

MR. SCI FAHRUDIN SALIHOVIĆ, DIREKTOR, PIVARA DD, TUZLA



DOSTIGLI SMO ZENIT POSLOVNOG USPJEHA

Tekst Rašid Hakić
Fotografije PIVARA DD, Tuzla



Osnovana 1884. godine pod nazivom Erste Dampf Brauerei, Pivara Tuzla već poodavno je postala jedno od obilježja ovog grada i okoline. Sa kratkim prekidima u radu, bilježila je konstantu povećanja proizvodnih kapaciteta i asortimana proizvoda.

Danas posluje u većinskom vlasništvu kompanije Bingo, što joj je dalo novi impuls u razvoju i osiguranju tržišne pozicije.

Detaljnije poslovanje predstavio je prvi čovjek menadžmenta, magistar Fahrudin Salihović.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Gospodine Salihović, šta sadrži asortiman proizvoda Pivare?

MR. SCI FAHRUDIN SALIHOVIĆ:

Pivara Tuzla tradicionalno proizvodi prirodno kuhano pivo Tuzlanski pilsner, naš brend broj jedan.

Pored navedenog razvili smo i Ester pivo, koje je izuzetno cijenjeno u BiH, a prilagođavajući se tržištu usvojili smo i crno, odnosno Premium pivo, te Radler premium pivo sa okusom limuna, a u ovoj kategoriji razvijamo još jedan proizvod.

Pored proizvodnje piva usvojena je

i proizvodnja mineralne vode poznate kao Tuzlanski kiseljak u pakovanjima od 0,33, 0,50, te 1,5 i 3 litra, a naš asortiman čine i sokovi sa okusima i cole, narandže i limuna, a odnedavno i novim sokom Laganeze sa okusom jabuke.

Vršeći analizu tržišta spoznali

Proizvodni kapaciteti



smo potrebu i za proizvodnjom energetskog pića, te smo usvojili proizvodnju u ovoj kategoriji pod nazivom Feniks u pakovanju od 0,25 litara.

PERMANENTNA EDUKACIJA UPOSLENIH

BH BUSINESS MAGAZINE:

Koliko radnika zapošljavate i da li kadrovska struktura zadovoljava potrebe poslovno-proizvodnog procesa?

MR.SCI FAHRUDIN SALIHOVIĆ:

Zapošljavamo 240, odnosno 250 radnika, obzirom da spadamo u kategoriju sezonskih preduzeća, gdje je proizvodnja izraženija u ljetnim mjesecima, kada zapošljavamo veći broj radnika.

Organizovani smo tako što, pored Pivare u Tuzli kao sjedištem

preduzeća i proizvodnog procesa, imamo i distributivni centar u Sarajevu u kojem je angažovano 16. radnika, te distributivni centar u Bihaću sa 5. uposlenika.

Svi radnici su stručno osposobljeni za poslove koje obavljaju, a obzirom na specifičnost proizvodnje teško je obezbijediti adekvatan kadar.

Zbog toga vršimo različite vrste edukacija, seminara i posjeta sajmovima u svijetu, gdje su uposlenici u prilici upoznati se sa novim tehnologijama, koje prilagođavamo našim potrebama.

Na taj način zaokružujemo potrebu u oblasti ljudskih potencijala koji može odgovoriti obavezama u procesu poslovno-proizvodnog ciklusa i postavljenih ciljeve.

Rezultat takvog pristupa radu su brojne nagrade koje smo dobili, što je zasluga opreme kojom raspolažemo, ali i iskusnih i stručnih uposlenika.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Na koji način ste riješili pitanje plasmana proizvoda na bh. tržištu?

MR.SCI FAHRUDIN SALIHOVIĆ:

Da bi udovoljili zahtjevima kupaca morate se istima približiti na sve moguće načine.

Shodno tome organizovali smo se kroz navedene podružnice da bi bili što mobilniji i što bliži potrošaču, a putem Binga kao najvećeg domaćeg trgovačkog lanca i drugim oblika trgovinske djelatnosti prisutni smo na čitavom bh. prostoru.

