

TADIJA FILIPOVIĆ, OSNIVAČ, VLASNIK I MENADŽER PROFIL-ISOLATION DOO, ŽEPČE



POSLOVNOST I KVALITET PROIZVODA POTVRDILI SMO NA INO TRŽIŠTU

Tekst: Rašid Hakić
Fotografije: Profil-isolation doo

Privredni razvoj Zeničko-dobojskog kantona već odavno je sinonim uspješnosti. O tome svjedoče brojni privredni subjekti čiji izvozni aranžmani umnogome doprinose ukupnom izvoznom bh. bilansu.

Takav status ima i općina Žepče, čiju biznis mapu uspješnih upotpunjava i poslovno društvo Profil-isolation, koje visoko kvalitetne proizvode plasira u makro okruženje. Kako je tekao razvoj ovog privrednog subjekta, na navedeno, ali i druga bitna pitanja odgovore je dao osnivač, vlasnik i uspješan menadžer Tadija Filipović.



Tadija Filipović: Dvadesetpet godina iskustva i stručnosti u biznisu

BH BUSINESS MAGAZINE:
Gospodine Filipović, kada je osnovano poslovno društvo Profil-

isolation i šta je bila prvobitna djelatnost?

TADIJA FILIPOVIĆ:
Društvo je osnovano 2001. godine



Višemilionska investicija

i djelatnost je bila u oblasti termičke izolacije u industriji. odine 2004., zbog nemogućnosti rada u EU, osnovali smo poslovno društvo Profil-Isolation Split, koje se sada zove Rockpur Split, a ove godine otvorili smo i firmu u Beogradu pod imenom Rockpur Beograd

BH BUSINESS MAGAZINE:

Šta predstavlja osnovne elemente vizije i misije polovanja?

TADIJA FILIPOVIĆ:

Na početku mog poslovanja nisam imao neku posebnu i veliku viziju ili misiju.

Bila je to mala firma, sa četiri-pet zaposlenika i tada je moja vizija je bila da radimo uredno i omogućimo plaće za zaposlene, što je bilo jako zahtjevno, obzirom na tadašnju konkurenciju, koja je bila jako velika, a u to vrijeme je bilo i veoma teško ostvariti polovni uspjeh, ali poštivanjem poslovne etike to smo uspjeli.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Kako je tekao razvoj po osnovu

širenja i instalacije potrebne opreme?

TADIJA FILIPOVIĆ:

Kao što sam već naglasio, 2001. godine krenuli smo sa termičkim izolacijama i imali smo primitivne alate i opremu.

Kako su se poslovni vidici i planovi otvarali, a ja sam to jako dobro primijećivao, zapošljavao sam sve više ljudi.

Samim tim rastao je i kvalitet opreme, tako da danas, što se tiče izolacije, imamo najmoderniju Švicarsku opremu Mabi za automatsku izradu opreme za termičku izolaciju.

Kao što sam i više puta rekao u svojim izjavama za medije, jedna od prvih firmi sa kojim smo počeli da surađujemo je EHO Slovenija, kompanija za izradu komora za rashlad velikih kapaciteta, sa kojom i danas surađujemo.

U to vrijeme oni su posjedovali liniju za proizvodnju hladioničkih panela za svoje potrebe i isporučivali su panele za kontejnere grupaciji Containex iz Beča, sa kojom mi surađujemo već 13-tu godinu.

Uz ideju i kratke pregovore, 2013. godine od EHO-a kupujem liniju za proizvodnju panela, demontiramo je i instaliramo u Žepču.

Od tada kreće moj polovni odnos sa Containex-om iz Austrije, a s ponosom mog da kažem da smo glavni dobavljači poliuretanskih panela za pet tvornica u njihovom vlasništvu.

Vođen potrebama klijenata i tržištem upuštam se u jako veliku i zahtjevnju investiciju, a to je kupnja i instalacija najmodernije linije za proizvodnju termo panela u ovom dijelu Europe.

