

Bogoljub Pantelić, Bosis

Ne jedu veliki male, nego brzi spore

Ako pomislite na neki proizvod koji kupujete, verovatno je upakovan u našu ambalažu, kaže Bogoljub Pantelić, vlasnik kompanije „Bosis“ koja je samo tokom prošle godine proizvela više od 200 miliona komada kutija, za kupce iz čak deset različitih industrija. Ovo preduzeće iz Valjeva je još od osnivanja nastojalo da uvek bude ispred konkurencije: od izgradnje objekata, preko zapošljavanja kvalitetnih kadrova, do strateškog planiranja proizvoda i nastupa na tržištu.



Učestvovao je na petnaestak omladinskih radnih akcija, ali ona iz 1975. godine za Bogoljuba Pantelića bila je od životne važnosti. Budući vlasnik kompanije sa 117 radnika, tada je kao gimnazijalac i akcijaš završio kurs sito štampe. Zahvaljujući stečenom znanju i veštinama sa radne akcije, radnoj disciplini koju je stekao pomažući ocu, vrsnom krojaču, i početnom kapitalu koji mu je obezbedio deda, 1982. otvorio je zanatsku radnju BOSIŠ („Bobanova sito štampa“), koja je 1990. godine prerasla u preduzeće za proizvodnju štampane i kaširane kartonske ambalaže „Bosis“.

Krajem osamdesetih, Pantelićeva radnja bila je poznata u celoj bivšoj Jugoslaviji po proizvodnji preslikača za majice. Specijalnost su bili višebojni preslikači velikih tiraža, pa je zbog većeg broja preslikača na tabaku, produktivnosti i kratkih rokova, nabavio posebnu mašinu za štancanje koja je imala mogućnost isecanja nepravilnih oblika čime se povećao i broj proizvedenih preslikača. Uporedo je razmišljao kako da uspešnu firmu učini još boljom. „Proizvodnja je tada bila takva da je mašina za štancanje preslikača radila pola sedmice, a pola stajala. Da bih je nekako uposlio, počeo sam da pravim obične bele kutije za cipele“ kaže Pantelić. Uskoro se kompanija „Bosis“ u potpunosti okreće proizvodnji štampane i kaširane kartonske ambalaže, a mašina zahvaljujući kojoj se rodila ta ideja još nije penzionisana, već i dan danas štanca sitne serije kutija.

O planovima se diskutuje, a dogovor se poštuje

Samo tokom prošle godine, valjevska kompanija proizvela je 200 miliona komada kutija, za kupce iz čak deset različitih industrija, od prehrambene i tekstilne

preko hemijske do automobilske. „Pomislite na bilo koji proizvod koji kupujete - i on je verovatno upakovan u našu ambalažu“, kaže Pantelić i nabroja klijente među kojima su i „Nestle“, „Coca-Cola“, „Heineken“, zatim „Mann Hummel“, „Robert Bosch“, „Henkel“, „Nivea“, „Grand“, „Štark“, „Bambi“, „Polimark“, „Aleva“, „Carnex“, „Neoplanta“, „Knjaz Miloš“... To praktično znači da građani u Srbiji svakodnevno koriste proizvode čija je ambalaža proizvedena u Valjevu.

„Kako gotovo svi naši ključni kupci posluju u Srbiji, trenutno izvozimo oko 13,6 odsto proizvodnje. Radimo za kompanije iz BIH, Hrvatske, Makedonije, otkora i za 'Proctor&Gamble' iz Rumunije, ali postoji zamišljena granica posle koje je pitanje da li je isplativo izvoziti. U našoj delatnosti logistički troškovi su značajni, a već izvan 'kruga' od oko 400 kilometara izvoz se ne isplati. Ipak, pravimo planove da povećamo plasman u inostranstvu, a baziramo ih na novijoj konkurentnoj tehnologiji koju posedujemo. Mašina za kaširanje, je, recimo, jedinstvena na teritoriji bivše Jugoslavije, i tek sada se u Sloveniji instalira jedna koja će moći da konkuriše našoj“, objašnjava Pantelić.

„Bosis“ inače proizvodi samo za poznate kupce, a kada učesće pojedinih klijenata u ukupnoj proizvodnji pređe 18-19%, uvode se novi kupci kako bi disperzija rizika bila što veća, i sigurnost u naplati bolja. Isto primenjuje i u poslovanju sa bankama, pa kaže da nikada ne ide u banku, već voli da bankari dođu u „Bosis“, vide kompaniju i ponude uslove u skladu sa njenim bilansima. Prvi kredit podigao je tek 2006. kako bi, uz kompanijska sredstva, nabavio novu mašinu za štampu B0 formata.

