

# Marketing plan industrijsko/poslovne zone “Polja” Žepče



BOSNA I HERCEGOVINA  
FEDERACIJA BOSNE I HERCEGOVINE  
ZENIČKO – DOBOJSKI KANTON  
OPĆINA ŽEPČE  
OPĆINSKO VIJEĆE

Broj: 01 – 02- 35/11

Datum, 31.03.2011. godine

Temeljem članka 23. Statuta općine Žepče i članka 93. Poslovnika o radu općinskog vijeća Žepče/ „Službeni glasnik općine Žepče“, broj: 4/09/, Općinsko vijeće je na svojoj 23. sjednici održanoj 30.03.2011. godine na prijedlog Razvojne agencije Žepče, donijelo **MARKETING PLAN INDUSTRIJSKO/POSLOVNE ZONE „POLJA“ ŽEPČE.**

## Sadržaj

1. Uvod.....	5
1.1. Opći podaci.....	5
1.2. Prednosti poslovne zone „Polja“ .....	5
1.3. Vizija općine Žepče.....	5
1.4. Vizija i misija PZ „Polja“ Žepče.....	6
1.5. Strateški ciljevi .....	6
2. Analiza okruženja.....	7
2.1. Poslovno okruženje .....	7
2.1.1. Postojeće gospodarske aktivnosti i tvrtke.....	7
2.1.2. Inozemna ulaganja i vanjska trgovina .....	8
2.2. Radna snaga.....	8
2.2.1. Dostupnost radne snage – nezaposlenost.....	8
2.2.2. Dostupnost radne snage - Obrazovne institucije.....	9
2.2.3. Cijena rada - troškovi rada.....	10
2.3. Dostupnost i kvaliteta infrastrukture.....	10
2.3.1. Cestovna mreža .....	11
2.3.2. Željeznica.....	11
2.3.3. Aerodrom .....	12
2.3.4. Morske i riječne luke.....	13
2.4. Analiza dostupnih poticaja za investitore.....	13
2.4.1. Nacionalni i regionalni poticaji .....	13
2.4.2. Lokalni poticaji i olakšice .....	15
2.5. Analiza konkurentskih zona u okruženju.....	16
2.6. Procjena poslovnog okruženja i njegove privlačnosti .....	18
3. SWOT analiza.....	19
4. Ponuda poslovne zone.....	20
5. Marketing .....	21
5.1. Ciljne skupine investitora .....	21
5.2. Pozicija.....	22
5.3. Komunikacija.....	23
5.4. Plan marketinških aktivnosti .....	23
5.4.1. Osnovne potrebe za marketinške aktivnosti .....	23

5.4.2. Lokalni marketing.....	24
5.4.3. Nacionalni marketing.....	25
5.4.4. Međunarodni marketing.....	25
6. TROŠKOVI MARKETINGA.....	26
6.1. Troškovi pripremnih radnji.....	26
6.2. Troškovi lokalnog marketinga.....	27
6.3. Troškovi nacionalnog marketinga.....	28
6.4. Troškovi međunarodnog marketinga.....	29
6.5. Ukupni troškovi marketinga –po semestrima.....	30
7. ZAKLJUČCI.....	31

## POZIV INVESTITORIMA

Općinu Žepče razvit ćemo u poduzetnički centar na europskoj razini.

Naša pažnja i podrška je na razvojnim inicijativama, transferu znanja i novih tehnologija.

Budite naš partner u stvaranju kvalitetnog modernog života ugrađenog u kulturu stanovnika općine Žepče.

Općinski načelnik

Mato Zovko



---

Marketing plan industrijsko/poslovne zone „Polja“ Žepče izradila je Razvojna agencija Žepče d.o.o.

## 1. Uvod

### 1.1. Opći podaci

Općina Žepče se nalazi u središnjem dijelu BIH i ZE-DO kantona. Teritorija općine ima površinu 282 km<sup>2</sup> i na njoj živi 31 067 stanovnika. Žepče se ubraja u srednje razvijene općine, s ukupno 574 gospodarska subjekta, od čega 45% čine mala i srednja poduzeća (256 subjekata).

Poslovna zona „Polja“ je prepoznata kao kvalitetan instrument podrške razvoju gospodarstva, prije svega poduzetništva, a što doprinosi otvaranju novih i rastu postojećih poduzeća, novom zapošljavanju, poticanju domaćih i stranih investicija.

Osnovana je 2007. godine kao jedina zona u općini Žepče koja je u 100% općinskom vlasništvu. Ima pogodnu lokaciju i nalazi se na ulazu u grad Žepče. Njena površina je 11,2 ha, i podijeljena je na 5 parcela. Predviđena gradnja je u skladu sa Regulacionim planom općine Žepče. Izrađena je projektna dokumentacija za područje zone.

Neophodan uvjet za gradnju na ovome području je da proizvodni programi ne zagađuju okolinu u smislu emitiranja otpadnih tvari koje mogu negativno utjecati na životnu okolinu.

U neposrednoj blizini zone na prostoru uz rijeku Bosnu planirano je proširenje užeg urbanog područja Žepča za novih 51,97 ha. Prostornim planom općine Žepče predviđena je stambena gradnja, posebno kolektivnog tipa koju bi investirao privatni kapital<sup>1</sup>.

### 1.2. Prednosti poslovne zone „Polja“

- ✓ Zemljopisni/geografski i geostrateški položaj Općine – locirana u središtu BIH I ZDK
- ✓ Većinom izvozno orijentirano gospodarstvo u Općini
- ✓ Dobra prometna povezanost (željeznički i cestovni promet) sa važnim centrima
- ✓ Neposredna blizina autoputa Vc i brze ceste za Tuzlu (veza s koridorom Vc)
- ✓ Locirana na ravnom terenu, na ulazu u grad Žepče
- ✓ Kvalificirana, i konkurentna radna snaga u Općini
- ✓ Tradicija u tekstilnoj, lakoj metalnoj i prehrambenoj proizvodnji
- ✓ Dostupnost sirovina (za prehrambenu proizvodnju)
- ✓ Dobri uvjeti za razvoj tranzitnog i ruralnog turizma
- ✓ Kvalitetna općinska administracija fokusirana na potrebe investitora

### 1.3. Vizija općine Žepče

„ Općina Žepče je moderna, otvorena i gospodarski konkurentna općina, prepoznatljiva po razvijenim obiteljskim gazdinstvima i obiteljskim obrtima, njegovanju kulturne i prirodne baštine, visokog društvenog standarda, u okvirima uravnoteženog i održivog razvoja.“<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Izvor: Prostorni plan općine Žepče za period 2007 - 2027

### 1.4. Vizija i misija PZ „Polja“ Žepče

#### VIZIJA

„Poslovna zona „Polja“ - gospodarski konkurentna zona, okrenuta potrebama investitora, u okvirima održivog razvoja.“

#### MISIJA

„Intenzivirati održiv razvoj i kvalitetu života stanovništva općine Žepče, s povećanjem zaposlenosti i poticanjem ulaganja u poslovnoj zoni „Polja“.“

### 1.5. Strateški ciljevi

Strateški ciljevi razvoja poslovne zone „Polja“ uključuju:

1. Povećanje broja malih i srednjih poduzeća za 10% u roku od 5 godina
2. Privlačenje investicija s dodanom vrijednošću u sektorima tekstilne i metalne galanterije
3. Razvoj inovacija i transfer tehnologija u sektoru IT tehnologije
4. Povećanje stope zaposlenosti za 5%
5. Poboljšanje imidža općine kao konkurentnog gospodarskog centra

Strateški ciljevi razvoja poslovne zone „ Polja“ u skladu su sa strateškim ciljevima i prioritetima Strategije razvoja općine Žepče 2007- 2011, odnosno Srednjoročnom razvojnom strategijom BiH i Regionalnom ekonomskom razvojnom strategijom za centralnu BiH.

Mjerljivost ovih ciljeva vršit će se kroz ostvarene rezultate, po implementaciji.

---

<sup>2</sup> Izvor: Strategija razvoja općine Žepče za period 2007 - 2011

## 2. Analiza okruženja

### 2.1. Poslovno okruženje

#### 2.1.1. Postojeće gospodarske aktivnosti i tvrtke

Na području općine Žepče djeluje 574 gospodarskih subjekata. Mala i srednja poduzeća čine 45% od ukupnog broja, slijede samostalne trgovinske radnje s 22% , samostalne zanatske radnje s 20%, a najmanje ima samostalnih ugostiteljskih radnji u evidenciji, 13%. U posljednje tri godine, u općini Žepče registrirano je 50 novih pravnih lica (d.o.o.), i 72 fizička lica (obrta).

