

ERNAD SMAJIĆ, DIREKTOR MALAK JANJ DOO,
DONJI VAKUF



NAŠ PROIZVODNI ASORTIMAN JE JEDINSTVEN

Tekst Rašid Hakić
Fotografije MALAK JANJ doo



Višedecenijsko postojanje Drvne industrije Janj u Donjem Vakufu umnogome je, sa aspekta radnog angažovanja, odredilo živote nekoliko generacija stanovnika ovog grada i njegove okoline.

Okružen šumskim bogastvom, ovaj privredni kolektiv imao je sve preduslove za nesmetan rad i razvoj, što je bitno uticalo na općedruštveni standard.

Danas, nakon više od dvije decenije pokušaja da se ponovo vrati u društvo uspješnih i posljednjom promjenom vlasničkih odnosa, iz Donjeg Vakufa plasiraju se proizvodi čiji kvalitet je potvrđen na zahtjevnom zapadnoevropskom tržištu. Šta je sve trebalo učiniti kako bi se došlo do sadašnjeg stepena rada predstavio je prvi čovjek menadžmenta, mašinski inženjer Ernad Smajić.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Gospodine Smajić, predstavite nam u najkraćim crtama, rad i razvoj Drvne industrije Janj od osnivanja do tranzicije vlasničkih odnosa urađene prije nekoliko godina.

E. SMAJIĆ:

Drvna industrija Janj postoji i posluje 120. godina, u početku kao primarna prerada drveta u primitivnoj pilani, da bi prerasla u preduzeće koje je moglo da odgovori građevinskim zahtjevima tadašnje Jugoslavije.

Poslovanjem u sastavu ŠIPAD-a počelo se sa izradom građevinske stolarije, prije svega panel ploča, odnosno preradom furnira i vremenom je Janj prerastao u jedno od vodećim preduzeća u oblasti drvne industrije.

Poslovno-proizvodni kapaciteti



Prozori i vrata iz Donjeg Vakufa plasirani su na tržište širom ex Jugoslavije, a zemljotresom u Banja Luci ukazala se potreba za proizvodnjom montažnih objekata.

Prije početka devedesetih godina prošloga stoljeća došlo je do odvajanja pojedinih proizvodnih segmenata u zasebne privredne subjekte.

Nakon posljednjeg rata preduzeće je zatečeno u relativno dobrom stanju, a nedostatak kvalitetnog segmenta prodaje, koji je u prijeratnom periodu bio na nivou ŠIPAD-a, ali i ostali bitni elementi, uslovlili su veoma težak period za poslovanje.

Takvo stanje u konačnici je završeno stečajem ovog preduzeća.

Početak poslovanja u okviru

MALAK Group počeo je 2014. godine, na ukupno raspoloživoj površini od 36. dunuma, od čega je 26. dunuma pod krovom.

Djelatnost je bila bazirana na proizvodnju prozora i vrata za vlastite potrebe.

USVAJANJE NOVIH DJELATNOSTI

BH BUSINESS MAGAZINE:

Koje poslovne aktivnosti su realizovane nakon transformacije vlasničkog odnosa, a s ciljem sanacije zatečenog stanja?

E. SMAJIĆ:

Pri kupovini DI Janj, početka

rada u sastavu MALAK Group i poslovanjem preduzeća pod nazivom MALAK Janj, zatečeno je tridesetak radnika, nakon čega je uslijedilo investiranje u mašine neophodne za proizvodnju prozora i vrata, što je trajalo oko dvije godine.

U tom periodu imenovan sam za direktora i jedna od poslovnih aktivnosti koju smo usvojili bila je početak proizvodnje namještaja.

Razloga za to bilo je više, a neki od njih su što je tržište prozora i vrata postalo zahtjevo, sa osjetnim nedostatkom stručnih i iskusnih zaposlenika.

Tokom 2015. godine, kada sam počeo da radim u MALAK Janj-u došlo je do ekspanzije proizvodnje

Optimalni radni uslovi



namještaja u Bosni i Hercegovini, usljed smanjenja uticaja Kine kao proizvođača i većih zahtjeva tržišta Evrope, tako da je početak proizvodnje namještaja bila logična poslovna odluka koju smo donijeli.

