



MSP BAROMETAR

SEKTOR PLASTIKE

Udruženje za razvoj NERDA
Oktober 2015.



CONTENTS

Definicija	2
Primjena	2
Korisnost.....	3
Metoda rada	3
Podaci dobijeni kroz anketu sa poduzetnicima	5
Statistički podaci koji se odnose na SI BiH	14
Uporedna analiza SI BiH / BiH	19
Nauspješnije kompanije u BiH.....	22
Najuspješnije kompanije u SI BiH	23

U okviru projekta CREDO, Udruženje za razvoj NERDA je 2009. godine pokrenulo aktivnost uspostave poslovnog Barometra za područje regije koju pokriva.

Želja nam je bila da kroz uvođenje popularne metode za ocjenu poslovnog okruženja pružimo kvalitetan i vjerodostojan prikaz poslovnog okruženja u regiji, posmatran kroz prizmu samih privrednika.

Ovaj način procjene poslovnog okruženja pruža obilje korisnih informacija svim onim pojedincima, organizacijama i institucijama koji se bave problematikom ekonomskog razvoja.

Također, budući da je metoda usklađena sa svjetskom praksom praćenja ekonomskih kretanja i procjene poslovnog okruženja, ovaj dokument može predstavljati i koristan izvor informacija za sve one zainteresovane strane iz inostranstva koje imaju ili planiraju ostvariti poslovne kontakte u sjeveroistočnoj BiH.

Da bismo korisnicima ove publikacije pružili što kvalitetniji uvid u stanje razmatranih industrijskih sektora odlučili smo se za kombinaciju podataka iz više izvora, pritom razvrstanih na više različitih načina.

U tom smislu, dokument je sadržan iz 4 dijela:

1. stavovi ispitanika, prikupljeni kroz razgovore/ankete;
2. stanje u SI BiH po određenim ekonomskim parametrima (sa prikazima stanja po administrativnim jedinicama),
3. uporedni prikaz stanja u SI BiH sa stanjem na nivou BiH
4. najuspješnije kompanije u razmatranim sektorima/podsektorima.

Obilje informacija će, nadamo se, zainteresovanim čitaocima pružiti osnovu za kvalitetnije sagledavanje stanja u razmatranim sektorima.

Autori publikacije se ovom prilikom nisu upuštali u detaljnije komentarisanje prikazanih parametara, ostavljajući čitaocima da donesu svoje stavove i zaključke na osnovu prikazanih informacija.

Definicija

Barometar je suvremeno koncipirana metoda istraživanja tržišta koji služi za procjenu, ispitivanje i određivanje stavova, mišljenja i vrijednosti definirane grupe ispitanika

Primjena

- Istraživanje **trendova na tržištu**
- Istraživanje **trendova unutar preduzeća**
- **Interna** (stavovi zaposlenih, saradnja među odjelima, razvoj kompetencija, profesionalna orijentacija itd.)

- **Eksterna** (stavovi i potrebe i navike kupaca, tržišna pozicija i svijest o proizvodu, istraživanje tržišta pred lansiranje novog proizvoda, mjerenje zadovoljstva kupaca)

Korisnost

Permanentnim tržišnim istraživanjima, eksternim ili internim, korisnik Barometra ostvaruje brojne koristi od kojih ističemo:

- ostvarivanje komunikacije s klijentom u cilju poboljšavanja proizvoda i izgrađivanje lojalnosti
- ostvarivanje komunikacije sa zaposlenima u cilju poticanja timskog rada i poboljšavanja učinkovitosti organizacije
- povratna informacija o mišljenju i zadovoljstvu potrošača, o imidžu brenda ili kompanije, o učinku promotivnih aktivnosti, o trendovima, o konkurenciji
- pristup rezultatima u realnom vremenu i mogućnost brze reakcije i prilagodbe zahtjevima potrošača
- upoznavanje javnosti / kupaca / zaposlenika s novostima u ponudi / poslovanju preduzeća
- identifikacija segmenata poslovanja u kojima je nužno uvesti promjene
- upravljanje i donošenje odluka na osnovu točnih informacija (činjenica)
- potpunu kontrolu istraživanja – pouzdavanje u rezultate

Metoda rada

- **Kreiranje upitnika**

Upitnik obrađuje mišljenja ispitanika o segmentu prodaje, zaliha, uposlenih, iskorištenju instaliranih kapaciteta, identifikaciji prepreka za razvoj kao i procjenama rezultata poslovanja u proteklom periodu kao i očekivanja o istim u narednom periodu.

- **Formiranje liste MSP**

Analizom baze podataka MSP-a, kreiranom za potrebe projekta CREDO, selektirana su preduzeća koja će biti uvrštena u proces istraživanja i procjene poslovnog okruženja na nivou regije SI BiH.

- **Fokus na izabrane industrijske sektore**

U procesu formiranja liste MSP koji će biti uključeni u ovu aktivnost fokus je bio na MSP koji pripadaju sektoru plastike i alata.

- **Distribucija i prikupljanje upitnika**

Predstavnicima NERDA-e su posjetili sve MSP koji se nalaze na listi, prezentirali proces i korisnost provedene metode Barometra te prikupili popunjene upitnike.

- **Analiza podataka**

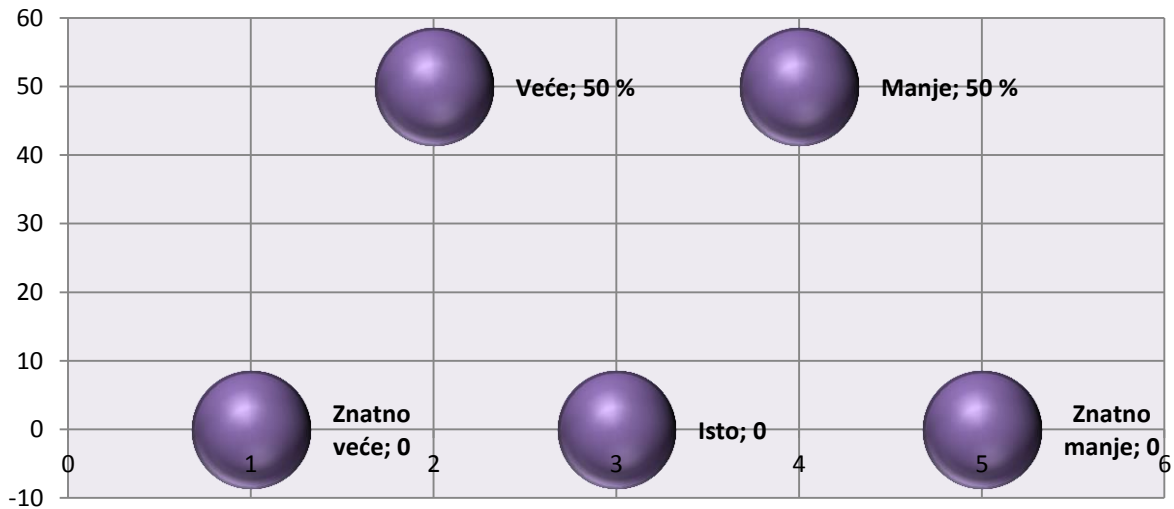
Odjel za podršku i promociju poduzetništva, organizaciona jedinica NERDA-e, je izvršio analizu dobijenih rezultata te pripremio ovo izdanje MSP Barometra

- **Statistički podaci**

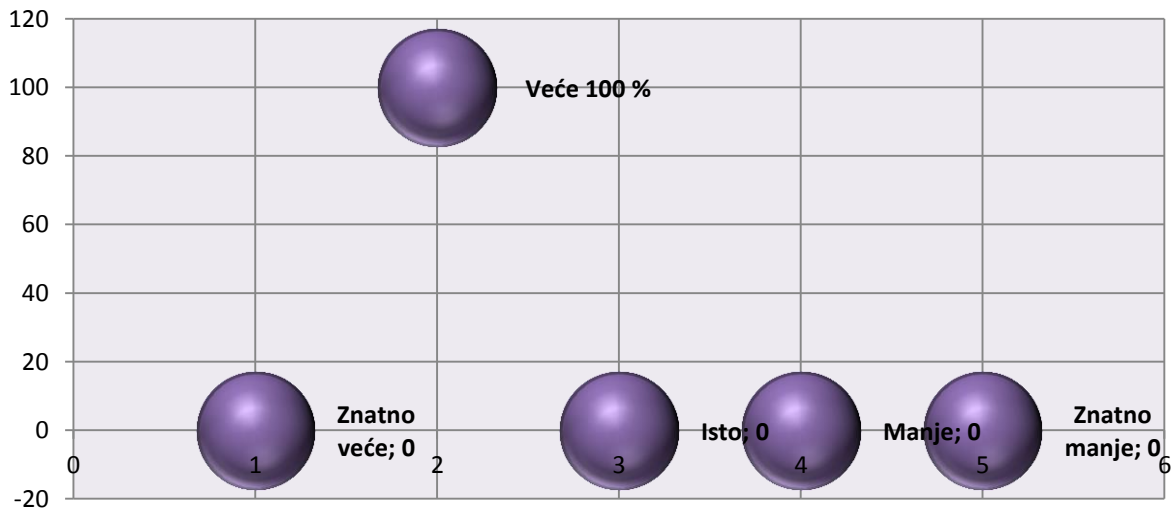
Da bi se omogućio sveobuhvatan uvid u problematiku kojom se bavimo, smatrali smo da je potrebno podatke dobijene od predstavnika kompanija obogatiti sa zvaničnim statističkim podacima, kako za SI BiH tako i za područje cijele Bosne i Hercegovine izuzev područja Brčko distrikta, za koje nismo uspjeli obezbjediti podatke.

Podaci dobijeni kroz anketu sa poduzetnicima

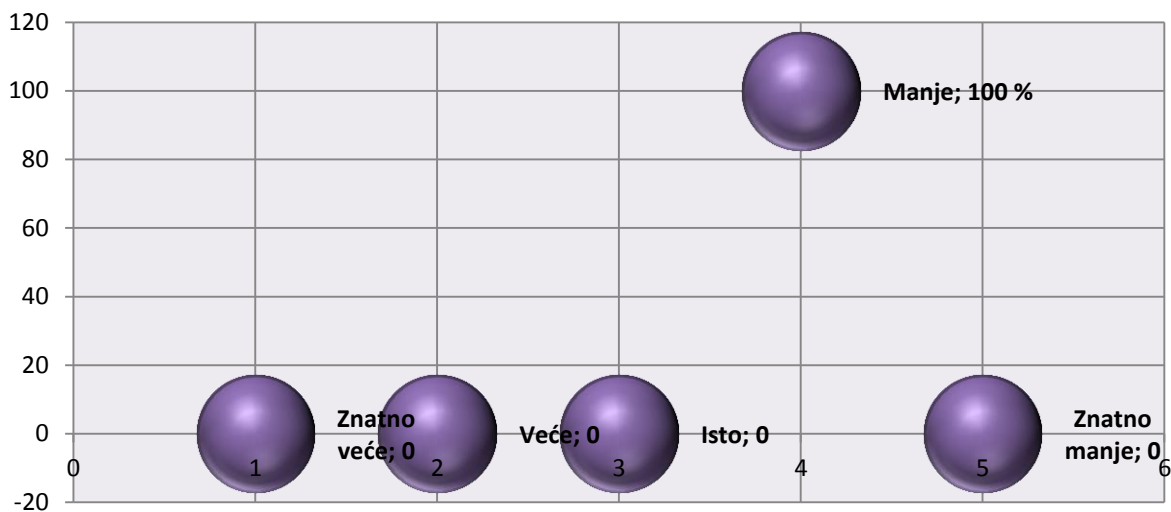
Ukupni finansijski rezultati 2014. u odnosu na 2013.