Tabela 1 Pregled djelatnosti kojima se bave mala i srednja poduzeća u općini Žepče u 2010.god

DJELATNOST	Broj MSP-a, koja se bave navedenom djelatnosti - u općini Žepče u 2010.godini
A) Poljoprivreda, lov i šumarstvo	5
B) Ribarstvo	1
C) Vađenje ruda i kamena	1
D) Prerađivačka industrija	55
E) sakupljanje, prečišćavanje i distribucija vode	1
F) Građevinarstvo	28
G) Trgovina; popravak motornih vozila, motocikala, te predmeta za vlastitu uporabu i dom	111
H) Ugostiteljstvo	1
I) Prijevoz, skladištenje i veze	26
J) Financijsko posredovanje	2
K) poslovanje nekretninama, iznajmljivanje i poslovne djelatnosti	13
M) Obrazovanje	8
O) Ostale javne komunalne, društvene i vlastite uslužne djelatnosti	4
<b>UKUPNO</b>	<b>256</b>

Najveći broj uposlenih nalazi se u prerađivačkoj industriji, a zatim slijedi trgovina, obrazovanje, graditeljstvo, javna uprava, i promet.

Opća slika privatnog sektora je trgovina, ugostiteljstvo i usluga. Također, iz ovih oblasti; najprije trgovine, ugostiteljstva, javnih ustanova; imamo i najveći broj registriranih subjekata. Graditeljstvo i promet kao zastupljene gospodarske djelatnosti su posljednji na ljestvici rangiranja.

## 2.1.2. Inozemna ulaganja i vanjska trgovina

Najvažniji strani investitor u općini Žepče jest Car Trim GmbH, 08529 Plausen, Freisenweg 19, Njemačka, koji je osnivač firme Car Trim BIH d.o.o Žepče. Matično poduzeće u Njemačkoj je jedan od vodećih europskih, pa i svjetskih proizvođača sjedišta i presvlaka od kože i tekstila za prvu ugradnju u automobile.

Navedeno poduzeće ima 5 pogona u Njemačkoj, 2 u Češkoj Republici, te od nedavno i 1 u BiH. Poduzeće u Žepču trenutno upošljava 300 radnika, od kojih je 90% direktno u proizvodnji, a trenutna iskorištenost proizvodnih kapaciteta je 70%. Osnovni proizvodi poduzeća u Žepču su kože i tekstilne presvlake za prvu ugradnju za sjedišta putničkih vozila marke AUDI i VW.

Ovo poduzeće je kupilo parcelu površine 40.000 m<sup>2</sup> u poslovnoj zoni „Polja“ na kojoj će izgraditi industrijsku halu od 12.000 m<sup>2</sup>. Sa ulaskom u poslovnu zonu „Polja“, poduzeće „Car Trim“ će realizirati dio svojih planova o proširenju pogona u Žepču. Povećat će se broj uposlenih radnika na ukupno 400 radnika.

Također, ima pojedinačnih inicijativa i kratkoročnih poslova između domaćih i ino tvrtki.

## 2.2. Radna snaga

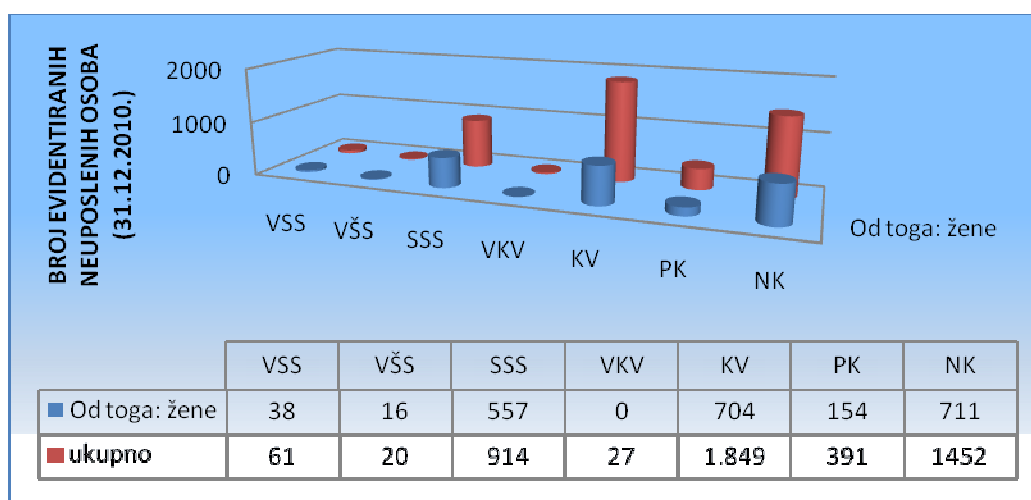
### 2.2.1. Dostupnost radne snage – nezaposlenost

Prema podacima s kojima raspolaže JU „Služba za zapošljavanje ZDK - Biro rada Žepče“, iz 2010. godine, na području općine Žepče je zaposleno 4.337 radnika, a prema procjenama van područja općine Žepče u ostalim područjima BIH je zaposleno 575 osoba. Broj uposlenih u inozemstvu nije moguće precizno utvrditi. Međutim, procjenjuje se da bi se broj zaposlenih u inozemstvu mogao kretati oko 600 osoba, odnosno oko 900 koje rade „na crno“

Na dan 31.12.2010.godine na evidenciji nezaposlenih osoba koje traže uposlenje zatečeno je njih 4.687 ili 42,22 %. Sudjelovanje žena u ukupnom broju neuposlenih je 2.180 ili 46,5 %<sup>3</sup>.

Za 2010. godinu ukupna registrirana neuposlenost po kvalifikacijskoj strukturi i nekim drugim obilježjima daje se u slijedećem grafu.

Graf 1 Struktura nezaposlenih osoba u 2010.godini u općini Žepče prema spolu i kvalifikacijama



<sup>3</sup> Izvor: Izvještaj o radu Biroa rada Žepče, za razdoblje od 1.1.2010. – 31.12. 2010. godine

Na evidenciji za neuposlene nalazi se značajan broj nezaposlenih sa trogodišnjim zanimanjima -zanimanjima za proizvodne djelatnosti, čak 1.561. Prema istoj klasifikaciji za IV stupanj - tehničari, uz standardnu brojnost ekonomista i gimnazijalaca, evidentni su i: tekstilni tehničari, strojarski tehničari, tehničari za drvo, turistički tehničari, šumarski tehničar, elektrotehničari.

Neuposleni sa VSS spremom imaju kratko zadržavanje na evidenciji za neuposlene, od trenutka prijave do pronalaska zaposlenja.

Deficitarna zanimanja prema izvještaju Biroa rada Žepče su: keramičar, plinski zavarivač, armirač, skelar, kuhar s iskustvom, konobar s poznavanjem najmanje jednog stranog jezika.

Općina Žepče će, u okviru svojih nadležnosti nad osnovnim i srednjim obrazovanjem, u nadolazećem periodu promijeniti pristup politici školovanja budućih kadrova u srednjim školama za strateški određene sektore u Poslovnoj zoni Polja.

U nadolazećem periodu očekuje se veći priliv inženjera računalstva u općini Žepče, ali i općenito kadrova s visoko stručnom spremom zbog činjenice da preko 400 mladih iz Žepča trenutno studira izvan općine.

## 2.2.2. Dostupnost radne snage - Obrazovne institucije

### Visokoobrazovne institucije

#### *Stručni studij računarstva u Žepču*

U općini Žepče, od 2008. godine, organiziran je visokoškolski nastavni proces koji se odvija kroz stručni studij računalstva. Riječ je o studiju usklađenom s Bolonjskim procesom, organiziranom uz pomoć Fakulteta elektrotehnike iz Osijeka te uz financijsku potporu Vlade Republike Hrvatske, a sastavni je dio Sveučilišta u Mostaru. U prvu godinu studija akademske 2008./2009. godine upisano je 60 studenata prve generacije te 35 studenata druge generacije koji se obrazuju za zvanje inženjer računalstva. U šk. godini 2010/2011 upisano je 15 novih polaznika. Ukupan broj polaznika na studiju je 70 na svim godinama.

U dva najbliža veća grada, Zenici (40 km od Žepča) i Doboju (48 km od Žepča) djeluju univerziteti.