JELOVINA KAO POLAZNA SIROVINA

BH BUSINESS MAGAZINE:

Kojim tehničkim kapacitetima raspolažete?

E. SMAJIĆ:

Smatram bitnim naglasiti da nismo uradili preinvestiranje u proizvodnju, nego smo zadržali raspoloživu opremu, koju smo upotpunili nabavkom tridesetak novih mašina, čime smo potrebe proizvodnje doveli u optimalno stanje.

Akcentat smo usmjerili na bogaćenje sadržaja proizvodnog programa od jelovine, od kojih i proizvodnju kreveta od greda sa rustikalnim izgledom, gdje su pukotine, čvorovi i druge prirodne nepravilnosti bile dozvoljene i proizvod činile posebnim.

Investirali smo i u metalni segment u iznosu od 100 hiljada eura, što nam omogućava proizvodnju metalnih elemenata potrebnih našoj proizvodnji, a uskoro počinjemo raditi usluge i za druga preduzeća.

Investirali smo i u kupovinu briketare, linije za ambalažu, odnosno proizvodnju kartona, čime smo umnogome poboljšali uslove i povećali kapacitete proizvodnje.

ŠANSNA MLADIMA

BH BUSINESS MAGAZINE:

Koliki je broj i kakva kadrovska struktura uposlenih?

E. SMAJIĆ:

Usvojena proizvodnja nije kompleksna i samim tim nije zahtijevala veliki broj visokostručnog kadra.

Time nam je omogućeno da radnik u proizvodnji, bez prethodnog radnog iskustva, ostvaruje potrebnu produktivnost i ispunjava poslovne zadatke.

Tako su novozaposleni radnici zadovoljili naše potrebe, uz poštivanje svih obaveza poslodavca prema njima, čime je, od tridesetak zatečenih, broj radnika porastao na 180.

Ni u zapošljavaju visokostručnog kadra nismo imali problema, pri čemu smo dali šansu mladim ljudima, inženjerima iz Donjeg Vakufa, ali i dvojici iz Sarajeva, koji su zasnovali porodice i žive u našem gradu.

To je jedna od potvrda radnog ambijenta koji smo stvorili i na što smo ponosni.

JEDINSTVENOST PROIZVODA

BH BUSINESS MAGAZINE:

Šta čini proizvodni asortiman MALAK Janj-a?

E. SMAJIĆ:

Obzirom na dugogodišnju tradiciju proizvodnje prozora i vrata,

po kojoj je ovo preduzeće itekako prepoznatljivo, nastavili smo sa proizvodnjom istih, uz prilagođavanje potrebama i zahtjevima tržišta.

Međutim, obzirom na prostorne kapacitete kojima raspolažemo, to nam je omogućilo disperziju proizvodnog asortimana i proizvodnju namještaja, što nam je otvorilo dijapazon u oblasti luksuznog uređenja enterijera hotela i objekata druge vrste.

Fokus naše proizvodnje su kreveti, sa mjesečnim kapacitetom od pet do sedam hiljada proizvodnih jedinica.

Zašto krevet?

Zato što je, psihološki posmatrano, krevet najbolji dio namještaja i svi imamo pozitivne emocije kada ga kupujemo.

U suštini, to je namještaj na kome provodimo trećinu života i posebno smo mu posvećeni.

Druga bitna stvar je da imamo proizvod sa minimalnim brojem reklamacijama, manje od jedan posto i velikim brojem dekoracija, pri čemu neki eventualni nedostaci nisu toliko uočljivi kao na drugim vrstama namještaja.