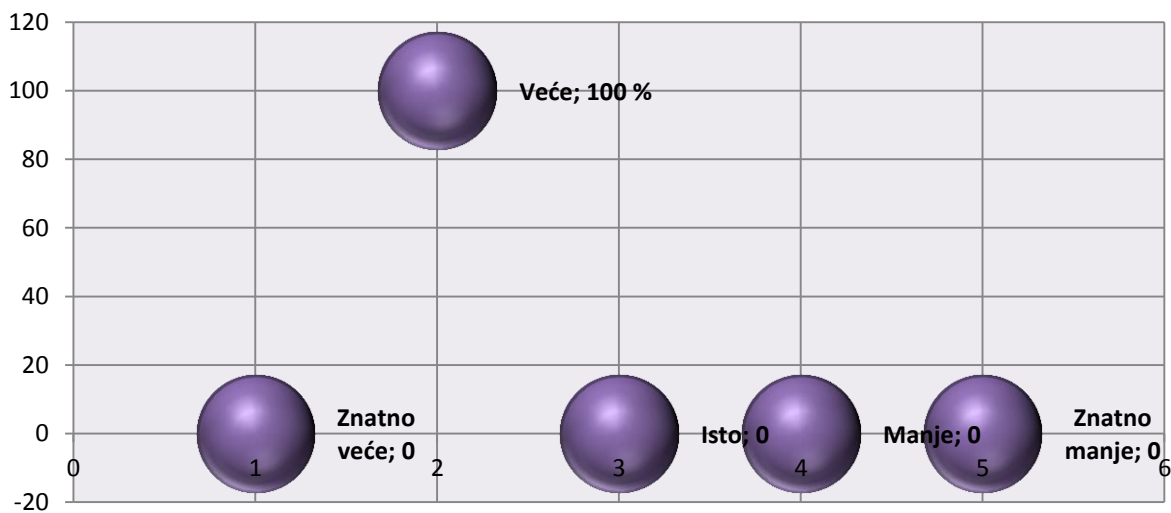
Ukupni finansijski rezultati 2015. u odnosu na 2014. (prognoza)



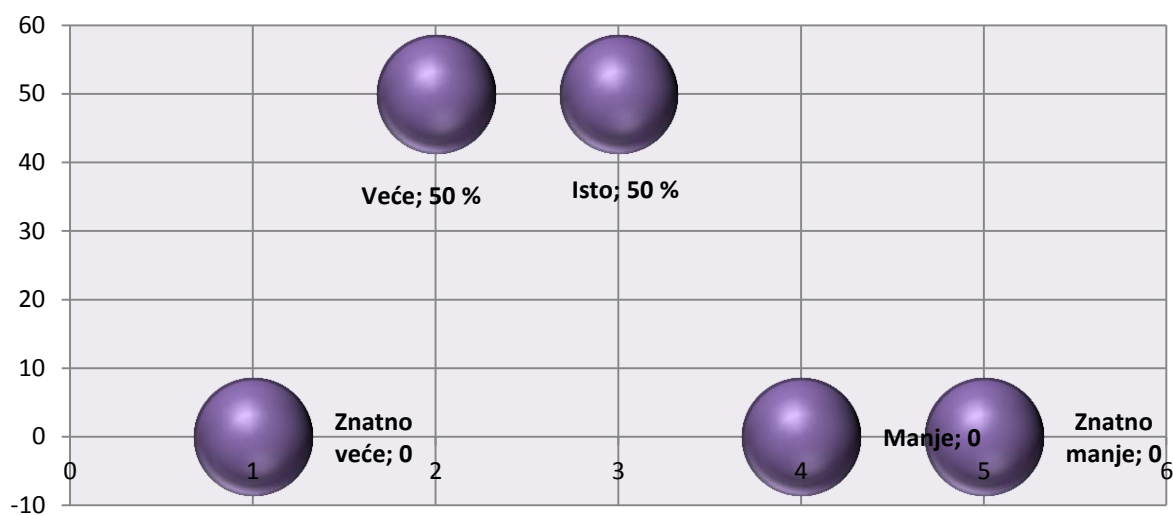
Rezultati ostvareni na domaćem tržištu 2014. u odnosu na 2013.



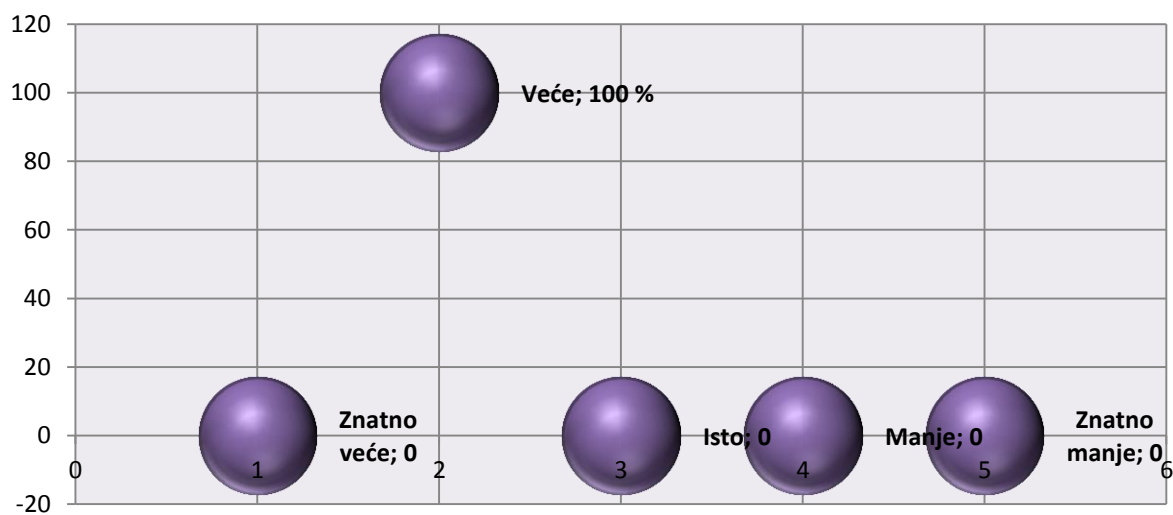
Rezultati ostvareni na domaćem tržištu 2015. u odnosu na 2014. (prognoza)



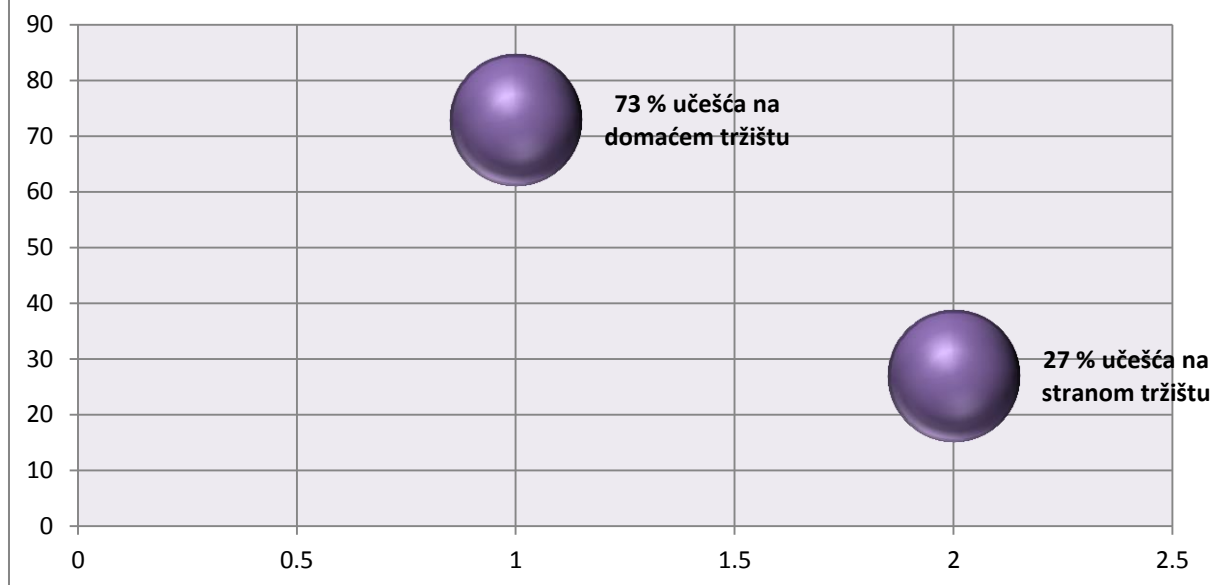
Rezultati ostvareni na inostranom tržištu 2014. u odnosu na 2013.



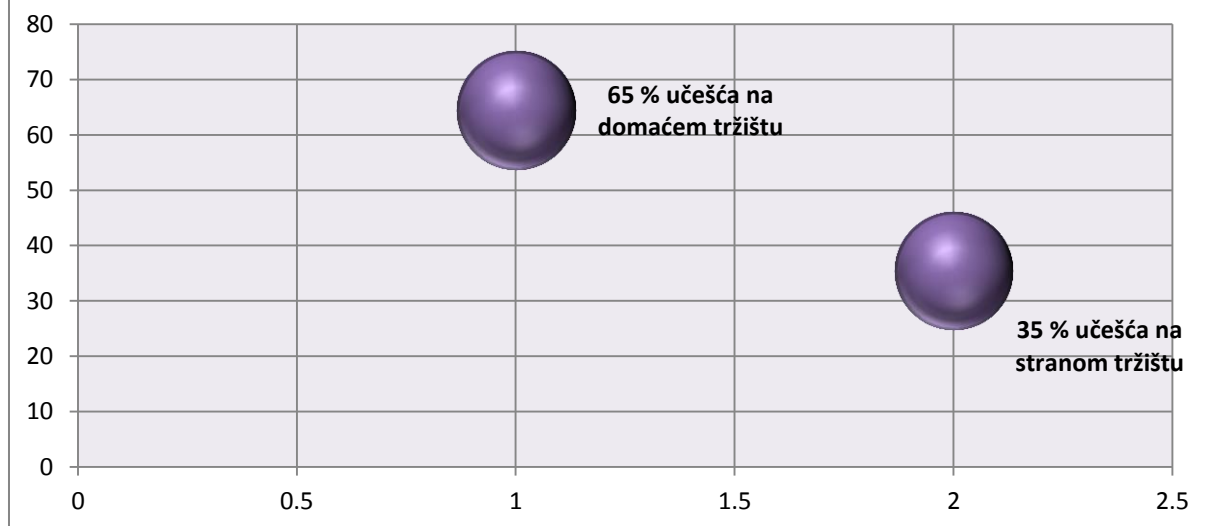
Rezultati ostvareni na inostranom tržištu 2015. u odnosu na 2014. (prognoza)



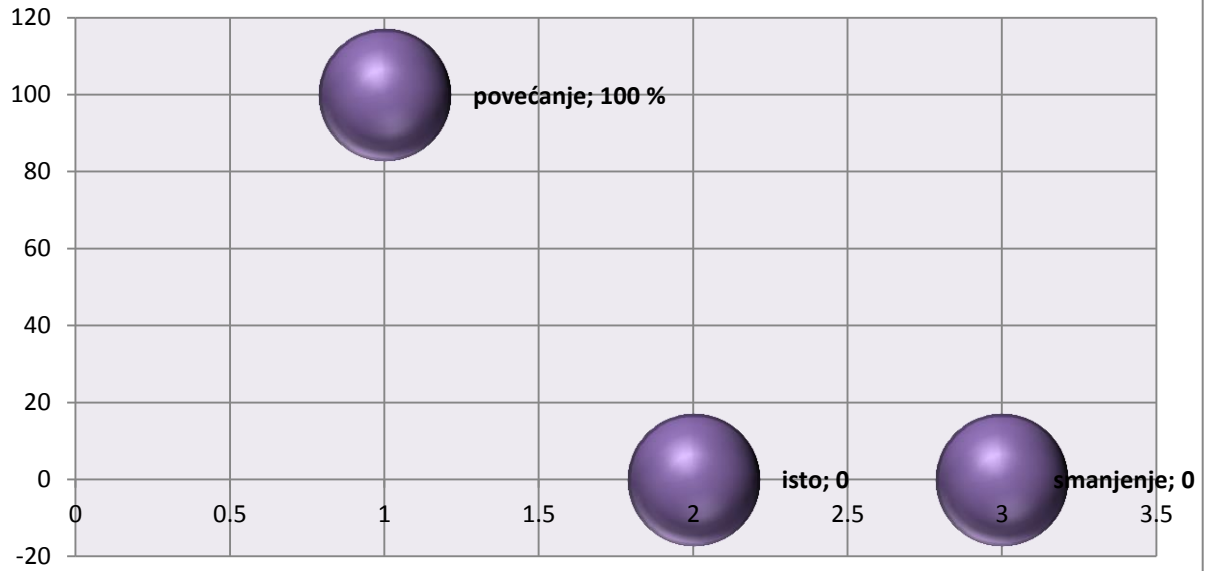
Ukupna prodaja 2014. u odnosu na 2013.



