

MR. SCI. JASMIN SADADINOVIĆ, GENERALNI DIREKTOR, PIVARA TUZLA.D.D.,
TUZLA



OVE GODINE OBILJEŽAVAMO STOTINUČETRDESET GODINA POSLOVANJA



Mr. sci. Jasmin Sadadinović:
Dugogodišnje menadžersko iskustvo

Tekst: Rašid Hakić

Fotografije: Pivara Tuzla d.d.

**Decenijama je ovaj
privredni subjekt
jedan od znakova
prepoznatljivosti Tuzle
i šireg okruženja.**

**Šta je obilježilo
njegovo poslovanje u
dosadašnjem periodu
postojanja i koji su
osnovni elementi
trenutnog stanja
predstavio je prvi
čovjek menadžmenta,
magistar Jasmin
Sadadinović.**

BH BUSINESS MAGAZINE:

Gospodine Sadadinović,
predstavite nam sažeto historijat
Pivare d.d. Tuzla.



Poslovno-proizvodni kompleks Pivare Tuzla

**MR. SCI. JASMIN
SADADINOVIĆ:**

Pivara Tuzla osnovana je 1884. godine pod nazivom "Erste Dampf Brauerei" od strane Tasing i Köhn, koju su sa sobom donijeli tehniku kuhanja piva prema češkoj recepturi, poznatog kao pilsner.

Do Prvog svjetskog rata proizvodila je već oko 25 000 hektolitara piva na godišnjem nivou. Tokom Prvog i Drugog svjetskog rata proizvodnja je kratko obustavljena, da bi od 1948. godine krenula sa aktivnom i neprekidnom proizvodnjom sve do danas.

Pivara Tuzla danas, pored tradicionalne proizvodnje piva posjeduje proizvodnju mineralne vode i sokova od prirodne baze,

vrhunskog kvaliteta i veoma strogim režimom kontrole proizvodnje.

Kroz historiju su u Pivari Tuzla proizvedene razne vrste piva i to crno, žuto, Torg, Rudarski dukat i Tuzlanski pilsner, a danas je jedna od rijetkih pivara izvan Češke koja proizvodi pivo prema tradicionalnoj recepturi iz te zemlje.

Nekoliko puta mijenjala je vlasnike, ali su tradicija i receptura proizvodnje piva ostale iste. Pivara Tuzla je, od osnivanja do danas, mijenja i svoj oblik i organizaciju poslovanja, ali je zadržala kontinuitet postojanja kroz stotinučetdeset godina.

Danas posluje u obliku dioničkog društva, čiji je većinski vlasnik Bingo d.o.o. Tuzla.

U sklopu Pivare Tuzla posluje

i Pivnica Taverna, u kojoj se može konzumirati jedinstveno i vrlo traženo nefiltrirano, svijetlo i tamno tuzlansko pivo, kao i raznovrsna jela.

**USPJEŠNO POSLOVANJE
U ZNAKU KONSTANTE
POBOLJŠANJA PROIZVODNIH
KAPACITETA**

BH BUSINESS MAGAZINE:

Koje su osnovne odlike ekspanzije razvoja Pivare Tuzla ?

**MR. SCI. JASMIN
SADADINOVIĆ:**

Godine 1962. godine počeo je ciklus kontinuirane rekonstrukcije Pivare, pa je postignut kapacitet godišnje proizvodnje od cca. 300 000 hektolitara. Naredni ciklus rekonstrukcije za program proizvodnje od cca. 500 000 hektolitara Pivara Tuzla počeo je 1990. godine.

S obzirom na promjene u trendovima prodaje Pivara Tuzla je bila prinuđena da uvodi neke novine u proizvodnji.

Usvojeni projekat odredio je nove pravce razvoja "dopunskog"



SADRŽAJAN I IZNIMNO KVALITETAN PROIZVODNI PROGRAM

BH BUSINESS MAGAZINE:

Šta sadrži proizvodni program i kolikim poslovnim i tehničkim kapaciteti raspolaže Pivara Tuzla ?

MR. SCI. JASMIN SADADINOVIĆ:

Pivara Tuzla d.d. u svom asortimanu posjeduje pivo, osvježavajuća bezalkoholna pića i mineralnu vodu. Instalirani kapaciteti za pivo su cca 300.000 hektolitara godišnje, za mineralnu vodu 60.000 hektolitara, a za osvježavajuća bezalkoholna pića 100.000 hektolitara. Posjeduje tri linije za otakanje, liniju stakla, limenke i PET-a.

