3) u nekim slučajevima, korišćenjem drveta za ogrev za zagrevanje kotlova za procese pranja. Ova tri pitanja su štetno uticala na životnu sredinu, i onemogućavala prodaju evropskim brendovima i maloprodajama koji su u većoj meri ekološki osvešćeni.

Generalno stanje u fabrikama je bilo dobro. U poređenju sa fabrikama odeće u svetu, fabrike u Novom Pazaru sa kojima sam radila su uglavnom čiste, a bezbednost na radu je na prosečnom ili dobrom nivou. Vlasnici su pozdravili predloge za unapređenja. Nakon moje preporuke, jedna od fabrika uložila je u novu opremu kako bi se bolje zaštitili radnici tokom određenih operacija u doradi. Ukupno gledano, zadovoljna sam uslovima koje sam zatekla u fabrikama sa kojima sam radila.

Kako ocenjujete saradnju sa lokalnim proizvođačima, da li prihvataju stručnu pomoć i savete?

Saradnja sa džins klasterom u Novom Pazaru je bila i prijatna i produktivna. Vlasnici fabrika sa kojima sam radila ukazali su mi poverenje i oberučke prihvatili stručne savete i preporuke, uključujući preporuke za usvajanje ozonske tehnologije za beljenje farmerki uz manju potrošnju vode, hemikalija i energije. Prihvatili su novu ozonsku tehnologiju i upustili se u eksperimentisanje sa upotrebom tehnologije kako bi dobili izgled odeće koji je danas aktuelan na tržištu. Korišćenje ove nove tehnologije kao zamene za ranije korišćene hemikalije za beljenje će obezbediti značajnu i opipljivu korist za fabrike, potrošače, i zajednicu u celini.

Da li su proizvođači džinsa iz Novog Pazara spremni za svetsko tržište?

Da, donekle jesu. Njihov individualni i kombinovani kapacitet proizvodnje (broj pari farmerki koje proizvedu u datom vremenskom periodu) još je uvek u većoj meri ograničen u smislu zahteva većine velikih svetskih brendova. Međutim, imaju pristojan nivo kvaliteta i u stanju su da snabdevaju male evropske brendove direktno i da rade kao kooperanti za veće evropske i svetske brendove. Da bi bili uspešni u tome, međutim, od presudnog značaja će biti stalno unapređenje i održavanje kvaliteta (i ujednačenost nivoa kvaliteta), i unapređenje sposobnosti komunikacije i pružanja usluga klijentima na nivou koji zahtevaju evropski i svetski brendovi.
Sa novim ozonskom tehnologijom koju su obezbedili USAID i Projekat, fabrike u Novom Pazaru imaju konkurentsku prednost u odnosu na većinu fabrika džinsa širom sveta. Evropski i globalni džins brendovi i maloprodaje sve više promovišu odeću čija proizvodnja ne utiče štetno na životnu sredinu (džins proizveden uz nisku potrošnju hemikalija i vode); samo oko pet procenata fabrika džinsa širom sveta je prešlo na ozonsku tehnologiju u izbeljivanju, tako da usvajanje ove tehnologije u fabrikama u Novom Pazaru donosi značajnu prednost nad konkurencijom.

U 2014, FABRIKE U NOVOM PAZARU IDENTIFIKOVALE SU KORIŠĆENJE VODE KAO JEDAN OD SVOJIH NAJVEĆIH PROBLEMA. ZAMENOM TRADICIONALNOG HEMIJSKOG BELJENJA OZONSKIM IZBELJIVANJEM, POTROŠNJA VODE JE UPOLA MANJA, KOLIČINA HEMIKALIJA MANJA JE ZA VIŠE OD 50%, SMANJUJE SE UPOTREBA KAMENA ZA VIŠE OD 60%, A POTROŠNJA ENERGIJE JE UPOLA MANJA

Kako moderna tehnologija, kao što je tretman ozonom, doprinosi zaštiti životne sredine?

Tradicionalno kamenovanje i hemijsko beljenje farmerki zahteva ogromne količine vode i hemikalija. "Levi Strauss" procenjuje da se u standardnoj proizvodnji potroši 42 litre vode po paru farmerki. U 2014, fabrike u Novom Pazaru identifikovale su korišćenje vode kao jedan od svojih najvećih problema. Zamenom tradicionalnog hemijskog beljenja ozonskim izbeljivanjem, potrošnja vode je upola manja, količina hemikalija manja je za više od 50%, smanjuje se upotreba kamena za više od 60%, a potrošnja energije je upola manja. Nakon procesa ozonskog izbeljivanja, gas ozona razgrađuje se u običnom kiseoniku. Kada se koristi, ova tehnologija donosi veoma značajno smanjenje štetnog uticaja na životnu sredinu.

Nakon završetka Projekta, koje dugoročne efekte očekujete u proizvodnji i prodaji novopazarskog džinsa?

Dugoročni uticaj će zavisiti od posvećenosti pojedinačnih vlasnika fabrika u upotrebi ozonske tehnologije u punom kapacitetu (i ulaganje u dodatnu ozonsku opremu kako se upotreba bude povećavala), posvećenosti kontinuiranom unapređenju (i ujednačenosti) kvaliteta proizvodnje, unapređenju sposobnosti i pouzdanosti komunikacije i usluga koju pružaju klijentima. Verujem da će fabrike i škola imati koristi od dodatne pomoći kako bi se osnažila poboljšanja koja su postignuta i kako bi im se pomoglo da povećaju svoje tržište, ali smatram da rezultati Projekta u sektoru džinsa predstavljaju važan uspeh.

– SRBIJA MOŽE DA BUDE KONKURENTNA

Džordan Saliman,
međunarodni ekspert u oblasti industrije obuće

Treba razumeti da su sve ove fabrike u porodičnom vlasništvu i da te porodice njima upravljaju. Zbog toga je tokom svake posete neophodno pozabaviti se porodičnim odnosima. Otac, sin, ćerke, braća imaju različita mišljenja o tome kako da prihvate i sprovode dogovorene prioritete i ciljeve. To su normalni problemi i uloga posrednika za porodicu je efikasan način da saznate više o kompanijama i samim porodicama. Naravno, očevi ili braća se postavljaju kao vrhovni autoriteti i moraju da nauče da budućnost treba prepustiti mlađim generacijama

Sa koliko domaćih proizvođača obuće ste sarađivali i kako ocenjujete rezultate Projekta održivog lokalnog razvoja u industriji obuće?

Lokalni proizvođači sa kojima smo sarađivali su:

NOVI PAZAR	VRANJE
C.line (fabrika)	Minex (fabrika)
EuroScarpa (fabrika)	Stuff (fabrika)
Bosa (fabrika)	Roberto (fabrika)
Florida (fabrika)	Lotos (fabrika)
4BRTref (fabrika)	HIV (fabrika đonova)
Antilop (fabrika)	Mladenović (fabrika)
Evropa (kožara)	Sanch (fabrika)
	Matid (fabrika)

Sve fabrike su izuzetno dobro prihvatile Projekat održivog lokalnog razvoja i mehanizme podrške.

Šta su najveći problemi za ovaj sektor, sa kojima ste se susreli?

Svaka fabrika ima svoje prednosti i slabosti. Naš tim im je dao uputstva, obučavao ih i ohrabrio u direktnom kontaktu da usvoje i shvate ono što je neophodno da se promeni pristup (način razmišljanja) i da se postane deo globalne zajednice izvoznika obuće.
Nekoliko fabrika 'govori' globalno ali razmišlja lokalno. To je bila prilika i izazov - da ih naučimo da u potpunosti razumeju situaciju u da je sagledaju sa jednog novog stanovišta, odnosno da pogledaju kako izgleda ova industrija sa globalne tačke gledišta. Ne treba da očekuju da će lokalno razviti isti proizvod koji će prihvatiti neki potencijalni izvozni klijent.
Na izvoznom tržištu obuće konkurencija je izuzetno jaka i fabrikama su date instrukcije kako bi mogle da shvate da kao zemlja ili kao kompanija / brend moraju da imaju jedinstvene prodajne karakteristike za sve proizvode. Kvalitet, modni dizajn, tehnologija, vrednost i brza isporuka do tržišta i potrošača predstavljaju karakteristike koje smo stalno isticali u toku svih poseta.
Tri ključne tačke u industriji modne obuće su sledeće: oko – ruka – osećaj. Proizvod mora da izgleda dobro na oko; proizvod mora da daje dobar osećaju ruci; proizvod mora da bude udoban na nozi. Ako dobijete najbolju ocenu u sva tri slučaja – imate zadovoljnog kupca.

Najznačajniji lokalni proizvođači su uz podršku Projekta prisustvovali najvećem sajmu obuće GDS u Diseldorfu, u Nemačkoj, gde su mogli da vide iz prve ruke da su gore navedene tačke bitne za razvoj kompanija i brendova kako bi bili konkurentni u Srbiji i širom sveta.
Srednja škola iz Novog Pazara je poslala đake i profesora na GDS zajedno sa proizvođačima, tako da su mogli da vide i razumeju sektor obuće iz prve ruke! Po povratku su održali prezentacije i podelili svoja pozitivna iskustva.
Da, Srbija može da bude konkurentna, ako se nastavi prenošenje znanja i obuka...

Da li su lokalni proizvođači spremni da sarađuju, da li prihvataju pomoć stručnjaka i savete?

Sve fabrike prihvatile su strategiju broj 2 – neke u većoj meri od drugih, ali sve fabrike su bile voljne da sarađuju. SVE fabrike su pokazale da cene i poštuju USAID i menadžment našeg projekta.
Saradnja u okviru klastera i razmena informacija za fabrike predstavlja izazov. Preduzetnički duh nije sklon da prihvati ovaj koncept, već se svi drže za sebe.
Treba razumeti da su sve ove fabrike u porodičnom vlasništvu i da te porodice njima upravljaju. Zbog toga je tokom svake posete neophodno pozabaviti se porodičnim odnosima. Otac, sin, ćerke, braća imaju različita mišljenja o tome kako da prihvate i sprovode dogovorene prioritete i ciljeve. To su normalni problemi i uloga posrednika za porodicu je efikasan način da saznate više o kompanijama i samim porodicama. Naravno, očevi ili braća se postavljaju kao vrhovni autoriteti i moraju da nauče da budućnost treba prepustiti mlađim generacijama.

Kako ocenjujete organizaciju proizvodnje, da li je ispunila odgovarajuće standarde poslovanja?

To je posao koji je još uvek u toku. Blagovremena proizvodnja, organizacija kontrole kvaliteta i efikasnost su pitanja na kojima se svakodnevno radi. Neki stari načini organizacije proizvodnih sistema se godinama nisu menjali, ali (korak po korak) nekoliko kompanija je modernizovalo opremu, odlaze u Bolonju, u Italiju, na sajam mašina i tehnologije u industriji obuće. Sve su to koraci u realizaciji ovog procesa.
Nekoliko fabrika u Vranju i Novom Pazaru blisko sarađuje sa srednjim školama kako bi organizovali praksu za učenike i omogućili im da nauče da rade u industriji mode i obuće.
Značajan napredak je postignut u unapređenju dizajna i razvoju nekoliko fabrika posle posete međunarodnom sajmu GDS.
Bliža saradnja sa turskim i italijanskim dizajnerom je za kožaru i fabriku komponenti značila pravovremenu realizaciju proizvoda u toku sezone.

Da li je neko od proizvođača obuće uspostavio saradnju sa međunarodnim kompanijama i da li imaju proizvodne kapacitete za saradnju sa velikim kompanijama?

Da, nekoliko kompanija iz Novog Pazaraje dobilo je manje narudžbe iz zemalja Evropske unije i Rusije. Oni takođe rade na uzorcima za maloprodaju u Nemačkoj i Skandinaviji.
Kompanija „Stefi" iz Vranja je u završnoj fazi razvoja uzoraka za veliku kompaniju iz Velike Britanije i moguće je da će proizvodnja početi krajem avgusta.
Pre godinu i po nemačka Komora proizvođača obuće je na sednici Upravnog odbora tokom GDS-a pomenula da je Srbija zemlja koju treba uzeti u obzir za proizvodnju obuće. Srbija je bliža zemljama EU od Kine, a pored kraćih rokova isporuke ona je i konkurentna u smislu vrednosti proizvodnje.

Koje efekte za lokalnu ekonomiju očekujete od podrške ovoj industriji?

Nova proizvodnja u kompaniji „Stefi", okvirno planirana za kraj avgusta (nova oprema je već naručena), kreiraće između 40 i 60 novih radnih mesta u samoj kompaniji, a otvoriće se i mogućnost uključivanja ostalih firmi iz Vranja , kako bi se ispoštovale veće narudžbine.

— DUGAČAK SPISAK STVARI KOJE TREBA POBOLJŠATI

Džef Baron,
međunarodni ekspert za industriju nameštaja

Srpski proizvođači se takmiče između sebe, ali bi trebalo da sarađuju kada postoji „opšte dobro", umesto da svi kupuju iste, skupe, specijalizovane mašine i koriste ih samo nekoliko sati nedeljno

Koliko proizvođača nameštaja u Srbiji je dobilo podršku tokom sprovođenja USAID-ovog Projekta i kakvi su rezultati u ovoj oblasti?

Tokom skoro tri godine rada Projekta u sektoru, od skoro stotinu srpskih proizvođača sa kojima smo se upoznali, nekoliko desetina je dobilo pomoć. Te aktivnosti su obuhvatale:

• Podršku u realizaciji posete najvećem sajmu nameštaja u Evropi u Kelnu, u Nemačkoj, uz specijalizovanu obuku i pojedinačne sastanke sa vodećim proizvođačima i kupcima.

• Sastanke u Srbiji sa velikim međunarodnim kupcima i proizvođačima nameštaja u vezi sa kupovinom proizvoda u Srbiji i / ili stranim direktnim investicijama u Srbiji.

• Upoznavanje sa drugim srpskim proizvođačima u cilju stimulisanja angažovanja spoljnih saradnika i specijalizacije;

• Predstavljanje nekoliko kompanija timu za nabavku kompanije IKEA kako bi započeli poslovnu saradnju.

• Mentorstvo i savetovanje proizvođača o unapređenju efikasnosti proizvodnje, priprema za izvoz i učešće na sajmovima, razvoj proizvoda i dizajn, ciljanje određenih izvoznih tržišta, kalkulacije u vezi sa troškovima, organizacija prodaje i marketinga, odnos sa kupcima, poslovanje maloprodaje, odluke tipa „kupiti ili proizvoditi", izbor materijala i nabavka, itd.

• Sprovođenje obuka i informativnih seminara.

• Savetodavnu uslugu Beogradskom sajmu o tome kako dodati segment usluga za poslovne subjekte na godišnjem sajmu nameštaja.

• U okviru Projekta podržano je stvaranje "Nacionalnog akcionog plana za podršku izvozu proizvoda visoke dodate vrednosti drvne industrije". Ovaj dokument, kreiran uz podršku USAID-a i EU Progres programa navodi korake koji su neophodni da bi se iskoristile tržišne mogućnosti.