To je odgovor na pitanje šta je rezultiralo respekta vrijednim rastom proizvodnje i poslovanja koje ostvarujemo, čime smo postali lideri na području Bosne i Hercegovine u oblasti proizvodnje kreveta napravljenih od jelovine.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Koje standarde kvaliteta imate implementirane i sa kakvim efektima

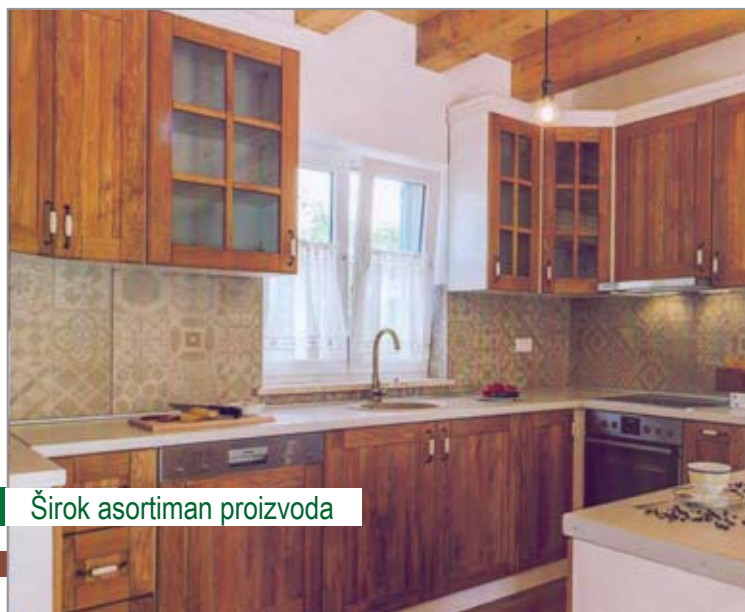
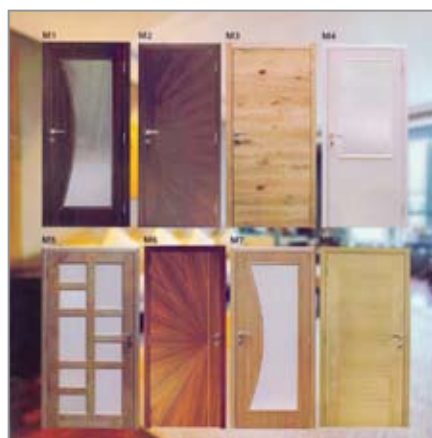


u poslovnom ciklusu?

E. SMAJIĆ:

Radom u drugim firmama shvatio sam da standardi kvaliteta ne vrijede ništa bez ljudi. Radi se o bezvrijednom papiru, koji je bitan nekoliko dana pred audit, kada se sve ušminka da bi zadovoljilo formu.

Zapadu je, po pitanju standarda kvaliteta, pa i ISO standarda, barem u drvenoj industriji, to manje bitan



Širok asortiman proizvoda



RAST SVIH SEGMENTA POSLOVANJA

BH BUSINESS MAGAZINE:

Kakvom ocjenjujete poslovnu 2019. godinu sa aspekta realizacije zacrtanih planskih aktivnosti?

E. SMAJIĆ:

Struka je utvrdila da pozitivno poslovanje novog privrednog subjekta počinje od četvrte godina rada, a osme godine se počinje vraćati kapital.

Tako smo i mi uspjeli da početkom 2019. godine ostvarujemo dobit, a realizovali smo i brojne reforme, od čega i reformu uvođenja sistema i praćenja sljedivosti svih elemenata, a tiču se određivanja bodne vrijednosti za svakog radnika, dali smo pečate svim zaposlenim i krenuli sa metalnom proizvodnjom za vlastite potrebe, ali i treća lica.

Uporedo s tim došlo je i do stabilizacije tržišta, što je rezultiralo da proteklu godinu ocjenjujem kao veoma uspješnu.

I ove godine očekujem isto tako dobre poslovne rezultate, sa oko milion KM povrata sredstva vlasniku za do sada uloženo.

element.

Ono što im je bitno, a što mi posjedujemo, jeste FSC standard, koji daje garanciju našim kupcima da je drvo u potpunosti kontrolisano.

U narednom vremenu implementirat ćemo PFC i EUTR praćenje, čime našim kupcima dokazujemo da robu kupujemo na regularan i legalan način.

U Republici Srpskoj je izražena pojava kupovine robe na crno, što ruši konkurentnost i što je Evropa prepoznala, zbog čega forsiraju neke

druge standarde.

Što se tiše drvene industrije manje su fokusirani na standarde za kvalitet, a više na standarde koji se tiču kontrole sječe i distribucije polazne sirovine.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Kojim distribucijskim i prodajnim kanalima ste riješili pitanje prodaje proizvoda na tržištu?