### Srednjoškolske ustanove

1. KŠC „Don Bosco“ Žepče – Opća gimnazija
2. KŠC „Don Bosco“ Žepče – Tehničko-obrtnička škola

Dostupna zanimanja: strojarstvo: tehnička i obrtnička zvanja i zanimanja; elektrotehnika: tehnička i obrtnička zvanja i zanimanja; mehatronika (kombinacija strojarstva, elektrotehnike i računalstva) za zvanje tehničara, ekonomija za zvanje tehničar.

3. Srednja mješovita škola „ŽEPČE“ –

Obrazuju se učenici po dva nastavna plana i programa, HNPIP i BNPIP, za zvanja-zanimanja: HNPIP: IV stupanj tehničar-ekonomski, hotelijersko turistički, šumarski, građevinski i tehničar cestovnog prometa ; III stupanj- frizer, instalater grijanja i klime, kuhar/konobar,

BNPIP:IV stupanj :gimnazija, tehničar-ekonomski, tekstilni, građevinski i tehničar drumskog saobraćaja,; III stupanj-automehaničar, instalater plina i vodovoda, vozač motornih vozila, konfektionar-krojač, frizer-vlasuljar.

U srednjim školama u Žepču se trenutno školuje oko 1.400 učenika.

Od 2009. godine djeluje i podružnica Srednje strukovne škola s pravom javnosti "CENTAR ZA OBRAZOVANJE" Široki Brijeg.

### 2.2.3. Cijena rada - troškovi rada

Prosječna neto plaća<sup>4</sup> u općini Žepče u 2009. godini iznosila je 545,05 KM, dok u prvim mjesecima 2010. godine neto plaća iznosi 547,50 KM. Sukladno tome, prosječna bruto plaća u općini Žepče u 2009. godini iznosila je 806,72 KM, dok je u prvim mjesecima 2010. prosječna bruto plaća 811,52 KM.

Osim toga, u tabeli ispod donosimo prikaz prosječne neto plaće u općini Žepče prema stručnoj spremi<sup>5</sup> u 2010. godini:

Tabela 2 Prosječna neto plaća u općini Žepče prema stručnoj spremi - 2010. godina

Stručna sprema	NK	OŠ	SSS	VŠS	VSS
Prosječna neto plaća u KM	425,00	460,00	645,00	750,00	1.000,00

Izvor: Služba za gospodarstvo i financije - Općina Žepče

## 2.3. Dostupnost i kvaliteta infrastrukture

Općina Žepče se prostire na ukupnoj teritoriji od 282,29 km<sup>2</sup>. Grad Žepče je smješten na zapadnom kraju Žepačkog polja, koje se prostire pravcem zapad-istok niz rijeku Bosnu, dužinom od 7,5 kilometara.

Glavni magistralni put u BiH M-17, kao i glavna željeznička komunikacija sa duplim kolosijekom Sarajevo-Doboj, prolaze kroz općinu Žepče, i sam grad Žepče, te osiguravaju izvrsnu prometnu povezanost.

Ova izvrsna prometna povezanost i lokacija odnosi se i na poslovnu zonu „Polja“ koja je smještena u samom gradu Žepče, i udaljena od centra grada i općine 1 km.

Najbliži veći gradovi su Zenica, administrativno sjedište ZE-DO kantona, koja je udaljena 36 km od Žepča, a veoma blizu je i veći grad u RS, Doboj, udaljen 40 km sjeverno od Žepča.

Veoma dobru povezanost Žepče ima sa susjednim gradovima Zavidovićima i Maglajem, koji su udaljeni 10 i 19 km.

Dostupnost je jedna od najvećih prednosti Poslovne zone „Polja“, jer gotovo sva roba i transport može biti dostavljen u bilo koji dio Europe za maksimalno 2 dana, uključujući carinske procedure.

<sup>4</sup> Izvor: Mjesečni statistički pregled FBiH po kantonima, 4/10

<sup>5</sup> Izvor: Podaci Službe za gospodarstvo i financije općine Žepče i Službe za društvene djelatnosti i opću upravu

### 2.3.1. Cestovna mreža

Kroz mjesto u dužini od 28,2 km i širine 6 m prolazi magistralni put M17 Sarajevo-Zenica-Doboj-Bosanski Brod-Slavonski Brod (RH), a poslovna zona „Polja“ udaljena je od magistralnog puta 2 km.

Dionica regionalnog puta R 465 Žepče- Zavidovići prolazi kroz područje općine Žepče u dužini od 8 kilometara, i neposredno pokraj poslovne zone „Polja“.

Pored autoceste na koridoru VC , planirana je cestovna komunikacija koja bi transverzalno preko Zavidovića povezivala Zeničko-dobojski i Tuzlanski kanton odnosno koridor Vc sa brzom cestom Sarajevo-Tuzla-Brčko.

Dužina lokalnih puteva iznosi 32,4 km, od čega su 27,4 km izgrađeni asfaltnom konstrukcijom, i 5 km sa makadamskom konstrukcijom. Dužina nekategoriziranih putova asfaltne konstrukcije na području općine Žepče iznosi 48,6 km, dok je ukupna dužina makadamske (tucanik) konstrukcije 92,4 km.

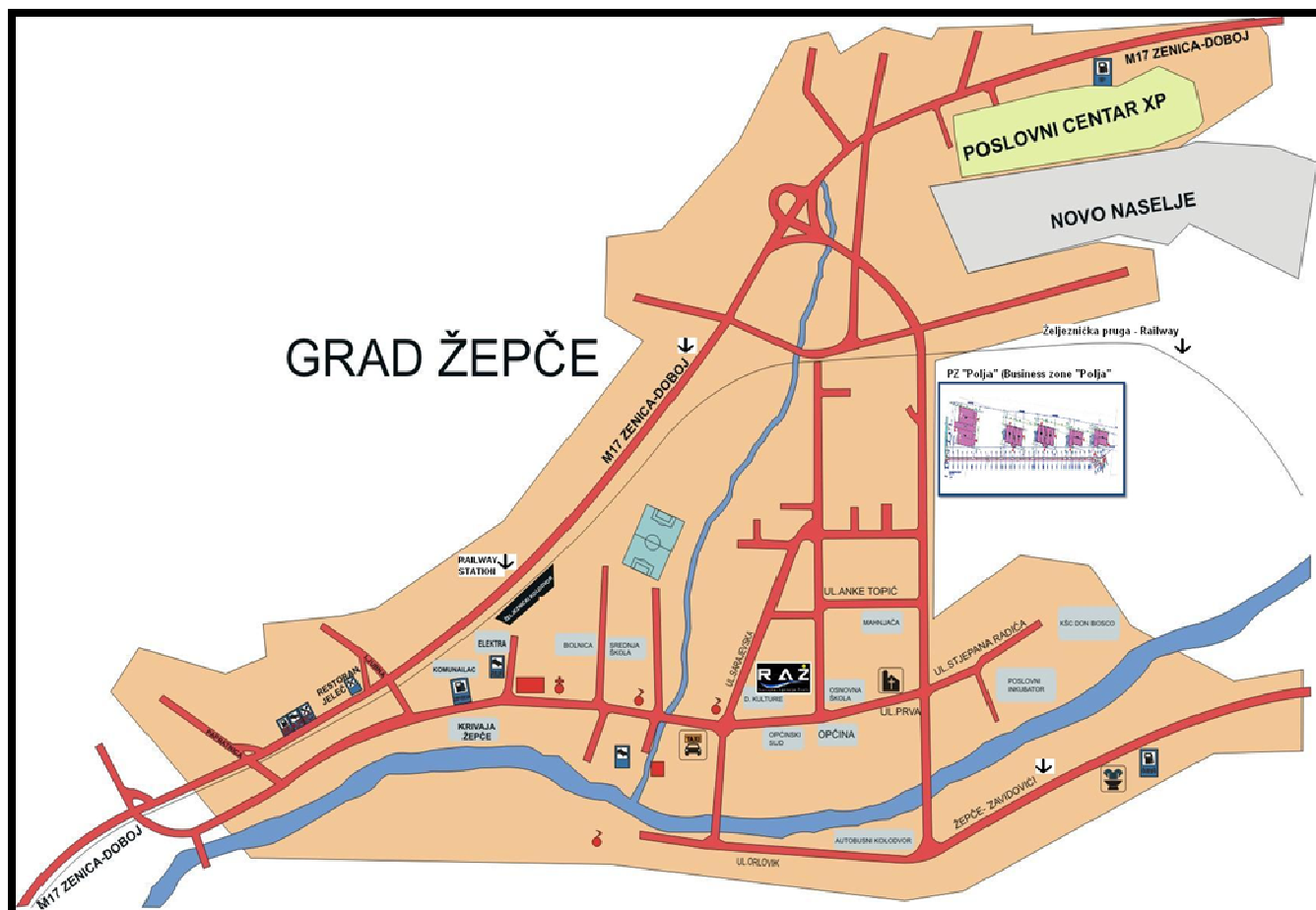
Stanje cestovne infrastrukture na području općine Žepče je dobro, svake godine se grade nove ceste, presvlače se asfaltom, te održavaju makadamski putovi koliko je to moguće.