Naravno, teško je meriti rezultate u brojevima. Vidimo očigledan razvoj preduzeća kojima smo pomagali. Njihova prodaja raste, postaju efikasniji i konkurentniji.

Industrija nameštaja u Srbiji je u teškom stanju, koji su najveći problemi sa kojima se proizvođači suočavaju?

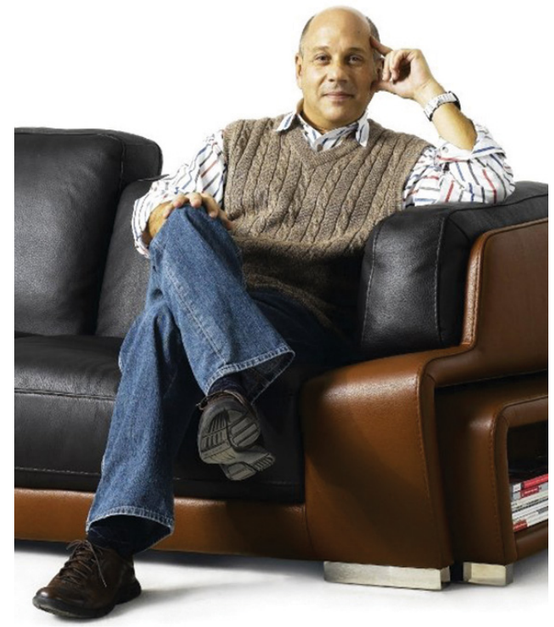
Zapravo industrija nameštaja i proizvoda od drveta je treći po veličini poslodavac sa preko 8% radnika u proizvodnji u Srbiji i značajnim doprinosom BDP-u od preko 80 miliona evra godišnje u PDV-u i jedan je od retkih sektora u kome Srbija više izvozi nego što uvozi.

Nažalost, u mnogim slučajevima, dozvolili smo da naše fabrike odumru i izgube efikasnost, izgubili smo kontakt sa stranim kupcima i tržištem (što znači da ne znamo šta da proizvodimo ili kome to da prodamo) i bili svedoci odlaska naše kvalifikovane radne snage ili njenog prelaska u druge sektore. U međuvremenu, Srbija spaljuje veliki deo vrednog šumskog drveta za grejanje i izvozi još jedan veliki deo u zemlje koje koriste prirodne resurse Srbije da naprave finalne proizvode, i pri tome otvaraju nova radna mesta za svoje radnike.

Jedan od najvećih izazova sa kojima se suočava sektor dolazi iz inostranstva. Kao što je poznato, Srbiju su nedavno „otkrile" strane maloprodaje koje rade na otvaranju objekata u Srbiji. Ako one samo otvaraju prodavnice u Srbiji a ne vrše nabavku lokalno, uzimaće tržišni udeo prodavnica lokalnih proizvođača. Za mene, opcije su ili da se unaprede lokalne prodavnice kako bi se takmičile sa stranim gigantima (što će biti teško), poveća izvoz kako bi se kompenzovao gubitak dela lokalnog tržišta, ili im se pridruži (što znači postati dobavljač strane maloprodaje koja je prisutna u Srbiji). Izazovi sa kojima se suočavaju srpski proizvođači samo će se intenzivirati u narednim godinama.

Koje mere ste predložili za unapređenje proizvodnje nameštaja od drveta u ovoj grani?

Proizvođači treba da rade zajedno na unapređenju efikasnosti. Srpski proizvođači se takmiče između sebe, ali bi trebalo da sarađuju kada postoji „opšte dobro", umesto da svi kupuju iste, skupe, specijalizovane mašine i koriste ih samo nekoliko sati nedeljno.



Proizvođači treba da ciljaju na određena strana tržišta. Moraju da počnu da putuju, da posete strane prodavnice, razumeju tržišta i naprave proizvode za koje veruju da mogu da se prodaju na tim tržištima. Različiti su ukusi, stilovi, veličine, boje, kvalitet i proporcije koje se traže van granica Srbije.

Unaprediti sposobnost upravljanja. Dug je spisak stvari koje treba poboljšati kod ljudi koji upravljaju firmama, uključujući znanje stranih jezika, komunikacije, pregovaranja, fiskalnog upravljanja, marketinga, razvoja proizvoda, kontrolu inventara, ljudske resurse, nabavku sirovine, tok proizvodnje, organizaciju i bezbednost u fabrici, kontrolu kvaliteta, tehničko znanje, poznavanje stranih tržišta itd.

Učestvovati u novembru na Beogradskom sajmu nameštaja i na sajmovima na ciljnim tržištima. Kao što je pomenuto, potrebe stranih poslovnih kupaca su znatno drugačije i treba ih dobro sagledati i prilagoditi im se.

Da li domaći proizvođači nameštaja mogu da se takmiče na svetskom tržištu i na koji način treba da unaprede proizvodnju kako bi bili konkurentni na tom tržištu?

Zapravo postoji jedan broj srpskih proizvođača koji ostvaruju značajne izvozne poslove. To su uglavnom visokospecijalizovana preduzeća. Najbolje fabrike koje sam posetio u Srbiji nisu samo najbolje u Srbiji, to je svetska klasa i dragulj bilo gde u svetu. Verujem u specijalizaciju, efikasnost i dostizanje najvišeg nivoa u određenoj aktivnosti. Pravi pristup ima proizvođač koji mi je jednom rekao– „Imam ograničenu količinu bukovog drveta i moj je jedini cilj da ga preradim tako da mogu da prodam svaki kubni metar moje ograničene količine drveta za najvišu moguću cenu.

S druge strane, toliko puta sam sreo vlasnike koji voze najnoviji BMW, ali nemaju dovoljno novca za kupovinu sirovina ili da obezbede bezbedne i efikasne uslove za radnike.

Kako ocenjujete potencijal koji Srbija ima u razvoju nameštaja od drveta?

Kao što verovatno znate, Kina je postala „svetski fabrika nameštaja" tokom protekle decenije ili dve.Vremenom su elementi koji su omogućili Kini da osvoji globalni posao isparili. Plate radnika su porasle i više su nego u Srbiji, kurs valuta je promenjen tako da oni kupci koji kupuju u evrima, žele da kupuju u Evropi. I biznis je postao tako nepredvidljiv da maloprodajama trebaju dobavljači bliže prodavnicama, a ne na drugoj strani sveta. Evropskim kupcima trebaju evropski dobavljači. Moramo svoje kompanije da pripremimo i zatim obavestimo kupce o našim mogućnostima.

Šta predlažete da Vlada uradi da pomogne razvoj industrije nameštaja u Srbiji?

Nekadašnji nacionalni fokus na podršku ovoj industriji je nestao. Ne podržavamo sektor drveta, opredeljujemo dragocenu sirovinu bez obzira na to koliko može da koristi srpskom društvu, ne obučavamo đake da uspešno rade u ovom sektoru. Naša industrija nameštaja i proizvoda od drveta treba da bude održiva jer za razliku od drugih - imamo drvo! Prošle godine, svaki kubni metar drveta koji je sakupljen, obrađen i izvezen na kraju je imao prosečnu vrednost od 275 američkih dolara, što je 2,5 puta manje od na primer Hrvatske, jer oni obrađuju svoje drvo u gotove proizvode za koje u izvozu dobijaju višu cenu od naših.

Da bismo dali upečatljiviji primer, u 2015. godini, 145.000 kubnih metara pretežno bukve je izvezeno iz Srbije u ukupnoj vrednosti od 45,3 miliona evra. Da je to drvo bilo obrađeno u Srbiji, a zatim izvezeno kao npr. gotove trpezarijske stolice, vrednost bi bila oko 265 miliona evra (skoro 6 puta više) i 5.000 novih radnih mesta bi bilo stvoreno u Srbiji.

Ova industrija treba pokrovitelja. Treba joj mesto u vladi u okviru jednog od ministarstava. Potrebno je da se identifikuje kao strateška industrija, da se podrži i neguje bez izuzetka ili izgovora. Treba joj zakonodavna podrška, opredeljivanje dovoljnih sirovina, pomoć u marketingu, škole moraju da obučavaju KVALIFIKOVANE radnike koji su nam potrebni itd.

Zbog toga što je zapošljavanje toliko presudno pitanje za lokalne zajednice i zato što je koncept oživljavanja industrije nameštaja od drveta u Srbiji smislen, 46 gradonačelnika i predsednika opština su se složili, zajedno sa Privrednom komorom Srbije i Razvojnom agencijom Srbije, da rade zajedno na promenama neophodnim da bi se popravila situacija. Sada, sa Akcionim planom u rukama, treba samo zasukati rukave i dati se na posao... proizvodnje nameštaja, privrednog rasta i zapošljavanja Srbije.

ZAJEDNIČKI BREND LOKALNIH PROIZVOĐAČA

planinski doručak
Zlatibor • Tara • Zlatar

Snežana Milisavljević,
menadžer Regionalne razvojne agencije Zlatibor

Više od 25 proizvođača, 15 turističko-ugostiteljskih objekata i pet lokalnih turističkih organizacija uključeno je u razvijanje koncepta „Planinski doručak". Cilj nam je da okupimo lokalne proizvođače i promovišemo gastronomski brend

Tokom 2015. godine USAID Projekat održivog lokalnog razvoja podržao je Regionalnu razvojnu agenciju Zlatibor i u okviru projekta osmišljen je regionalni gastronomski brend "Planinski doručak". Koliko je lokalnih proizvođača hrane uključeno?

Regija koja pokriva deo Zapadne Srbije, oivičena opštinama Užice, Čajetina, Nova Varoš, Prijepolje i Priboj, sa Zlatiborom kao turističkim centrom, nesumnjivo je najposećenija vangradska destinacija u Srbiji. U 2014. godini, u turističkoj regiji Zapadna Srbija registrovano je 654.463 noćenja i 172.004 dolazaka, od kojih se 17,5 odsto odnosi na strane turiste. I gastronomija se sama nametnula kao prepoznatljiv element turističke ponude. Iako postoje mali autentični proizvođači, koji nude kvalitet, problem je što nemaju kontinuitet u proizvodnji, odnosno garantovane količine proizvoda da bi se uključili u sektor industrije hrane. Dodatno ograničenje je i odsustvo proizvodnje u skladu sa pozitivnim zakonskim propisima kroz registrovana domaćinstva i sanitarno prihvatljivu tehnologiju. Smatrali smo da je najbolji način da lokalne proizvode uvedemo u turističku ponudu i da ih ,,obradimo'' kroz autentične obroke „Planinski doručak" koji sadrži sastojke sa ove teritorije (zlatiborske, užičke, pribojske, prijepoljske i zlatarske specijalitete). Cilj nam je bio da okupimo lokalne proizvode oko žiga garancije kvaliteta ,,Planinski doručak'' i napravimo meni koji će zainteresovati domaće i strane goste. Više od 25 proizvođača, 15 turističko-ugostiteljskih objekata i pet lokalnih turističkih organizacija uključeno je u proces razvijanja koncepta ,,Planinski doručak''.

Kakvi su rezultati do sada i da li ste ostvarili cilj?

U Zavodu za zaštitu intelektualne svojine, registrovan je žig garancije kvaliteta ,,Planinski doručak - Zlatibor, Zlatar, Tara". Turističko-ugostiteljski objekti visokih standarda i reputacije imaju u ponudi "Planinski doručak". Lokalni proizvođači su tako dobili kanal promocije u hotelima i restoranima na jednostavan način, uz niže troškove došli su do ciljne grupe, a to su turisti. Podržali smo otvaranje specijalizovane prodavnice lokalnih proizvoda na Zlataru. Koncept proizvoda smo promovisali na domaćim i međunarodnim sajmovima (sajmovi turizma u Beogradu, Moskvi), „Slow food" sajmovima u Štutgartu i Tirani, EXPO u Milanu kao i na drugim turističkim manifestacijama u zemlji i regionu. Regionalna razvojna agencija Zlatibor je za koncept ,,Planinskog doručka'' dobila ,,Turistički cvet" od Turističke organizacije Srbije za podizanje kvaliteta turističkih usluga.

Šta planirate ubuduće da uradite na promociji regionalnog brenda?

Regionalna razvojna agencija Zlatibor je uspostavila strateško partnerstvo sa "Slow food" pokretom, koji na svetskom nivou promoviše koncept proizvodnje i distribucije, pre svega, malih proizvođača hrane koji pripremaju manje količine, uvažavajući tradicionalni pristup u proizvodnji. Planiramo prisustvo naših proizvođača i na svetskoj izložbi ,,Salone del Gusto'' krajem septembra u Torinu. Radimo na tome da se proizvodi nosioci žiga garancije kvaliteta ,,Planinski doručak" nađu na policama specijalizovanih prodavnica u kojima se prodaje kvalitetna i tradicionalno pripremljena hrana.

Koji su najveći problemi lokalnih proizvođača hrane?

Za proizvođače sa kojima smo sarađivali tokom realizacije projekta, ključni problem je marketinška neaktivnost. Oni imaju dobar i kvalitetan proizvod, ali zbog nedovoljno finansija za promociju, nedostatka vizuelnog identiteta i nastupa pod određenim brendom, nemaju dobru prodaju i poziciju na turističkom tržištu. Još uvek nemamo zakonska akta koja bi olakšala distribuciju proizvoda sa poljoprivrednih gazdinstava na šire tržište Srbije.

Koliko na vašoj teritoriji ima malih i srednjih preduzeća i koje su najviše zastupljene delatnosti?

U našem regionu trenutno posluje oko 2.800 preduzeća i više od 10.000 preduzetničkih radnji. Glavne delatnosti u privrednoj strukturi regiona Užice su prerađivačka industrija, poljoprivreda, šumarstvo, građevinarstvo, trgovina i saobraćaj.

Kako ste zadovoljni rezultatima i saradnjom sa timom u okviru Projekta održivog lokalnog razvoja?

Velika otvorenost i podrška tima Projekta održivog lokalnog ekonomskog razvoja doprinele su održivim rezultatima i aktivnosti se nastavljaju i po završetku projekta.
U prvoj fazi projekta urađena je analiza ponude i tražnje lokalnih proizvoda u turističkom sektoru sa predstavnicima proizvođača sa jedne i turistima i predstavnicima HoReCa sektora sa druge strane. Imajući u vidu predložene mere i Akcioni plan za naredne četiri godine, druga faza projekta predvidela je realizaciju aktivnosti na brendiranju lokalnih proizvoda i specijalizaciji gastronomske ponude. Ipak, promocija je ključna karika za uspeh na tržištu. U saradnji sa srednjom Turističko-ugostiteljskom školom iz Čajetine, održane su prve orijentacione radionice na kojima su identifikovani: lokalni proizvodi, postojeća praksa i potencijal za njihovu razradu. Polazna osnova za teme kojima smo se bavili bili su lokalni proizvodi i njihova dostupnost, stare recepture, postojeći meniji sa lokalnim jelima. Projekat je omogućio dizajn i štampu menija u kojem je prezentovan doručak karakterističan za svaku od navedenih opština.