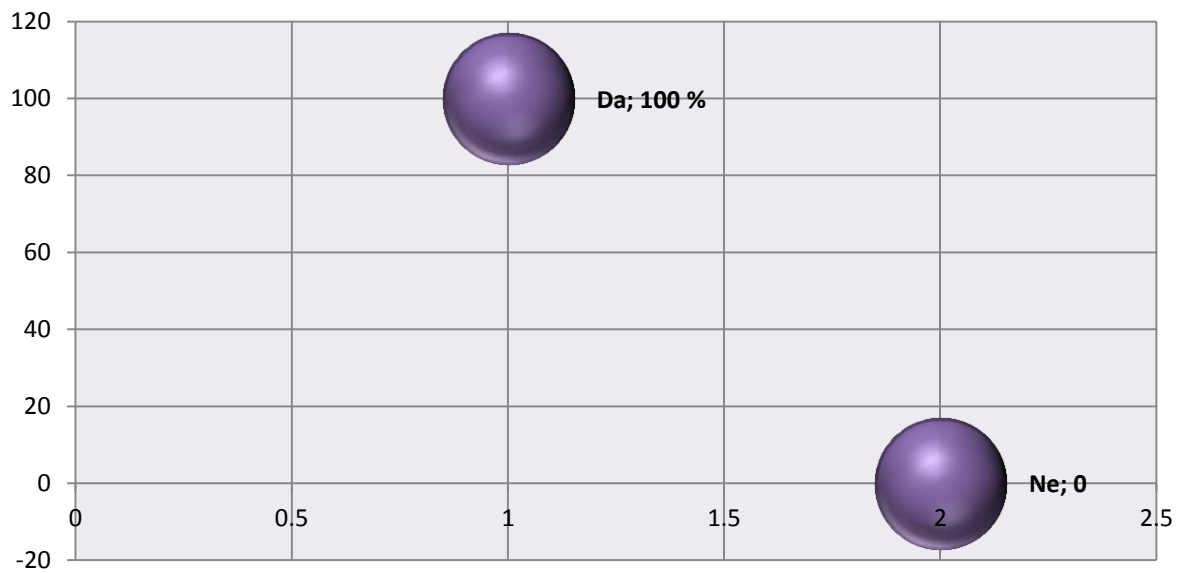
Ukupna prodaja 2015. u odnosu na 2014. (prognoza)



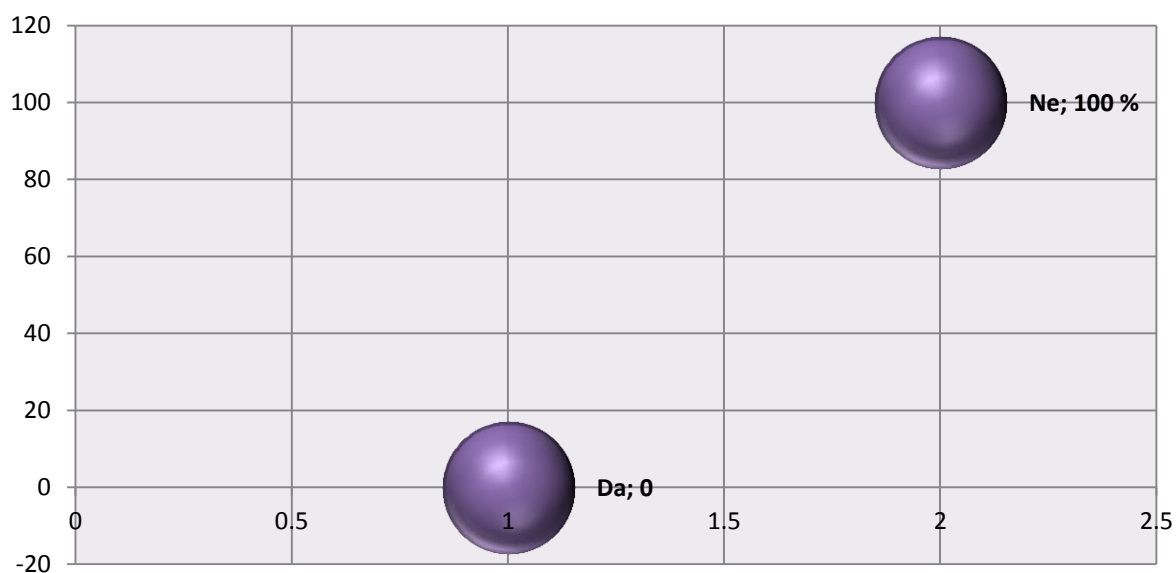
Radna snaga



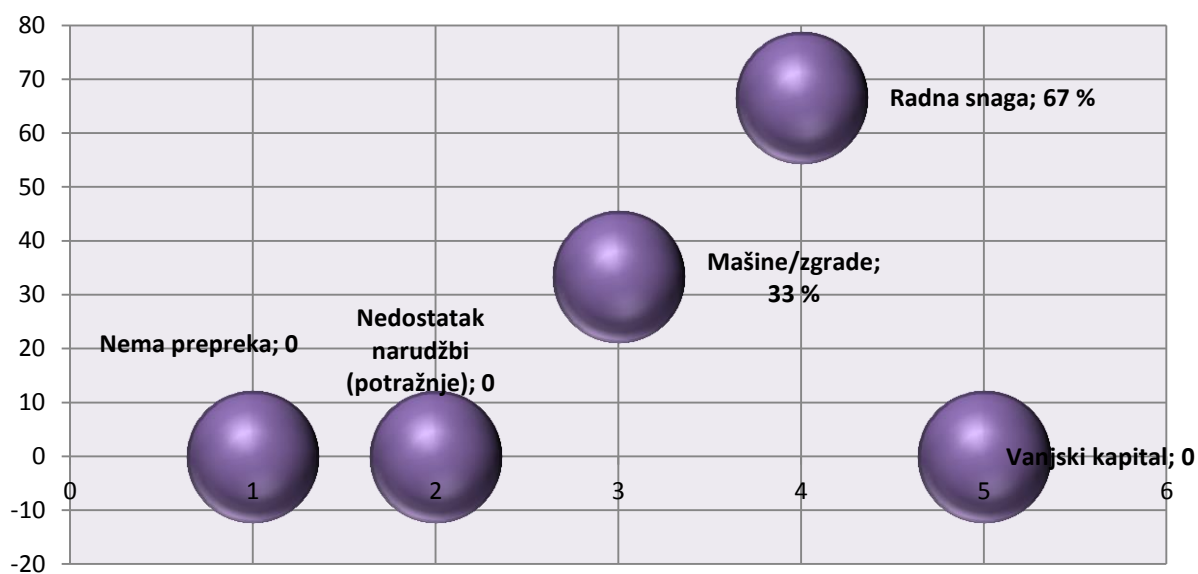
Nedostatak radne snage

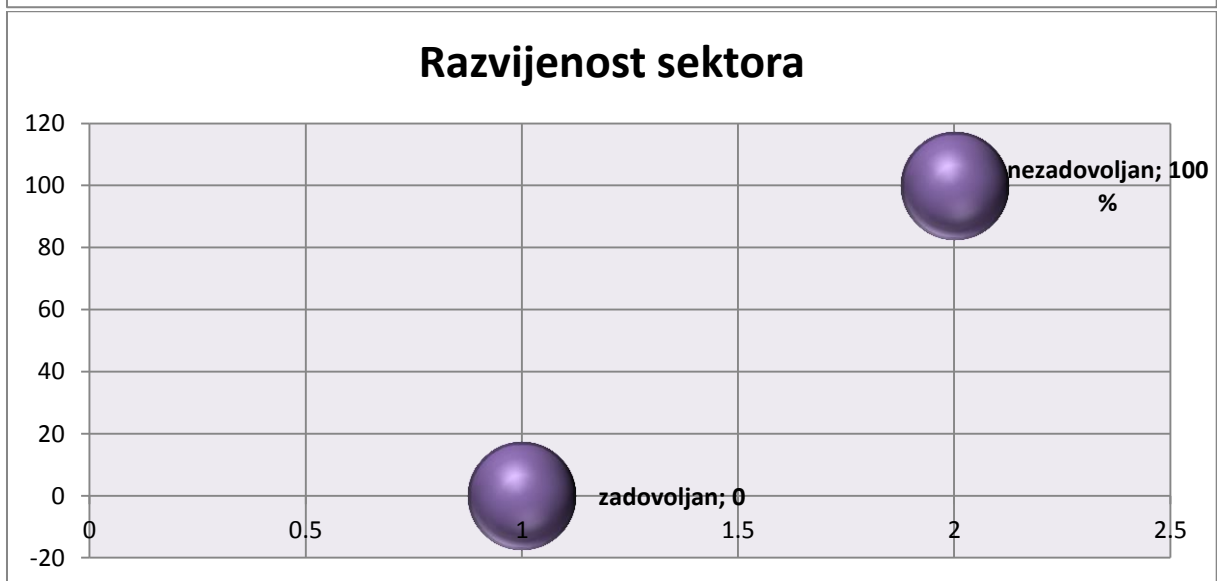
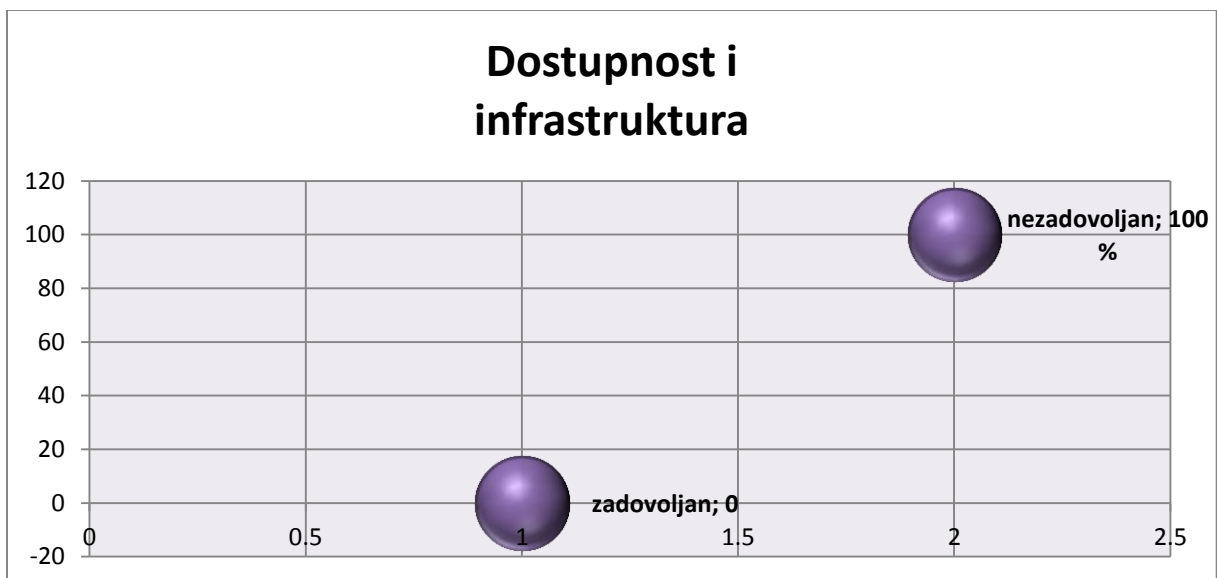
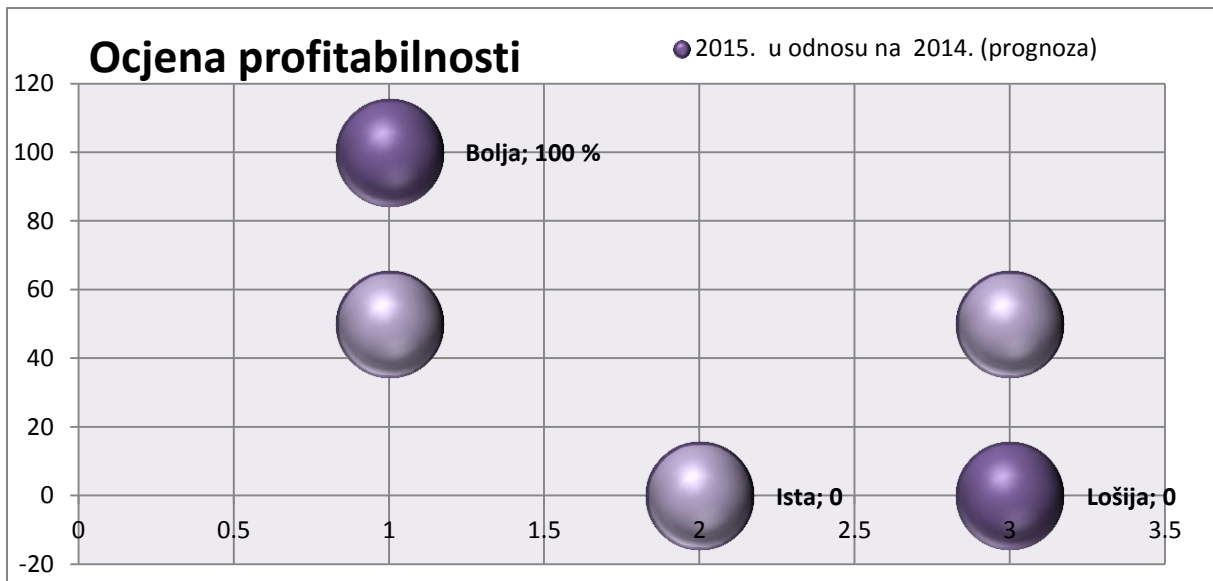