Kapacitet linije stakla je 150.000 po smjeni, kapacitet linije limenke je 60.000 limenki po smjeni, a kapacitet linije PET-a je 20.000 boca po smjeni. Punjenje stakla se vrši na punjaču KHS-a, punjenje PET-a se vrši na punjaču Vipoll Slovenija, dok se punjenje limenke vrši na punjaču Kettner Njemačka.

Mineralna voda se pakuje pod brendom Tuzlanski kiseljak. Puni se u PET ambalažu, u sljedećim volumenima: 0,33, 0,5, 1,5 i 2 litra, te u staklenu bocu 0,25 litara. Punjenje PET boce se vrši na punjaču Vipoll Slovenija, a stakla na punjaču KHS.

Kada je u pitanju proizvodni program Pivara Tuzla posjeduje dva vodeća brenda i to Tuzlanski pilsner i Erster, kao i Premium crno pivo, Premium radler limun i Premium pivo Bjorn. Pivo se pakuje u staklene boce 0,5 i 0,33 litara, limenke 0,33 i 0,5 litara, te PET boce od 1 i 1,7 litara.

Mineralna voda se pakuje pod brendom Tuzlanski kiseljak. Puni se u PET ambalažu, u sljedećim volumenima: 0,33, 0,5, 1,5 i 2 litra, te u staklenu bocu 0,25 litara. Punjenje PET boce se vrši na punjaču Vipoll Slovenija, a stakla na punjaču KHS.

Osvježavajuća bezalkoholna pića obuhvataju sljedeće brendove: Panonska Ledena Cola, Panonska Ledena Orange, Panonska Ledena Lemon i Laganese. Svi sokovi se pakuju u PET bocu, u volumenima od 0,33 i 1,5 litara, a Laganese de pored ova dva volumena, pakuje i u staklenu bocu 0,25 litara.



programa. U tom smislu, 1996. godine instalirana je linija za punjenje sokova i mineralne vode u PET boce, a 1997. godine instalirana je linija za punjenje limenki, koja opslužuje proizvodnju piva kao i bezalkoholnih pića.

Od 2018. godine Pivara Tuzla uspješno posluje u sastavu Bingo Group.

Naime, od tog perioda situacija se enormno mijenjala iz godine u godinu. Unaprijeđeni su uslovi proizvodnje i sigurnost proizvoda,

kao i radni uslovi.

U Pivaru Tuzla je u ovom periodu uloženo preko deset miliona KM u opremu u procesu proizvodnje. Između ostaloga, izvršena je kompletna automatizacija procesa proizvodnje, te se rad potpuno



Moderna proizvodna tehnologija

novih tankova sada odvija uz pomoć softvera, koji osigurava veću stabilnost proizvoda. Prvenstvena odlika budućeg razvoja Pivare Tuzla akcenat će imati na ulaganju u ljudske potencijale, odnosno zaposlene, zatim povećanje i proširenje prodaje i postizanja stabilnosti tržišta, ali i ulaganje u proizvodne kapacitete.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Koliki je broj i kakva i kadrovska struktura uposlenih ?

MR. SCI. JASMIN SADADINOVIĆ:

UPivari Tuzla radno je angažovano 200 zaposlenika. Kada je riječ o kadrovskoj strukturi zaposlenih, Pivara Tuzla ima uposlenike koji omogućavaju uspješno obavljanje poslovnih aktivnosti. Naime, riječ je o kvalifikovanim zaposlenicima za proces proizvodnje i održavanja, prodaju i distribuciju robe, ali i ne manje značajno obrazovano administrativno osoblje, te uspješan menadžment. Može se reći da je u Pivari Tuzla prisutan potreban kadar za uspješno funkcioniranje, a u tom kontekstu planiranje potrebnog ljudskog potencijala vrši se na osnovu zahtjeva proizvodnje i prodaje, a sve u skladu sa usvojenim normativnim aktima.

Pivara Tuzla vodi računa o svojim zaposlenicima, stimulacijom istih na



POSLOVNI I PROIZVODNI PROCES U SKLADU SA NORMAMA KVALITETA

BH BUSINESS MAGAZINE:

Koji su usvojeni usvojeni ISO standardi U Pivari Tuzla i kakav je značaj istih u poslovanju ?

