

DEJAN LJEVNAIĆ, DIREKTOR:

# OLIMPIJSKI CENTAR JAHORINA ISTINSKI JE DOŽIVLJAJ ZIMSKE ČAROLIJE



Iza njega je period duži od deset godina u kojem je, prvo kao izvršni, a potom i generalni direktor preporodio "Skijališta Srbije". Posvećen je timskom radu, sa poslovnom filozofijom odabira pravih ljudi, eksperata u oblastima kojima se bave, a rezultati ostvareni za samo godinu u Olimpijskom centru Jahorina vidljivi su u svakom poslovnom segmentu. To u najkraćem opisuje Dejana Ljevnaića, koji postavljeni problem doživljava šansom. I u tome itekako uspijeva.

Tekst Rašid Hakić  
Saradnica na pripremi materijala  
Sanja Čeremidžić  
Fotografije Olimpijski centar Jahorina

**BH BUSINESS MAGAZINE:**

Gospodine Ljevnaić, predstavite nam, u najkraćim crtama Olimpijski centar Jahorina od utemeljenja do početka devedesetih godina prošloga vijeka.

**D. LJEVNAIĆ:**

Preduzeće Olimpijski centar „Jahorina“ je odlukama Vlade

Republike Srpske iz perioda 1993-1996. godine egzistiralo kao Osnovno državno preduzeće od posebnog interesa za Republiku Srpsku.

Donošenjem zakona o privatizaciji državnog kapitala, odluke o određivanju preduzeća od strateškog značaja 1999. godine, nakon provođenja privatizacije po posebnom programu Osnovno

državno preduzeće se transformiše 2003. godine u Akcionarsko društvo sa većinskim državnim kapitalom.

Do početka devedesetih godina infrastrukturni objekti na skijalištu i jedan dio ugostiteljskih objekata nalazili su se u sastavu ZOI 84 Sarajevo i uspješno poslovali u djelatnostima turizma i ugostiteljstva.





**OD STAGNACIJE DO  
POSTEPENOG POVRATKA NA  
TRŽIŠTE**

**BH BUSINESS MAGAZINE:**

Šta su bile osnovne karakteristike poslovanja u postratnom periodu i sa kolikim stepenom iskorištenosti kapaciteta?

**D. LJEVNAIĆ:**

Poslovanje u prvim godinama posleratnog perioda je bilo skromno, u uslovima nestabilnog okruženja, nepovoljnog privrednog i društvenog ambijenta, sa ciljem očuvanja imovine i kapitala usmjereno u pravcu obnavljanja poslovnih kontakata i obezbjeđenja polazne turističke klijentele.

Nakon toga slijedio je period nešto uspješnijeg poslovanja od 2002.

do 2008. godine, gdje preduzeće posluje pozitivno, prvenstveno na regionalnom tržištu, a zahvaljujući prije svega stabilizaciji turističkog tržišta nakon rata, postepenom povećanju standarda stanovništva, kao i još uvijek izostanku regionalne konkurencije.

Sve do 2008. godine investiciona ulaganja su bila skromna, iz vlastitih sredstava, usmjerena na investiciono održavanje postojeće infrastrukture. U periodu od 2008. do 2010. godine dolazi do značajnih investicionih ulaganja u ukupnom iznosu od 41. milion KM, dijelom dokapitalizacijom, a jednim dijelom dugoročnim zaduženjem preduzeća.

**BH BUSINESS MAGAZINE:**

Kakva je kadrovska struktura i koliko uposlenih?

**D. LJEVNAIĆ:**

OC Jahorina zapošljava 130. stalno zaposlenih radnika i 20. do 100. sezonski radnika, zavisno od perioda u godini. Od ukupnog broja 20. posto čine radnici visoke stručne spreme.

**PERIOD POSLOVNE DUBIOZE**

**BH BUSINESS MAGAZINE:**

Kakvo je bilo zatečeno stanje pri preuzimanju dužnosti prvog čovjeka menadžmenta Olimpijskog centra Jahorina?

**D. LJEVNAIĆ:**

Stanje koje sam zatekao preuzimanjem pozicije generalnog direktora OC Jahorina uopšte nije bilo sjajno. Investicije iz perioda od 2008. do 2010. godine realizovane







su kroz izgradnju tri šestosjede žičara na ključnim lokacijama skijališta, remont starih žičara koje su ostale u funkciji, nabavljena je neophodna mehanizacija i započeto je ulaganje u objekte za vještačko osnježavanje. Investicioni ciklus je ostao nedovršen, izgrađeni objekti infrastrukture nisu pokriveni vještačkim osnježavanjem i ključni prihodi Jahorine u cjelini, vezani za zimsku sezonu, zavisili su od vremenskih uslova.