Koji su aktuelni programi pomoći namenjeni preduzetnicima?

U okviru državnog programa Godina preduzetništva trenutno je aktuelno više od 25 programa podrške daljem razvoju malih i srednjih preduzeća. Takođe je aktuelan program internacionalizacije, mentoringa i otvorene su sve kreditne linije Fonda za razvoj Republike Srbije. Ministarstvo privrede realizuje program za nabavku opreme, a posebno se vodi računa i o udruženjima, klasterima i zadrugama koji mogu konkurisati za finansijska sredstva kroz različite programe. Regionalna razvojna agencija Zlatibor organizuje besplatne obuke i treninge za započinjanje sopstvenog posla i u 2016. godini već je 50 polaznika uspešno završilo obuku. I očekujemo da se nastavi podrška preduzetnicima koji su počeli sopstveni biznis. Dokazano je da su prve tri godine ključne za njihovo ,,preživljavanje'', pa se nadamo da neophodna podrška nadležnih institucija neće izostati i u narednim godinama. Veoma je značajan projekat koji je pokrenuo USAID „Podrška razvoju privatnog sektora u Južnoj i Jugozapadnoj Srbiji" kojim se nastavlja podrška izvozu i jačanju konkurentnosti MSP (podrška nastupu na inostranim sajmovima, redizajnu vizuelnog identiteta i savetodavna podrška). Značajno je pomenuti da RRA Zlatibor u saradnji sa USAID, Razvojnom agencijom Srbije (RAS) i još tri regionalne agencije u Kraljevu, Leskovcu i Novom Pazaru realizuje ovaj projekat, i to u cilju unapređenja razvoja sektora malih i srednjih preduzeća i preduzetništva, povećanja prodaje, izvoza i otvaranja novih radnih mesta.

— ŽELIMO KVALITET PO EVROPSKIM STANDARDIMA

Esad Hodžić,
direktor Regionalnog centra za razvoj poljoprivrede u Sjenici

Na teritoriji koju obuhvata Regionalni centar ima oko 10.000 registrovanih poljoprivrednih gazdinstava i 72 registrovana prerađivača mleka i mesa. Laboratorija raspolaže najsavremenijim aparatima i opremom za kontrolu kvaliteta mleka i mlečnih proizvoda, mesa i mesnih prerađevina, po zahtevima i standardima Evropske unije

Kad je Regionalni centar za razvoj poljoprivrede osnovan i koja je vaša uloga u razvoju poljoprivrede sandžačkog kraja?

Skupština opštine Sjenica osnovala je 2011. godine Regionalni centar za razvoj poljoprivrede i sela. Dve godine kasnije, Regionalnom centru priključile su se Skupština grada Novi Pazar i Skupština opštine Tutin.
Osnovna delatnost Centra je istraživanje i razvoj poljoprivrede, kao i pružanje savetodavne i tehničke podrške poljoprivrednim gazdinstvima, poljoprivrednim udruženjima i klasterima. Naša vizija je da postanemo prepoznatljiv lider i pouzdan partner primarnim proizvođačima i prerađivačima sa ulogom koordinatora i promotera sandžačkog regiona. I to u proizvodnji kvalitetne hrane, uz održivo poslovanje pružanjem usluga. Naš cilj je da se poboljša bezbednost hrane i stvore konkurentna poljoprivredna preduzeća diseminacijom znanja o unapređenoj poljoprivrednoj tehnologiji. Veoma je važno da istaknem da želimo da unapredimo sposobnosti proizvođača da proizvode kvalitetne i ispravne i bezbedne proizvode i da pružanjem tržišno konkurentnih laboratorijskih i stručnih usluga nadmašimo očekivanja u pogledu kvaliteta i isplativosti. Takođe, radimo na širenju i diversifikaciji agro-prehrambene industrije u oblasti Sandžaka i podstičemo stočare da razvijaju gazdinstva u cilju komercijalno isplativog poslovanja.

Da li imate institucionalnu podršku?

Međunarodne institucije i agencije dale su nesebičan doprinos u izgradnji objekta i opremanja Centra, kao što su Evropski progres, Češka razvojna agencija, Kancelarija za održivi razvoj nedovoljno razvijenih područja, USAID i Sandžačka razvojna agencija (SEDA). Dakle, opšti cilj Regionalnog centra je da pomogne poljoprivrednim proizvođačima i poljoprivrednim preduzećima da proizvode kvalitetne i ispravne proizvode. Veoma smo zadovoljni saradnjom sa USAID-om u okviru Projekta održivog lokalnog razvoja, pre svega, jer su obezbedili zaposlenima u Centru neophodne ISO standarde, konsultante za ISO 17025:2006 i etaloniranje laboratorijske opreme. USAID je prepoznao potencijal za razvoj poljoprivrede na pešterskom području i dao svoj doprinos u razvoju stočarstva i zahvalni smo na tome.
Ovakvi projekti su važni zato što podižu nivo svesti, obezbeđuju informacije i omogućavaju razvoj društva. U odnosu na početak rada Centra, 2011. godine, ostvarili smo značajni napredak i smatram da smo na dobrom putu ka dostizanju evropskih standarda, što će doprineti razvoju regiona.

Koliko poljoprivrednika koristi usluge Centra i koje usluge pružate?

Na teritoriji koju obuhvata Regionalni centar ima oko 10.000 registrovanih poljoprivrednih gazdinstava i 72 registrovana prerađivača mleka i mesa. Do danas smo uspostavili saradnju sa devet mlekara i njihovim kooperantima, odnosno proizvođačima. Prerađivači mleka u našoj laboratoriji kontrolišu kvalitet ulaznog mleka, od čega im je posebno važno da li to mleko sadrži dodatu vodu ili povećan broj somatskih ćelija, što direktno utiče na kvalitet proizvoda. Sa druge strane, proizvođačima mleka je bitan sadržaj proteina, što govori o kvalitetu i pravilnom načinu ishrane krava, posebno zimi.

Koje se sve analize kvaliteta hrane mogu raditi u vašoj laboratoriji?

Laboratorija raspolaže najsavremenijim aparatima i opremom za kontrolu kvaliteta mleka i mlečnih proizvoda, mesa i mesnih prerađevina po zahtevima i standardima Evropske unije. U laboratoriji se rade brze, standardne i referentne metode. Za brze metode specifičan je aparat "Bentley" koji analizira 150 uzoraka mleka po satu. Istovremeno određuje šest parametara hemije mleka, kao što su mast, protein, laktoza, suva materija, tačka mržnjenja mleka i broj somatskih ćelija. Referentne metode nam služe za dokazivanje ispravnosti i validnosti naših rezultata.

NAJVEĆI PROBLEM POLJOPRIVREDNIKA U SANDŽAČKOM KRAJU JE UDALJENOST TRŽIŠTA, LOŠA INFRASTRUKTURA NA SELU I NEDOVOLJNA INFORMISANOST. TRENUTNO, PROBLEM JE NISKA OTKUPNA CENA MLEKA NA TRŽIŠTU. POREDTOGA, PRERAĐIVAČI IMAJU MALE KAPACITETE I NISU DOVOLJNO TEHNIČKI OPREMLJENI I ZBOG TOGA JE ASORTIMAN NJIHOVIH PROIZVODA MALI

Pre nekoliko godina imali smo u Srbiji aferu „aflatoksin u mleku“, da li su zbog toga u vašem kraju pooštrene mere kontrole kvaliteta mleka?

Imajući u vidu način ishrane goveda na našem području, nije bilo pojave aflatoksina u mleku. Ishrana goveda podrazumeva pašu, seno i silažu od trava, i zbog toga, kao i zbog nadmorske visine, ne očekujemo da se pojavi aflatoksin u mleku.

Da li nedostaju neki standardi u pogledu kvaliteta mleka i mesa u Srbiji u odnosu na standarde u EU?

Država ide u korak sa evropskim standardima, kao i proizvođači i prerađivači mleka i mesa iz Srbije.

Očekujte li bolji plasman hrane iz vašeg kraja u narednom periodu?

Dobijanjem akreditacije od strane akreditacionog tela Srbije bićemo u mogućnosti da zvanično potvrdimo kvalitet proizvoda sa ovog područja, što je i osnovni uslov za bolji plasman proizvoda na domaćem i stranom tržištu. Zaštita geografskog porekla jeste prvi korak prilikom plasmana, u kategoriji delikatesa. Sjenički proizvodi, sjenički kravlji sir, ovčiji sir i jagnjetina imaju zaštićeno ime geografskog porekla, dok su sudžuk i stelja u procesu zaštite geografskog porekla. Laboratorijskim analizama potvrđujemo kvalitet ovih delikatesa.

Kako domaći proizvođači mogu postati konkurentni na stranom tržištu?

Najbolji način da domaći proizvođači i prerađivači opstanu na konkurentnom tržištu jeste održavanje kvaliteta i sertifikacija proizvoda.

Šta su najveći problemi poljoprivrednika u vašem kraju?

Najveći problem je udaljenost tržišta, loša infrastruktura na selu (put, voda, struja) i nedovoljna informisanost. Trenutno je problem niska otkupna cena mleka na tržištu. Takođe i nemogućnost proizvođača da proizvode sir u pakovanjima manjim od pet kilograma, što je u skladu sa zahtevima i trendovima na tržištu. Osim toga, prerađivači generalno imaju male kapacitete i nisu dovoljno tehnički opremljeni i zbog toga imaju mali broj proizvoda. Marketing naših proizvoda je na dosta niskom nivou tako da treba posebno posvetiti pažnju promociji i razvoju promocije i marketinga.

Da li država ima dovoljno kapaciteta da pomogne poljoprivrednicima?

Pored dobre volje, država nema dovoljno kapaciteta da pruža pomoć poljoprivrednim proizvođačima. Poljoprivredni budžet stagnira, a problemi naših proizvođača iz godine u godinu rastu.

NOVA OPREMA ZA ISPITIVANJE OSTATAKA PESTICIDA

Laura Oblaković Hazi,
inženjer tehnologije, specijalista sanitarne hemije u Zavodu za javno zdravlje Subotica

Uz podršku Projekta održivog lokalnog razvoja dobili smo novu savremenu opremu u Laboratoriji, koja omogućava kvalitativna i kvantitativna određivanja ostataka više stotina vrsta pesticida u hrani

U okviru Projekta održivog lokalnog razvoja Zavod za javno zdravlje u Subotici je dobio novu opremu za Laboratoriju. Šta ispitujete u Laboratoriji?

Osnivač Zavoda za javno zdravlje Subotica je Vlada Autonomne Pokrajine Vojvodine. U okviru Projekta održivog lokalnog razvoja, koji je finansiran iz donacije USAID, u periodu od 2013. do 2016. godine Laboratorija za hromatografska ispitivanja dobila je novu savremenu opremu, gasni hromatograf sa masenim detektorom. Ova konfiguracija opreme omogućava kvalitativna i kvantitativna određivanja ostataka više stotina vrsta pesticida, uz kompjutersku obradu rezultata ispitivanja i formiranje trajnih zapisa. Oprema sa pripadajućim potrošnim materijalom i materijalom za pripremu uzoraka za gasno-masena određivanja dostavljena je 2014. godine. Inženjeri u Laboratoriji su radili na postupku verifikacije i proširivanju obima akreditacije za standardnu metodu ispitivanja ostataka pesticida u hrani biljnog porekla. U junu 2015. godine metoda je akreditovana od strane nacionalnog Akreditacionog tela Srbije (ATS), za kvantitativno određivanje ostataka 43 različita pesticida u hrani biljnog porekla.

Kako ocenjujete kvalitet poljoprivrednih proizvoda na osnovu ispitanih uzoraka u Laboratoriji, imajući u vidu različite vrste pesticida koje proizvođači koriste?

U periodu od maja 2015. do juna 2016. godine, odnosno u periodu pružanja akreditovane usluge svojim korisnicima, u Laboratoriji smo utvrdili da u proizvodima iz organske proizvodnje nije detektovano prisustvo ostataka pesticida. To znači da je kvalitet odgovarajući sa aspekta ispitivanja ostataka sredstava za zaštitu bilja. U proizvodima iz konvencionalne primarne poljoprivredne proizvodnje, kod ponekih su pronađeni ostaci pesticida, naročito u uzorcima iz plastenika. Dobijeni rezultati ispitivanja su bili u granicama maksimalno dozvoljene koncentracije za tu vrstu proizvoda. To znači da je kvalitet odgovarajući sa aspekta ispitivanja ostataka sredstava za zaštitu bilja i da odgovara važećim propisima.

Da li nedostaju neki standardi u pogledu kvaliteta voća, povrća i žitarica u Srbiji u odnosu na standarde u EU?

Važeću regulativu iz oblasti ispitivanja ostataka pesticida predstavlja Pravilnik o maksimalno dozvoljenim količinama ostataka sredstava za zaštitu bilja u hrani i hrani za životinje, koji se primenjuje od 21. marta 2014. godine. Zahtevi koji se nalaze u Pravilniku usklađeni su sa Uredbom Evropskog parlamenta i Saveta EC.
Uvođenjem standardne metode ispitivanja ostataka pesticida Laboratorija je obezbedila mogućnost kvantitativnog određivanja većeg broja različitih grupa pesticida u sirovinama i prerađenoj hrani biljnog porekla. U prethodnom periodu na postojećoj opremi Laboratorija je vršila kvantitativno ispitivanje ostataka samo organohlornih pesticida. I sa doniranom opremom proširili smo obim kvantitativnog ispitivanja. Time je Laboratorija proširila spisak usluga ka postojećim i potencijalnim korisnicima, uz kvalitetnije, tačnije i pouzdanije rezultate ispitivanja.

Zašto su ovakvi projekti važni i kako ste zadovoljni postignutim rezultatima?

Cilj Laboratorije je da i dalje proširuje obim ispitivanja, odnosno vrstu i broj ostataka pesticida u hrani biljnog porekla, kao i da proširi obim ispitivanja na drugi tip uzoraka, odnosno na hranu

LABORATORIJA JE PROŠIRILA SPISAK USLUGA KA POSTOJEĆIM I POTENCIJALNIM KORISNICIMA, UZ KVALITETNIJE, TAČNIJE I POUZDANIJE REZULTATE ISPITIVANJA

životinjskog porekla i uzorke iz životne sredine. Donirana oprema pruža mogućnost skrininga ostataka sredstava za zaštitu bilja u ispitivanim uzorcima, što je naročito značajno za ispitivanje uzoraka iz organske proizvodnje. Takođe, oprema predstavlja savremenu analitičku tehniku za ispitivanje ostataka pesticida u hrani, hrani za životinje i uzorcima životne sredine. I savremena tehnika Laboratoriji pruža mogućnost da ispita uzorke na adekvatan način na zahteve korisnika, kao i da u oblasti ispitivanja rezidua pesticida postigne sve strože limite detekcije i kvantifikacije. Pomoć Laboratoriji preko aktivnosti USAID-a u okviru Projekta održivog lokalnog razvoja je veoma značajna, jer je doprinela da se Laboratorija opremi savremenom analitičkom opremom. Samim tim i da odgovori na adekvatan način zahtevima korisnika usluga u smislu tehnike ispitivanja ostataka pesticida. Pored toga, praćenjem savremenih trendova u analitici hrane i uzoraka životne sredine, Laboratorija može da prati sve strože zahteve zakonske regulative. Takođe, može da pruži odgovarajuću informaciju o kvalitetu poljoprivrednih sirovina i gotovih proizvoda sa aspekta sadržaja ostataka pesticida i zdravstvene bezbednosti.