### 2.3.2. Željeznica

Kroz područje općine Žepče prolazi željeznička pruga koja povezuje Europu i Jadransko more, Žepče-Ploče, Žepče-Banja Luka-Zagreb, Žepče-Osijek-Budimpešta. Žepče je manje željezničko čvorište na pruzi koja povezuje srednju Europu sa lukom Ploče (Republika Hrvatska), a nalazi se samo 30 km od velikog željezničkog čvorišta u Doboju.

U funkciji je željeznička putna linija Maglaj-Zavidovići - Žepče-Zenica, a uspostavljena je linija Zagreb-Ploče. Poslovna zona „Polja“ nalazi se neposredno uz željezničku prugu što joj omogućava izvrsnu prometnu povezanost sa ostalim dijelovima Europe, a koja je uz to i ekonomičnija uzimajući u obzir prijevoz robe željeznicom.

Slika 1 Prikaz položaja poslovne zone u odnosu na važne prometnice



### 2.3.3. Aerodrom

Najvažniji međunarodni aerodromi II Europe nalaze se na udaljenosti od nekoliko sati od poslovne zone „Polja“, a detaljniji pregled prikazan je u tabeli ispod.

Tabela 3 Prikaz udaljenosti najvažnijih međunarodnih aerodroma u državi i regiji od poslovne zone „Polja“ Žepče

Poslovna zona „Polja“ Žepče	Aerodrom Sarajevo	Aerodrom Tuzla	Aerodrom Banja Luka	Aerodrom Mostar	Aerodrom Osijek (RH)	Aerodrom Zagreb (RH)	Aerodrom Beograd (RS)
km	100	76	160	242	220	355	310
h vožnje	1h 30 min	1h 30 min	2h 30 min	3h 15 min	3h	4h	3h 35 min

### 2.3.4. Morske i riječne luke

Najbliža morska luka Ploče udaljena je 300 km, odnosno 4<sup>h</sup> vožnje od poslovne zone „Polja“.

Osim morskih luka, sve veća važnost ponovno se pridaje se i riječnim lukama, Slavonski Brod na Savi, udaljenoj 120 km (1,5<sup>h</sup> vožnje) od poslovne zone „ Polja“, te riječnoj luci Vukovar, na rijeci Dunavu, udaljenoj 210 km, (3<sup>h</sup> vožnje). Osim što ove dvije luke pružaju najrentabilniju i ekološki najprihvatljiviju vrstu transporta i povezane su sa najvažnijim europskim riječnim lukama, kod važnosti riječnog prometa mora se uzeti u obzir i utjecaj budućeg kanala **Dunav – Sava** (od Vukovara do Slavenskog Šamca u duljini od cca 65 km), čija je izgradnja dio prometne strategije RH, što će posredno dodatno poboljšati prometnu povezanost i poslovne zone „Polja“

## 2.4. Analiza dostupnih poticaja za investitore

### 2.4.1. Nacionalni i regionalni poticaji

Poticaji za strane investitore na državnoj razini ogledaju se kroz različite mjere poput fonda za podršku stranim ulagačima, donošenjem određenih zakona, regulativa, poreznih olakšica, slobodnih zona ali i uspostavljanjem institucija poput Agencije za promociju stranih ulaganja (FIPA).

Detaljnije o mjerama poticanja stranih ulaganja na državnoj i regionalnoj razini slijedi<sup>6</sup>:

- 2007.godine Vijeće ministara Bosne i Hercegovine donijelo je odluku o osnivanju Fonda za podršku stranim ulagačima. Sredstva fonda mogu se koristiti za financiranje projekata stranih investitora u proizvodnom sektoru, sektoru istraživanja i razvoja te za druge projekte, osim za financiranje projekata u oblastima ugostiteljstva i trgovine. Kriteriji za izbor korisnika fonda su broj novozaposlenih, razvijenost područja u koje se investira, ekološki zahtjevi i udio izvoza u ukupnoj prodaji.
- Zakon o politici direktnih stranih ulaganja u BiH (NN BIH, 17/98, 13/03) osigurava da se strani investitori tretiraju kao građani BiH, tj. strani investitori imaju ista prava i obveze kao i stanovnici BiH:

Porezna oslobođenja:

- Zakon o porezu na dobit Federacije BiH omogućuje poreznom obvezniku, koji je u godini za koju se porez na dobit utvrđuje, ostvario minimalno 30% ukupnog prihoda iz izvoza, da se izuzme od plaćanja poreza za tu godinu.
- Obveznik, koji u periodu od pet uzastopnih godina ulaže u proizvodnju u vrijednosti od najmanje 20 milijuna KM, na području Federacije Bosne i Hercegovine, je oslobođen od plaćanja poreza na dobit za razdoblje od pet godina počevši od prve godine ulaganja, u kojoj moraju biti uložena minimalno četiri milijuna KM.
- Ukoliko obveznik iz prethodnog stavka, u razdoblju od pet godina, ne postiže propisani cenzus za investiranje, gube pravo na oslobađanje od poreza, a neplaćeni porez na dobit se

<sup>6</sup> Izvor: <http://www.fipa.gov.ba/>

utvrđuje u skladu s odredbama Zakona o porezu na dobit povećan za zatezne kamate koje se isplaćuju za neblagovremeno plaćene javne prihode.

- U Federaciji BiH, obveznik koji zapošljava više od 50% invalidnih osoba i osoba s posebnim potrebama duže od jedne godine je izuzet od plaćanja poreza na dobit za godinu u kojoj je bilo zaposleno više od 50% invalidnih osoba i osoba sa posebnim potrebama.

**Federalno ministarstvo razvoja, poduzetništva i obrta**, na godišnjoj razini raspisuje Javne pozive pod nazivom „Transfer za poticaj razvoja poduzetništva i obrta“, za dodjelu bespovratnih sredstava u području:

- Izgradnje poduzetničke infrastrukture
- Potpora udruženjima poduzetnika i obrtnika
- Razvoj tradicionalnih i starih obrta
- Izgradnja inovativnog gospodarstva
- Potpora novoosnovanim subjektima malog gospodarstva

**U Zeničko - Dobojskom kantonu** na godišnjoj razini provode se slijedeće mjere podrške ekonomskom razvoju<sup>7</sup>:

- poticaji namijenjeni subvencioniranju administrativnih troškova kod izgradnje proizvodnih objekata
- poticaji namijenjeni subvencioniranju investicija kod obrta iz područja prerađivačkih djelatnosti
- poticaji namijenjeni subvencioniranju troškova uvođenja i certifikacije sistema za upravljanje kvalitetom po međunarodnim standardima
- poticaji namijenjeni regresiranju kamata na investicijske kredite
- poticaji namijenjeni subvencioniranju troškova realizacije patenata inovatora sa područja Zeničko-dobojskog kantona
- Podrška proizvodnji hrane i poljoprivredi (muzne krave i sadni materijal)

---

<sup>7</sup> Izvor: [http://www.zdk.ba/Ministarstva/Ministarstvo%20za%20privredu/Ministarstvo\\_za\\_privredu.htm](http://www.zdk.ba/Ministarstva/Ministarstvo%20za%20privredu/Ministarstvo_za_privredu.htm)

### 2.4.2. Lokalni poticaji i olakšice

U Općini Žepče kao oblik poticanja stranih ulaganja postoje određene olakšice u različitim naknadama i taksama, gdje se investitora oslobađa od obveze plaćanja u potpunosti ili djelomično, što je prikazano u Tabeli ispod.