Korištenje kapaciteta - na dan vršenja ankete

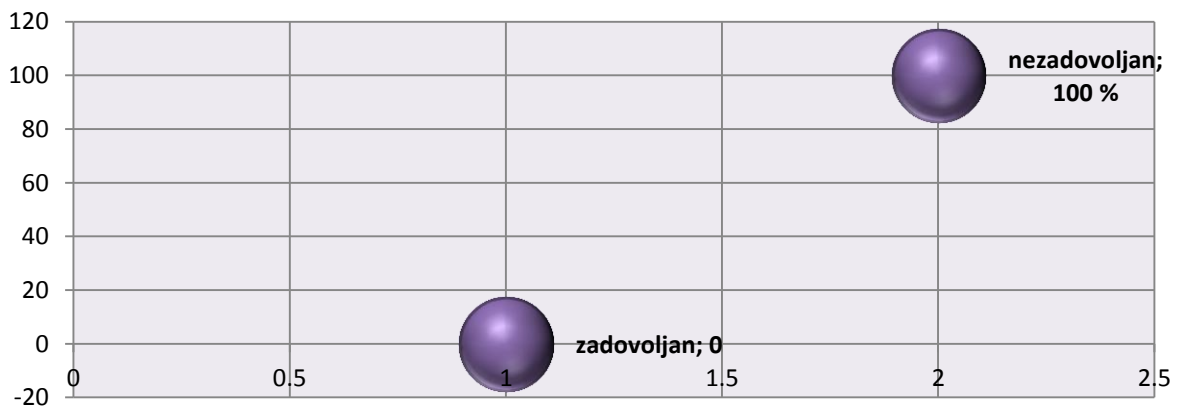


Najvažnije prepreke za rast

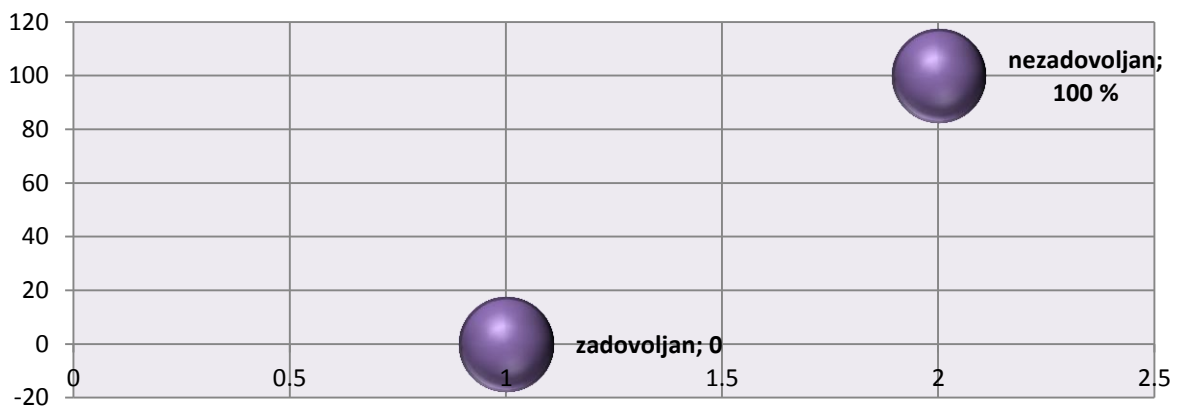




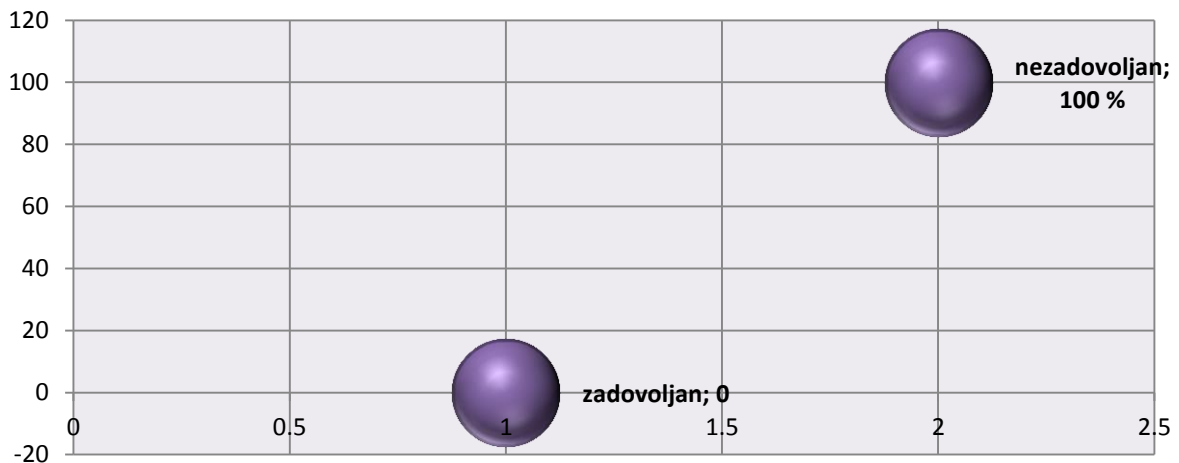
Ekonomsko i poslovno okruženje

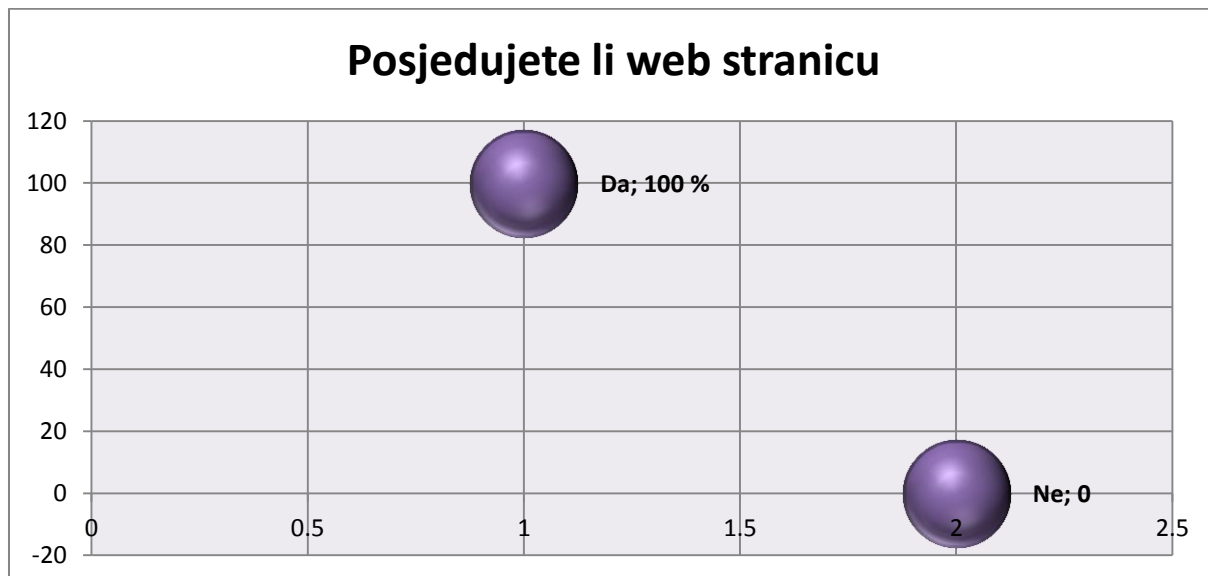


Mogućnost umrežavanja sa drugim sektorima



Marketing, promocija





Kada su u pitanju procjene o ukupnim finansijskim rezultatima, primjetan je trend rasta o čemu govori i optimizam iskazan u pogledu rezultata u dolazećem periodu.

Prosječni broj uposlenih u preduzećima obuhvaćenim ovom anketom je 103

Svi anketirani planiraju nova zapošljavanja što je u skladu sa planovima za nova investiranja. U narednom periodu prosječna vrijednost ulaganja će iznositi preko 3,5 miliona KM.