VIŠEMILIONSKE INVESTICIJE

BH BUSINESS MAGAZINE:

Šta je posebno obilježje Vašeg dosadašnjeg perioda rada u Pivari?

MR. SCI FAHRUDIN SALIHOVIĆ:

Od moga dolaska u Pivaru, 2014. godine, do danas investirano je više od 22. miliona KM vlastitih sredstava, bez kreditnog zaduženja.

Prije svega to je značilo investiranje na ustanovljenim kritičnim tačkama proizvodnje, u prvoj godini

VEZA SA DOMOVINOM

BH BUSINESS MAGAZINE:

U kojoj mjeri ste prisutni na ino tržištu?

MR. SCI FAHRUDIN SALIHOVIĆ:

Kada je u pitanju plasman proizvoda na ino tržište imamo veliku količinu izvoza u Ameriku, gdje smo prevashodno prepoznati od bh. dijaspore.

Ovih dana počeli smo i izvoz u Švajcarsku, a izvozimo i u Austriju i Italiju.

To potvrđuje da naši ljudi, bez obzira gdje se nalazili žele naše proizvode, jer im je to još jedna veza sa zemljom iz koje dolaze i način podrške jačanju i još bržem razvoju jedine nam Bosne i Hercegovine.

oko dva miliona KM, dok smo u 2019. godini investirali 5,6 miliona KM.

Time smo instalirali najsavremeniju opremu u proizvodni ciklus, u najvećem dijelu njemačku tehnologiju, što je rezultiralo konstantom povećanja prodaje i ostvarenog profita. Investiranje se odnosilo u oblasti PET programa, flašare, limenki, skladišnih prostora, viljuškara, kupovine transportne opreme, te rješavanja softverskog načina upravljanja.

Time smo prosek proizvodnje doveli u stanje potpune automatizacije, od ulaza proizvodnje do gotovog proizvoda.

Ovakvim pristupom radu nije došlo do viška radne snage, već smo uposlenike edukovali korištenju novih tehnologija, čime smo ostvarili benefite na koje smo ponosni.

Investiranjem u napredne tehnologije ukinuli smo manuelni rad, koji je zamijenjen automatskim sistemom, uz prisustvo i nadzor ljudskog faktora.

Time smo unaprijedili sve segmente proizvodnog ciklusa, od kuhaonice do fermentacije, naknadnog i glavnog vrenja, filtracije piva do gotovog proizvoda. Tako smo povećali kvalitet, a smanjili troškove, sa krajnjim rezultatom koji se ogleda u ostvarenju dobiti.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Šta ste posebno apostrofirali kao prvi čovjek menadžmenta ?

MR. SCI FAHRUDIN SALIHOVIĆ:

Moj prevashodan cilj bila je i ostala potpuna komunikacija sa našim

kupcima i potrošačima, odnosno da nas konzumenti prepoznaju kao domaći brend, koji je na bh. prostoru prisutan 136. godina i da osjete razliku i kvalitet u odnosu na konkurentne proizvode.

Ono što smo željeli i uspjeli u tome jeste da da smo jedina Pivara u svijetu koja je zadržala usvojenu vrstu proizvodnje, a to je prirodno kuhano pivo koje, prema krajnjem potrošaču pakujemo u staklenu, limenu i PET ambalažu.

To je naš benefit koji se ogleda i u kvalitetu proizvoda bez konzervansa, čime se ponosimo. Naš benefit ogleda se i u tome da smo uspjeli instalirati najsavremeniju opremu i tehnologiju u jednu domaću kompaniju, zadržati postojeći broj uposlenih, podići njihov standard i na taj način napraviti formulu uspjeha.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Šta su benefiti dosljedne primjene usvojenih standarda kvaliteta?

MR. SCI FAHRUDIN SALIHOVIĆ:

U Pivari su implemetirani ISO i HACAP sistemi kvaliteta, sa redovnim godišnjim auditima i dnevnim praćenjem stanja po navedenom pitanju.