Uložena sredstva u ovoj fazi nisu dala očekivane rezultate, a OC "Jahorina" nije bila u mogućnosti proizvesti sredstva za finansiranje dugoročnih obaveza.

Od 2009. do 2017. godine se počinju iskazivati značajni gubitci. Zatečene su značajne obaveze prema dobavljačima, finansijske obaveze

prema IRB-u, poreske obaveze i obaveze prema radnicima za četiri

neisplaćene plate, sudski sporovi i rješenja o prinudnim naplatama.

#### ZA SVAKOGA PO NEŠTO

##### BH BUSINESS MAGAZINE:

Kojim kapacitetima i sadržajima raspolaže zimska ljepotica Jahorina?

##### D. LJEVNAIĆ:

Olimpijski centar Jahorina raspolaže sa 40. kilometara uređenih i obilježenih skijaških staza i veznih puteva, instalacijama kapaciteta 13.000 skijaša na sat, od čega 3. šestosjeda, 1. dvosjed i 3. ski lifta, parking prostorima kapaciteta 1.000 mjesta, hotelom Bistrica i tehničkom bazom.

#### POSVEĆENOŠĆU, STRUČNOŠĆU I ISKUSTVOM DO USPJEHA

##### BH BUSINESS MAGAZINE:

Koje ste aktivnosti realizovali s ciljem unaprjeđenju stanja, kakvi su efekti istih efekti istih i sa kolikim iznosom investicija?

##### D. LJEVNAIĆ:

Na samom početku oformio sam tim ljudi, eksperte u svojim oblastima, i naše dugogodišnje znanje i iskustvo koje smo stekli u radu smo primjenili u planiranju investicija i poslovnih poduhvata na Jahorini.

Iza nas je 365. dana rada. Kada







to kažem, zaista mislim 365. radnih dana zaposlenih koji su i najzaslužniji za novo lice i imidž Jahorine. Imamo 365. dana rada hotela Bistrica i 200. dana rada ski centra, što je u poređenju sa prošlom sezonom ukupno povećanje za 52. posto.

Prvi smo u regionu otvorili zimsku sezonu i poslednji zatvorili.

Finansijski pokazatelji su nadmašili sva očekivanja, prihodi samo od skijališta su gotovo 5.500.000 KM, a prošle godine su bili 2.875.378 KM, što je za 91. posto više, dok je hotel Bistrica ostvario prihode bolje za 21 posto.

Kod prihoda skijališta bih naglasio da smo od ski škola zaradili 80.000 KM, dok prošle godine ovakva

vrsta prihoda nije postojala, zatim, od naplate parkinga smo zaradili 174.000 KM, što je za 400 posto više u odnosu na prošlu godinu. Naravno, broj vožnji prati ovaj trend, pa je ovogodišnji broj vožnji od 1.510.000 veći za 52. posto u odnosu na prošlu godinu.

Preduzeće je bilo ozbiljan gubitaš, a sada je prvi put poslije osam godina iskazan pozitivan poslovni rezultat poslovanja u iznosu od 544.798 KM.

Poređenja radi, prošlogodišnji rezultat je bio 4.356.116 KM u minusu.

Da bi se stekla kompletna slika, važno je napomenuti sa smo vodili računa i o troškovima i imali domaćinski pristup u poslovanju, te

tako postigli uštede u poslovanju u iznosu od preko 20. miliona KM.

Najrealniji pokazatelj, prema kojem se sve turističke destinacije vrednuju je cijena u real estat-u. Poslije protekle zimske sezone cijena u real estat-u na Jahorini je porasla za preko 4. puta.

Počelo je da vlada interesovanje za Jahorinom kad velikog broja domaćih i stranih investitora, a u ovom trenutku imamo 4. velika gradilišta.

Nedavno su nas posjetili predstavnici slovenačkih ski centara i agencija i dogovorili smo saradnju sa njima pa će ski pas sa Jahorine važiti u svim slovenačkim ski centrima i obrnuto.







Za mene to nije iznenađenje, jer sam od početka vjerovao u to da Jahorina ima taj potencijal i da ima najbolji odnos cijene i kvaliteta i da je potrebno da prođe samo jedna sezona da to pokažemo i da svi to prepoznaju.

Kada smo planirali investicije krajnji cilj nam je bio da imamo zadovoljnog skijaša kojem ćemo, pored perfektno uređenih staza i sistema žičara i na prvom mjestu bezbjednosti, ponuditi i dodatnu vrijednost i razlog da se vrati na Jahorinu.

Prioritet su nam bili skijaš, skijaške staze i, naravno, popularizacija skijanja kod djece i omladine.