Tabela 4 Naknade i takse po raznim osnovama, te olakšice za strane investitore

Vrsta naknade	Iznos – olakšica za korisnike poslovne zone
Naknada za uređivanje građevinskog zemljišta	1 KM/m <sup>2</sup> po dobivanju dozvole
Naknada za korištenje građevinskog zemljišta	Poslovna zona „Polja“ – 0,54 KM/m <sup>2</sup>
Naknada za promjenu namjene zemljišta	19- 50 KM (ovisno o predmetu)
Visina rente i naknada za katastar	Ne postoji
Ukupna komunalna naknada	Odlukom Općinskog Vijeća, u Poslovnoj zoni, korisnici su oslobođeni plaćanja komunalne naknade
Porez na imovinu	Po zakonu ZDK
Priključak vode i kanalizacije	500 – 1000 KM (ovisno od fi cijevi)
Priključak za električnu energiju	Prema taksama elektrodistribucije
Sanitarna suglasnost	Pravna lica 50 KM, Fizička lica 20 KM/ po predmetu
Izdavanje potrebnih suglasnosti	Od 2 do 7 dana

Izvor: Služba za gospodarstvo i financije općine Žepče, 2010.

Osim toga, Općina Žepče pruža korisnicima poslovne zone i druge pogodnosti kao što su:

- Izrada reklamnog panoa,
- Izgradnja i održavanje ulične rasvjete
- Održavanje putne mreže u zoni do parcela

U narednom periodu treba razmatrati i ostale pogodnosti koje općina može ponuditi investitorima na svome području, kao što je niža cijena zemljišta, besplatna ili uz niže cijene izrada prostorno-planske dokumentacije od strane općine, sufinanciranje sajamskih izložbi i nastupa i sl.

U Poslovnoj zoni „Polja“ Žepče općina je pripremila svu infrastrukturu za investitore.

Kroz poslovnu zonu je izgrađena cesta u dužini od 840 m, koja se proteže od regionalnog puta Žepče-Zavidovići do predviđenih parcela. Pored izgradnje navedene prometnice urađena je dodatna isključna traka s regionalnog puta, a projektom je predviđena i izgradnja raskrižja na kraju predmetnog puta, koje će poslužiti kao osnova za daljnji razvoj prometne mreže.

#### Komunalna infrastruktura

Izgrađena je vodovodna i kanalizacijska mreža za postojeće mreže, a otpadne vode povezat će se kolektorom/pročišćivačem koji se nalazi ispod same poslovne zone. Promjer kanalizacijskih cijevi kreće se od  $\theta 200$ -  $\theta 600$  mm

#### Telekomunikacijska mreža

Poslovna zona „POLJA“ Žepče povezana je na javnu TK mrežu izgradnjom distributivne telekomunikacijske kanalizacije (DTK). Pružanje telekomunikacijskih usluga na području

Poslovne zone „POLJA“ Žepče omogućeno je izgradnjom odgovarajuće infrastrukture – DTK, koja omogućava uvlačenje kabela pristupne mreže. Telefonski priključak u zoni ima 100 parica.

### Elektroenergetska opskrba

Za elektroenergetsku opskrbu Poslovne zone „POLJA“ Žepče, a obzirom na planirani broj poslovnih objekata, izgrađena je nova trafostanice TS10(20)/0,4kV- 2x630kVA. Napajanje trafostanice vrši se 10(20)kV kablskim vodom.

### Plinovod

Energetske potrebe sektora široke potrošnje (stanovanje, javne ustanove, objekti društvene infrastrukture), i industrijski sektor potrošnje koga čine mali i veliki industrijski potrošači, bit će riješene magistralnim plinovodom Bosanski Brod-Zenica. Trasa budućeg magistralnog plinovoda prolazi središnjim dijelom prostora Općine i na nju će imati priključak sva naselja u Općini.

## 2.5. Analiza konkurentskih zona u okruženju

Napravljena je određena usporedba poslovne zone „Polja“ Žepče s direktnim konkurentskim poslovnim zonama u okruženju, prema najvažnijim kriterijima i podacima preuzetim iz Studije opravdanosti uspostavljanja poslovnih/industrijskih zona u općinama regije Centralna BiH, a prikaz ove usporedbe donosimo u tabeli ispod.

S obzirom da je poslovna zona „Polja“ Žepče, zelena/green industrijska/poslovna zona, napravljen je pregled s osnovnim podacima o zelenim/green poslovnim zonama u susjednim općinama koje predstavljaju izravne konkurentske zone (tabela ispod).

Naime, u 16 općina Centralne BIH, u Studiji je kandidirano ukupno 58 potencijalnih industrijskih/poslovnih zona<sup>8</sup>, koje su podijeljene u 5 kategorija (smeđe/brown, zelene/green poduzetničke zelene, poduzetničke smeđe i turističke, poljoprivredne, stambeno-poslovno-rekreativne zone.)

Analizirano je ukupno 14 poslovnih zona tipa zelena/green, u ukupno 6 općina.

Od ovih zona, samo dvije poslovne zone, „Ekonomija Batvice“ Zavidovići i „Ljeskovac – Rosulje“ Tešanj su u 100% javnom/općinskom vlasništvu, kao i poslovna zona „Polja“ Žepče.

Činjenica da je poslovna zona u potpunosti u javnom vlasništvu daje PZ „Polja“ konkurentsku prednost nad ostalim zonama u okolici jer se time uvelike olakšava najam zemljišta, transparentnost natječaja za investitore, sređen je imovinsko-pravni status zemljišta, uz razne olakšice koje općina može dati korisnicima poslovne zone.

<sup>8</sup> Izvor: Studija opravdanosti uspostavljanja poslovnih/industrijskih zona u općinama regije Centralna BiH, Regionalna razvojna agencija za regiju Centralna BiH - REZ d.o.o. Zenica, 2007

Tabela 5 Usporedba PZ „Polja“ s konkurentskim poslovnim zonama u okruženju prema najvažnijim kriterijima i dostupnim podacima iz Studije opravdanosti REZ-a

Općina	Zenica	Zavidović i	Zavidović i	Maglaj	Maglaj	Tešanj	Tešanj	Tešanj	Tešanj	Tešanj	Doboj Jug	Doboj Jug	Usora	Usora	Žepče
Naziv zone	Drivuša	Majdanska polja	Ekonomija Batvice	Liješnica	Novi Šeher	Ljeskova c-Rosulje	Ljetinić	Mrkotić	Kraševo	Miljanovac	Mravići	Matuzići	Tešanjka - Žabljak	Srednja Omanjska	„Polja“
Tip zone	Green/Zelena	Green/Zelena	Green/Zelena	Green/Zelena	Green/Zelena	Green/Zelena	Green/Zelena	Green/Zelena	Green/Zelena	Green/Zelena	Green/Zelena	Green/Zelena	Green/Zelena	Green/Zelena	Green/Zelena
Površina zone	15 ha	14,4 ha	32,66 ha, od čega 13,7 ha slobodno	16 ha	14 ha	Cca 40 ha	Cca 30 ha	Cca 20 ha	Cca 40 ha	Cca 20 ha	13 ha	50 ha	5 ha	5 ha	11,2ha
Procijenjena vrijednost zemljišta u zoni po m <sup>2</sup>	Nema procjene	18 KM	10 KM	17 KM	15 KM	20 KM	50 KM	40 KM	50 KM prosj. cijena	30 KM	30 KM	30 KM	20 KM	10 Km	15-20 KM
Postojanje slobodnih parcela za proširenje u slučaju potrebe	Ne	Ne	Ne	Da, 10 ha	Da, 10 ha	Ne	Da	Ne	Ne	Da	Da, 2 ha	Ne	Da, 5 ha	Da, 3 ha	Da
Predviđena namjena objekta	Proizv.-poslovni objekti	Proizv.-poslovni objekti	Proizv.-poslovni objekti	Proizv.-poslovni objekti	Proizv.-poslovni objekti	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	Proizv.-poslovni objekti	Proizv.-poslovni objekti	N/a	N/a	Proizvodni objekti
Pravni status zone	100% privatno	40% općinsko; 60% privatno	100% općinsko	100% privatno	100% privatno	100% općinsko	10% općinsko 90% privatno	100% privatno	100% privatno	100% privatno	100% privatno	5% općinsko; 95% privatno	66% općinsko; 34% privatno	20% općinsko; 80% privatno	100% općinsko vlasništvo
Udaljenost od regionalnog puta	8 km	0,5 km	0 km	0 km	0 km	3 km	0 km	0 km	0 km	3 km	0,1 km	0,1 km	0,1 km	2,5 km	0 km
Udaljenost od željeznice	0 km	0 km	2 km	0,1 km	10 km	12 km	8 km	15 km	5 km	20 km	0,2 km	3 km	13 km	15 km	0 km
Stanje putne komunikacije	Dobro	Dobro	Dobro	Dobro	Dobro	Dobro	Dobro	Dobro	Dobro	Dobro	Dobro	Dobro	Dobro	Dobro	Dobro
Električna energija	Ne	Da	Da	Da	Da	Ne	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da
Plin	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne
Voda (za piće, tehn.)	Djelom.	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Ne	Da	Da	Da	Da	Da
Odvod otpadnih voda	Ne	Da	Da	Da	Da	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Da	Ne	Ne	Da
Mogućnost odlaganja čvrstog otpada	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da
Telekomunik. infrastruktura	Ne	Da	Da	Da	Da	Ne	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da
Transportna infrastruktura unutar zone	Ne	Da	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Da	Da	Ne	Ne	Da

Osim toga, Općina Žepče, odnosno, vlasnik ove poslovne zone, već ima iskustva sa određenim upravljanjem poslovnim zonama. Naime, važno je naglasiti da je poslovna zona „Polja“ Žepče, jedna od pet poslovnih zona u općini Žepče.