Ovi sistemi nalažu mjere koje moramo sprovesti u praksi i mi se toga striktno pridržavamo s ciljem poboljšanja ukupnog poslovno-



Detalji proizvodnog procesa



proizvodnog ciklusa i kvalitete proizvoda.

Time se u pravoj mjeri postiže zadovoljstvo kupca. Takav pristup radnim obavezama odražava se i na povećanje prodaje, što je u uzejamnoj vezi.

Konkretni pokazatelji potvrđuju da smo od 2014. godine do danas fizički obim procesa proizvodnje povećali za 70 posto, a u finansijskom smislu za 100 posto. To su benefiti zdrave poslovne politike koju sprovodimo, putem kvalitete proizvoda i isto tako kvalitetnog opsluživanja potrošača.

U DRUŠTVU NAJVEĆIH

BH BUSINESS MAGAZINE:

Šta za Pivaru Tuzla znači poslovanje u sastavu kompanije Bingo?

MR.SCI FAHRUDIN SALIHOVIĆ:

Prvog januara 2018. godine došlo je do promjene vlasničke strukture Pivare, kada je, u 85 postotnom iznosu novi vlasnik postao privredni subjekt Bingo iz Tuzle, kao jedna od najvećih trgovačkih kompanija u Bosni i Hercegovini.

To je Pivari Tuzla dalo novi vjetar u leđa i postala dodatni suport za nove investicije i još dinamičniji razvoj.

Drago nam je da smo prepoznati kao uspješno preduzeće i prepoznatljiv brend koji se isplati razvijati i u isto investirati.

Tokom 2018. i 2019. godine zadržan je trend ulaganja, a kroz

distribuciju i prodajne objekte Bingo povećan je udio prodaje i to ne sa aspekta vlasničke strukture, već sa aspekta prepoznavanja zdrave poslovne politike i Tuzlanskog pilsnera kao našeg najjačeg brenda.

U slučaju da nas je kupila neka multinacionalna kompanija očigledno bi Pivara Tuzla bila jedan od magacinskih prostora, pri čemu bi izgubili proizvodnju i druge benefite koji su decenijama građeni.

KUPUJMO DOMAĆE

BH BUSINESS MAGAZINE:

Sa kojim problemima, kao domaći proizvođači, se suočavate po pitanju nelojalne konkurencije i kako riješiti to pitanje?

MR. SCI FAHRUDIN SALIHOVIĆ:

Pri Vanjskotrgovinskoj komori BiH kao domaći pivari djelujemo kroz Udruženje, gdje iznosimo stavove kada je u pitanju prekomjeran uvoz piva, ali i druge probleme koji otežavaju naše poslovanje.

Vladajuće strukture upozoravamo da je uvoz piva u Bosnu i Hercegovinu ogroman i iz godine u godinu sve veći, ali se od strane mjerodavnih ne čini ništa da se taj problem riješi. Time su bh. pivari prepušteni sami sebi.

Karakteristično je to što uvoznici piva robu uvoze po transfernim cijenama, ispod cijene koštanja.

S tim u vezi naša država treba da poduzme odgovarajuće mjere da bi onemogućila ulazak robe, u ovom slučaju piva, po transfernim ili jako niskim fakturnim cijenama, čime se državi plaća manji PDV.

Ukazujemo da treba da se uvedu mjere kojima bi se zaštitila domaća proizvodnja, a time i država.

Druga bitna stvar za koju se zalažemo jeste da se uvedu mjere po reciprocitetu po osnovu izvoza naših proizvoda u države u okruženju, te da laboratorijske analize naših i uvoznih proizvoda traju isti vremenski period, a ne sa razlikom od mjesec dana na štetu domaćih proizvođača.

Kada je u pitanju kvalitet naših proizvoda, po svim parametrima daleko je bolji od uvoznih.

S tim u vezi potrošačima se treba ukazivati na prednosti kupovine domaćeg proizvoda, čime se jača naša ekonomija, ali i o činjenici da time kupuju znatno kvalitetniji proizvod.