Kada kažem staze mislim

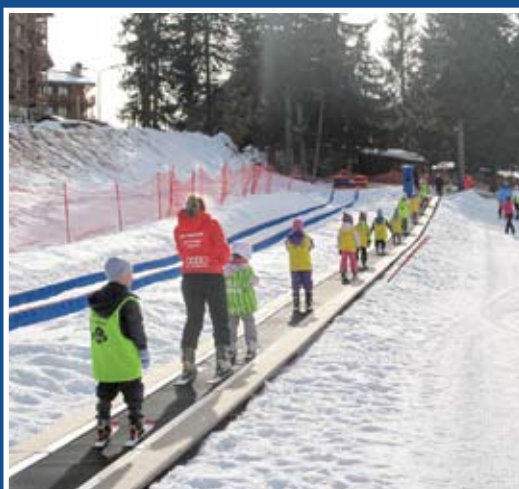
na nove uređene staze po FIS standardima, blage i široke, obilježene novom signalizacijom, zaštićene vjetroustavima i utabane po najvećim mogućim standardima, koje su poslije investicionih radova dužine od 35. kilometara.

Kada kažem skijaš, mislim na sve što stvara lijep osjećaj skijašu na planini što podrazumijeva novootvorena i uređena prodajna mjesta, dva nova ski poligona za početnike, tri nova parking prostora, Olimpijski krugovi, te novih 30. kontejnera za smeće.

Uz velike investicione radove, paralelno smo radili na popularizaciji skijaškog sporta i omogućili smo čak 11.200 besplatnih karata za djecu iz

lokalnih zajednica.

Vodili smo se domaćinskim pristupom, obraćali pažnju na sitnice, te inicirali i učestvovali u rješavanju svih potencijalnih problema za skijaše i posjetioce. Iako smo ove sezone riješili samo dio problema i tek započeli izgradnju Sistema za vještačko osnežavanje, ovakav pristup ski centru su ove sezone skijaši itekako nagradili i podržali. Prošle godine smo započeli projekat sistema za veštačko osnežavanje, izgradili smo vještačko jezero na vrhu planine veličine 75.000 metara kubnih, koje će biti i ljetnja atrakcija, a ugovorili smo sa najvećom svjetskom kompanijom za proizvodnju sistema za vještačko



osnježavanje Technoalpinom osnježavanje staza koje povezuju cijelo skijalište.

Radovi su trenutno u toku, tako da će Jahorina zvanično od sljedeće sezone imati sigurnost u snijeg i skijaši više nikada neće morati da se pitaju da li ima snijega.

Sigurno će ga biti !

Sezonu na Jahorini su obilježila i bogata zabavna i takmičarska dešavanja kao što su Ski opening, doček Nove Godine uz preko 20.000 posjetilaca, koji su uživali uz muziku jedne od najvećih zvijezda današnjice Željka Joksimovića, pa prvi zimski Exit Festival 84 koji je za četiri dana privukao preko 20.000 ljubitelja odlične zabave i dobrog skijanja.

Planiramo da ovi zabavni događaji postanu tradicionalni i da se svake godine održavaju na Jahorini.

Realizovana su i testna talmičenja za Olimpijske igre mladih koje će se održati sljedeće sezone, potom „Trka poznatih ljubitelja Jahorine“, kada je olimpijska planina ugostila neke od najvećih legendi iz sveta skijanja, poput Alberta Tombe, Bojana Križaja, Jureta Košira, ali i mnogih drugih, koji su sa planine ponijeli samo pozitivne utiske, kao i „Trka Ambasadora“, kada je Jahorina bila centar dešavanja za diplomatski kvor zemalja širom sveta.

Uspjeli smo da organizujemo i Humanitarnu trku i iskoristimo naše

resurse da pomognemo onima kojima je pomoć bila najpotrebnija.

**Rezultati ostvareni u proteklih godinu dana su:**

- 200. dana rada ski centra, što je u poređenju sa prošlom sezonom ukupno povećanje za 52. posto.

- Prvi smo u regionu otvorili zimsku sezonu i posljednji zatvorili.

- Prihodi, samo od skijališta, su gotovo 5.500.000 KM, a prošle godine su bili 2.875.378 KM, što je za 91 posto više;

- Hotel Bistrica ostvario prihode bolje za 21. posto;

- Kod prihoda skijališta - od ski škola zaradili 80.000 KM, dok prošle godine ovakva vrsta prihoda nije postojala, zatim od naplate parking smo zaradili 174.000 KM, što je za 400. posto više u odnosu na prošlu godinu;

- Broj vožnji od 1.510.000 veći za 52. posto u odnosu na prošlu godinu;

- Preduzeće je bilo ozbiljan gubitaš. Sada je prvi put, posle osam godina, iskazan pozitivan poslovni rezultat poslovanja u iznosu od 544.798 KM. Poređenja radi prošlogodišnji rezultat je bio 4.356.116 KM u minusu.