Poslovna zona „Polja“ ima izgrađenu svu potrebnu infrastrukturu što je čini, uz PZ „Majdanska polja“ Zavidovići, jedinom zelenom poslovnim zonom koja ima takvu konkurentsku prednost.

Također je važno naglasiti da, osim poslovnih zona Mravići i Matuzići, niti jedna druga analizirana poslovna zona nije u neposrednoj blizini magistralnog puta M-17. Blizina prometne "žile kucavice" Bosne i Hercegovine još je jedna konkurentska prednost poslovne zone „Polja“ koju treba maksimalno iskoristiti.

Uz to, poslovna zona Polja, za razliku od većine ostalih konkurentskih zona, ima ravan, stabilan teren, pogodan za izgradnju pogona, bez opasnosti klizišta, poplave i sličnih nepogoda, što je čini posebno pogodnom za kompanije koje trebaju više prostora za svoje proizvodne objekte.

## 2.6. Procjena poslovnog okruženja i njegove privlačnosti

Općina Žepče ima povoljan geostrateški položaj, i smještena je u centru Bosne i Hercegovine. U regiji se nalaze svi elementi integralnog transporta, razvijena cestovna mreža (magistralni putovi, mreža regionalnih cesta). Općina Žepče raspolaže interesantnim i respektabilnim industrijskim potencijalom i raspoloživom radnom snagom. Postoji tradicija kvalitetne tekstilne proizvodnje, drvo-prerade, te metalo-prerade.

Polazeći od dostignutog faktora razvijenosti i postavljenih ciljeva razvoja Općine Žepče može i u narednom periodu očekivati nastavak ekspanzije malih i srednjih poduzeća .

Nositelji razvoja su već eksponirana mala i srednja poduzeća iz oblasti prerade drveta, tekstila, metala i dr.

Na području općine Žepče 80% područja je ruralno područje. Od ekoloških uvjeta posebno treba istaknuti značajne obradive površine, povoljnu umjerenu kontinentalnu klimu, te bogate vodene resurse, izvore mineralne i termalne vode, različite rude, ali i bogatstvo biljnog i životinjskog svijeta. Većina poljoprivrednih površina, više od 15 godina nisu kemijski tretirana, te su pogodna za pokretanje ekološke proizvodnje.

Područje općine Žepče ima komparativne prednosti u oblasti<sup>9</sup>:

- Poljoprivrede i prehrambene industrije,
- Šumarstvo ( eksploatacija i prerada drveta u finalni proizvod),
- Vodoprivreda –korištenje vodnih potencijala
- Turizmu, kao privrednoj grani u okviru koje se razvija tercijarni sektor, posebno ugostiteljstvo, trgovina i uslužne djelatnosti.

Jedna od konkurentnih prednosti općine Žepče jest i kvaliteta općinske administracije, i fokusiranost na potrebe investitora i građana. Općina posjeduje ISO 9001:2008 certifikat od strane akreditiranog ureda Det Norske Veritas Adriatica d.o.o., u području *Poslovanja javne opće administracije*. Certifikat je ponovno potvrđen 2009.godine i vrijedi do 2012 godine.

<sup>9</sup> Izvor: Prostorni plan općine Žepče za 2007- 2027

## 3. SWOT analiza

Tabela 6 SWOT analiza PZ „Polja“ Žepče

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>Izvršna lokacija u geostrateškom i prometnom smislu – koridor Vc prolaziti će cijelom dužinom općine Žepče</li> <li>Vrijeme transporta robe do zemalja EU 1-2 dana</li> <li>Dobra industrijska infrastruktura – M17, dupli kolosijek, Vc)</li> <li>Očuvani i raznoliki prirodni resursi (ljekobilje, min.vode, rude, drvo)</li> <li>Dobra industrijska tradicija tekstila, drvo i metaloprerade</li> <li>Dostupnost različitih obrazovnih institucija</li> <li>Zemljište u poslovnoj zoni po konkurentnim cijenama za prodaju</li> <li>Učinkovita lokalna administracija u smislu potpore investitorima</li> <li>Urađena kompletna infrastruktura u Poslovnoj zoni „POLJA“ Žepče</li> <li>Kvalitetna i kvalificirana radna snaga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Neučinkovite državne institucije</li> <li>Slab utjecaj na učinkovitost administracije na kantonalnom i državnom nivou</li> <li>Odljev obrazovanih kadrova</li> <li>Slaba povezanost između obrazovnih institucija i tržišta rada</li> <li>Općenito visok stupanj nezaposlenosti</li> <li>Slaba prepoznatljivost žepackog identiteta i neadekvatna turistička ponuda</li> <li>Nizak stupanj stranih ulaganja</li> <li>Nedovoljan program poticaja na lokalnoj razini (nedefiniran odnos sa investitorima, nepostojanje upravljačkog mehanizma za Poslovnu zonu...)</li> <li>Loša promocija razvojnih mogućnosti u Žepču</li> <li>Nedostatak kvalitetnih baza –općinskih statističkih podataka (broj subjekata, resursi, raspoloživost kapacitetima i dr.)</li> </ul>
MOGUĆNOSTI	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>Izgradnja koridora Vc</li> <li>"Brza"cesta koja treba povezivati Zeničko-dobojski i Tuzlanski kanton</li> <li>Jačanje suradnje s relevantnim regionalnim i državnim institucijama</li> <li>Reforma školstva – naglasak na potrebe tržišta rada/poduzetnika (potpisivanje Sporazuma o partnerstvu između relevantnih institucija u općini Žepče)</li> <li>Mogućnosti korištenja predpristupnih fondova EU - osnivanje Razvojne agencije Žepče</li> <li>Trend podrške poduzetničkoj infrastrukturi i održivom razvoju</li> <li>Mogućnost razvoja ruralnog turizma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Neujednačen regionalni razvoj</li> <li>Depopulacija</li> <li>Porast siive ekonomije</li> <li>Odljev kvalificirane radne snage</li> <li>Konkurencija u obliku susjednih poslovnih zona</li> <li>Privatne zemljišne parcele pogodne za razvoj zone</li> </ul>

#### 4. Ponuda poslovne zone

##### MARKETINŠKE PORUKE ZONE



PZ „Polja“- Mjesto gdje vaš biznis može rasti

PZ „P O L J A“ Žepče  
Naša snaga = Polja vašeg uspjeha!



*Pravi potez!*  
*Poslovna zona "Polja" Žepče*



## 5. Marketing

Marketing plan poslovne zone „Polja“ Žepče predviđa marketinške aktivnosti na 4 razine, no moguće je odabrati i samo jednu ili nekoliko razina marketinških aktivnosti, obzirom da još uvijek nije potpuno definiran profil investitora.

Razine marketinških aktivnosti:

- lokalna (općina Žepče)
- regionalna (Ze- Do kanton)
- nacionalna (Bosna i Hercegovina)
- i međunarodna

U slijedećim poglavljima definirane su ciljne grupe, pozicioniranje zone, sadržaj i kanali komunikacije, kao i akcioni plan marketinških aktivnosti.

Važno je naglasiti da marketing plan nije definitivan dokument već će ga trebati konstantno ažurirati i nadograđivati, na osnovu stvarnih uvjeta i prilika u budućnosti.

### 5.1. Ciljne skupine investitora

Na osnovu analize okruženja, i trenutne situacije u općini Žepče, ciljane grupe investitora su definirane na osnovu geografskog područja s kojeg dolaze potencijalni investitori i njihovih sektora rada.