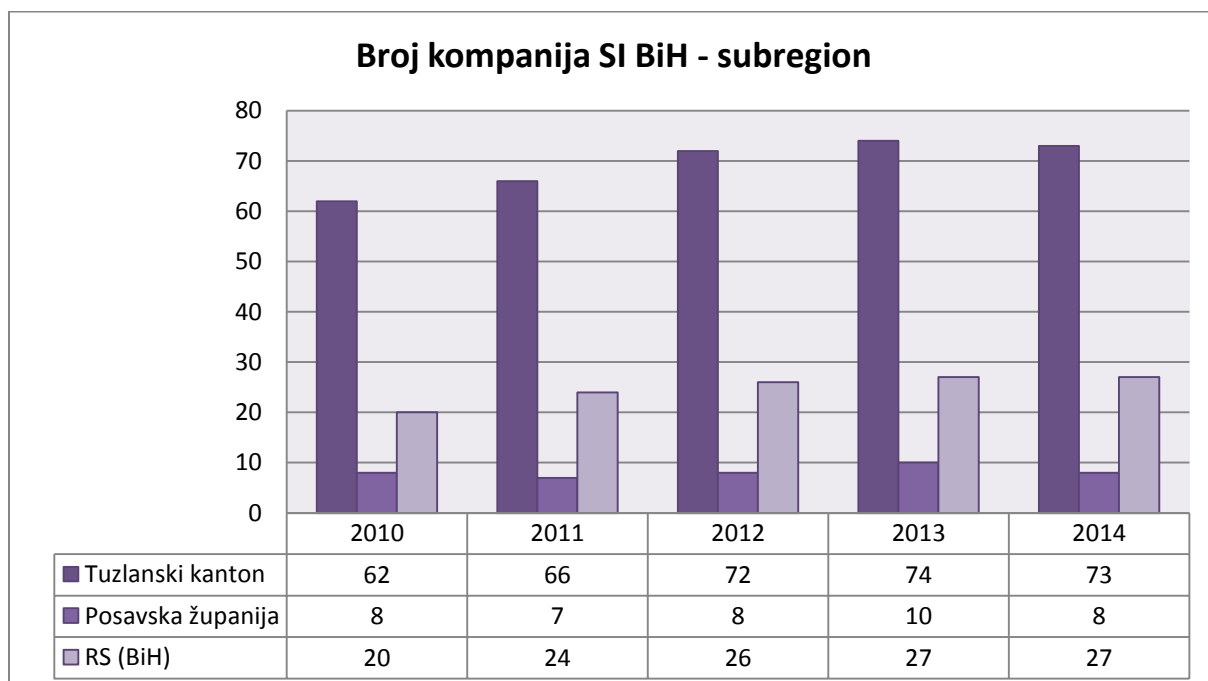
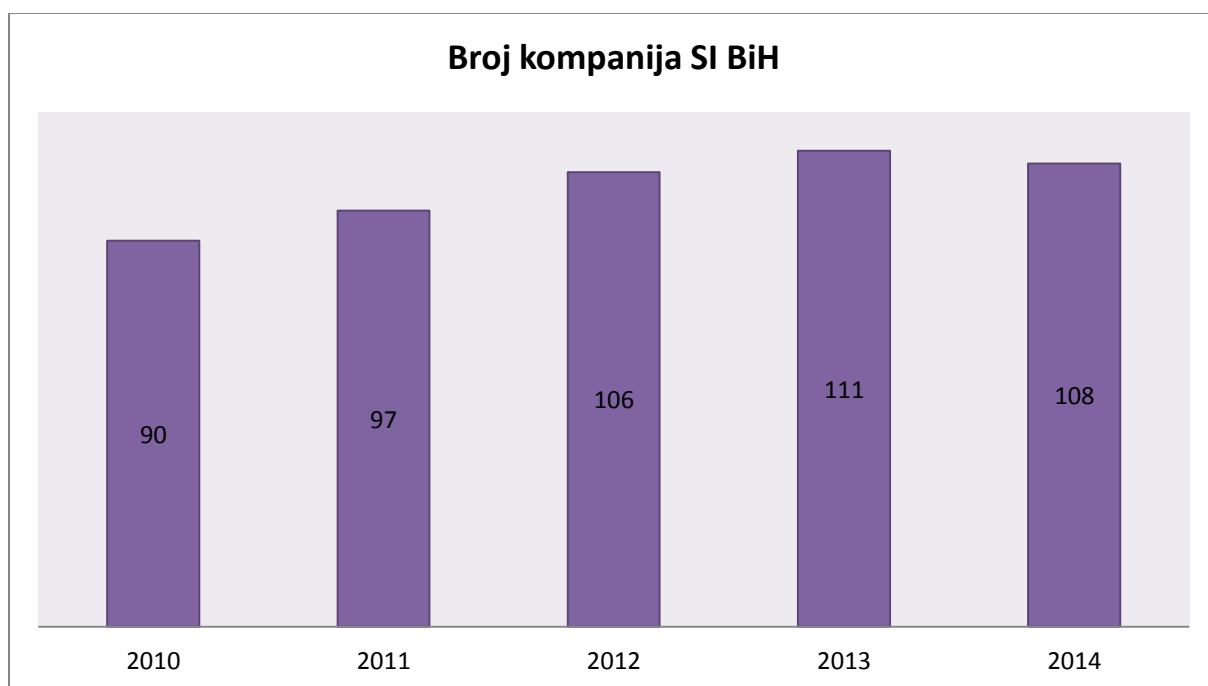
Primjetno je nezadovoljstvo stanjem na tržištu radne snage. Primjetan je izražen nedostatak visokokvalificiranog i srednje kvalificiranog kadra, prilagodjenog potrebama preduzeća koja usljed tog nedostatka vrlo često pribjegavaju internom doškolovanju i specijalizovanim treninzima što poskupljuje ukupne troškove poslovanja. Sistem obrazovanja nije prilagođen potrebama tržišta i primjetan je nedostatak komunikacije između njih.

Kako je i očekivano, anketirana preduzeća ne koriste kapacitete u potpunosti, dok je prosječna iskorištenost kapaciteta vrlo visoka i iznosi 75%.

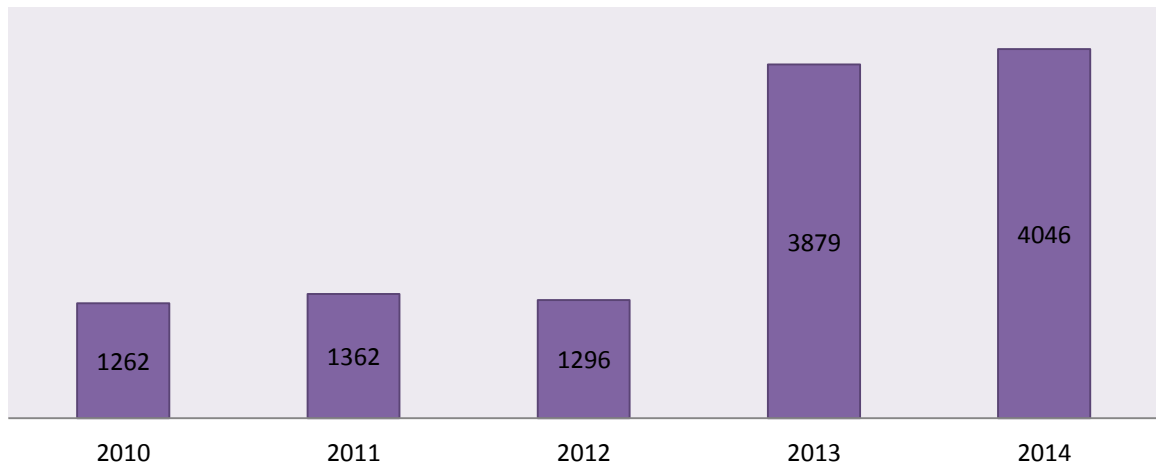
Statistički podaci koji se odnose na SI BiH

Da bi korisnicima ove publikacije omogućili potpuniji uvid u stanje ovog industrijskog sektora u produžetku dokumenta pružamo mogućnost uvida u rezultate ostvarene u protekli 5 godina.

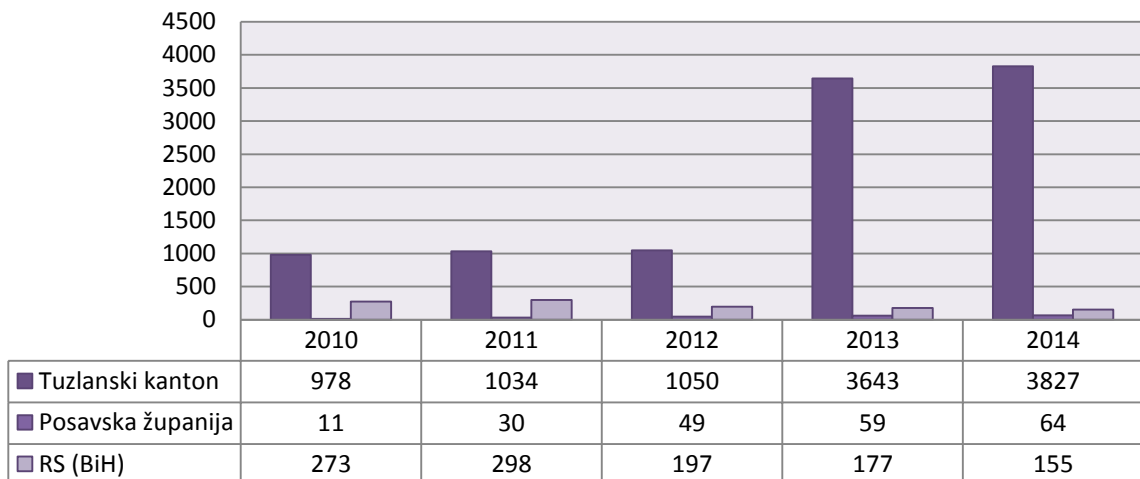
Izvor podataka je Statistički zavod BiH.



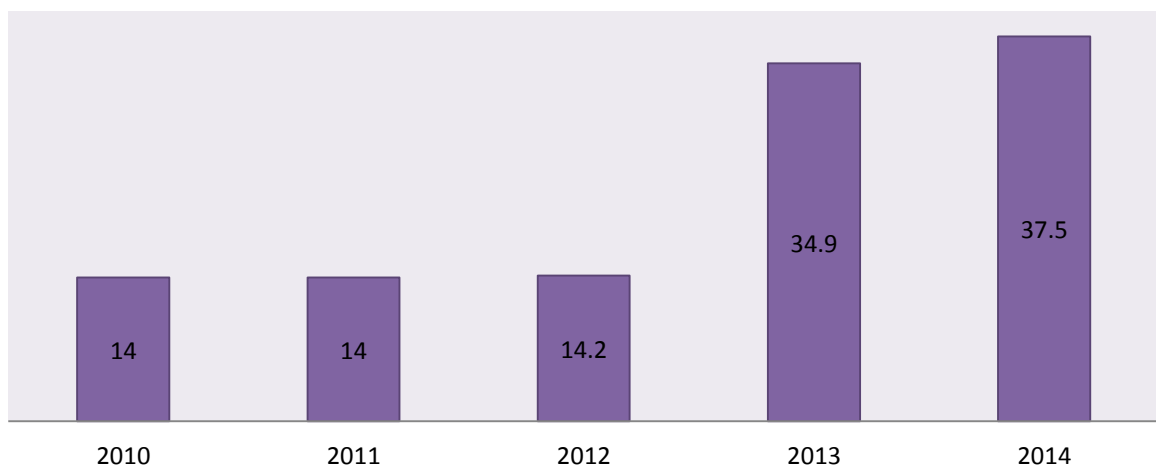
Ukupan broj zaposlenih SI BiH



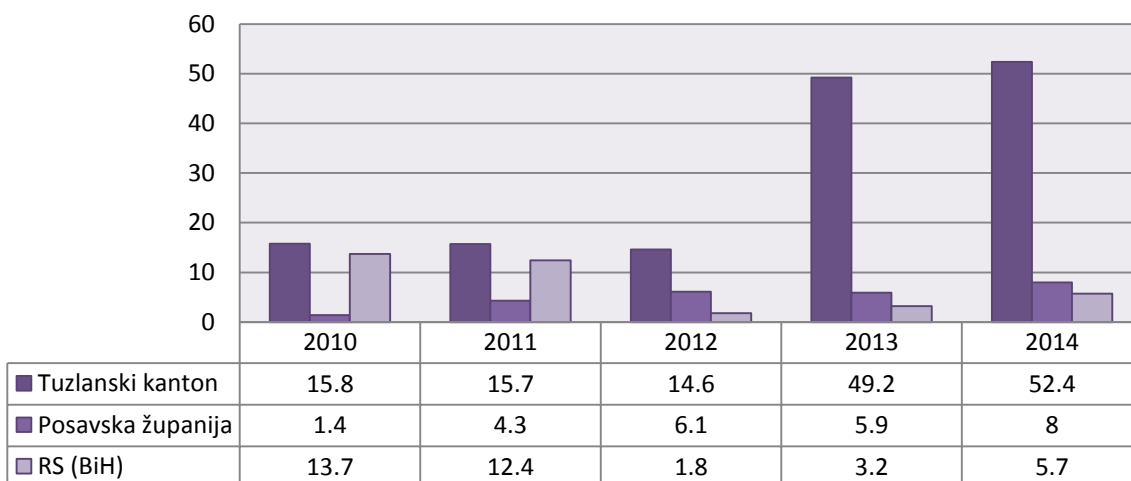
Ukupan broj zaposlenih SI BiH - subregion