VISOKE TEHNOLOGIJE NUDE BROJNE MOGUĆNOSTI

Goran Mladenović,
Menadžer Niškog klastera naprednih tehnologija

Danas, više nego ikad u istoriji, mladi ljudi mogu da urade sjajne stvari u svom životu. Znanje je dostupno, a komunikacija olakšana preko interneta i samo od volje pojedinca zavisi koliko će uspeti u životu

Koje su vaše aktivnosti u pogledu razvoja savremenih tehnologija?

IT sektor i napredne tehnologije omogućavaju mladim ljudima da ostanu u svom gradu, budu neprekidno u kontaktu sa svetom, rade sjajne i kreativne poslove, dobro zarađuju i svojim uspehom doprinose razvoju svoje zajednice. Projekat održivog lokalnog razvoja je to prepoznao i direktno i indirektno podržao aktivnosti koje je niški klaster naprednih tehnologija imao u planu. Aktivnosti su: nefomalno obrazovanje u IT oblasti, približavanje nauke i privrede i bolje pozicioniranje Niša na svetskoj IT mapi. Kod svih, od šefa projekta do kolega koji su na operativnom i administrativnom nivou bili uključeni, osećao se partnerski odnos i iskrena želja da se razume problem i da se nađu kvalitetna rešenja.

Šta je cilj IKT Klaster akademije, koja je osnovana u aprilu 2014. godine?

Osnivanje prve IKT Klaster akademije je bio važan impuls u lobiranju i promovisanju mogućnosti koje visoke tehnologije pružaju Srbiji. Cilj Akademije je da premosti jaz između obrazovanja i realnih potreba privrede i na taj način pomogne mladim ljudima da uđu u svet koji im pruža velike mogućnosti. Sama poruka Akademije "Tvoja karijera u tvojim rukama" na najbolji način odslikava smisao naše edukacije. Interesovanje je bilo veliko, više od 120 kandidata se javilo za Akademiju. Rad je bio vrlo intenzivan, pet meseci obuke i tri meseca prakse. Konačno, od 22 kandidata, 18 je dobilo ponude za posao, a 16 njih je već do kraja Akademije dobilo radno angažovanje. Klaster akademiju podržale su institucije: Elektronski fakultet, Visoka tehnička škola i Nacionalna služba za zapošljavanje, a klaster se nalazi i u akcionom planu Grada Niša 2020. Ono što je Akademiju učinilo uspešnom jeste čunjenica da je celokupni program pravljen po potrebama kompanija, pa je njihovo aktivno učešće u svim fazama bilo ključno.

Kako izgleda program obuke?

Visokotehnološka industrija napreduje i menja se velikom brzinom, a kompanije, kako bi opstale na tržištu, moraju da prate poslednje trendove. Program je obuhvatao obuku dva profila, "software developer" i "embedded specialist" jer je istraživanje pokazalo da su to bila dva najtraženija profila u firmama klastera. Treba istaći da u Nišu od 170 visokotehnoloških kompanija oko 100 radi u IT sektoru a 70 u oblastima optoelektronike, elektromedicine, naprednog mašinstva i automatike, pa je posebno drugi profil bio zanimljiv. Zbog vrlo rigoroznog procesa selekcije koji je uključivao tehničku analizu kandidata, obavezu da se prisustvuje predavanjima, tri meseca prakse u firmama, polaznici su bili veoma motivisani i angažovani od samog početka Akademije.

IT sektor je velika šansa Niša i Srbije i često se navodi da IT stručnjaci odlaze u inostranstvo i da nedostaje stručnog kadra, šta biste promenili u obrazovanju i našem školstvu?

Grad Niš sa više od 170 kompanija u oblasti visokih tehnologija postaje ozbiljan centar. Važno je naglasiti da u Nišu postoje svetski poznate firme iz oblasti optoelektronike, elektromedicine, automatike i elektronike i naprednog mašinstva, kao i brojne uspešne IT firme. Prvi Forum naprednih tehnologija, održan 2015. godine, okupio je više od 60 izlagača i imao je više od 7.000 posetilaca. Ono što je najvažnije jeste da postoje sinergija i zajednička vizija za Niš. Kako bismo to ostvarili, potrebno je više programa prekvalifikacija i dokvalifikacija, intenzivnija saradnja i komunikacija sa obrazovnim ustanovama, obuke iz preduzetništva i promocija dobrih praksi. Brojne medalje sa svetskih matematičkih i programerskih olimpijada pokazuju da potencijala ima, modele znamo. Potrebno je da naša država prepozna ono što su druge već učinile i profitira od toga. Programiranje i predmeti koji su mu bliski moraju da se izučavaju još u osnovnoj

školi, a onda moraju da budu integrisani i u programe srednjih škola. Fakulteti moraju da imaju partnerski odnos sa privredom. Dakle, suština je motivisati briljantne umove i dati im šansu da iz Srbije grade uspešne biznise. Uspešnih primera već ima dovoljno, neke od firmi u klasteru su najbolje na svetu u oblastima u kojima rade.

Kakva je uloga visokih tehnologija u ekonomiji?

IT je pokretač i najdinamičniji deo sadašnje ekonomije. Ali važno je da ljudi shvate da visoke tehnologije treba da poboljšaju živote ljudi. Kad pričamo o novim firmama u visokim tehnologijama, zapravo pričamo o novim radnim mestima za ekonomiste, dizajnere, ljude iz različitih domena čije probleme rešava jedno softversko rešenje. IT klasteri Srbije su primer odlične saradnje i sinergetskog delovanja. Jedino otvoreni za saradnju sveobuhvatno možemo graditi održiva rešanja i za lokalne i za regionalne ekonomije, a naša industrija treba da ima višestruku ulogu.
Da li su mladi zainteresovani za pokretanje biznisa u IT sektoru? Danas, više nego ikad u istoriji, mladi ljudi mogu da urade sjajne stvari u svom životu. Znanje je dostupno, a komunikacija olakšana preko interneta i samo od volje pojedinca zavisi koliko će uspeti u svom životu. Važno je menjati svest mladih ljudi. Trudimo se da podignemo svest o mogućnostima, organizovanjem

IT SEKTOR I NAPREDNE TEHNOLOGIJE OMOGUĆAVAJU MLADIM LJUDIMA DA OSTANU U SVOM GRADU, BUDU NEPREKIDNO U KONTAKTU SA SVETOM, RADE SJAJNE I KREATIVNE POSLOVE, DOBRO ZARAĐUJU I SVOJIM USPEHOM DOPRINOSE RAZVOJU SVOJE ZAJEDNICE

brojnih konferencija i inspirativnih predavanja. Najvažnija misija moje generacije je da damo dovoljno dobar razlog najboljim mladim ljudima da ovde grade karijere i žive uspešan i ispunjen život. Podrška Projekta održivog lokalnog razvoja bila nam je veoma značajna, a sigurni smo da ćemo u partnerstvu sa USAID i ambasadom Amerike uskoro moći da realizujemo nove pionirske projekte koji će imati značajan efekat na razvoj Srbije.

OBUKE U IT SEKTORU ZA BRŽE ZAPOSLENJE

Milan Šolaja,
CEO, ICT Cluster, Novi Sad

IKT Klaster akademija je pokrenuta kao odgovor na veliku tražnju za kadrovima u IT sektoru. Akademije ne bi bilo da USAID Projekat održivog lokalnog razvoja nije prepoznao potencijal i mogućnosti koje su nam se pružale

Kako ocenjujete saradnju u okviru Projekta održivog lokalnog razvoja?

Vojvođanski IKT klaster je za kratko vreme od osnivanja 2010. godine bio uključen u veliki broj projekata i u saradnju sa brojnim domaćim i stranim organizacijama. Saradnja sa USAID i Projektom za održivi lokalni razvoj se izdvaja i karakteristična je po neposrednom odnosu ljudi iz Projekta sa nama kao korisnicima, odličnoj komunikaciji i fokusiranosti na zadatke. Nije bilo „praznog hoda" niti gubljenja vremena koji su, nažalost, često sastavni deo saradnje sa drugim organizacijama. To je umnogome doprinelo efikasnosti i izvršavanju aktivnosti i ukupnom uspehu zajedničkog projekta.

Šta želite da postignete, koji je cilj klastera?

Klaster je ovim projektom prvenstveno imao nameru da dokaže koncept edukacije koja uključuje intenzivnu saradnju sa kompanijama i uspeva da obezbedi „upotrebljive" mlade kadrove za kompanije. IKT Klaster akademija je pokrenuta kao odgovor na veliku tražnju za kadrovima u IT sektoru, sa namerom da ponudi alternativne načine za smanjenje ovog problema. Program rada Akademije je bio podeljen u četiri oblasti (baze podataka, Java, Web programiranje i C#). Kasnije smo, koristeći iskustva ovog projekta, program unapredili u skladu sa naučenim lekcijama i kroz usklađivanje sa kompanijama. Tako da danas imamo spreman koncept za nove generacije. Moram da istaknem da projekta IKT Klaster akademija ne bi bilo da USAID Projekat održivog lokalnog razvoja nije prepoznao potencijal i mogućnosti koje su nam se pružale. Kroz ovu saradnju smo uspeli da skrenemo pažnju na moguće pravce razvoja u obrazovanju za IT i postavimo presedan koji je danas i te kako prisutan u razgovorima na ovu temu u Srbiji.

Koliko je mladih ljudi pohađalo edukaciju i koliko se zaposlilo nakon obuke?

U dosadašnjem radu najvažnije je što smo dokazali da koncept neformalnog obrazovanja u IT sektoru daje rezultate. Obuku je prošlo 40 ljudi, od kojih je većina (više od 70 odsto) dobila zaposlenje još tokom trajanja projekta. Takođe, potvrđena su i naša predviđanja da će ključni element uspeha biti upravo uključenje kompanija koje su u projektu otvorile vrata za praksu u realnim uslovima poslovanja, što je bilo od ogromne vrednosti za sticanje veština polaznika. Na kraju smo pokazali da su troškovi projekta mnogo manji od količine prihoda koji se generišu i slivaju u državni budžet kroz poreze i doprinose na plate novozaposlenih radnika. Ali i pored toga, nismo uspeli da ubedimo državne organe da finansiraju naredne generacije. Krajem juna 2016. dobili smo najave iz Ministarstva prosvete da bi moglo biti nekih novosti, ali za sada još uvek čekamo poziv za razgovor.

Koje veštine mladi mogu da steknu na Akademiji?

Program obuke (u narednim generacijama polaznika) zasnivaće se 60 odsto na Java programskom jeziku, dok će ostatak biti raspodeljen na oblasti koje će polaznicima dati dobru polaznu osnovu za dalje usavršavanje kroz rad. Praksa je obavezna u trajanju od tri nedelje, sa punim radnim vremenom i moguće je obaviti je tokom tri meseca. Sve zavisi od dogovora sa kompanijama, jer različite kompanije imaju različit pristup organizaciji prakse. Polaznici će biti upoznati sa praktičnim radom u kompanijama još za vreme teorijske obuke, a na praksu će ići samo oni polaznici koji se pokazanim znanjem kvalifikuju.

VERUJEM DA ĆE MNOGI OD POLAZNIKA AKADEMIJE POSTATI PREDUZETNICI, JER ĆE NAORUŽANI OSNOVNIM ZNANJEM RADITI U INDUSTRIJI U KOJOJ SU INICIJALNA ULAGANJA RELATIVNO MALA I BRZO ĆE MOĆI DA SE USAVRŠE I ZAPOČNU SOPSTVENI BIZNIS

U Vojvodini su poslednjih godina preduzetnici iz oblasti informacionih tehnologija postigli uspeh na tržištu IT, koliko je preduzeća okupljeno u klasteru?

U klasteru trenutno postoji tridesetak kompanija koje zapošljavaju više od 3.000 stručnjaka, a Novi Sad je zauzeo vodeće mesto u IT industriji u Srbiji. Za dalji napredak sektora, koji se lepo razvio bez ikakve pomoći države, potrebno je imati strateški pristup. Vizija našeg klastera, Digitalna Srbija, podrazumeva napredak informacionih tehnologija u funkciji društva i privrede u celini. Za ostvarenje takve vizije je potrebno raditi na više koloseka paralelno, obrazovanju, poreskoj politici, podsticajima preduzetništvu, promociji izvoza. Vojvođanski IKT klaster ima spreman dokument sa predlozima za pravce delovanja. Ali, verni svojoj misiji da je samo kroz povezivanje svih učesnika u trostrukoj spirali biznis – obrazovanje - državna uprava moguće postići rezultat, još uvek čekamo državnu upravu da na pravi način odgovori na ovu našu inicijativu. Vojvođanski IKT klaster čvrsto stoji na stanovištu da nam je za postizanje ovih ciljeva upravo USAID jedan od najboljih saveznika i računamo na saradnju i podršku i ubuduće.

Ova godina je proglašena za godinu preduzetništva, koliko je mladih ljudi koji dolaze na obuku zainteresovano za pokretanje svog biznisa, da li se raspituju o tome?

Preduzetništvo je veoma prisutno u svesti mladih i uopšte u Srbiji, ali je ovo istovremeno zemlja u kojoj se ni uspeh ne prašta, a kamoli neuspeh. Mnogo je prepreka na putu do razvijenog eko-sistema koji podržava preduzetništvo, kakav mi priželjkujemo. Jedna od prvih mera treba da bude razvoj kulture preduzetništva, neumorno objašnjavanje da nije sramota pasti, već da je sramota ostati dole. Naravno, potrebno je još mnogo toga: pristup kapitalu, infrastrukturna podrška, inkubatori, deljeni prostori za rad, mentorska pomoć, pravne i druge stručne usluge. Mladi koji su dolazili na obuku u Klaster akademiju nisu imali kao primarnu opciju da uđu u preduzetničke vode nakon završetka, jer naš projekat nije koncipiran da ih osposobi za tako nešto, već da stvori mlade kadrove koji će naći posao. Međutim, verujem da će mnogi od ovih ljudi postati preduzetnici, jer će naoružani osnovnim znanjem i radeći u industriji u kojoj su inicijalna ulaganja relativno mala, brzo moći da se usavrše i upuste u preduzetničke vode.

BORIMO SE ZA INTERESE PREDUZETNIKA

Filip Radojičić,
predsednik Udruženja mladih privrednika Srbije (AYES)

USAID je prepoznao značaj omladinskog preduzetništva za razvoj Srbije i pomogao osnivanje našeg Udruženja. Ta pomoć se i kasnije nastavila pružanjem podrške u organizovanju edukativnih aktivnosti i donacijom za opremanje prostora

Koliko je za mlade privrednike u Srbiji značajno da postoje programi podrške kao što je Projekat održivog lokalnog razvoja koji je sproveo USAID?

