

DIPL. ING. TEHN. VOJO KOSANOVIĆ,  
GENERALNI DIREKTOR PI „SAVA SEMBERIJA“ D.O.O. BIJELJINA:



# IZVOZIMO NA TRI KONTINENTA, A USKORO I NA KINESKO TRŽIŠTE

Tekst Rašid Hakić  
Fotografije „Sava Semberija“ d.o.o

Poslije niza poslijeratnih godina poslovne dubioze, promjenom vlasničke strukture PI „Sava Semberija“ vratila se na mjesto koje je ranije zauzimala i koje joj s pravom pripada.

Poslujući u sastavu poslovne grupe „Krstić“, vlasnika Milorada Krstića, koji je menadžerske sposobnosti potvrdio desetljećima uspješnog rada diljem Njemačke i Evrope, za privredni subjekt o kojem je riječ nastupila je nova etapa.

Investiranje u opremu, te objedinjavanje stručnog kadra i kooperanata, rezultiralo je desetinama vrhunski kvalitetnih proizvoda prepoznatljivih na tržištu.

Na čelu menadžmenta je diplomirani inženjer tehnologije Vojo Kosanović, koji sintezom stručnosti i dugogodišnjeg iskustva umnogome doprinosi da ovaj privredni kolektiv širi tržište i bilježi rast svih segmenata poslovanja.



Dipl. ing. tehn. Vojo Kosanović

Poslovno -skladišni objekat



BH BUSINESS MAGAZINE:

Gospodine Kosanović, predstavite nam privredni subjekt od osnivanja do prelaska u vlasništvo poslovne grupe „Krstić“.

V. KOSANOVIĆ:

Poljoprivredna industrija „Sava Semberija“ osnovana je 1947. godine, sa ciljem otkupa i prerade voća i povrća od poljoprivrednika sa područja Semberije.

Temeljni elementi bazirali su se na proizvodnju zdravstveno ispravnog proizvoda, bez konzervansa i bilo kakvih emulgatora.

Takvim pristupom radu proizvodi su plasirani na tržište Jugoslavije, pri čemu je „Sava Semberija“ bila lider kvaliteta i kvantiteta u ex jugoslovenskim okvirima.

Tokom dosadašnjih sedamdeset godina poslovanja prošla je sve oblike organizovanja. Od osnovne organizacije udruženog rada, radne organizacije, te složene organizacije udruženog rada, a problemi su nastali kada je došlo vrijeme poslijeratne tranzicije vlasničkih odnosa u bh. privredi.

Velikom brzinom „Sava Semberija“ gubila je tržište, te gomilala dugove prema državi i dobavljačima.

Tako je visina finansijskih obaveza nadmašila vrijednost kapitala preduzeća i u takvim uslovima, 2006. godine stečaj je bio neminovan, kada se većina radnika „našla na ulici“.

Ostao je jedan mali dio radnika koji su proizvodnju održavali u životi, nadajući se brзом oporavku.

## MILORAD KRSTIĆ - POSVEĆENOST RODNOJ SEMBERIJI



MILORAD KRSTIĆ rođen je 1957. godine u Bijeljini.

Kao petnaestogodišnjak, 1973. godine otišao je u Njemačku, na takozvani privremeni rad i nekoliko godina radio kao građevinski radnik, mašinista i vozač.

Prvu poslovnu ideju osmislio je 1985. godine, a ticalo se sistema filtriranja ulja u cilju smanjenja habanja i znatnog produženja vijeka korištenja ulja i mašine, čime je postao tvorcem inovacije poznate kao KLEENOL Mikrofiltracija.

Samostalni preduzetnik od 1986. i autor knjiga živi na jugu Njemačke. U maloj opštini Dogern, u okrugu Waldshut se nalazi glavno sjedište centrale koncerna. Odatle samoizgrađeni preduzetnik upravlja svojim firmama koje internacionalno posluju.

Milorad Krstić je, između ostalog, priznati stručnjak u oblastima sintetičkih i brzo-biorazgradivih maziva, kao i mikrofiltracije za ulja. Jedan je od aktivnih začetnika dužih intervala zamjene ulja i čak mašine bez zamjene ulja.

KLEENOIL PANOLIN AG osnovano 1986. kao jedino preduzeće Milorada Krstića, pretvoreno je 1989 godine u Kleenoil Deutschland GmbH, a 2000. je postalo akcionarsko društvo. Glavna polja poslovanja KLEENOIL PANOLIN AG

**KLEENOIL**  
Microfiltration

**PANOLIN**  
Swiss Oil Technology

su potpuno sintetička i ekološka PANOLIN sredstva za podmazivanje kao i KLEENOIL mikrofiltracioni sistemi za njegu ulja u sporednoj struji. U kombinaciji sa KLEENOIL ICC analitičkim senzorom teži se ka cilju mašine bez zamjene ulja.