E. SMAJIĆ:

Po pravilu, kada ste mali, prodaju

krećete sa agenturama i firmama koje proizvode kupuju po niskim i preprodaju po mnogo višim cijenama od onog što mi kao proizvođači zaradimo.

Našim rastom i razvojem uslijedili su nastupi na sajmovima, što je omogućilo upoznavanje sa velikim privrednim društvima koji su bitni na evropskom nivou i čime je pružena mogućnost poslovne saradnje.

Naše proizvode plasiramo na tržišta Njemačke, Švicarske, Danske, Švedske, Austrije, Francuske, Slovačke, Slovenije, Hrvatske, odskora i u Holandiju, a najkvalitetniji kupac nam je Slovačka.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Sa kojim proizvodima ste posebno prisutni na domaćem tržištu?

E. SMAJIĆ:

Osim plasmana proizvoda na tržišta na područja pomenutih država u prilog uspješnom poslovanju ide i činjenica da smo, za potrebe bh. tržišta, počeli sa proizvodnjom luksuznih drvenih kućica za boravak u šumi, o čemu svjedoči i količina narudžbi.

Želimo da iskoristimo priliku koja se tiče dolaska stranih turista, većinom sa Bliskog Istoka, koji žele da posjeduju takve objekte, čime ćemo, na dodatan način uposliti

U DRUŠTVU NAJVEĆIH

BH BUSINESS MAGAZINE:

Nedavno ste, u svojstvu izlagača, bili na sajmu u Kelnu. Kakvi su dojmovi i rezultati?

E. SMAJIĆ:

Što se tiče ino predavljanja, svijet je globalno selo i ukoliko imate kvalitet i tačnost isporuka, vrlo brzo se za vas sazna.

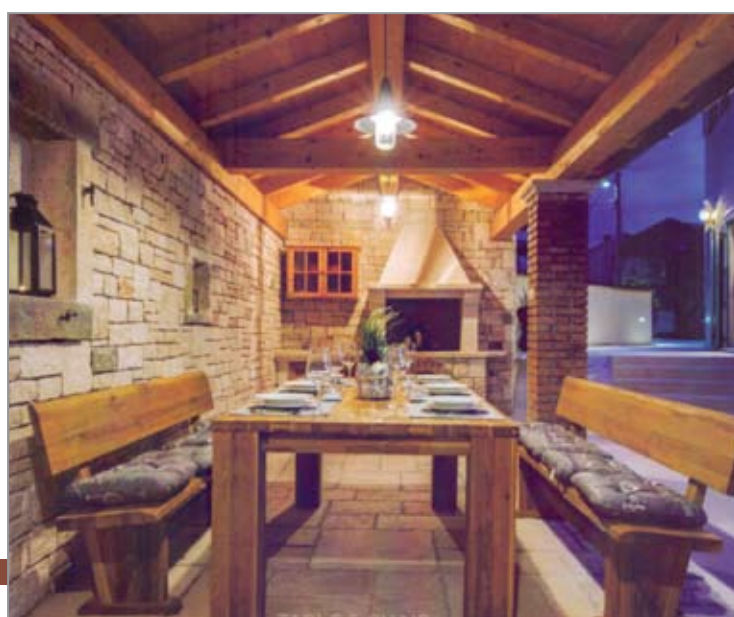
Naš najbolji vid marketinga je kvalitet prepoznat u makro okruženju i daje nam garanciju dugoročnog uspješnog poslovanja.

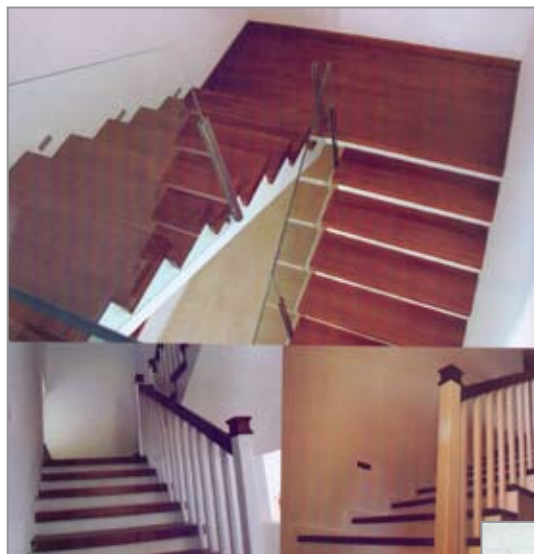
Trend sajмова kao načina promocije je u opadanju, kako po pitanju broja izlagača, tako i posjetilaca, ali to i dalje daje mogućnost neposrednog kontakta sa znatnim brojem zainteresovanih za poslovnu saradnju.