MR. SCI. JASMIN SADADINOVIĆ:

Temelj kvalitete i uspješnosti poslovanja je u cjelovitom sagledavanju zahtjeva tržišta i potreba kupaca, što se postiže stručnim radnicima, upravljanjem troškovima, ulaganjem u opremu i tehnologiju. Pivara Tuzla se odlučila na primjenu integrisanog sistema upravljanja kvalitetom i okolišem u skladu sa zahtjevima normi BAS EN ISO 9001:2015, BAS EN ISO 14001:2015 i HACCP-a.

Posebno ističem da primjenjujemo nove tehnologije za prevenciju štetnih uticaja na okoliš, kao i mjere sigurnosti kvaliteta naših proizvoda koje garantuje primjenom važećih normi, zakonskih zahtjeva i osnovnih principa HACCP sistema i zahtjeva upravljanja okolinom.

razne načine, jer nam je zadovoljstvo naših zaposlenih jako važno.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Da li je i u kojoj mjeri je izraženo pitanje fluktuacije radnika ?

MR.SCI.JASMIN SADADINOVIĆ:
Ako uzmemo u obzir trend odlaska naših državljana u inostranstvo, ipak možemo reći da u Pvari Tuzla nije toliko velika fluktuacija radne snage. Naime prisutan je odliv i priliv radnika, ali još uvijek je to u razumnim granicama.

Pivara Tuzla svakako nastoji zadržati svoje zaposlene. Prvenstveni cilj je zaposlenicima obezbijediti adekvatne uvjete rada, te postići njihovo zadovoljstvo, a benefiti toga su uspješni rezultati njihovog rada.

BH BUSINESS MAGAZINE:

U kojoj mjeri je izražena nelojalna konkurencija na bh. tržištu u oblasti pivovarstva ?

MR. SCI. JASMIN SADADINOVIĆ:

Nelojalna konkurencija je





konkurencija koja nastoji da omalovaži i diskredituje „drugu“ stranu, kako bi ostvarila svoj lični cilj.

Što se tiče bh. tržišta ono je malo i obilježava ga prisutnost ogromne konkurencije, od grupacijske konkurencije, te svjetskih i evropskih grupacija koje su prisutne na bh.



Jasmin Sadadinović rođen je 26.11.1977. godine u Tuzli, gdje i danas živi.

Nakon završetka srednje škole upisao je Ekonomski fakultet na Univerzitetu u Tuzli i stekao zvanje diplomiranog ekonomiste.

Nakon toga upisuje drugi ciklus studija i stiče zvanje Magistar saobraćaja. U privrednom društvu Pivara d.d. Tuzla

tržištu. Pivara Tuzla ima status regionalne pivare, na tržištu je prisutna stotinučetdeset godina, sa jedinom češkom recepturom koja se proizvodi izvan Češke i uspješno se bori sa velikim i nelojalnim konkurencijama.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Gospodine Sadadinović, šta predstavlja strateške planske aktivnosti menadžmenata Pivare Tuzla u narednom periodu?

MR.SCI. JASMIN SADADINOVIĆ:

Pivara Tuzla je u odličnom stanju, prevashodno zahvaljujući činjenici da je od 2018. godine u većinskom vlasništvu kompanije Bingo i podatku da je od tada do danas u poslovanje investirano više od deset miliona KM. Kada su u pitanju strateške planske aktivnosti u narednom periodu to će se, prije svega, odnositi na nastavak investiranja s ciljem što veće modernizacije, ulaganje u kadrove, još većeg poboljšanja radnih uslova i što veće edukacija kadova. Savremeni proizvodni kapaciteti kojima raspolazemo, te stručnost i iskustvo uposlenika u svim segmentima poslovno-proizvodnog procesa garant su da ćemo i dalje tržištu nuditi sadržajan i kvalitetan proizvodni program i nastaviti u bilježenju konstante poslovnog uspjeha.

bio je zaposlen niz godina na poslovima Rukovodioca odsjeka nabave, nakon čega je 2019. godine imenovana za generelnog direktora kompanije Mlin i pekara d.o.o. Ljubače, te je tu funkciju uspješno obavljao dugi niz godina.

U aprilu mjesecu ove godine imenovan je za generalnog direktora Pivara d.d. Tuzla.