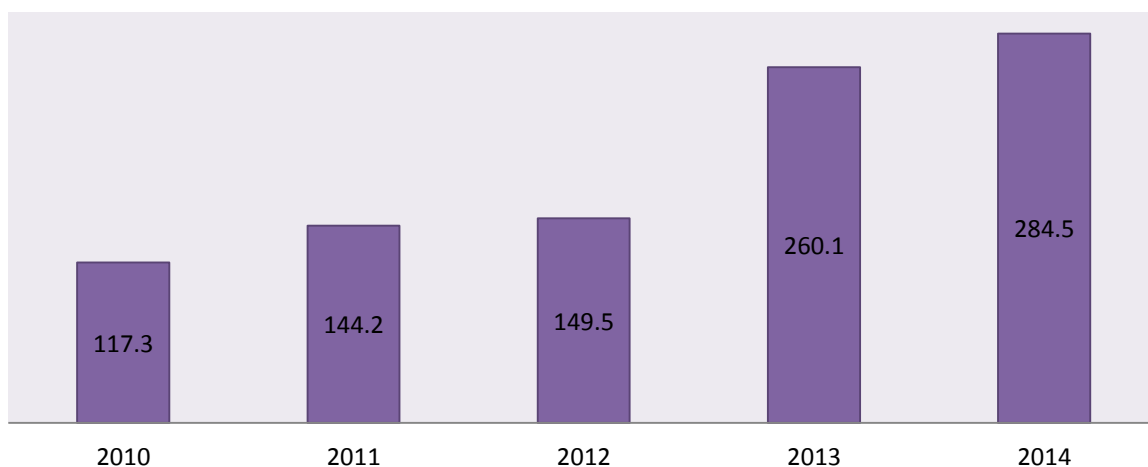
Prosječan broj zaposlenih SI BiH



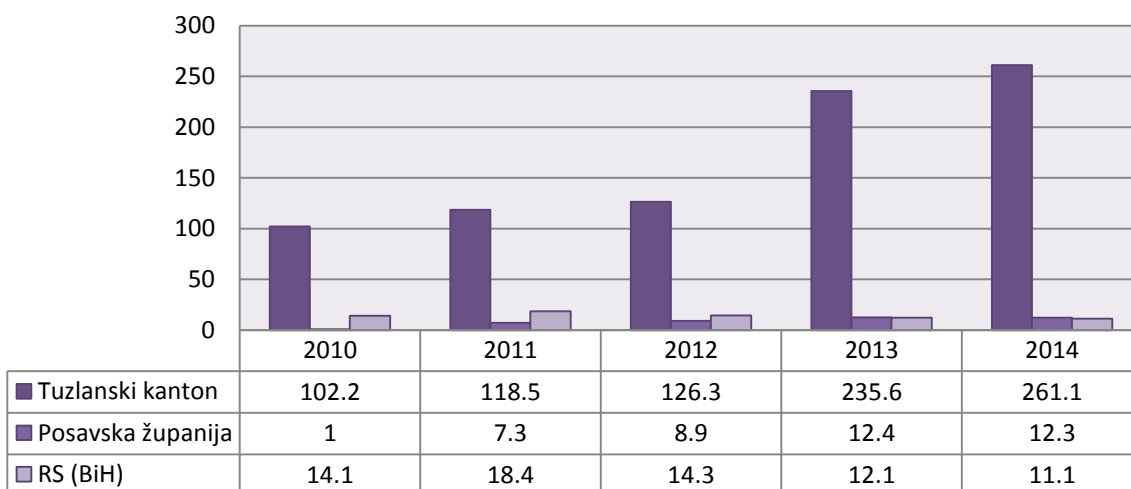
Prosječan broj zaposlenih SI BiH - subregion



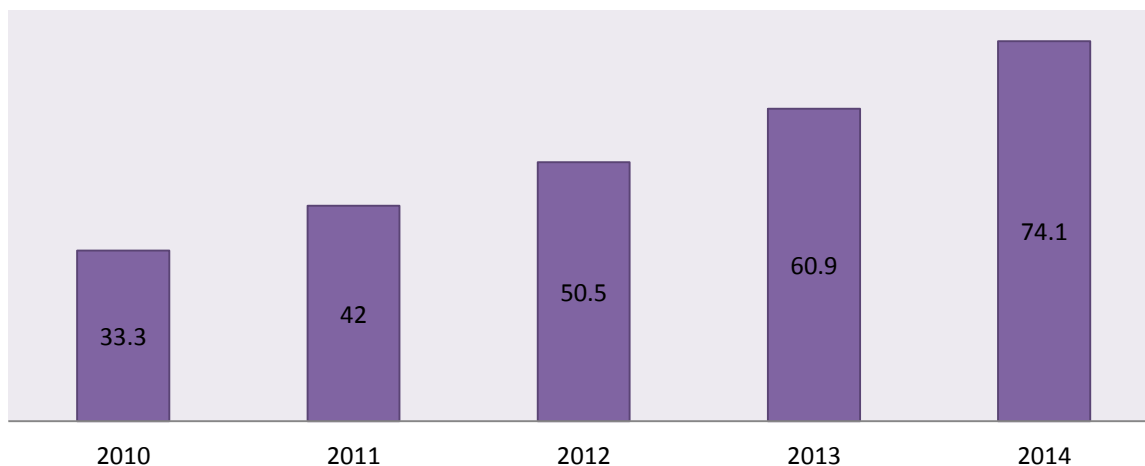
Ukupan prihod od prodaje (mil. KM) SI BiH



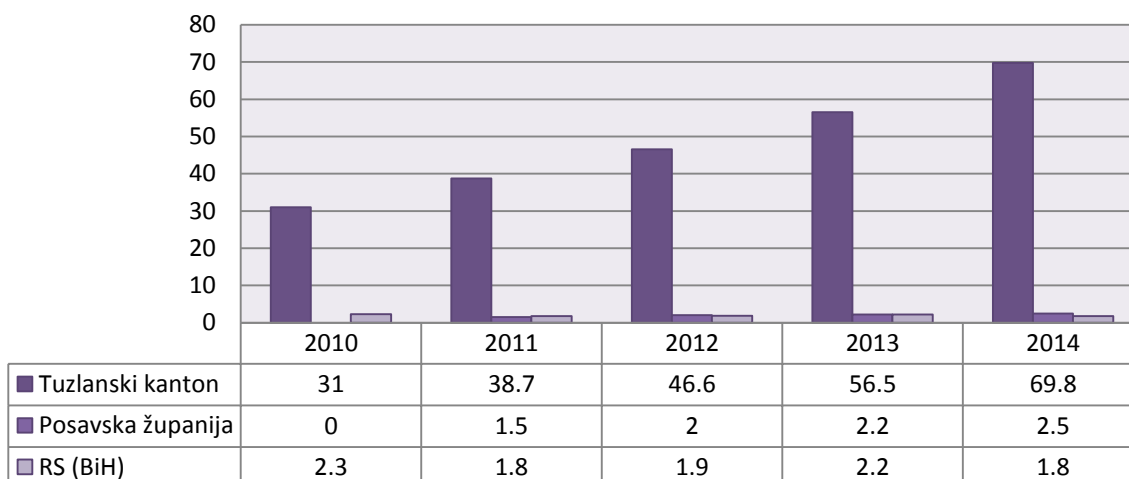
Ukupan prihod od prodaje (mil. KM) SI BiH - subregion



Prihod od izvoza (mil. KM) SI BiH



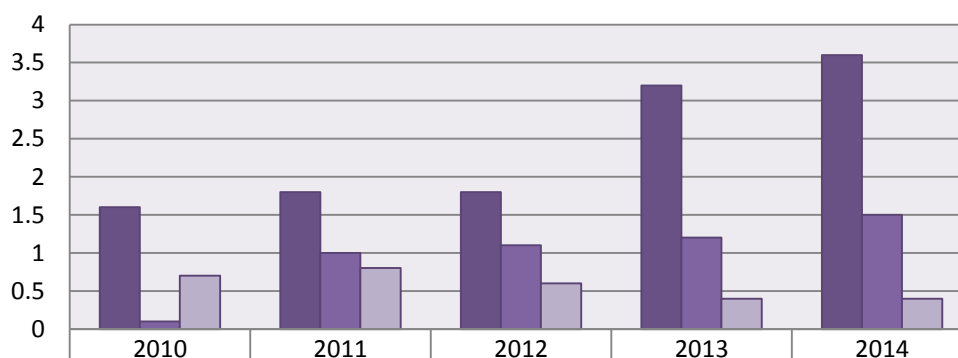
Prihod od izvoza (mil. KM) SI BiH - subregion