**Ciljne grupe prema geografskom području jesu:**

1. Tvrtke s područja općine Žepče
2. Tvrtke s područja ZE-DO kantona
3. Tvrtke s područja Bosne i Hercegovine
4. Tvrtke s područja: Hrvatske, Slovenije, Srbije, Crne Gore, država članica EU
5. Multinacionalne kompanije koje djeluju u Europi

**Ciljne grupe prema sektorskom opredjeljenju:**

S obzirom da je poslovna zona „Polja“ locirana u blizini naseljenog mjesta, postoje i određena urbanistička ograničenja za tip kompanija koje mogu djelovati u poslovnoj zoni. Tako su ciljne skupine investitora u poslovnoj zoni „Polja“ investitori iz lake industrije:

1. **Tekstilna industrija,**
2. **Industrija metalne galanterije**
3. **Industrija informacijskih tehnologija**
4. **Proizvodnja prehrambenih proizvoda**

**1. Tekstilna industrija** odabrana je jer:

na području općine Žepče djeluje 11 poduzeća koja se bave obradom tekstila koji mogu djelovati kao kooperanti ili dio distribucijske mreže za Poduzeća u Zoni.

Prema evidenciji najbrojnijih zanimanja prijavljenih osoba na Birou rada Žepče (Tabela 4):

- od ukupno 266 PKV radnika, 50% su šivači i krojači,
- od ukupno 1.561 KV radnika, 19% su šivači i krojači,
- od ukupno 706 SSS radnika, 15% su tekstilni tehničari.

### 2. Industrija metalne galanterije odabrana je jer:

na području općine Žepče djeluje 15 poduzeća koja se bave obradom i proizvodnjom metala, koji mogu djelovati kao kooperanti ili dio distribucijske mreže za Poduzeća u Zoni.

Prema evidenciji najbrojnijih zanimanja prijavljenih osoba na Birou rada Žepče (Tabela 4):

- od ukupno 1.561 KV radnika, 22 su instalatera i 21 limar, što čini 2% ukupnog broja.
- Od ukupno 706 SSS radnika, 16% su strojarski tehničari i elektrotehničari.

### 3. Industrija informacijskih tehnologija – IT sektor odabran je jer:

To je sektor s ogromnim potencijalom radne snage u općini Žepče, jer u samoj općini postoji studij računarstva, gdje studira ukupno 70 studenata računarstva, a izvan općine Žepče studira 57 studenata elektrotehnike i računarstva.

### 4. Proizvodnja prehrambenih proizvoda odabrana je jer:

- Općina Žepče ima nezagađen okoliš, pogodan za poljoprivrednu proizvodnju,
- Na području općine Žepče registrirana su 562 obiteljska gazdinstva, 9 poljoprivrednih udruženja i 2 poljoprivredne zadruge u kojima djeluje ukupno 1220 poljoprivrednika/kooperanata, što predstavlja veliki izvor različitih sirovina za prehrambenu proizvodnju

## 5.2. Pozicija

PZ "Polja" će biti pozicionirana kao pristupačna i fleksibilna zona, koja će se oblikovati i rasti prema potrebama investitora, pružajući kvalitetnu infrastrukturu, ne samo u fizičkom, već i u smislu administrativne podrške, usluga one - stop –shop te suradnje s akterima tržišta rada (biro i obrazovne ustanove). Nadalje, prednost ove zone jest i njezina blizina u odnosu na sve važnije cestovne, i željezničke pravce kroz BiH, jer se nalazi u samom srcu BiH, ali regije.

Cijena zemljišta je u europskim okvirima iznimno prihvatljiva, ali u regiji Centralna BiH, cijena nije važna prednost s obzirom da i zone u bližem okruženju nude zemljište po sličnoj ili istoj cijeni. Lokalni poticaji su adekvatni, ali nisu iznimka. Druge poslovne zone također nude slične lokalne poticaje.

Stoga je važno da se ponudi inovativan set usluga za investitore kao i oblike partnerstva s ostalim institucijama i organizacijama u kantonu kako bi bili u mogućnosti pružiti bolju podršku potencijalnim investitorima. To podrazumijeva bolju suradnju sa višim razinama vlasti, a u cilju stvaranja uvjeta za gospodarstvenike kroz definiranje poticajnih sredstava kao i izmjenu zakonskih propisa povoljnijih za gospodarstvenike.

I kao zaključak, PZ "Polja" pozicionira se kao:

**„Centralna zona za podršku inovativnim biznisima iz tekstilnog, IT ,sektora metalne galanterije , u regiji Centralna BiH“**

### 5.3. Komunikacija

Komunikacija prema investitorima bit će što je moguće izravnija, kroz lokalnu razvojnu agenciju, udruženja poduzetnika, biznis servis centre te općinsku administraciju. S obzirom da je najbitnije ostvariti kontakt s donosiocima odluka unutar poduzeća, u komunikaciji s kompanijama fokus će biti na kontakt s upravom ovih kompanija.

Što se tiče sadržaja komunikacija, potrebno je naglašavati lokaciju, dostupnu modernu infrastrukturu kojom je zona „Polja“ u potpunosti opremljena, veličinu zone i parcela te mogućnost oblikovanja parcela prema potrebama, servis za investitore u lokalnoj administraciji, lokalne poticaje i olakšice koje se nude investitorima, te općenitu pristupačnost i otvorenost poslovne zone prema investitorima. Cijena zemljišta bit će prezentirana kao prikladna za širu regiju Centralne BiH, s potkrepljujućim podacima o cijenama ostalih zona u regiji.

Također će se naglašavati kvaliteta života, bogatstvo kulturnih sadržaja, ponuda obrazovnih institucija i prirodni resursi, posebice potencijalnim stranim investitorima, s obzirom da će isti, u slučaju razmatranja dolaska u poslovnu zonu, morati poslati svoje stručno osoblje da boravi u Žepču određeno vrijeme kako bi uspostavili svoje proizvodne pogone, i pripremili sve potrebne administrativne postupke.

Što se tiče komunikacije sa stranim investitorima, iznimno je važno napomenuti već prisutne strane investitore u općini Žepče. U sadržaje komunikacija potrebno je unijeti i komentare o njihovoj odluci i razlozima izbora nove lokacije i uvjetima poslovanja u općini. Pod tim uvjetima, važno je da naglase proces uspostavljanja pogona, prihvaćanje od strane lokalne zajednice, geografsku lokaciju u smislu pristupačnosti, prihvaćanje od strane lokalnog stanovništva i trenutne uvjete poslovanja u zemlji.

## 5.4. Plan marketinških aktivnosti

### 5.4.1. Osnovne potrebe za marketinške aktivnosti

Marketinške aktivnosti će biti provedene od strane Razvojne agencije Žepče d.o.o.

Kako bi se omogućila kvalitetna provedba marketinških aktivnosti planiranim ovim marketing planom, potrebno je obaviti određene „pripremne“ aktivnosti koje predstavljaju preduvjet za daljnju provedbu marketing plana:

1. Definirati kompetentno upravljanje poslovnom zonom
2. Jasno definirati ponudu poslovne zone, prodajni paket- koji bi poslovnoj zoni pružao određenu konkurentsku prednost u odnosu na ostale zone, i kojim bi se privlačili investitori
3. Definirati ciljne grupe investitora koje se želi privući u poslovnu zonu,
4. Bitno je uspostaviti partnerstva sa relevantnim institucijama u okolini: Privrednom komorom ZDK i Privrednom Komorom FBIH, FIPA-om te kantonalnim i federalnim ministarstvom za poduzetništvo, razvoj i obrt, kantonalnim biznis servis centrima, i regionalnom razvojnom agencijom REZ.
5. Sve koristi, olakšice, beneficije koje poslovna zona može ponuditi investitoru moraju se jasno i transparentno definirati, kako bi sve koristi vrijedile jednako za sve investitore i

kako bi svi bili jednako upoznati s njima, bez zavaravajućih okolnosti ili nepostojećih olakšica.