Veoma je bitno da postoje programi kojima je cilj podrška mladim ljudima koji imaju privatan biznis, jer se na taj način utiče da mladi ostanu u svojoj zemlji. Svaki mladi čovek koji postigne uspeh u privatnom poslu motiviše druge mlade ljude da krenu istim putem. Zato je bitno da postoji što veći broj programa, kako bi što veći broj mladih ljudi krenuo tim putem. Nažalost, trenutno postoji veoma mali broj projekata koji se bave direktnom podrškom mladim privrednicima i nadam se da će ih u budućnosti biti više. USAID i njihov Projekat održivog lokalnog razvoja je prepoznao značaj omladinskog preduzetništva za razvoj Srbije i pomogao osnivanje našeg Udruženja. Ta pomoć se i kasnije nastavila pružanjem podrške u organizovanju edukativnih aktivnosti, kao i nedavno donacijom za opremanje prostora koje će Udruženje koristiti za edukativne aktivnosti.

Na koje probleme privrednici iz vašeg Udruženja ukazuju, da li je nedostatak finansija glavni problem?

Sigurno najveći problem mladim preduzetnicima predstavlja nedostatak osnovnih sredstava za rad, dok onima koji već imaju razvijen posao nedostaje novca za ubrzani razvoj. Pored toga, postoje i drugi problemi sa kojima se mladi privrednici suočavaju. Najpre, mislim na preveliko poresko opterećenje na zaradu, koje iznosi 65 odsto, zatim nedostatak edukativnih aktivnosti namenjenih razvoju poslovanja, nedostatak biznis inkubatora. Takođe je potrebna bolja komunikacija sa institucijama koje mogu da reše određene probleme sa kojima se mladi privrednici suočavaju. Isto tako nedostaje dugotrajna sistemska podrška institucija. Često čujem da mladog čoveka koji razmišlja da pokrene biznis, veliki broj ljudi savetuje da to ne uradi. Moramo stvoriti ambijent u kome će okolina, prijatelji i porodica podržavati mlade ljude da pokušaju da osnuju preduzeće, jer u suprotnom i dalje ćemo imati veliki broj mladih koji su odustali od svoje ideje zbog negativnog uticaja okoline.

Ova godina je proglašena za godinu preduzetništva, kako ocenjujete takvu državnu podršku?

Mislim da je projekat Godina preduzetništva dobra zamisao, jer pruža mogućnost mladim preduzetnicima da pokrenu posao uz pomoć veoma povoljnog "start up" kredita. Postoji veliki broj mladih koji su zainteresovani da pokrenu posao i ovo je prava prilika da to i urade. Takvi krediti su ključna podrška ukoliko želimo da imamo više mladih privrednika. Smatram da je sledeći korak stvaranje povoljnijeg privrednog ambijenta kako bi se povećao broj mladih koji će te poslove uspešno voditi. Ako se to ne uradi i ako se stane samo na finansijskoj podršci, nisam siguran u budućnost takvog projekta. Iako imam dosta pohvala za program podrške početnicima u Godini preduzetništva, imam i neke zamerke. Jedan od programa podrške je namenjen izvoznicima koji imaju već ostvaren veliki izvoz. I ne postoji mogućnost da te pogodnosti ostvari mladi čovek koji tek treba da izvozi ili je svoje proizvode plasirao u inostranstvo u manjim količinama. To znači da je cilj tog programa razvoj postojećih izvoznika a ne stvaranje novih. Osim toga, ne zna se da li će ti programi biti dostupni i narednih godina. Bitno je da se mladi motivišu da razmišljaju o pokretanju svog posla, a to nećemo uspeti ako je Godina preduzetništva samo jedna godina.

VAŽNO JE DA SE MLADI LJUDI MOTIVIŠU DA POKREĆU SOPSTVENI BIZNIS, DUGOROČNIM AKCIJAMA. TO SE NEĆE POSTIĆI AKO DRŽAVNE AKCIJE, KAO ŠTO JE GODINA PREDUZETNIŠTVA, TRAJU SAMO GODINU DANA

Koliko Udruženje okuplja privrednika, koliko ima članova i šta je cilj Udruženja?

Udruženje ima 24 stalna člana i bazu oko 100 mladih ljudi koji imaju svoje biznise ili ozbiljno razmišljaju da postanu preduzetnici i koje pozivamo na edukativne aktivnosti i susrete umrežavanja koje organizujemo. Tokom strateškog planiranja nakon osnivanja, Udruženje je definisalo tri glavna cilja: promocija omladinskog preduzetništva, uticanje na kreiranje boljeg privrednog ambijenta za razvoj mladih privrednika i umrežavanje. Ideja nam je da što većem broju mladih približimo ideju o samozapošljavanju, da organizujemo stručne edukacije koje trenutno nedostaju, da budemo platforma preko koje će se mladi privrednici umrežavati i sarađivati, kao i da se borimo za interese mladih privrednika pred nadležnim institucijama.

Preduzetnici se češće bave uslužnim delatnostima u poslednje vreme, na koji način se može podsticati pokretanje proizvodnje?

Pokretanje posla u uslužnim delatnostima je dosta lakše i zahteva manje novca. Postoje uslužne delatnosti koje imaju mogućnosti širenja na inostrano tržište, poput usluga u IT sektoru i dizajnu, ali većina uslužnih delatnosti koje se otvaraju nemaju tu mogućnost. Smatram da je za mlade bolje ukoliko se odluče da pokrenu proizvodnju, jer imaju mogućnost da u nekom trenutku svoje proizvode plasiraju na strana tržišta. Proizvodnja se najbolje podstiče preko programa za kupovinu opreme. Takvih programa trenutno ima i oni pokrivaju 25 odsto vrednosti opreme. Smatram da bi mladi privrednici trebalo da budu posebna kategorija koja se podržava i da za njih učešće države treba da bude 50 odsto u podsticajima za vrednost opreme. Primera radi, za preradu voća mladi privrednik u EU dobija podršku za novu opremu i do 70 odsto njene vrednosti.

INOVACIJE ZA NOVE PROIZVODE

Snežana Ćirić Kostić,
menadžer "Impuls centra" za brzi razvoj proizvoda Mašinskog fakulteta u Kraljevu

Laboratorija „3D Impuls" jedina u Srbiji može 3D štampom da izrađuje funkcionalne prototipove, proizvode i alate od plastike, kompozita i metala. USAID je omogućio opremanje multimedijalne laboratorije, kako bi preduzetnici iz regiona uveli i primenili inovacije u poslovanju i smanjili troškove proizvodnje

Koje usluge nudi Centar za brzi razvoj proizvoda?

Laboratorija „3D Impuls" je naučnoistraživačka jedinica Fakulteta za mašinstvo i građevinarstvo u Kraljevu (FMG) koja se bavi primenom digitalnih tehnologija za razvoj novih proizvoda. Raspolaže najmodernijom opremom u ovom delu Evrope, koja radi na principu selektivnog laserskog sinterovanja. I jedina u Srbiji može 3D štampom da izrađuje funkcionalne prototipove, proizvode i alate od plastike, kompozita i metala. Laboratorija je osnovana u okviru projekta „Upravljanje inovacijama za nove proizvode" (Innovation Management for New Products), poznatog pod akronimom „IMPuls". Projekat su finansirali Evropska komisija (sa iznosom od 966.624 evra), Grad Kraljevo (3.500.000 dinara) i Grad Čačak (3.000.000 dinara). U okviru projekta je razvijeno 308 kompjuterskih modela i 121 prototip za potrebe preduzeća Raškog, Rasinskog i Moravičkog okruga. Laboratorija je proširila svoj rad na područje cele Srbije i susednih zemalja i nastavila je da sarađuje sa privredom, realizujući brojne male projekte kojima pomaže stalni razvoj novih i unapređenje postojećih proizvoda. Laboratorija predstavlja centar koji pruža zajedničke obrazovne, konsultantske i razvojne usluge preduzećima koja pojedinačno ne bi mogla sebi da priušte primenu savremenih tehničkih dostignuća.

Koje su bile aktivnosti Centra u okviru USAID Projekta održivog lokalnog razvoja?

Rezultate projekta „IMPuls" nadogradila su dva projekta koje je podržao USAID, Projekat održivog lokalnog razvoja (u vrednosti 38.000 dolara i 5.000 dolara) kojima su podignuti kapaciteti Laboratorije za promociju i permanentno obrazovanje u oblasti digitalnih tehnologija za razvoj proizvoda. USAID je omogućio opremanje multimedijalne laboratorije, kako bi preduzetnici iz regiona sticali potrebne veštine i znanja da bi smanjili troškove proizvodnje, uveli i primenili inovacije u poslovanju. Takođe, uz podršku da se izradi veb-sajt omogućena je veća vidljivost, bolja promocija i jednostavnija dostupnost usluga centra. Uz pomoć USAID predstavnici "3D Impulsa" su uspostavili saradnju sa Centrom za podršku inovacijama koji je u sastavu Tehnološkog fakulteta u Ostravi, u Češkoj. I tokom studijskog putovanja upoznati su sa najboljom praksom u korišćenju 3D štampanja, kao alata za primenu inovacija i razvoj poslovanja. USAID je, takođe, angažovao menadžera za poslovni razvoj, koji je pomagao "Impuls centru" da privuče nove klijente, kompanije kojima bi 3D štampa mogla da unapredi poslovanje.

Kakvi su trendovi u svetu u pogledu korišćenja 3D štampe, koliko Srbija zaostaje u toj oblasti?

Pre svega, 3D štampa ili aditivna proizvodnja (AP), kako se u svetu sve češće naziva, predstavlja skup različitih tehnologija koje rade po principu nanošenja materijala sloj po sloj. I omogućavaju proizvodnju direktno iz 3D kompjuterskog modela, bez potrebe za izradom dodatnih alata. Ovakav način proizvodnje je u suprotnosti sa konvencionalnim tehnologijama kod kojih se delovi izrađuju uklanjanjem viška materijala ili oblikovanjem u kalupu.

ADITIVNA PROIZVODNJA ILI 3D ŠTAMPA PREDSTAVLJA SKUP RAZLIČITIH TEHNOLOGIJA KOJE RADE PO PRINCIPU NANOŠENJA MATERIJALA SLOJ PO SLOJ I OMOGUĆAVAJU PROIZVODNJU DIREKTNO IZ 3D KOMPJUTERSKOG MODELA, BEZ POTREBE ZA IZRADOM DODATNIH ALATA

U auto i avio industriji trend je izrada prototipova i delova smanjene težine, tzv. "light-weight design", izrada delova optimizovane geometrije (Sl.1-Airbus), mrežaste i ćelijske strukture, integracija funkcija. U Srbiji od 2013. godine, iz godine u godinu rastu saznanja o ovim tehnologijama i njihova primena. Za sada se najviše koristi u oblasti izrade prototipova i manjih serija proizvoda i to uglavnom od plastike. Povremeno se javljaju i zahtevi za izradu metalnih delova i alata složene geometrije, ali je to relativno mali broj preduzeća i to su uglavnom izvoznici.

Kako će se Centar razvijati ubuduće?

S obzirom na to da se radi o novim tehnologijama, neophodna je stalna edukacija studenata, inženjera, dizajnera, menadžera o mogućnostima koje pruža primena digitalnih tehnologija za razvoj proizvoda. Prvi korak je načinjen. Laboratorija "3D Impuls" je inicijator novog kursa Digitalne tehnologije za razvoj proizvoda, koji je od školske 2015/16. izborni predmet na četvrtoj godini FMG. Drugi važan korak je objavljivanje udžbenika Aditivna proizvodnja, za studente, inženjere i dizajnere jer odgovarajuća literatura u našoj zemlji ne postoji. Prioritet je nastavak širenja saradnje sa preduzećima i organizovanje jednodnevnih kurseva na temu optimizacije geometrije proizvoda i alata za aditivnu proizvodnju. Planovi obuhvataju i nastavak naučne saradnje sa evropskim univerzitetima i rad na novim zajedničkim projektima. U planu je nastavak rada rukovodioca Laboratorije na uspostavljanju evropske strategije razvoja i primene aditivne proizvodnje, u okviru ekspertske grupe oformljene u projektu FoFAM (Factories of Future of Additive Manufacturing), Horison 2020.

Kako ocenjujete stepen razvoja inovativnih proizvoda kod preduzeća u Srbiji?

Nakon četiri godine direktne saradnje sa domaćim preduzećima, mogu reći da smo imali zadovoljstvo da sarađujemo sa velikim brojem inovativnih preduzeća. Ali, sa druge strane postoje i preduzeća koja svoje poslovanje i konkurentnu prednost ne zasnivaju na inovacijama.

Kako ocenjujete aktivnosti države u pogledu podsticanja inovacija, šta je potrebno uraditi?

U martu ove godine Vlada Srbije je usvojila Strategiju naučnog i tehnološkog razvoja od 2016. do 2020. godine, pod nazivom "Istraživanje za inovacije", što u izvesnoj meri obećava. Hoće li to podrazumevati i inovacije za privredu Srbije, videćemo.

PREHRAMBENI SEKTOR IMA ŠANSE ZA IZVOZ

Vladimir Kostić,
menadžer Tehnološko-prehrambenog parka, Leskovac

Za unapređenje postojećih proizvoda u velikim serijama utrošak sirovina prilično je veliki, da bi se probe obavljale na raspoloživim proizvodnim linijama. Otvaranjem i opremanjem pilot-postrojenja za unapređenje i razvoj prehrambenih tehnologija, stvoreni su kapaciteti za eksperimentalnu proizvodnju prehrambenih proizvoda u malim serijama

Za koje programe i aktivnosti ste dobili finansijsku pomoć od USAID-a?

Saradnja sa USAID-om u prethodnom periodu realizovana je u okviru više programa: Projekta održivog razvoja, PSD, BEP i Open World. Zajedno sa stručnjacima iz Projekta održivog razvoja pripremili smo projektnu aplikaciju "Osnivanje pilot-postrojenja za razvoj novih proizvoda" i definisali aktivnosti koje su realizovane uz finansijsku podršku USAID-a. Ukupna vrednost projekta iznosila je 10.356.756 dinara, od čega su donatorska sredstva iznosila 85 odsto. Realizovane su sledeće aktivnosti: adaptacija prostora za pilot-postrojenje, nabavka i instalacija opreme u pilot-postrojenju (10 uređaja, radni stolovi, police, kolica i sitan alat, neophodni za eksperimentalnu proizvodnju). Potom, izrada analize tržišta, razvoj 10 novih prehrambenih proizvoda, unapređenje 10 postojećih proizvoda, pristupanje novih članica Tehnološko-prehrambenom parku kao privatno-javnom partnerstvu. Aktivnosti koje smo sproveli u okviru Projekta odnose se i na implementaciju programa stručne prakse za studente Tehnološkog fakulteta u Leskovcu (75 polaznika programa). Isto tako, imali smo interni konkurs za idejno rešenje novog prehrambenog proizvoda (sedam nagrađenih studenata), urađeni su promotivni materijali (web-stranica, brošure, lifleti, katalog prozvoda i marketing plan). Osim finansijske podrške, imali smo i kompletnu tehničku asistenciju u realizaciji navedenih aktivnosti, monitoringu projekta i evaluaciji ostvarenih rezultata od koordinatora Projekta.