TOP CAR Hochrein je osnovan 1986. godine. Na dvije lokacije - u Dogernu i Waldshutu, TOP CAR Hochrein GmbH nudi usluge vezane za njegu i održavanje vrijednosti motornih vozila. U poslovnoj oblasti iznajmljivanja u ponudi su automobili, kamioni, transporter, kombiji (za 9 osoba), kao i sportska i luksuzna vozila za posebne prilike.

**TOP CAR**  
Autovermietung Autopflege

**Sava**  
Semberija d.o.o.

**Sava Selection**

„SAVA SEMBERIJA” preduzeće je koje ima tradiciju od 1947. Nakon promene vlasnika 2010, postalo je sastavni dio poslovne grupacije Krstić. Pod motom „prirodno i zdravo” i „jelo je više od samo ishrane”, u SAVI se na prirodan način proizvode životne namirnice od voća i povrća, koje se kupcima nude kao veganski proizvodi. Tradicionalna obrada između ostalog znači da se apsolutno nikakvi konzervansi niti aditivi ne koriste.

**Šoba**  
**ŠOFKO**

**BALKAN FOOD**

ŠOFKO je preduzeće koje je osnovao Franc Šoba iz Slovenije 1960. godine. Oblast poslovanja je veletrgovina životnim namirnicama, pretežno iz oblasti Balkana. Od 2012. godine je u poslovnoj grupaciji Krstić. Pored uske povezanosti sa sestrom kompanijom iz koncerna SAVOM Semberija d.o.o. preduzeće aktivno održava poslovne veze sa fabrikama za preradu namirnica iz bivše Jugoslavije, Grčke, Bugarske, Turske, itd.

Kao aktivni začetnik zaštite životne sredine i održivosti, Milorad Krstić je od 2014. godine suinvestitor i direktor odbora Entsorgung Eikena. Glavni fokus ovog švajcarskog postrojenja za reklažu i upravljanje otpadom je reutilizacija i, ako drugo nije izvodljivo, vraćanje iskoristivih materijala u ciklus prerađivanja, u skladu sa brigom o životnoj sredini.

**entsorgung eiken**

Pisanje je sasvim slučajno proisteklo iz njegovih djelatnosti kao preduzetnika. Iz svakodnevnih napora koji su trajali decenijama – protiv ogromnih otpora – da za svoje kupce stvori mnogo bolje, povoljnije i udobnije, proizilazila su stalna saznanja.

Tako su prvo nastala brojna stručna izdanja i novinarski tekstovi sa društveno-kritičkim sadržajem. Knjiga „Prodana demokratija” je namijenjena brojnim iskrenim ljudima, koji nisu zaslužili da budu izdani i prodani.



Odlaskom „Sava Semberija” u stečaj nisu bili pogođeni samo radnici.

U velikim problemima našli su se i poljoprivredni proizvođači, odnosno kooperanti.

### NOVI POČETAK

**BH BUSINESS MAGAZINE:**

U kojim uslovima je izvršena privatizacija „Save Semberija” i koje aktivnosti su realizovane s ciljem ponovnog pokretanja

### proizvodnje?

**V. KOSANOVIĆ:**

Agonija radnika i kooperanata trajala je nekoliko godine, do dolaska strateškog kupca.

„Sava Semberija” imala je



Vlastita plastenička proizvodnja rasada

sreću da je kupac bio Milorad Krstić, čovjek velikog privrednog ugleda, koji je želio da pomogne svom rodnom kraju i ovaj privredni subjekt pridruži ostalim firmama koje ima u inostranstvu.

Naime, poslovna grupa, „Krstić“, čiji je vlasnik Milorad Krstić, postoji i uspješno posluje u Njemačkoj tridesetak godina.

U privatizacijskom postupku koji je trajao četiri godine, gospodin Krstić kupio je ovaj privredni subjekt i izmirio sve obaveze prema radnicima i dobavljačima, koje su u momentu privatizacije iznosile više od četrnaest miliona KM.

Poslije velikog remonta postojeće opreme 2010. godine i nabavke dijela nove opreme „Sava Semberija“ počinje graditi novu proizvodnu istoriju.

U uslovima privređivanja kakvi su kod nas, veoma je teško vratiti se na tržište i ponovo steći povjerenje kupaca i poljoprivrednih proizvođača, što je u primjeru „Sava Semberija“ urađeno u relativno kratkom roku.

**BH BUSINESS MAGAZINE:**

Šta su osnovne odlike poslovno-proizvodnog procesa?