Zato nas raduje što je Bingo domaća kompanija koja itekako razumije šta znači imati domaću proizvodnju i time jačati bh. privredu.

**OD GUBITAŠA DO PRIMJERA
USPJEŠNOSTI**

BH BUSINESS MAGAZINE:

Šta je odlikovalo Vaš angažman u proteklih šest godina kao prvog čovjeka menadžmenta?

MR.SCI FAHRUDIN SALIHOVIĆ:

Tokom proteklih šest godina odkako sam na poziciji direktora Pivare dosta toga je urađeno, na što sam ponosan.

Zatečeno stanje bilo je opterećeno brojnim problemima. Pivara je bila u statusu gubitaša sa minusom od 3,5 miliona KM na godišnjem nivou, sa nedostajućim kapitalom i predstečajnim stanjem.

Bilo je neophodno uložiti dosta truda u sistemu poslovanja i rada i početi sa investiranjem u uslovima koji su to dozvoljavali.

Zdrava politika počela je da daje pozitivne efekte što je rezultiralo priznanjima i nagradama, kako meni kao menadžeru, Pivari, tako i našim proizvodima, odnosno brendovima, prevashodno Tuzlanskom pilsneru. Zadovoljan sam sa postignutom, ali nećemo stati na ostvarenom i do sada realizovanim višemilionski vrijednim projektima.

Tako ćemo tokom ove godine investirati pet miliona KM, od čega su neki od projekata već u fazi realizacije.

To znači da Pivaru Tuzla u narednom periodu vidim kao jednu od najmodernijih Pivara u Evropi, koja će biti primjer drugima i reper uspješnosti.

BH BUSINESS MAGAZINE:

U kojem smjeru ste, osim upravljanja Pivarem, usmjerili Vaš lični angažman?





MR. SCI. FAHRUDIN SALIHOVIĆ:

Uporedo sa radom u Pivari nastavio sam sa konstantom ličnog

usavršavanja.

Potvrda toga je dvadesetak naučnih radova koja sam objavio, a u skorije vrijedi slijedi mi odbrana

doktorske disertacija, sa željom da stečeno znanje i zvanje implementiram u praksi.

Namjera mi je da iskustvo i znanje stečeno kroz praksu i teoriju prenesem na nove generacije koje dolaze.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Gospodine Salihović, jeste li zadovoljni do sada urađenim kao prvi čovjek menadžmenta Pivare Tuzla?

MR. SCI FAHRUDIN SALIHOVIĆ:

Dolaskom u Pivaru prije šest godina imao sam misiju i viziju šta želim da ostvarim.

To se odnosilo na stvaranje pozitivne klime u poslovanju, eliminacije svih negativnih trendova koje zam zatekao i obezbjeđenju uslova za stvaranje nove vrijednosti.

Osamdeset posto od toga do sada sam ostvario, a uvjeren sam da ću mati šansu da to ostvarim u stopostotnom procentu.

To znači da ću, kada budem odlazio, ostaviti uspješnu Pivaru Tuzla, koja je to i danas i kojoj je zagantovano dugoročno uspješno poslovanje. Pretpostavke za to u najvećoj mjeri su i ostvarene.



Fahrudin Salihović rođen je 10. februara 1973. godine u Gornjim Dubravama, općina Živinice.

Nakon osnovne i srednje škole diplomirao je na Tehnološkom, a magistrirao na Ekonomskom fakultetu u Tuzli.

Još kao studentu završne godine Fakulteta povjereno mu je rukovođenje privrednim subjektom, gdje je ostvario uspješne poslovne rezultate.

Izvjerno vrijeme radio je u prosvjeti, a u želji za primjenom teorije u praksi, radio je u Mlinu i pekari Ljubače, prvo kao tehnički direktor, a potom i kao prvi čovjek ovog privrednog kolektiva.

Autor je dvadesetak naučnih radova, a u pripremi je odbrane doktorske disertacije na Tehnološkom fakultetu u Tuzli.

Početak juna 2014. godine imenovan je za direktora Pivare Tuzla.