Sa projektom krećemo 2021. godine, uz sve poteškoće koje je obilježilo postkovidno vrijeme i rat u Ukrajini, uspjeli smo, uz prigodnu svečanost u novom objektu od 11 hiljada kvadrata, 31. Listopada ove godine, da proizvodnu liniju pustimo u pogon.

U realizaciju projekta investirano je oko 20 miliona KM, od čega 70 posto vlastitih sredstava.

Posjedujemo moderno izgrađene proizvodne hale, savremenu opremu koju sam prethodno predstavio i poslovne prostore, urađene po



Moderan i funkcionalan poslovni prostor

najvećim svjetskim standardima arhitekture i uređenja enterijera.

LIDER U EVROPSKIM OKVIRIMA

BH BUSINESS MAGAZINE:

Kolikim poslovnim i proizvodnim kapacitetima trenutno raspolazete?

TADIJA FILIPOVIĆ:

Trenutno imam 50. godina. Poslovni subjekt Profil-isolation je star skoro 25. godina i u tom periodu stekao sam jako puno prijatelja i poslovnih partnera.

Kada bih mjerio poslovni kapacitet, jako ga je teško staviti u neku mjernu jedinicu, a moj trenutni poslovni

kapacitet je jako velik, što se vidi iz ovoga što smo ostvarili.

Proizvodni kapacitet nam je trenutno najveći u ovom dijelu Europe, obzirom da je linija koja proizvodi za Containex kapaciteta 500.000 metara kvadratnih panela na godinu.

Novootvorena linija ima kapacitet od nevjerovatnih tri miliona metara

AUTOMATIZOVAN PROIZVODNI PROCES

BH BUSINESS MAGAZINE: Šta čini tehničko tehnološke sadržaje na kojima se odvija proizvodnja?

TADIJA FILIPOVIĆ: Posjedujemo jako velike tehničke i tehnološke sadržaje kao što su objekti, te transportna i proizvodna oprema.

Prvi proizvodni objekat je veličine 5 500 metara kvadratnih, drugi proizvodni objekat je 11 500 metara kvadratnih, a imamo i dva manja prateća objekta, sa građevinskim zemljištem od 50 000 metara kvadratnih.

U objektima imamo pogon za automatsku proizvodnju obloga za termoizolacije Švicarske proizvodnje, te diskontinuiranu liniju za proizvodnju panela za hladnjače i kontejnere talijanske proizvodnje, a imamo in novotvoreno postrojenje za proizvodnju poliuretanskih termopanela za široku primjenu za objekte, također talijanske proizvodnje.



kvadratnih na godinu i kako bih vam približio cifre, na dan možemo da proizvedemo gotovo deset hiljada metara kvadratnih raznih debljina i boja panela.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Koje su osnovne karakteristike proizvoda i koliki su kapaciteti proizvodnje na godišnjem nivou?



Savremena proizvodna postrojenja

TADIJA FILIPOVIĆ:

Naši proizvodi se sastoje od komponenti poliuretana i limenih obloga. Iz devet komponenti poliuretana dobijamo razne debljine panela, a za svaku debljinu imamo poseban recept.

Poliuretanske komponente se kroz proces proizvodnje ulijevaju u obloge od farbanih limova po mjeri i želji kupca.

Godišnji kapacitet kompletne proizvodnje je 3,5 miliona kvadratnih metara, što nas svrstava u najveće proizvođače termopanele u Europi.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Na koji ste način riješili plasman proizvoda i na koja tržišta?

TADIJA FILIPOVIĆ:

Kad idete u investiciju navedene veličine proizvodnih kapaciteta, ta investicija zahtijeva dugogodišnje praćenje tržišta, obzirom da smo u proteklih 25 godina imali segment u firmi koji je redio na montaži termopanele na više stotina objekata širom Europe, a zadnjih 13 godina poslovanja imali smo nevjerovatnu priliku pratiti i ispitivati tržište na području ex jugoslavije i čitave Europe.

Tržište plasmana proizvoda su na prvom mjestu države ex Jugoslavije i trećih zemalja prema Europi.