**V. KOSANOVIĆ:**

Novi vlasnik i menadžment „Sava Semberija“ bili su svjesni da samo kvalitetom proizvoda mogu vratiti povjerenje kupaca.

Kompletan proizvodni i poslovni proces je cerifikovan, odnosno usklađen sa normama kvaliteta HASAP-a, IFS-a i HALAL-a. Uporedo s tim „Sava Semberija“ i kadrovski je ojačala, čime je dala signal i garanciju dobavljačima sirovine da želi brz povratak na tržište.

## OPĆEPREPOZNATLJIVI BRENDOVI

**BH BUSINESS MAGAZINE:**

Šta čini proizvodni asortiman i kako ste riješili pitanje plasmana?

**V. KOSANOVIĆ:**

Proizvodi „Sava Semberija“ svrstani su u kisele proizvode od povrća, slatke proizvode od voća, proizvode od voća bez šećera za dijabetičare, gotova jela, hladno cijeđene sokove i druge proizvode.

Svi naši proizvodi su brendirani i na tržištu su prepoznatljivi kao „Sava selection“, „Šofko“, „Sava classic“ i „Sava standard“.

Izvezno smo orjetisani u svom poslovanju, što potvrđuje i podatak da više od šesdeset posto proizvodnje plasiramo na ino tržište.

Pridružili smo se projektu „Kupujmo domaće“ i želimo da navedene izvozne količine smanjimo na četrdesetpetposto u korist većeg plasmana na domaće tržište.

Na ovaj način omogućili bismo domaćim potrošačima da zdravstveno ispravan proizvod konzumiraju po povoljnim cijenama.

Izvozimo na tržišta EU, Kanade, Australije, Rusije i bivših ex jugoslovenskih republik, a uskoro će, putem prodajnih objekata naši proizvodi biti dostupni i u Kini.

Van sezone broj zaposlenika je oko sedamdeset, a u sezoni od dvijestotinepedeset do tristotine radnika i predstavlja spoj mladosti, stručnosti i iskustva.

Od ukupnog broja uposlenih više od dvadeset je sa visokom stručnom spremom.

### KVALITETNA SIROVINSKA BAZA



**BH BUSINESS MAGAZINE:**

Na koji način ste riješili pitanje obezbjeđenja sirovine?

**V. KOSANOVIĆ:**

Sa područja Semberije imamo oko stotinudvadeset kooperanata, izuzetno predanih onime čime se bave, a rezultat toga su visoko kvalitetni proizvodi koje nam isporučuju.

Pored mikro okruženja, a zbog klimatskih uslova, sirovinu nabavljamo iz Makedonije i Vojvodine, te vlastite proizvodnje, kojom zadovoljavamo oko osam posto proizvodnje.

Cilj nam je da u narednom periodu vlastitu poljoprivrednu





druge klase, od čega pravimo više od stotnudeset izuzetno kvalitetnih proizvoda.

**STALNA POTREBA ZA NOVIM RADNICIMA**

**BH BUSINESS MAGAZINE:**

**U kojem obimu su iskorišteni raspoloživi proizvodni kapaciteti ?**

**V. KOSANOVIĆ:**

Iz godine u godinu povećavamo obim proizvodnje, ali još nismo stopostotno iskoristili raspoložive kapacitete.

U prošloj godini koristili smo sedamdesetpet posto kapaciteta, a plan nam je da tokom ove godine iskorištenost bude osamdesetpet posto.

Nedostatak radne snage razlog je zašto raspoložive kapacitete ne možemo da iskoristimo stopostotno.

**BH BUSINESS MAGAZINE:**

**Gospodine Kosanović, šta predstavlja težišne planske aktivnosti u narednom periodu?**

**V. KOSANOVIĆ:**

Kada je u pitanju tržište, cilj nam je da zadržimo postojeće. Proizvode plasiramo na tri kontinenta, a cilj nam je da uđemo i na kinesko tržište.

Sa postojećim obimom proizvodnje teško je ispuniti postavljene planove, prashodno sa aspekta potrebne količine. Nećemo stati na stopostotnoj iskorištenosti, koja znači proizvodnju oko devet hiljada tona godišnje.

S tim u vezi radit ćemo na rekonstrukciji postrojenja kako bismo godišnju proizvodnju povećali na trinaest hiljada tona na godišnjem nivou, što nam je i cilj.



proizvodnju proširimo do dvadeset posto naših potreba.

Bitno je naglasiti da svi naši kooperanti imaju garantovane cijene i siguran otkup svih ugovorenih količina, ali su ugovorom vezani da proizvod

koji nam isporučuju mora biti zdravstveno ispravan, ne smije imati prisustvo pesticida, a u toku proizvodnje ne smiju se tretirati zabranjenim sredstvima zaštite.

To znači da vršimo otkup isključivo prve i manje količine