Prosječan prihod od prodaje (mil. KM) SI BiH

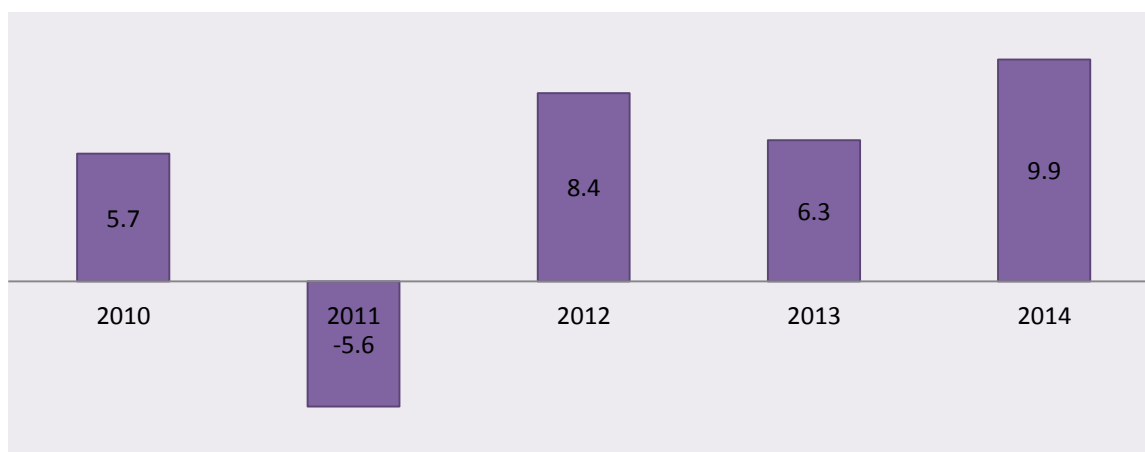


Prosječan prihod od prodaje (mil. KM) SI BiH - subregion

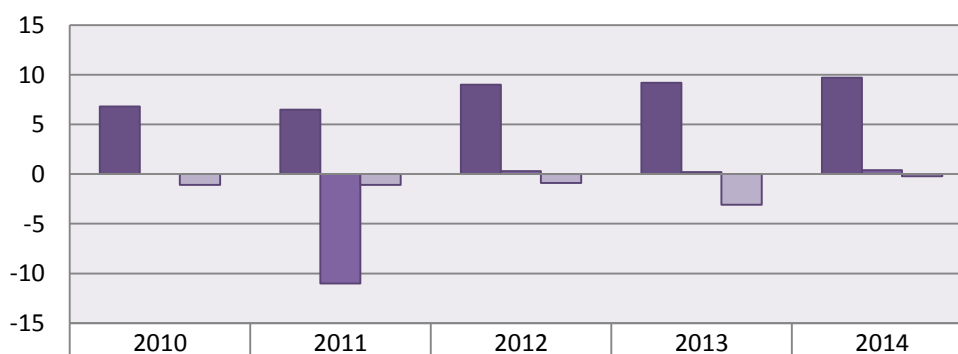


■ Tuzlanski kanton	1.6	1.8	1.8	3.2	3.6
■ Posavska županija	0.1	1	1.1	1.2	1.5
■ RS (BiH)	0.7	0.8	0.6	0.4	0.4

Ukupna dobit (mil. KM) SI BiH



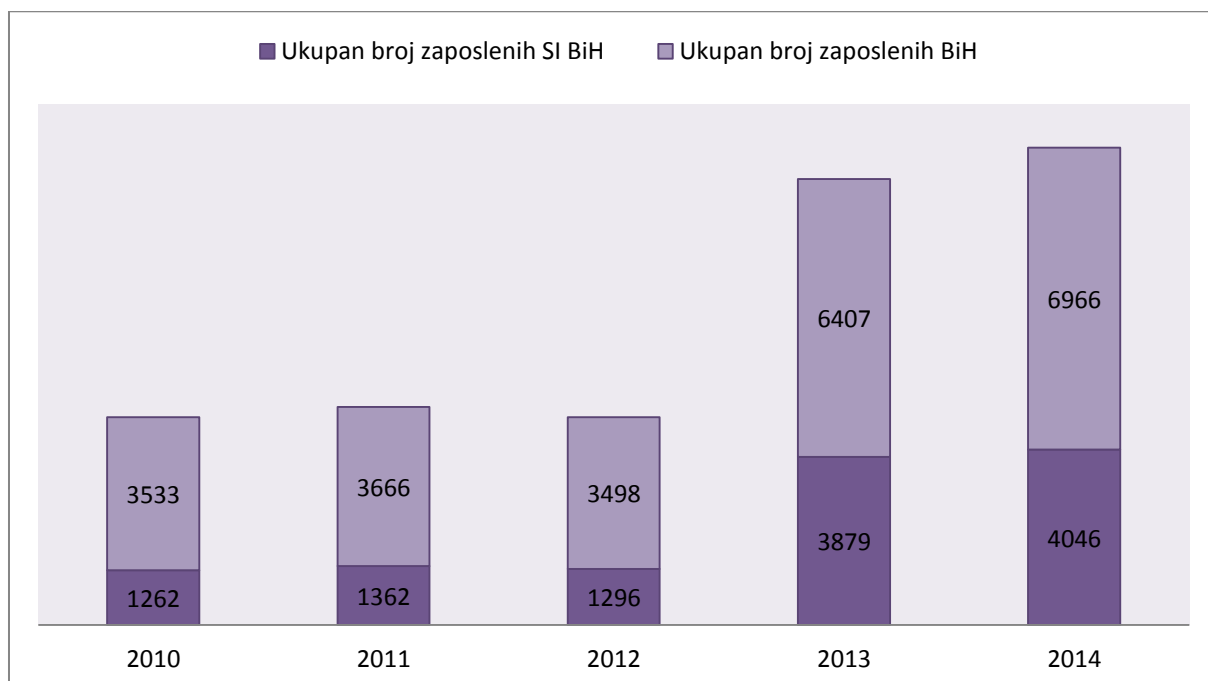
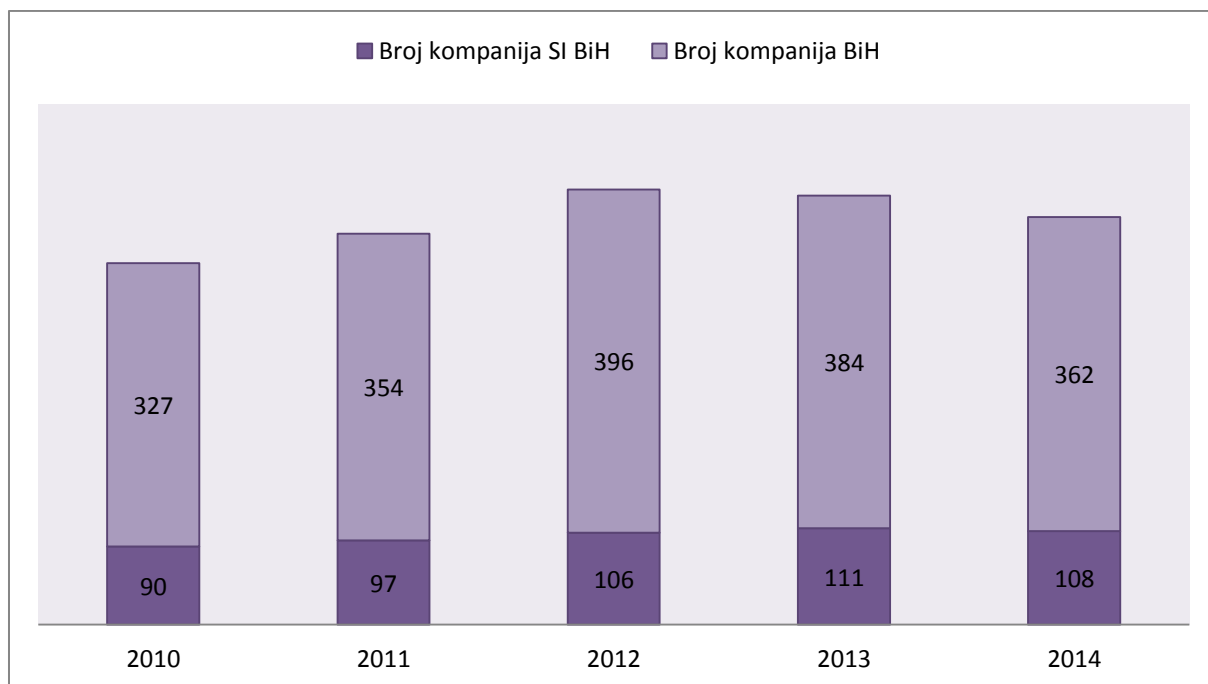
Ukupna dobit (mil. KM) SI BiH - subregion

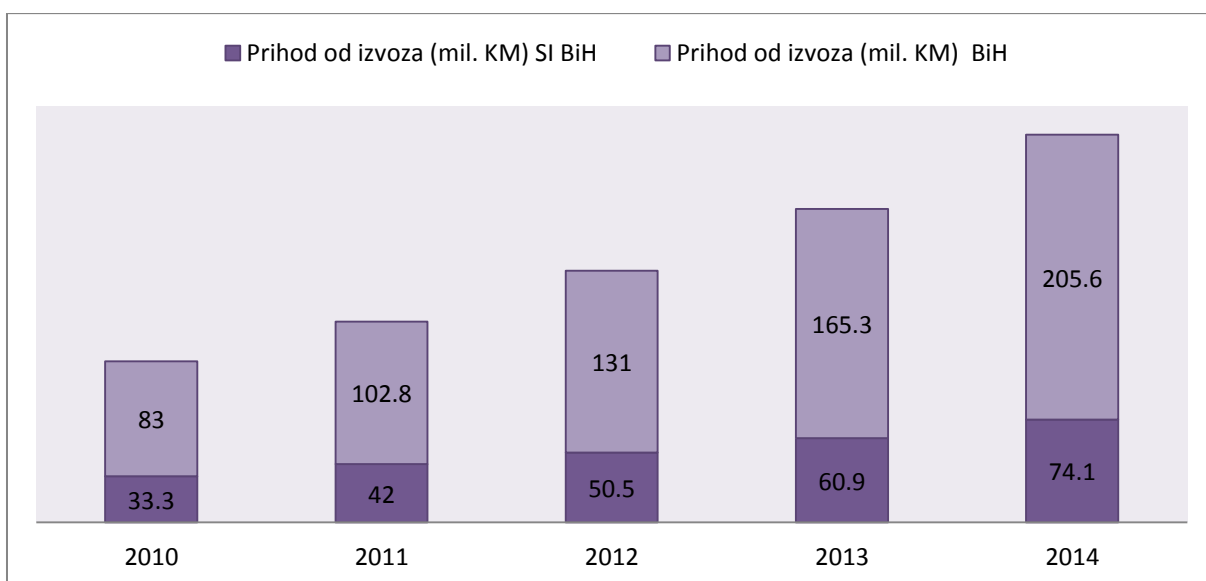
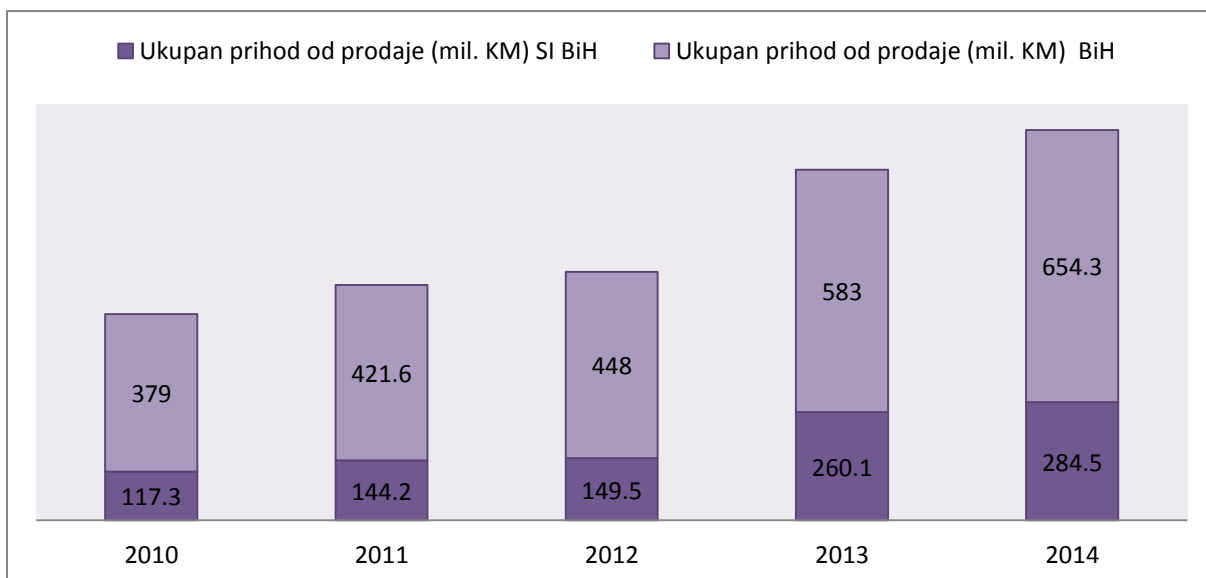
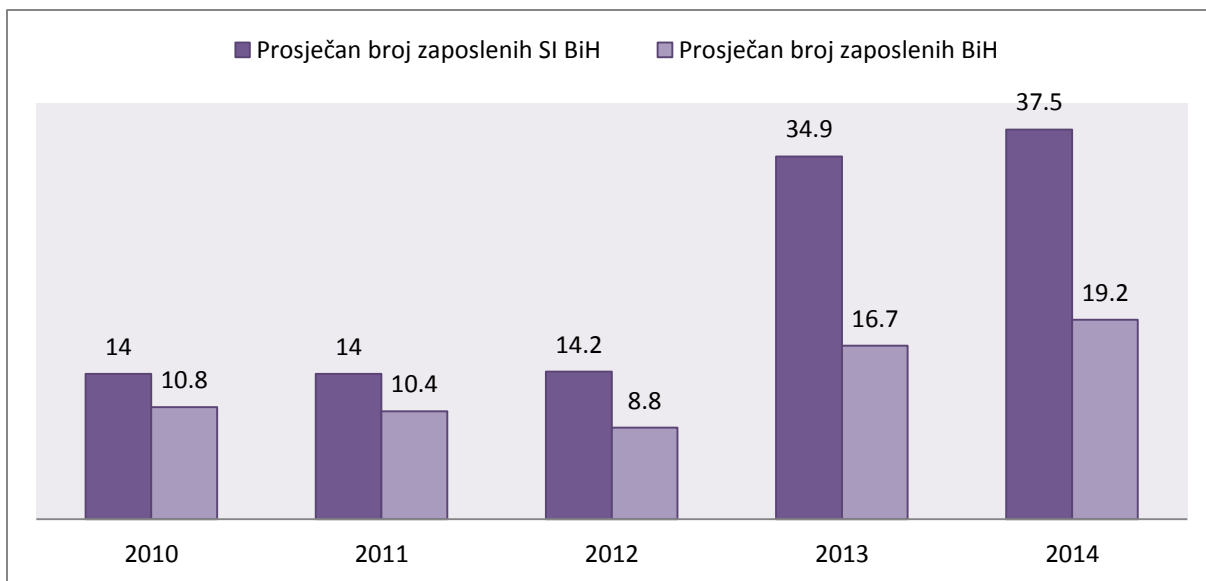