Šta su prerađivači hrane dobili otvaranjem postrojenja za razvijanje novih proizvoda?

Članice Tehnološko-prehrambenog parka (proizvođači prehrambenih proizvoda) jesu privatne kompanije od kojih nijedna nema odeljenje razvoja novih proizvoda. Kapaciteti proizvodnih pogona su veliki, što predstavlja ograničavajući faktor u tehničkom smislu za vršenje proba i testiranje novih proizvoda, jer je neisplativo imati probe u velikim serijama. Isti problem postoji i prilikom unapređenja postojećih proizvoda, jer je utrošak sirovina prilično veliki, da bi se probe obavljale na raspoloživim proizvodnim linijama. Otvaranjem i opremanjem pilot-postrojenja za unapređenje i razvoj prehrambenih tehnologija, stvoreni su kapaciteti za eksperimentalnu proizvodnju prehrambenih proizvoda u malim serijama. Postrojenje je opremljeno savremenom tehnologijom koja ima širok spektar obavljanja operacija, što omogućava prehrambenim proizvođačima unapređenje postojećih i razvoj novih proizvoda. Operativni troškovi razvoja novih proizvoda su na ovaj način znatno smanjeni, a još značajnije je što su eventualni rizici za investiranje u nove tehnologije svedeni na minimum, zato što se sa industrijskom proizvodnjom

U LESKOVAČKOM TEHNOLOŠKO-PREHRAMBENOM PARKU OTVORENO JE SAVREMENO OPREMLJENO POSTROJENJE ZA RAZVOJ NOVIH PROIZVODA, UZ FINANSIJSKU PODRŠKU USAID-A. UKUPNA VREDNOST PROJEKTA IZNOSILA JE 10.356.756 DINARA, OD ČEGA SU DONATORSKA SREDSTVA IZNOSILA 85 ODSTO

počinje tek nakon testiranja i dobijenih povratnih informacija o potrebama tržišta za tim proizvodom.

Kakvi su dosadašnji rezultati?

Efekti otvaranja pilot-postrojenja u okviru Tehnološko-prehrambenog parka mogu se meriti i u kvalitativnom i kvantitativnom smislu. Za gotovo godinu dana rada postrojenja poboljšan je kvalitet desetak postojećih proizvoda i razvijeno je 18 novih proizvoda koji su sada u različitim fazama životnog ciklusa proizvoda. Svi novi proizvodi se plasiraju pod nazivom "Top Food", koji je zajednički brend. Osim u Srbiji, proizvodi se plasiraju i na tržištima zemalja u okruženju: Hrvatskoj, Makedoniji, Crnoj Gori. Indirektni efekti rada postrojenja ogledaju se i u povećanju obima proizvodnje i plasmana kompanija članica Parka.

Kad je osnovan Park, ko su osnivači i šta je vaš cilj?

Tehnološko-prehrambeni park u Leskovcu predstavlja prvo privatno-javno partnerstvo tog tipa u Srbiji. Osnovan je u septembru 2012. godine u okviru implementacije RSEDP programa finansiranog od Delegacije Evropske unije. Osnivači i vlasnici Parka sa podjednakim udelima su: Grad Leskovac, Tehnološki fakultet u Leskovcu, "Tomaco Line", "Primanova", "Moravka", "Mlekara Leskovac" i "DCP Hemigal". Razvoj uspešnog poslovnog modela i stvaranje novih mogućnosti za zapošljavanje u prehrambenoj industriji kroz razvoj, proizvodnju i plasman regionalnog brenda "Top Food" predstavljaju naš osnovni zadatak. Pored navedenih sedam osnivača privatno-javnog partnerstva, imamo potpisane ugovore o pristupanju još pet novih članica čiji je proces pridruživanja u toku.

Kako ocenjujete prehrambenu industriju u Srbiji?

Prehrambena industrija u Srbiji predstavlja najznačajniji sektor privrede i treba da bude nosilac budućeg razvoja zemlje. Smatram da na bazi tradicije u proizvodnji hrane, uz upotrebu savremenih tehnologija, prehrambeni sektor ima najviše šansi da poboljša spoljnotrgovinsku razmenu naše zemlje. I da omogući veliki broj direktnih investicija i stvori uslove za novo zapošljavanje i rast životnog standarda. Mislim da je najveći problem za proizvođače hrane nedostatak finansijskih sredstava. Veliki trgovinski lanci raspolažu finansijskim sredstvima do kojih dolaze svakodnevno od krajnjih kupaca i nameću uslove za plasman proizvoda preko raznih troškova koji padaju na teret proizvođača. Ti troškovi su ulistavanje proizvoda, štampanje lifleta, pozicije na rafovima, dodatni rabati, itd. Rokovi i uslovi plaćanja vrlo često prelaze i više meseci. Sve ovo mnogo otežava poziciju proizvođača, naročito malih i srednjih preduzeća koja nisu u stanju da obezbede u takvim uslovima likvidnost koja omogućava efikasan proces proizvodnje.

MORAMO SE PRILAGODITI SVETSKIM TRENDOVIMA

Matija Kovač,
pokrajinski poslanik, Novi Bečej

Svi mladi koji su odabrani da koriste plastenike morali su da ispune određene uslove: da su mlađi od 35 godina, da obavezno pohađaju obuku i da dostave biznis plan. Površina plastenika, koji su donacija USAID programa, iznosi 240 kvadrata po jednom plasteniku

U vreme implementacije USAID Projekta održivog lokalnog razvoja bili ste zamenik predsednika opštine Novi Bečej. Na koji način je opština učestvovala u ovom projektu i šta je cilj ove podrške?

Opština Novi Bečej uključila se u projekat održivog lokalnog razvoja kako bi mladim ljudima pružila priliku da steknu nova znanja i iskustva u poljoprivrednoj proizvodnji, tačnije u povrtarstvu. Problem nezaposlenosti mladih u našoj opštini sličan je kao i u našoj čitavoj zemlji i zato smo učestvovali u projektu i praktično udružili sredstva sa USAID-om. Takođe, poljoprivredna proizvodnja u našoj opštini oslanja se najvećim delom na ratarsku proizvodnju, što svakako nije zadovoljavajuće ako se posmatra visina dohotka po jedinici obradive površine. Zato je ovim projektom promovisana diversifikacija poljoprivrede u našoj opštini kako bi mladi ljudi shvatili da na malim površinama povrtarskom proizvodnjom imaju daleko veće šanse da postignu uspeh. Konkretno, opština Novi Bečej prihvatila je finansiranje komunalnog opremanja parcele koja je odabrana za uspostavljanje povrtarskog inkubatora za mlade. I to je podrazumevalo izgradnju vodovodnih priključaka, podizanje ograde i barake za potrebe proizvodnje mladih polaznika. Pored toga, obezbedili smo i učešće stručnjaka iz oblasti povrtarske proizvodnje koji su imali ulogu mentora polaznicima. Na kraju, efikasnost lokalne samouprave i ažurnost koja nam je omogućila da prvi završimo projekat, doprinele su i svečanoj medijskoj promociji čitavog projekta, koja je održana u Novom Bečeju, uz prisustvo ambasadora SAD, Njegove ekselencije Majkla Kirbija.

Koliko je mladih poljoprivrednika započelo svoju proizvodnju u okviru projekta i koje uslove je trebalo da ispune da bi mogli da započnu proizvodnju?

U okviru projekta u našoj opštini do sada je četvoro mladih započelo svoju proizvodnju i formiralo svoja gazdinstva, a uskoro im ističe period upotrebe plastenika. I zameniće ih novi korisnici, što i jeste svrha postojanja preduzetničkog inkubatora. Svi mladi koji su prisustvovali obukama i koji su odabrani da koriste plastenike morali su da ispune određene uslove, između ostalog, da su mlađi od 35 godina, obavezno da prođu obuku, dostave biznis plan, koji je podrazumevao setvenu strukturu i mogućnosti plasiranja proizvoda.

Koja je površina tih plastenika, i koje poljoprivredne kulture se obrađuju?

Površina plastenika koji su donacija USAID programa iznosi 240 kvadrata po jednom plasteniku i u njima se uzgajaju zelena salata, paradajz, paprika, krastavac. Interesantno je spomenuti da prostor koji je opremljen za prijem plastenika ima još slobodnih površina koje polaznici koriste i za dodatnu proizvodnju na otvorenom, a planovi opštine su da se na tom prostoru podignu dodatna četiri plastenika i poveća broj korisnika poljoprivredno-preduzetničkog inkubatora.

VELIKI BROJ MALIH POLJOPRIVREDNIH GAZDINSTAVA I DALJE SE BAVI ISKLJUČIVO RATARSKOM PROIZVODNJOM. TAKVA GAZDINSTVA NEMAJU BUDUĆNOST UKOLIKO NE POČNU DA SE BAVE POVRTARSTVOM, VOĆARSTVOM, UZGOJEM LEKOVITOG BILJA

Kakvi su dosadašnji rezultati, koliko iznosi obim proizvodnje u plastenicima?

Dosadašanji rezultati, po rečima korisnika plastenika, veoma su dobri, i u smislu kvaliteta i kvantiteta proizvoda iz poljoprivredno-preduzetničkog inkubatora. Obim godišnje proizvodnje iznosi oko 10 tona proizvoda, koje polaznici plasiraju uglavnom prodajom na zelenim pijacama i u lokalnim prodavnicama.

Da li su mladi poljoprivrednici osposobljeni da sami nastave proizvodnju i poslovanje?

Svakako da jesu, što i jeste bio glavni motiv formiranja poljoprivredno-preduzetničkog inkubatora. Iskustva u proizvodnji, izazov sopstvene proizvodnje i samostalnosti svakako da su im pomogli da, pored zarade koju su ostvarili, budu osposobljeni da sada u okviru svojih gazdinstava unapređuju i šire svoju proizvodnju.

Koje mere treba da preduzmu pokrajinska i republička vlada u cilju razvoja poljoprivrede?

Verujem da ima puno prostora da država preduzme kvalitetne mere za razvoj poljoprivrede, a najviše kroz programe podrške i finansiranja nabavke nove i efikasnije opreme i mehanizacije, što će svakako doprineti bržoj, ekonomičnijoj i produktivnijoj proizvodnji. Koncept finansijskih subvencija, koje su prethodnih godina državu mnogo koštale, nije se pokazao dovoljno korisnim i efikasnim u bržem razvoju poljoprivrede u svim njenim obalastima. Takođe, veliki broj malih poljoprivrednih gazdinstava sa veoma malim posedima i dalje se bavi isključivo ratarskom proizvodnjom. Takva gazdinstva nemaju budućnost ukoliko vlasnici ne promene način razmišljanja. I uz pomoć države treba da se preorijentišu ka intenzivnijoj proizvodnji, povrtarstvu, voćarstvu, uzgoju lekovitog bilja. Pored toga, neophodno je da državne institucije u saradnji sa lokalnim samoupravama i pokrajinskim organima tešnje sarađuju na popravljanju poljoprivredne infrastrukture, kao što su atarski i seoski putevi, elektrifikacija salaša i farmi, izgradnja sistema koji će doprineti većem zalivanju poljoprivrednih površina. Sve to su preduslovi da se intenzivnije razvijaju sve grane poljoprivrede i da sela širom Srbije imaju daleko veću perspektivu nego što je to sada slučaj.

Kako ocenjujete doprinos ovakvih projekata lokalnom razvoju i da li država ima kapaciteta da pruži podršku mladim poljoprivrednicima?

Doprinos ovakvih projekata lokalnom razvoju je veliki i zaista bi bilo korisno da svaka lokalna samouprava ima priliku da samostalno ili u partnerstvu sprovede ovakav afirmativan projekat. U svakom slučaju, za sada je ovakvih projekata veoma malo, a posebno bi bilo važno da ovakve projekte sprovodi država putem svojih nadležnih institucija koje sigurno imaju kapacitet da ih uvedu i kvalitetno nadziru njihovo sprovođenje. Poljoprivredna proizvodnja se u svetu razvija puno brže nego u prethodnim decenijama, i naše prilagođavanje mora biti mnogo fleksibilnije u odnosu na dosadašnji period. Zato je uvođenje interaktivnih projekata koji kombinuju praktično i teorijsko znanje, uz mogućnost zarade i osamostaljenja, od suštinske važnosti.

POVRTARSTVO JE ŠANSA ZA NEZAPOSLENE

Duško Radišić,
pomoćnik gradonačelnika, Zrenjanin

Grad Zrenjanin je, uz podršku USAID Projekta održivog lokalnog razvoja, postavio 15 plastenika sa zalivnim sistemom, namenjenih mladim poljoprivrednicima

Na koji način je Grad Zrenjanin učestvovao u ovom projektu USAID Održivi lokalni razvoj i šta je cilj ove podrške?

Kako bismo ostvarili ciljeve programa da se poveća broj i uspešnost novoosnovanih poljoprivrednih gazdinstava u vlasništvu mladih ljudi, grad Zrenjanin je obezbedio i infrastrukturno opremio zemljište. Program se sporovodio na teritoriji međuopštinskog partnerstva Zrenjanin, Kikinda i Novi Bečej. Na ovaj način želeli smo da podstaknemo mlade da se aktivno uključe u agro-biznis omogućivši im svu neophodnu infrastrukturu kao i mentoring u proizvodnji različitih poljoprivrednih kultura. Na duge staze nadamo se da ćemo kroz ovaj projekat edukovati i osnažiti veći broj mladih da se kroz primenu novih znanja iz oblasti poljoprivrede izvrši diversifikacija poljoprivredne proizvodnje na teritoriji Zrenjanina. I to uvođenjem u proces proizvodnje različitih, visokoprofitabilnih kultura. Imajući u vidu kapacitete i mogućnosti za proizvodnju poljoprivrednih kultura na teritoriji Zrenjanina, kao i cele Vojvodine, nastojimo da pružimo neophodnu podršku mladima da pokrenu posao. Pored tradicionalnih poljoprivrednih kultura kao što su žito, kukuruz, suncokret, nastojimo da u proces proizvodnje uključimo i druge kulture koje nisu toliko zastupljene a imaju veliku šansu za plasman na tržište, kao što su paradajz, boranija, grašak i druge.

Koliko ima plastenika, koliko je mladih poljoprivrednika osnovalo gazdinstva u okviru projekta i koje uslove je trebalo da ispune da bi mogli da započnu proizvodnju?