Sajam u Kelnu za nas je bio uspješan, gdje su ostvoreni brojni kontakti koji će, uvjeren sam, rezultirati novim poslovnim odnosima, a posebno bih naglasio poslovne kontakte sa predstavnicima iz Velike Britanije i Češke.

Primjetno je bilo prisustvo vlasnika salona, grupacija i vlasnika on line prodaja.

Potrošači su težišno orjentisani ka on line prodaji i primjetna je stagnacija rada i otvaranja novih salona, a sve zbog novog načina života, gdje vam je, iz udobnosti vlastitog doma, putem savremenih načina komunikacije, dostupno da kupite sve ono što svijet nudi.





raspoložive kapacitete.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Koje raspoložive načine koristite s ciljem promocije proizvoda i usluga?

E. SMAJIĆ:

Po pitanju marketinga od početka smo maksimalno posvećeni promociji putem you tube kanala, izradom fejbuk stranice, a nedavno smo pokrenuli i on line prodaju, te dostavu na kućnu adresu i montažu, što je rijetkost u Bosni i Hercegovini.

ORGANSKI KREKET BEZ PREMCA

BH BUSINESS MAGAZINE:

Sa čim ste posebno ponosni u dosadašnjem periodu rada?

E. SMAJIĆ:



Bez premca na tržištu

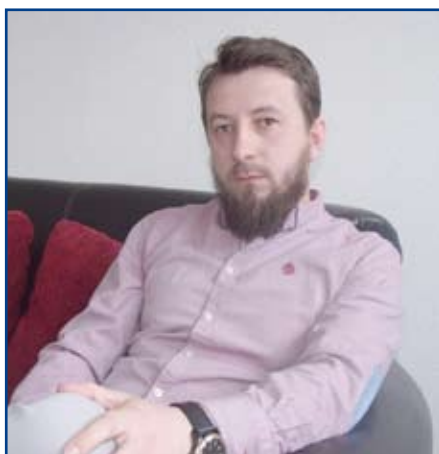
Ponosan sam na činjenicu što smo u relativno malom gradu kakav je Donji Vakuf napravili organski krevet koji je itekako pozitivno prihvaćen na tržištu i medijski adekvano popraćen.

Radi se o proizvodu koji je obnovljiv, u potpunosti reciklažan, inovativan, lijepog izgleda, modernog dizajna, bez ljepljivosti, metala i ulja i sa

prikladnom cijenom.

Da li ćemo biti kopirani, vjerovatno hoćemo, ali mi već razmišljamo o novim idejama.

Ono što smo do sada usvojili u poslovanju, sa kvalitetom i jedinstvenošću ponude, stvorili smo itekako povoljne uslove za uspješno poslovanje u dugoročnom periodu.



Ernad Smajić, rođen je 1987. godine u Donjem Vakufu.

Rano djetinjstvo, u izbjeglištvu, proveo je u Vitezu i Bugojnu, gdje je započeo osnovno obrazovanje koje je završio u Donjem Vakufu. U rodnom gradu završio je srednju školu, po struci tehničar finalne obrade drveta.

Na Mašinskom Fakultetu u Sarajevu stekao je akademsko zvanje mašinskog inženjera. Tokom studija zaposlio se u Eco Company, a nakon toga u švedskoj firmi u Podlugovima, lideru u proizvodnji patosnih obloga, gdje se izgradio kao inženjer, ali i u drugim, na tržištu bitnim elementima. Radno angažovanje nastavio je u privrednom subjektu Solid Wood u Gradačcu, a u oktobru 2015. godine došao je u MALAK Janj, na poziciju direktora. Oženjen je i otac dvoje djece.