- Troškovi - uštede u poslovanju u iznosu od preko 20. miliona KM.

**BH BUSINESS MAGAZINE:**

Koji su oblici ponude u vanezonskom periodu?

**D. LJEVNAIĆ:**

Smatram da imam iskusan tim, eksperte u oblasti turizma i upravljanja planinskim destinacijama i vjerujem da ćemo nastaviti istim tempom.

Naš plan je da Jahorina radi 365. dana u godini i već uveliko radimo na njegovoj realizaciji.

Početak jula smo svečano otvorili ljetnju sezonu sa 365 Festom, tokom kojeg smo organizovali koncerte najvećih zvijezda Balkana, Severine i Petra Graša, ali i jednog od omiljenih bendova, a to je Lexington.

Dodatno, tokom ljetne sezone, na planini svi posjetioci naše planine su bili u prilici uživati svakodnevno u panoramskoj vožnji šestosjedom, šetnji i vožnji bicikala, kvadova, spuštanju tjubing stazom kao i nezaboravnoj šetnji i boravku u prirodi pored novog jezera.

U toku nezapamćeno dobre ljetne sezone na olimpijskoj planini ostvareno je oko 10.000 ljetnjih vožnji što je za 78. posto više ukoliko uporedimo sa prošlom ljetnom sezonom.

Prihod za cijelu ljetnu sezonu veći je za 103. posto u odnosu na prethodno ljeto na ovoj planini, prihodi od prodaje karata dostigli su





iznos od gotovo 64.000 KM, koji je nadmašio prethodne dvije ljetne sezone u zbiru za više od 5.000 KM.

### SVE SPREMNO ZA NOVU ZIMSKU ČAROLIJU

#### BH BUSINESS MAGAZINE:

Gospodine Ljevnaić, sa kojim nivoom spremnosti dočekujete predstojeću zimsku sezonu?

#### D. LJEVNAIĆ:

Pripreme za novu zimsku sezonu smo radili uporedo i sa realizacijom ljetne sezone, a trenutno su u toku finalni radovi na polaganju cijevi za vještačko osnježavanje.

Sistem za osnježavanje je višegodišnji, temeljno planiran projekat tako da smo njime obuhvatili i uređenje i markiranje 40. kilometara skijaških staza i puteva, izgradnju jezera za vještačko osnježavanje na vrhu planine, vjetroustava i izgradnju četiri nove skijaške staze.

Sljedeće sezone u februaru održavaju se Eyof, Olimpijske igre mladih a konkurisali smo i za dovođenje Evropa kupa na Jahorinu. Naravno, kako je Jahorina drugo ime za zabavu, segment događaja i dalje popularizacije Jahorine nećemo izostaviti.

Obzirom da se pokazalo više

nego uspješno, u planu nam je ponovna organizacija Exit festivala, koji će tako i postati tradicionalan i jedini zimski Exit festival.

Pored navedenog planiramo da za otvaranje sistema za vještačko osnježavanje, 1. Decembra, organizujemo koncert Cece kao i koncert Crvene Jabuke za ski opening u terminu od 13. do 16. decembra.

Tako smo, brojim aktivnostima koje smo do sada realizovali, sintezom posvećenosti, stručnosti i iskustvom Jahorini vratili zasluženi sjaj koji i zaslužuje, na što smo veoma ponosni.

Dobro došli svi koji žele uživati u ljepotama zimske čaronije, ali i bogatim sadržajima tokom čitave godine i jedinstvenostima koje samo ova planinska ljepotica pruža.

#### DEJAN LJEVNAIĆ

Završio je Policijsku akademiju u Beogradu, a nakon toga i specijalističke studije na Fakultetu Političkih nauka u Beogradu.

Od 1997. godine do 2008. godine radio je u MUP-u Republike Srbije, a od 2008. godine u JP „Skijališta Srbije“, najprije kao izvršni, a nakon toga i kao generalni direktor.

Posebno ističe da mu karijera u upravljanju ski centrima traje duže od deset godina i da je tokom karijere imao dosta uspjeha i priznanja.

Uspjeh na Jahorini se nije slučajno desio. Ideje i iskustvo je stekao i u velikom broju stranih ski centara, iz čijeg poslovanja je izvukao najbolju praksu i, jednostavno, sve ovo sistemski posložio i napravio svoj pristup razvoju jednog ski centra koji garantuje uspjeh i rezultate.

Naglašava i da je tajna ostvarenog uspjeha na Jahorini prije svega veliko iskustvo, konstantno obrazovanje i usavršavanje kao i odabir pravih ljudi, eksperata u svojoj oblasti, za menadžerski tim.

Posebno akcentira da je u ovom poslu najvažnije znanje, jer su greške, najčešće, izuzetno skupe.