Grad Zrenjanin, uz podršku USAID Projekta održivog lokalnog razvoja, postavio je 15 plastenika sa zalivnim sistemom, sa ukupnom površinom od 3.600 kvadrata. Plastenici su postavljeni u Molijerovoj ulici u Zrenjaninu. Površina parcele je tri hektara. A za projekat je odvojen jedan hektar površine tako da postoji mogućnost proširenja plasteničke proizvodnje. Tih 15 plastenika namenjeno je za 15 mladih, koji su krenuli u avanturu zvanu poljoprivreda. Osnovni uslov za sve kandidate je bio da budu nezaposleni i imaju do 35 godina starosti. Naravno, pre nego što su započeli proizvodnju morali smo im obezbediti osnovne uslove za započinjanje proizvodnje. Svi kandidati kojima su dodeljeni plastenici prošli su kroz obuku koja je organizovana u okviru projekta, koja im je dala osnovna znanja iz plasteničke proizvodnje. Da se naša podrška ne bi završila na tome, u toku celog procesa proizvodnje svi korisnici plastenika imaju pomoć stručnih službi, a obezbeđena je i saradnja sa gazdinstvom „Carska bašta". Bilo je važno obezbediti taj segment projekta, jer je poljoprivrednicima samostalan prodor na tržište veliki problem. Nakon završetka perioda inkubacije za mlade poljoprivrednike, koji iznosi dve godine, svi korisnici plastenika su u obavezi da proizvodnju presele na svoja registrovana poljoprivredna gazdinstva. I nakon toga, plastenike će koristiti novi mladi poljoprivrednici.

Kakvi su dosadašnji rezultati, koliko iznosi obim proizvodnje u plastenicima, gde se plasiraju proizvodi?

Korisnici plastenika samostalno se bave izborom kultura i plasmanom proizvoda. Omogućili smo im stručnu pomoć kao i kontakte sa drugim proizvođačima i distributerima, tako da plasiraju robu na različite načine, plasmanom u trgovinske lance, pijačnom prodajom, a zanimljivo je da je u dva navrata roba iz plastenika prodata preko interneta. Ovo nam je posebno značajno jer pokazuje njihovu sposobnost da se prilagode tržišnim uslovima i plasiraju svoju ponudu na različite načine.

NAKON ZAVRŠETKA PERIODA INKUBACIJE ZA MLADE POLJOPRIVREDNIKE, KOJI IZNOSI DVE GODINE, SVI KORISNICI PLASTENIKA SU U OBAVEZI DA PROIZVODNJU PRESELE NA SVOJA REGISTROVANA POLJOPRIVREDNA GAZDINSTVA

Vojvodina ima veliki potencijal za proizvodnju hrane i poljoprivreda je velika šansa domaće ekonomije. Koje mere, po vašem mišljenju, treba preduzeti u cilju razvoja poljoprivrede?

Poljoprivreda kao privredna grana je od velikog značaja u Vojvodini. Upravo diversifikacija poljoprivredne proizvodnje, preusmeravanje i intenziviranje isplative proizvodnje na malim parcelama jeste put ka uspešnijoj proizvodnji. Na primeru Zrenjanina, gde smo uveli novine u finansiranju manjih poljoprivrednih gazdinstava, dobili smo ohrabrujuće rezultate. To je podsticaj stočarstva (podela visokokvalitetnih junica), ratarstva (subvencionisanje poljoprivrednih kredita), povrtarstva i voćarstva (bušenje bunara). Podsticaje planiramo i za pčelare, za intenzivni uzgoj ribe i povrća u kontrolisanim uslovima (subvencije za kupovinu opreme). Konačno, prerada, brendiranje i finalizacija proizvoda sledeći su korak ka vidljivom, značajnom oživljavanju i ojačavanju naših poljoprivrednika. Takođe, usled slabe pošumljenosti Zrenjanina i Vojvodine, jedno od mogućih rešenja je i saradnja i uzgoj plantaža brzorastućih kultura, velike energetske vrednosti, poput različitih vrsta paulonije i energetskih vrba. Na ovaj način pored veće pošumljenosti poljoprivrednicima koji se odluče na ovaj vid proizvodnje uz minimalna ulaganja dugoročno se obezbeđuju stabilni i visoki prihodi.

U SRBIJI JE PROBLEM NABAVKA SIROVINE

Bojan Radović,
kreativni direktor
„Gir“ Kraljevo

Godišnje proizvodimo oko 50.000 komada drvenog nameštaja. Naši proizvodi se izvoze pretežno u logističke centre našeg partnera u Francuskoj i Belgiji i dalje se distribuiraju širom sveta. U poslednje dve godine povećali smo broj zaposlenih sa 250 na 420 radnika

Kad je osnovana vaša firma, koliko imate zaposlenih i koliko iznosi godišnja proizvodnja?

„Gir“ je osnovan 1993. godine u Kraljevu. Od 1995. godine bavimo se proizvodnjom nameštaja. Počev od 2001. godine osnovna delatnost je proizvodnja nameštaja od punog drveta. Iste godine počeli smo sa ozbiljnijim izvozom u saradnji sa inostranim partnerima. Trenutno imamo 420 zaposlenih. U našoj kompaniji godišnje se proizvede oko 50.000 komada nameštaja. Naši proizvodi se izvoze pretežno u logističke centre našeg partnera u Francuskoj i Belgiji, odakle se dalje distribuiraju širom sveta. I to najviše u zapadnu i severnu Evropu i Severnu Ameriku, a godišnja vrednost izvoza iznosi oko osam miliona evra. U poslednje vreme otvaraju se nova tržišta, tako da smo počeli sa direktnim kontejnerskim izvozom i u region jugoistočne Azije. U narednom periodu, očekujemo porast obima posla i izazove u godinama koje predstoje, imajući u vidu pozitivan trend prethodnih godina. Za dve godine uspeli smo da povećamo broj zaposlenih sa 250 na 420 radnika, koliko trenutno zapošljavamo.

Na koja nova tržišta planirate izvoz?

Najinteresantnije je da napomenem da je najnovije tržiste na koje izlazimo zapravo tržište Srbije. Tačnije, otvaramo maloprodajni objekat na Novom Beogradu, na adresi Trešnjinog cveta 5, gde će posetioci imati priliku da vide i kupe proizvodni asortiman „Gira“.

Koje su vam mere i aktivnosti predložili konsultanti USAID-a za unapređenje poslovanja?

Kosultant USAID programa JDžef Baron, sa kojim smo razgovarali, zaista je sjajan konsultant sa bogatim iskustvom u industriji nameštaja. Sigurni smo da ovakvi programi mogu uticati pozitivno na industriju i podići svest o potencijalima Srbije, u smislu proizvodnje i izvoza. U pogledu naše proizvodnje, pored prijatnih razgovora koje smo imali, nije bilo puno prostora da dođe do saradnje na nekom konkretnom projektu, jer mi već imamo vrlo razvijenu i definisanu priču sa inostranim partnerima. Ipak imamo partnere sa kojima poslujemo poslednjih 15 godina. Međutim, siguran sam da ima veliki broj manjih proizvođača kojima ovakvi programi podrške mogu umnogome pomoći.

Zašto je savetodavna podrška važna za male proizvođače?

Za male proizvođače u drvnoj industriji, koji nisu svesni svojih potencijala, ovakvi programi podrške su veoma značajni. Dakle, takvi programi znatno mogu da im pomognu da podignu svoje poslovanje na viši nivo. Kao i da počnu da izvoze, da dođu do stranog tržišta, gde se igra prava utakmica, i tako postanu ozbiljniji igrači.

Sa kojim se problemima vi suočavate i koji su najveći problemi u domaćoj industriji nameštaja?

Problemi sa kojima se suočavamo su uglavnom slični kao i problemi koji pogađaju sve ostale preduzetnike u Srbiji: preglomazna birokratija i neoptimizovani poslovni procesi. Konkretno, što se nas tiče, veliku ulogu igra nabavka drvene građe, gde smo nažalost primorani da nabavljamo sirovinu i iz drugih zemalja, poput Hrvatske, Bosne, Ukrajine. I to iz dva razloga. Prvi je taj da je nemoguće da nabavimo količine koje su nama potrebne, zbog nedovoljnih rezervi hrastove građe na teritoriji Srbije. Drugi razlog je to što šume u Srbiji nisu FSC sertifikovane, za razliku od šuma u pomenutim zemljama. Pritom, zahtevi inostranog tržišta nalažu da imamo FSC sertifikovan proizvod.

PROBLEM NAM PREDSTAVLJA NABAVKA DRVENE GRAĐE, POSEBNO ZATO ŠTO ŠUME U SRBIJI NISU FSC SERTIFIKOVANE A ZAHTEVI INOSTRANOG TRŽIŠTA NALAŽU DA IMAMO FSC SERTIFIKOVAN PROIZVOD

Kako ocenjujete potencijal koji Srbija ima za razvoj industrije nameštaja od drveta?

Ono što je veoma bitno jeste da proizvođači i preduzeća treba sami da preuzmu inicijativu, a nakon toga ovakvi programi, kao što je bio Projekat održivog lokalnog razvoja, mogu da urade ono što je njihova osnovna uloga. A to je da usmere i pomognu u realizaciji inicijalnih ideja koje imaju proizvođači. Potencijal koji Srbija ima, posmatrano kroz vizuru proizvođača nameštaja, zaista je veliki. Posebno u poslednje vreme kad su se poklopili svi makroekonomski uslovi, globalne tendencije i trendovi koji nam zaista odgovaraju. Međutim, potrebno je dosta toga da sredimo interno, kao i da omogućimo nesmetani i kontinuirani pristup sirovinama. Pritom, potrebno je da sirovine imaju sve potrebne sertifikate i da zadovoljavaju sve standarde.

Kakvi su vaši dugoročni planovi?

Ubuduće planiramo proširenje proizvodnih kapaciteta, na čemu već u ovom trenutku radimo. Takođe, imamo u planu konstantan rad na poboljšanju kvaliteta proizvoda i usluga koje nudimo. Isto tako, radimo na razvoju novih asortimana proizvoda i uvođenju novih materijala. Vizija naše kompanije je da se pozicioniramo kao lider u regionu u sferi razvoja i proizvodnje dizajnerskog nameštaja od punog drveta.

PODRŠKA U PRONALAŽENJU NOVIH TRŽIŠTA

Bratislav Đorđević,
izvršni direktor "Stefi komerca" iz Vranja

Sarađujemo sa italijanskim partnerima, trenutno radimo za "Nero Gardini", čiji su predstavnici "Progetti" iz Beograda i "Geox" iz Vranja. Posebno sam zadovoljan time što je USAID nastavio sa podrškom proizvođačima obuće u pronalaženju i širenju tržišta

SARADNJA SA TIMOM PROJEKTA ODRŽIVOG LOKALNOG RAZVOJA OTVORILA NAM JE NOVE MOGUĆNOSTI U PRONALAŽENJU NOVIH TRŽIŠTA

Kakvo je vaše iskustvo u saradnji sa USAID-om i konsultantima u okviru Projekta održivog lokalnog razvoja?

Naše porodično preduzeće P.S. "Stefi komerc" ima veoma dobru saradnju sa USAID-om. Saradnja je počela pre nekoliko godina, kad nam je USAID pružio podršku prilikom udruživanja proizvođača obuće. Udružili smo se sa ostalim proizvođačima kako bismo zauzeli konkurentniju poziciju na stranom tržištu. Ali, posebno sam zadovoljan time što je USAID nastavio sa podrškom proizvođačima obuće u pronalaženju i širenju tržišta. Na taj način smo direktno mogli da se povežemo sa inostranim kupcima, što nam omogućava povećanje domaćih izvoznih kapaciteta. Iskustvo sa konsultantima u okviru Projekta održivog lokalnog razvoja je veoma zadovoljavajuće. Istakao bih da mi je bila čast što sam imao priliku da sarađujem sa čovekom koji ima iskustvo u obućarskoj industriji, koji je bezrezervno delio savete na osnovu svog profesionalnog iskustva. Značilo nam je to što je na samom početku saradnje, odnosno pre odlaska na sajmove, proučio i uzeo u obzir proizvodni asortiman i kapacitete našeg porodičnog preduzeća. I shodno tome dao je ocene o jačanju i širenju naše konkurentske pozicije. Inače, naše preduzeće je značajan poslodavac u Vranju i imamo višegodišnje iskustvo sa stranim kupcima, među kojima se ističu kupci iz Italije. Saradnja sa timom Projekta održivog lokalnog razvoja otvorila nam je nove mogućnosti, odnosno povezivanje sa novim tržištem. Takođe, zahvaljujući toj saradnji mogli smo bolje da sagledamo koji su zahtevi tržišta i na koji način se treba prilagoditi zahtevima kupaca. Saradnja na Projektu je učvrstila našu odluku da dopunimo tehnološki i ljudski kapacitet u preduzeću, kako bismo bili spremni za potencijalnog kupca. U toku su pregovori sa jednim značajnim kupcem iz Britanije.

Kako su vam konsultanti pomogli da poboljšate poslovanje, koje su vam dali preporuke?

Preporuke su se uglavnom odnosile na povećanje efikasnosti i produktivnosti proizvodnje. Pored toga, rukovodstvo preduzeća je kroz ovu saradnju sagledavalo aspekte za povećanje efikasnosti u proizvodnom procesu, tako smo i odlučili da povećamo kapacitete i unapredimo poslovanje. Veoma važno je biti fleksibilan na tržištu i biti spreman na određene kompromise i relativno brzo se prilagoditi zahtevima kupaca. To je od strateškog značaja za rast svakog preduzeća.

Koliko iznosi godišnji obim proizvodnje, koliko se izvozi na domaće tržište, koliko na strana tržišta i gde sve izvozite?

Preduzeće "Stefi komerc" iz Vranja počelo je sa radom 1993. godine kao mala porodična firma za trgovinu mešovitom robom i obućom. Od 2000. godine reorganizacijom poslovnih postrojenja i uvođenjem novih proizvodnih linija počeli smo sa proizvodnjom ženske modne obuće "Donna Line". Izradom gotove obuće pokrivamo 50 odsto proizvodnih kapaciteta, od koje je domaće tržište zastupljeno sa 30 odsto, a izvoz sa 70 odsto. Izradom poluproizvoda, gornjih delova obuće po osnovu lon poslova za strane partnere iz Italije, godišnje proizvedemo i izvezemo oko 150.000 pari obuće. Kad je u pitanju domaći brend "Donna Line", izvozimo u Makedoniju, Crnu Goru, Bosnu i Hercegovinu, Sloveniju i druge zemlje. U Italiju izvozimo poluproizvode samo po osnovu lon poslova.

Sa kojim međunarodnim partnerima sarađujete u industriji obuće i šta takva saradnja znači za vašu firmu?

U izradi poluproizvoda, odnosno gornjih delova obuće, sarađujemo sa italijanskim partnerima. Trenutno radimo za "Nero Gardini", čiji su predstavnici "Progetti" iz Beograda i "Geox" iz Vranja. Moram da napomenem da je saradnja sa ovako velikim firmama od velikog značaja za naše preduzeće, jer nam pruža mogućnost da proširimo proizvodne kapacitete i doprinesemo boljem poslovanju firme.