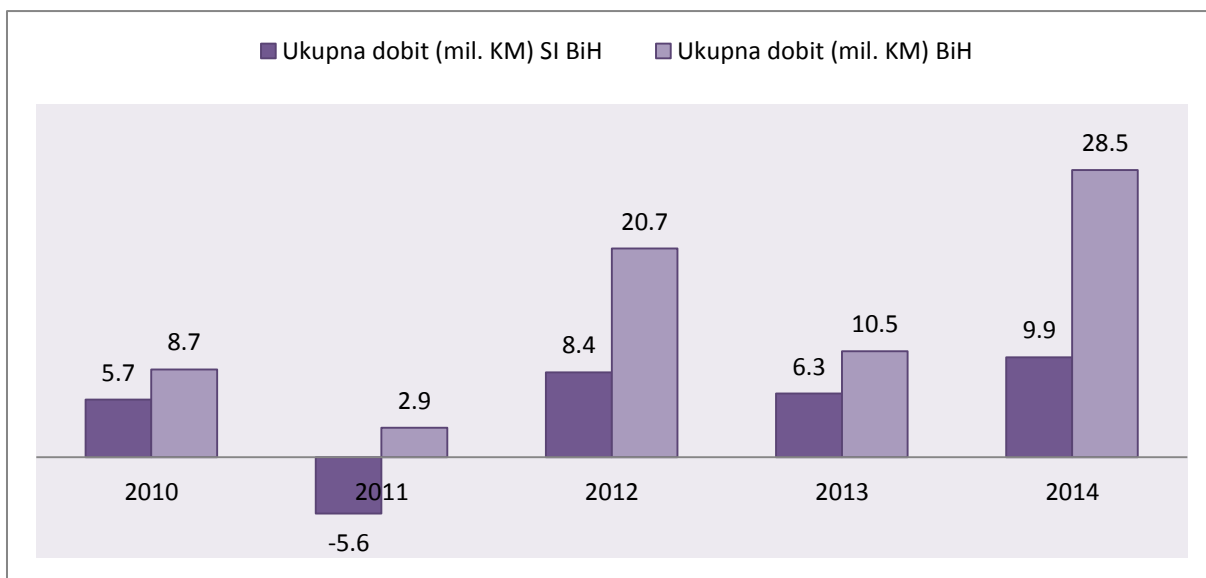
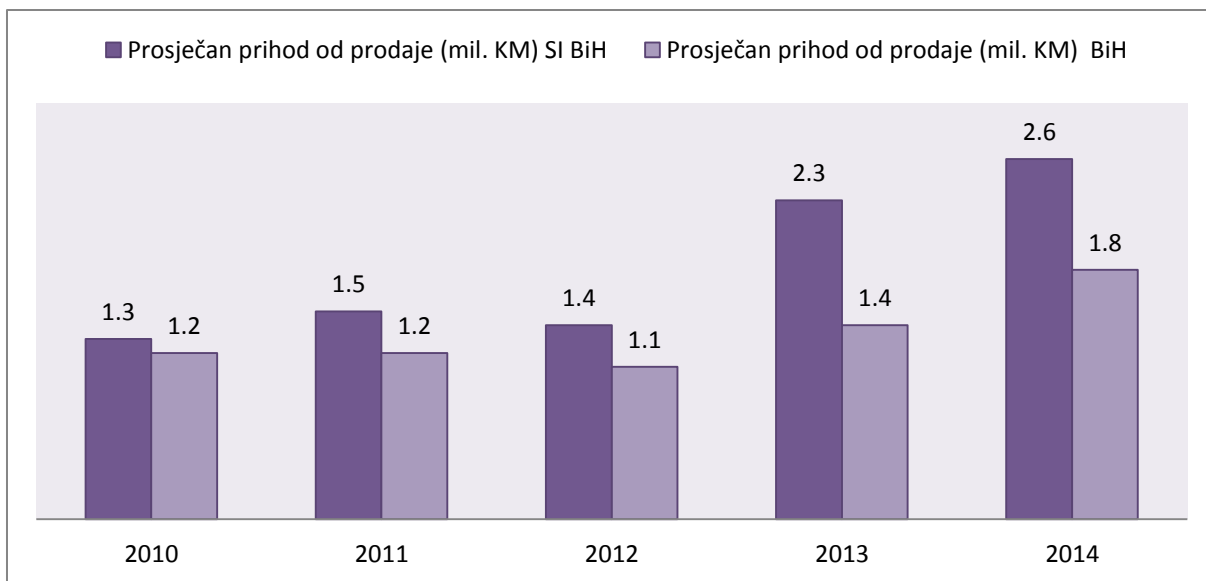
■ Tuzlanski kanton	6.8	6.5	9	9.2	9.7
■ Posavska županija	0	-11	0.3	0.2	0.4
■ RS (BiH)	-1.1	-1.1	-0.9	-3.1	-0.2

Uporedna analiza SI BiH / BiH

Da bi upotpunili sliku o stanju u razmatranim sektorima, u narednim redovima možete pronaći usporedbu stanja u ekonomskoj regiji SI BiH sa podacima za BiH.







Nauspješnije kompanije u BiH

Naziv kompanije		Prihod		
		2012	2013	2014
1	DI-PET d.o.o. TUZLA	165,950	98,107,731	101,254,548
2	HERCEG d.o.o. SREBRENİK	26,259,473	27,850,776	31,643,086
3	WELTPLAST d.o.o. Posušje	25,411,202	25,650,694	26,588,769
4	VERITAS AUTOMOTIVE d.o.o.	3,483,673	13,234,793	21,972,307
5	D.O.O.NORA PLAST	19,032,277	21,223,954	20,813,111
6	HELIOPLAST d.o.o. GRAČANICA	16,191,822	15,853,741	20,555,690
7	PLAMINGO d.o.o. GRAČANICA	15,799,129	18,255,581	19,931,335
8	D.O.O. PEŠTAN	10,717,673	10,210,982	12,757,959
9	VARIPLAST d.o.o. GRAČANICA	11,760,927	11,365,908	12,688,366
10	PLAMA-PUR BH d.o.o. Kakanj	8,607,926	8,835,107	11,211,716
11	INDUSTRIA MONOUSO BH D.O.O. KOTOR VAROŠ	0	6,025,279	10,901,445
12	REGENERACIJA d.o.o. Velika Kladuša	5,384,478	6,211,792	10,732,557
13	TEMPO PLAST d.o.o. SREBRENİK	5,652,153	8,381,470	10,381,119
14	UNIONINVESTPLASTIKA d.d. Sarajevo	9,842,464	9,909,261	10,101,293
15	ALPLA BH d.o.o. Čitluk	10,809,696	10,448,704	9,460,651
16	EUROPROFIL d.o.o. Mostar	8,220,633	8,521,364	9,232,688
17	POLY d.o.o. GRAČANICA	7,240,268	6,984,858	8,584,884
18	PREVENT COMPONENTS d.o.o. Goražde	0	0	8,378,987
19	SAPLAST d.o.o. Sarajevo	7,195,762	7,492,338	8,055,444
20	OMORIKA-P.E.T. D.O.O. BUKOVICA VELIKA	9,021,971	7,385,879	7,638,050

Najuspješnije kompanije u SI BiH

Naziv kompanije		Prihod		
		2012	2013	2014
1	DI-PET d.o.o. TUZLA	165,950	98,107,731	101,254,548
2	HERCEG d.o.o. SREBRENİK	26,259,473	27,850,776	31,643,086
3	HELIOPLAST d.o.o. GRAČANICA	16,191,822	15,853,741	20,555,690
4	PLAMINGO d.o.o. GRAČANICA	15,799,129	18,255,581	19,931,335
5	VARIPLAST d.o.o. GRAČANICA	11,760,927	11,365,908	12,688,366
6	TEMPO PLAST d.o.o. SREBRENİK	5,652,153	8,381,470	10,381,119
7	POLY d.o.o. GRAČANICA	7,240,268	6,984,858	8,584,884
8	MAGROPLAST d.o.o. Odžak	3,982,145	6,446,129	6,233,429
9	PLASTEX d.o.o. GRAČANICA	3,860,872	5,420,848	6,147,855
10	PEPLAST d.o.o. Odžak	4,368,410	5,152,688	5,552,217
11	PULLCOM BH d.o.o. Gradačac	0	2,639,067	5,373,451
12	BUSCHERHOFF-PLASTIKAL d.d. KALESIJA	4,054,264	4,879,526	5,342,857
13	PGL-PROTECT d.o.o. LUKAVAC	4,366,506	4,079,340	4,348,621
14	ALIBEGOVIĆ-PLAST d.o.o. GRAČANICA	3,169,483	3,933,878	4,234,120
15	ALUPLASTIK d.o.o. ŽIVINICE	4,060,644	3,767,214	3,599,129
16	DEPLAST d.o.o. TUZLA	2,444,656	3,111,713	3,497,185
17	BEMA BA d.o.o. GRAČANICA	2,548,689	2,315,467	2,630,914
18	PRESS PACK D.O.O. BIJELJINA	2,191,873	2,263,688	2,316,743
19	SRMA d.o.o. GRAČANICA	706,786	1,177,504	2,031,473
20	MIRNA d.o.o. GRAČANICA	1,935,111	961,444	1,794,896