Sa druge strane, veruje u pažljivo planiranje poslovanja, pa je

tako pravilo da odgovorni u kompaniji svake godine do 20. septembra predlože svoje planove i ciljeve za narednu godinu. Oni, zatim, zajedno diskutuju o predlozima kako bi se međusobno uskladili i na osnovu toga donose konačnu verziju nove godišnje strategije. Bogoljub Pantelić ističe da veruje u otvorene diskusije, kao i u doktrinu demokratskog centralizma koja kaže da, kada se postigne dogovor, svi moraju da ga poštuju. A pošto se dobro seća kako je njegov glas, kao omladinca, imao manju težinu od „starijih drugova“, u svojoj kompaniji se uvek pobrine da se glas mladih podjednako čuje kao i glas iskusnijih.

Da takav pristup daje rezultate dokazuju poslovne knjige: „Bosis“ beleži rast prihoda u proteklih pet godina za redom, dok je obim proizvodnje u 2016. godini povećan za 52,6%. Ipak, prema Pantelićevim rečima, daleko zahtevnije od planiranja prodaje ili proizvodnje je planiranje i nabavka materijala. „Za sada godišnje potrošimo 7.500 tona materijala, a posedujemo kapacitete za iskorišćavanje čak 10,5 hiljada tona materijala. Ciklus proizvodnje materijala traje od 15 do 40 dana, a ako se nabavlja sa Istoka, isporuka može da potraje i duže. Zato mi materijal nabavljamo za tri meseca unapred, i uvek možemo da odgovorimo na tražnju.“

Radna mesta za prave ljude

Želja da uvek bude korak ispred konkurencije, pretvorila je „Bosis“ u kompaniju koja je uvek bila na pravom mestu u pravo vreme. Bili su korak ispred svih kada je reč o izgradnji proizvodnih pogona, nabavci nove opreme, uvođenju novih tehnologija, informacionih sistema i investiranju u zaposlene i njihov razvoj. Zato Pantelić voli da citira staru poslovnu istinu da „ne jedu veliki male, nego brzi spore“.

Da bi što efikasnije prešao put od zanatske radnje do kompanije sa 117 zaposlenih, Bogoljub Pantelić nije se ustručavao da potraži pomoć spoljnih konsultanata. Verovao je i u prednosti koje pružaju informacione tehnologije, pa tako duže od decenije „Bosis“ posluje uz pomoć ERP softvera.

Takođe, investira u obuke za radnike, bilo da je reč o veštinama prodaje, nabavke, analize poslovanja ili ovladavanja nekom novom mašinom, a svake godine zaposlenima plaća i kurs engleskog jezika. Saraduje i sa Tehničkom školom iz Valjeva, pa je već oko 30 učenika grafičkog smera bilo na praksi.

Pantelić naglašava da u „Bosisu“ nema volontera - i oni koji se tek obučavaju za posao dobijaju platu iz posebnog budžeta. Kada se odaberu novi radnici, oni će pre raspoređivanja na konkretnu poziciju proći kroz sve procese, što se u „Bosisu“ naziva profesionalnom orijentacijom. Cilj je da „osete“ svaki segment proizvodnje, od rada u magacinu i na mašinama do poslova prodaje, nabavke i marketinga, da bi na kraju njihovi mentori uradili evaluaciju i uklopili „profil“ zaposlenog sa odgovarajućim radnim mestom.

Bogoljub Pantelić otkriva da će uvek radije dati šansu nekome ko tokom obuke prizna da ne ume nešto da uradi ili da nije razumeo pitanje, umesto da se pravi da sve zna. Kao neko ko se ni u mladosti nije ustručavao da pita, ali i da kaže šta misli, smatra da će i sebi i svojoj kompaniji učiniti uslugu ako bira ljude od reči, vredne i karakterne, jer, kako kaže, „ko oko sebe ima prave ljude i podršku porodice koja je uz mene bila svih ovih godina - može da uradi sve što zamisli“.

Za njega je dodaje, uspeh potpun tek kada je kompanija u mogućnosti da deo zarade uloži u razvoj lokalne zajednice u kojoj posluje, pa „Bosis“ podržava brojne humanitarne i kulturne aktivnosti u Valjevu. ●