Kakvi su vaši dalji planovi u pogledu povećanja obima proizvodnje, planirate li nove investicije, šta očekujete u narednom periodu?

U pogledu povećanja obima proizvodnje, u toku su pregovori sa značajnim britanskim kupcem. Takođe, imamo u planu otvaranje novih maloprodajnih objekata. U narednom periodu planiramo da zadržimo postojeće proizvodne kapacitete i eventualno povećamo proizvodnju poluproizvoda za strana tržišta.

Kako ocenjujete Projekat održivog lokalnog razvoja?

Nadam se da će biti više ovakvih projekata, namenjenih održivom lokalnom razvoju. Za domaće proizvođače koji su učestvovali u projektu ovo je bilo jedno veliko iskustvo. I moram da napomenem da je saradnja sa ljudima koji su radili na projektu značila mnogo svim privrednicima, koji nastoje da unaprede konkurentnost i svoje poslovanje.

SAVREMENA I EKOLOŠKA PROIZVODNJA DŽINSA

Nihat Ugljanin,
predsednik UO Udruženja „Pro Denim“, Novi Pazar

Projekat održivog lokalnog razvoja pružio je značajnu podršku jačanju konkurentnosti proizvođača džins odeće. U proizvodnji koristimo ozonsko pranje kao novu tehnologiju, koja je energetski efikasna i nema štetan uticaj na životnu sredinu

Kakvo je vaše iskustvo u saradnji sa USAID-om u okviru Projekta održivog lokalnog razvoja i na koji način je vama ovaj projekat pomogao?

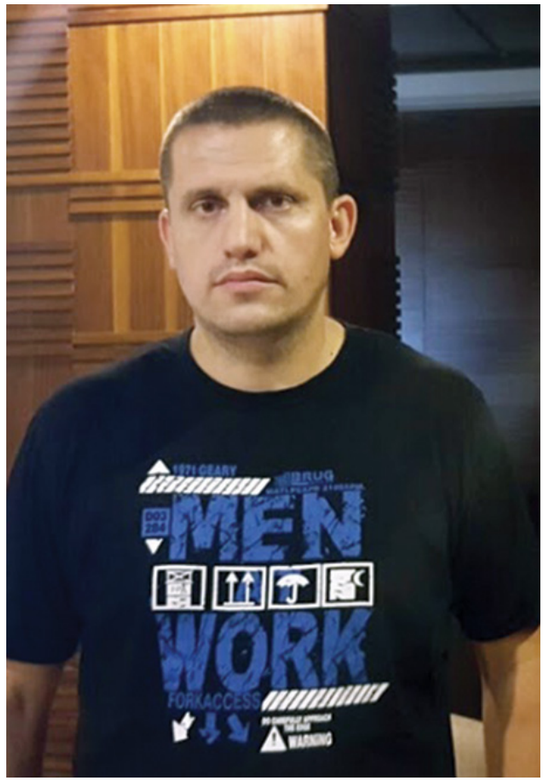
USAID je već mnogo godina jedan od najznačajnijih partnera privatnog sektora u Novom Pazaru i celom regionu uopšte. U tom smislu i Projekat održivog lokalnog razvoja je pružio značajnu podršku lokalnim firmama. Pre svega proizvođačima džins odeće, okupljenim u udruženju i klasteru „Asstex“, ali i drugim sektorima karakterističnim za ovaj kraj. Projekat održivog lokalnog razvoja je svojim pristupom pružio značajnu podršku jačanju konkurentnosti lokalnih firmi, kako bi bile spremne da plasiraju svoje proizvode ili usluge na međunarodnom tržištu.

Koje su prednosti nove tehnike tretmana džinsa ozonom?

Tretman džinsa ozonom se odnosi na deo završne obrade džinsa tzv. proces pranja, koji je veoma složen i karakterističan za proizvode od denim platna. U suštini, koristi se ozon kao najjači prirodni oksidant u tehnološkom procesu gde O3 oksidira molekule indigo boje, kojom je bojeno denim platno. I na taj način dobijamo različite efekte, od čišćenja (ostataka indigo boje, pre svega, na svetlim i izbeljenim delovima) pa sve do različitih nivoa izbeljivanja. Za razliku od uobičajenih metoda obrade džinsa, prednost ovog procesa je energetska efikasnost. Pored toga, ne postoji nikakav štetan uticaj na životnu sredinu. Najčešće korišćeni proces pranja ozonom je potpuno suv, odnosno koristi samo ozon kao gas u komori u kojoj se obavlja ovaj proces. Ovo je u okviru globalnog tržišta još uvek nova i prilično skupa tehnologija. Istakao bih da smo imali sreću da uz pomoć USAID Projekta održivog lokalnog razvoja dobijemo opremu koja predstavlja jedan od najboljih sistema proizvodnje na svetu. Istu metodu u svojim pogonima koriste poznati svetski proizvođači kao što je "Levi's".

Koliko je nova tehnika u proizvodnji uticala na kvalitet vaših proizvoda?

Primena ovog procesa, pre svega, predstavlja jednu novu opciju i vrednost, ali u ovom trenutku još uvek ne zamenjuje u potpunosti poznate načine obrade i pranja. Naš cilj je da upotrebom ozona zamenimo neke cikluse pranja i tako smanjimo ukupnu potrošnju vode, energije, kao i različitih hemikalija koje se koriste. Iako je ozon jak oksidant, važno je reći da ni na koji način ne utiče na mehanička svojstva vlakna. Za razliku od nekih izbeljivača koji, na primer, mogu da oštete vlakno i na taj način bitno utiču na kvalitet proizvoda.



NAŠ CILJ JE DA UPOTREBOM OZONA SMANJIMO UKUPNU POTROŠNJU VODE, ENERGIJE, KAO I KORIŠĆENJE RAZLIČITIH HEMIKALIJA

Ekološka proizvodnja je trend u svetu, da li očekujete bolji plasman na tržištu?

Proizvodni procesi koji smanjuju uticaj na životnu sredinu postaju obaveza modne industrije, tako da ima sve više brendova na globalnom tržištu koji postavljaju visoke zahteve kad je ekologija u pitanju. U tom smislu očekujemo bolju vidljivost domaćih proizvođača koji upotrebljavaju savremene metode proizvodnje.

Koliko se firmi nalazi u okviru Udruženja koje zajedno koriste novu tehniku u proizvodnji i koliko se robe plasira na domaće tržište a koliko na strana tržišta?

U okviru udruženja „Pro Denim“ nalazi se šest lokalnih proizvođača džinsa (“Brug”, “Bros”, “Maxers”, “Denistar”, “Exact” i “Classics”). Dakle, ideja ovog projekta bila je upoznavanje sa novim tehnologijama, tako da su usluge udruženja „Pro Denim“ dostupne i proizvođačima koji nisu naši članovi. Osim lokalnih proizvođača, udruženje sarađuje i sa stručnom srednjom školom za dizajn tekstila i kože iz Novog Pazara. Kao i sa viskom strukovnom tekstilnom školom iz Beograda, kako bi i njihovi učenici i predavači mogli da se upoznaju sa ovom tehnologijom i načinom obrade džinsa. Članice udruženja su zastupljene na domaćem i regionalnom tržištu, tako da se u proseku između 50 i 80 odsto robe izvozi u region, ali i na neka tržišta EU.

Kakvi su vam dalji planovi u smislu povećanja prodaje i promocije proizvoda?

Očekujemo da u narednom periodu imamo efikasniju promociju na međunarodnim sajmovima, ali i u direktnim kontaktima sa potencijalnim klijentima. Iz dosadašnjeg iskustva videli smo da je promocija veoma važna za ovaj sektor u Srbiji. Pre svega, zato što veliki broj potencijalnih klijenata ima nedovoljno informacija o Srbiji i veoma malo znaju o mogućnostima saradnje sa našim firmama. Mi očekujemo da će nam nova tehnologija, u kojoj koristimo ozonsko pranje, pomoći da skrenemo pažnju na sebe i promovišemo se kao ekološki svesni preduzetnici, koji prate globalne promene i inovacije u industriji. Svakako da je potrebno još dosta rada i usavršavanja kako bismo bili konkurentni na dinamičnom tržištu modne industrije. Do kraja ove godine očekujemo uspostavljanje saradnje sa novim klijentima na tržištu EU.

ATRAKTIVNA I MODERNA MULTIBREND RADNJA

Mirsad Ikić,
direktor „Jeans Factory“ Novi Pazar

U okviru Projekta održivog lokalnog razvoja sarađivali smo sa vrhunskim međunarodnim ekspertima iz našeg sektora, koji su nam dali brojne preporuke kako da unapredimo poslovanje. Radnja „Jeans Factory“ otvorena je krajem prošle godine i okuplja tri domaća džins brenda: „Brug“, „Exact“ i „Classics Jeans“

Koliko vam je savetodavna i konsultantska podrška u okviru ovog projekta pomogla u poslu i šta mislite o ovakvim projektima?

USAID preko svojih programa već godinama predstavlja jedan od najznačajnijih partnera lokalnih proizvođača džinsa. Naše iskustvo sa stručnjacima u okviru Projekta održivog lokalnog razvoja je pozitivno. Smatram da ovakvi programi predstavljaju značajnu podršku domaćim firmama da postanu konkurentne i da se bolje pozicioniraju na tržištu. Projekat održivog lokalnog razvoja je umnogome bio značajan za nas, jer nam je omogućio saradnju sa vrhunskim međunarodnim ekspertima iz našeg sektora.

Zašto je ovakva podrška značajna u vašem poslovanju?

Konsultantska pomoć je veoma značajna, pre svega, imajući u vidu veliko iskustvo koje eksperti imaju u raznim fazama poslovanja. Naravno, uključujući marketing i brendiranje, proizvodnju, prodaju i uopšte sve segmente našeg poslovanja. U tom smislu, značilo nam je i da čujemo mišljenje o našim firmama i proizvodima, kao i njihove predloge šta i kako treba promeniti, da bismo postali prepoznati i konkurentni na tržištu.

Kad je nastao brend “Jeans Factory” i koliko novopazarskih firmi okuplja? Gde se prodaje vaš džins?

„Jeans Factory“ je osnovan sredinom 2015. godine, a prodajni objekat je otvoren krajem prošle godine. Brend je formiran sa ciljem da zajednički nastupimo na tržištu Beograda, kroz jedinstveni multibrend koncept. U tom smislu „Jeans Factory“ je zajednički projekat koji je nastao sa idejom da udruženi brendovi efikasnije i lakše odgovore potrebama tržišta. I naravno, vodili smo se idejom da ćemo se tako bolje pozicionirati na tržištu. Dakle, „Jeans Factory“ je prodajni koncept, ali nije isključeno da u budućnosti postane i posebna robna marka. „Jeans Factory“ multibrend radnja nalazi se u tržnom centru „Stadion“ na Voždovcu i okuplja tri domaća džins brenda: „Brug“, „Exact“ i „Classics Jeans“.

Šta su najvažnije preporuke koje su vam dali konsultanti kako biste poboljšali poziciju na tržištu?

Od konsultanata smo dobili veliki broj preporuka koje se odnose na sve segmente poslovanja. Konkretno dobili smo preporuke koje su se, pre svega, odnosile na marketing i promociju i malo drugačiji prodajni koncept. I zahvaljujući njihovim preporukama

„JEANS FACTORY“ JE ZAJEDNIČKI PROJEKAT KOJI JE NASTAO SA IDEJOM DA SE UDRUŽENI BRENDOVI EFIKASNIJE I LAKŠE POZICIONIRAJU NA TRŽIŠTU. U NAREDNOM PERIODU PLANIRAMO DA PROŠIRIMO PRODAJNU MREŽU I OTVORIMO JOŠ JEDNU RADNJU U BEOGRADU

i smernicama, u okviru Projekta održivog lokalnog razvoja, dobili smo atraktivnu i modernu multibrend radnju. Često volim da istaknem da radnja izgleda tako da se ne bi postideli ni najveći svetski brendovi, a u šta se mogu uveriti svi koji budu posetili našu prodavnicu u tržnom centru „Stadion“.

KONSULTANTI SU VEOMA DOBRO OCENILI NAŠE PROIZVODE, POSMATRAJUĆI DIZAJN, KVALITET I CENE. TAKOĐE, DOSTA DOBRO SU OCENILI I PROIZVODNE POGONE, OPREMU I USLOVE U KOJIMA SE RADI. ALI, PORED ZAVIDNOG KVALITETA I DIZAJNA PROIZVODA, SVAKAKO POSTOJI PROSTOR ZA UNAPREĐENJE POSLOVANJA

Kako su strani konsultanti ocenili vaš kvalitet i dizajn proizvoda?

Konsultanti su veoma dobro ocenili naše proizvode, posmatrajući dizajn, kvalitet i cene. Ali ne samo proizvode, dosta dobro su ocenili i proizvodne pogone, opremu i uslove u kojima se radi. Za naše poslovanje je veoma važno da smo čuli od stranih stručnjaka ocenu trenutnog stanja. Ali, pored zavidnog kvaliteta i dizajna proizvoda, svakako postoji prostor za unapređenje i eventualno ulazak u neke zahtevnije tržišne niše, pre svega, na stranim tržištima. Inače, na domaćem tržištu, možemo da budemo konkurentni sa cenama jer su troškovi distribucije i prodaje dosta manji u odnosu na izvoz.

Kakvi su dalji planovi u smislu povećanja prodaje i promocije proizvoda?

U narednom periodu planiramo da se što bolje pozicioniramo na tržištu Beograda, kao i da razmotrimo mogućnosti za širenje prodajne mreže. Zapravo, imamo u planu da otvorimo još jedan maloprodajni objekat u Beogradu, ali i u drugim većim gradovima u Srbiji.

NAZIV IZDANJA:
NAJBOLJE PRAKSE
SEKTORSKA PODRŠKA RAZVOJU MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA

UREDNIK:
Biljana Stepanović

NOVINAR:
Olivera Bojić

STRUČNI SARADNIK:
Danijela Šever Radovanović

PROJEKT MENADŽER:
Nevena Prokić

UREDNIK FOTOGRAFIJE:
Dragan Milošević

DIZAJN:
Jovana Bogdanović

LEKTURA I KOREKTURA:
Mirjana Radaković

PREVOD:
Aleksandar Janković

ŠTAMPA:
Caligraph

IZDAVAČ:
Business Info Group
Bulevar despota Stefana 12, Beograd,
www.big.co.rs,
tel:+381 11 2258 891
Sva prava rezervisana

ŠTAMPANJE PUBLIKACIJE OMOGUĆIO JE AMERIČKI NAROD POSREDSTVOM AMERIČKE AGENCIJE ZA MEĐUNARODNI RAZVOJ (USAID). IZDAVAČ BUSINESS INFO GROUP JE U POTPUNOSTI OGOVORAN ZA SADRŽAJ PUBLIKACIJE KOJI NE MORA NUŽNO ODRAŽAVATI STAVOVE USAID-A ILI VLADE SJEDINJENIH AMERIČKIH DRŽAVA.

USAID
OD AMERIČKOG NARODA