**USKLAĐENOST SA EU I ISO
STANDARDIMA**

BH BUSINESS MAGAZINE:

Koje Iso i Eu standarde ste implementirali i koji su benefiti istih u polovanju?

TADIJA FILIPOVIĆ:

Posjedujemo krovni certifikat europske kvalitete pod nazivom CE znak za sve naše proizvode, a implementirali smo i potrebne Iso standarde, što nam u znatnoj mjeri olakšava proizvodni proces.

ISPRED KONKURENCIJE

BH BUSINESS MAGAZINE:

Šta Vaše poslovno društvo izdvaja od konkurencije?

TADIJA FILIPOVIĆ:

Na prvom mjestu to je kvalitet proizvoda, koji smo potvrdili na tržištu koje sam već naveo.

Isto tako imamo i jako veliko iskustvo u proizvodnji termopanela. Većina proizvođača je doslovno zalutala u ovu oblast i imaju jako puno problema sa proizvodnjom i kvalitetom proizvoda.

Konkurencija jako često deklarira materijale u proizvodu koji nisu u skladu sa deklaracijom koju daju kupcu. Kod nas takve stvari ne mogu da se dese, obzirom da imamo jako dobru kontrolu, kako ulaza repromaterijala, tako i kontrolu izlaza gotovih proizvoda.

Iz našeg iskustva dugogodišnje ugradnje i proizvodnje panela usvojili smo određene inovacije i prednosti kod naših proizvoda u odnosu na konkurenciju, a to se prije svega odnosi na spojeve panela i njihovu statiku kod ugradnje.

ULAGANJE U ZAPOSLENIKE
NAJBOLJA JE INVESTICIJA

BH BUSINESS MAGAZINE:

Gospodine Filipović, šta predstavlja strateške planske aktivnosti rada u narednom prirodu rada Vaših poslovnih društava?

TADIJA FILIPOVIĆ:

Naša strategija je da poslujemo uspješno i da iz godine u godinu napredujemo.

Da bi to postigli naš plan je i dalje ulaganje u ljudske resurse i tehnološke procese.

Dakle, akcenat ćemo staviti na uposlenike, jer moramo shvatiti da je ulaganje u zaposlenike najbolja

VISEMJESEČNA
OBUKA UPOSLENIKA

BH BUSINESS MAGAZINE:

Koliki je broj, kakva kadrovska struktura uposlenih i imate li problema sa fluktuacijom i manjkom zaposlenika?

TADIJA FILIPOVIĆ:

Ukupno, u naše tri firme, imamo 100 uposlenih.

Od toga 15 visoko obrazovanih koji rade na rukovodećim mjestima i u knjigovodstvu.

Osamdesetpet uposlenih je sa srednjom stručnom spremom, koji su prošli naše specijalne obuke za rad na specifičnim proizvodnim i drugim radnim mjestima.

Naše poslovno društvo i u ovim teškim vremenima za potreban broj uposlenika nema problema sa manjkom i odlivom radne snage.

Kao što sam već naglasio, naša radna mjesta su specifična, imamo višemjesečnu obuku za svakog radnika i ne možemo sebi dopustiti da nas obučeni radnik, u kojeg smo uložili vremena, truda i novca napusti.



Proizvod vrhunskih performansi

investicija, bez koje nema napretka i poslovnog progressa.

Moja poslovna vizija koju imam je ništavna ako to nema ko da implementira, odnosno realizuje.

Sentimentalan sam prema uposlenicima, možda i iz razloga što sam i sam nekada bio radnik i primao mjesečnu plaću.

Mnogi vlasnici firmi to iskustvo nemaju.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Šta biste, za kraj intervjua, rekli o sebi?

TADIJA FILIPOVIĆ:

Rođen sam 1975. godine u Donjem Lugu, općina Žepče. Obiteljski sam čovjek, oženjen i otac troje djece. Imam prilično životno iskustvo, iz kojeg sam naučio da treba poštovati druge i drugačije. Jako cijenim obitelj i prijatelje i volim izlete u prirodu i putovanja.

Kada je u pitanju lični poslovni profil, volio bih da ga napišu moji uposlenici.