6. Osim „tvrde“ infrastrukture u poslovnoj zoni, potrebno je razviti i „meku“ infrastrukturu zone, odnosno rješenja prilagođena potrebama investitora - kvalitetu administrativne usluge, program vodiča za investitore, te program podrške – one stop shop sustav i postojanje zagovornika investitora na nivou kantona.
7. U pripremne aktivnosti spada i grafička priprema i tiskanje promotivne brošure na BIH i engleskom jeziku – brošura mora biti izrađena minimalno na ova dva jezika dok izbor ostalih jezika ovisi o izboru ciljnih geografskih područja. Brošura će sadržavati sve potrebne podatke o zoni, njenoj ponudi, prednostima, potencijalima, infrastrukturi....
8. Kao dio prezentacijskog materijala, potrebna je izrada CD video prezentacije koja bi išla u promotivnom paketu s brošurama o poslovnoj zoni. Prezentacija će sadržavati: položaj gospodarske zone, razloge za ulaganja u zonu, stimulativne mjere, olakšice, infrastrukturu i najvažnije – video poruke – snimke – izjave dosadašnjih investitora, izjave i komentare dosadašnjih korisnika poslovnih zona kojima upravlja općina, te poziv i poruke dobrodošlice i podrške investitorima od strane lokalnih organa vlasti.
9. Osim promotivnog paketa CD-a i brošure, nužna je izrada jumbo plakata pokraj autoceste M-17 s dobrodošlicom i pozdravom za sve prolaznike ovom regijom i općinom Žepče, čime će se iskoristiti izvrstan položaj zone uz važnu prometnicu i za promotivne svrhe.
10. Izraditi će se i višezjezična interaktivna web stranica na kojoj će biti sve relevantne informacije o zoni kao što su: lokacija, prometna povezanost, namjena parcela, poduzetnici u zoni, video prezentacija, a svi relevantni dokumenti uključujući Strategiju razvoja općine bit će elektronski dostupni. Poveznica na web stranicu poslovne zone Polja će se nalaziti na web stranicama općine Žepče, stranicama biznis udruženja i lokalne razvojne agencije.
11. Budžet za marketinške aktivnosti mora bit jasno definiran, u skladu s financijskim mogućnostima ali i u skladu s kvalitetnom provedbom ovog marketing plana, a financijska sredstva za budžet moraju biti planirana.

#### 5.4.2. Lokalni marketing

Aktivnosti lokalnog marketinga, odnosno privlačenja investitora iz općine Žepče uključivat će:

1. Objava Javnog poziva investitorima – pismo interesa
2. Direktni kontakti sa zainteresiranim kompanijama u općini kako bi se upoznali s njihovim potrebama, planovima i pružili im dodatne informacije o zoni.
3. Izražavanje interesa za suradnju s relevantnim institucijama u ZDK poradi kvalitetnije promocije Poslovne zone Polja
4. Direktni kontakti s kompanijama koje bi mogle biti potencijalno zainteresirane, trenutno već djeluju u regiji, i imaju planove o proširenju ili preseljenju na nove lokacije.
5. Izraditi će se prezentacija potencijalnih projekata za investiranje u općini – stvorit će se baza podataka projekata koji traže investitora, i ista će biti objavljena na stranicama poslovne zone i Razvojne agencije Žepče
6. S obzirom u općini Žepče djeluje i Poslovni inkubator, kontaktirat će se proizvodno orijentirane kompanije u inkubatoru koje su spremne za izlazak i proširenje.
7. Sajmovi i biznis susreti (ZEPS) su nužnost u privlačenju regionalnih i lokalnih investitora

### 5.4.3. Nacionalni marketing

Aktivnosti nacionalnog marketinga, odnosno privlačenja investitora iz cijele Bosne i Hercegovine uključivat će:

1. Raspisivanje javnog poziva na državnoj razini ( Agencija za strateška ulaganja u BiH. Privredna komora F BiH i dr.)
2. Kooperacija sa stručnim udrugama, cehovima proizvođača tekstila, iz IT sektora te sektora metalne galanterije
3. Identifikacija i direktni marketing sa 100 najuspješnijih firmi u BiH
4. Prezentacije na specijaliziranim sajmovima i izložbama
5. Kao dio informiranja javnosti , ali i PR-a, objavljujati će se članci u nacionalnim novinama, stručnim časopisima i magazinima, ali i na biznis portalima (Večernji list, Dnevni Avaz, LiderPress, Business Magazine, [www.biznis.ba](http://www.biznis.ba) , [www.ekapija.ba](http://www.ekapija.ba), [www.ebiznis.ba](http://www.ebiznis.ba))

### 5.4.4. Međunarodni marketing

1. Uspostava kontakata s ambasadorima BiH u zemljama koje su izabrane kao ciljne, i prisustvo na poslovnim događanjima u inozemstvu bazirano na njihovim sugestijama.
2. Sudjelovanje u poslovnim delegacijama i događajima koje organizira privredna komora i druge organizacije
3. Kontaktiranje i suradnja FIPA-om, koja posjeduje bazu podataka stranih investitora u BiH
4. Uspostava kontakata s BiH poduzetnicima koji su uspjeli u inozemstvu
5. Specijalizirani sajmovi



## 6. TROŠKOVI MARKETINGA

### 6.1. Troškovi pripremnih radnji

PRIPREMNE AKTIVNOST I	Period implementacije	Opis aktivnosti	Očekivani rezultati	Partnerstvo	Očekivani trošak u BAM
1.1. USPOSTAVA PARTNERSTAVA	01-03/2011,	Potpisivanje protokola o međusobnoj suradnji sa svim relevantnim institucijama vezano za nastupe na sajmovima, konferencijama...	Podrška marketinškim aktivnostima PZ Polja	RAŽ, Općina Žepče, REZ, BSC ZDK, Privredna komora ZDK, Privredna komora FBiH, FIPA, DEL.	1.000,00
1.2. Priprema promotivnih materijala	01-03/2011, 2012, 2013.	Priprema sadržaja, dizajn i print promotivne brošure, izrada prom. CD-a, izrada jumbo-plakata	Promotivni materijali u BH i ENG verziji	RAŽ, Općina, profesionalni dizajneri i tiskara.	5.000,00
<b>UKUPNO</b>					<b>6.000,00 BAM</b>

\*Napomena- Mjesec 01 označava prvi mjesec implementacije marketing plana – ne siječanj/januar, itd.



## 6.2. Troškovi lokalnog marketinga

Aktivnosti lokalnog marketinga	Period implementacije	Opis aktivnosti	Očekivani rezultati	Partnerstvo	Očekivani trošak u BAM
2.1. Javni poziv lok. investitorima	03-04/2011	Javni poziv na lok. radiju, web stranici RAŽ-a,	Identificirani interes lokalnih tvrtki iz šireg kruga	Lokalni mediji (Radio Žepče), Općina Žepče, RAŽ	100,00
2.2. Javna prezentacija PZ Polja	03/2011	Prezentacija paket ponude PZ Polja lokalnim investitorima	Izražen interes lokal. Investitora za ulaganjem u PZ Polja	Lokalni mediji (Radio Žepče), Općina Žepče, RAŽ	500,00
2.3. Direktni kontakti sa zainteresiranim tvrtkama	04-05/2011	Istraživanje stvarne potražnje i predstavljanje paketa ponude PZ Polja, obilazak zone, analiza ponuda	Identificirane lokalne kompanije koje se žele proširivati na druge lokacije	Direktni kontakti s lokalnim tvrtkama,	100,00
2.4. Baza lokalnih investicijskih projekata	02-05/2011	Kreirati sveobuhvatnu bazu lokalnih investicijskih projekata, staviti bazu na web stranicu RAŽ-a i izraditi u print formatu - brošura	Sveobuhvatan pregled projekata koji trebaju investitora, proaktivan rad MSP-a NVO-a i javnih ustanova	RAŽ, Općina, informatičari koji bi obrađivali bazu projekata	500,00
2.5. ZEPS	10/2011 10/2012 10/2013	Aktivno sudjelovanje na regionalnom sajmu kroz izložbeni štand PZ Polja, konferencije, okrugle stolove...	Izražen interes o ulaganju u PZ Polja i konkretni dogovori	RAŽ, Općina, organizatori ZEPS-a	6.000,00
<b>UKUPNO</b>					<b>7.200,00</b>

\*Napomena- Mjesec 01 označava prvi mjesec implementacije marketing plana – ne siječanj/januar, itd.



### 6.3. Troškovi nacionalnog marketinga

AKTIVNOST	Period implementacije	Opis aktivnosti	Očekivani rezultati	Partnerstvo	Očekivani trošak u BAM
3.1. Javni poziv i pismo interesa na razini FBiH	03-04/2011	Objava Javnog poziva u D.Avazu, V.Listu, BH Magazinu, na portalima – bestinvest.ba, ekapija, ebiznis...	Identificiran interes na nacionalnoj razini	RAŽ, Općina, Privredna komora FBiH, FIPA, cehovi proizvođača tekstila, udruženja poduzetnika iz IT i sektora met. galanterije	1.000,00
3.2. Javna prezentacija paket ponude PZ Polja članovima privredne komore FBiH i FIPA	05-06/2011	Prezentacija PZ članovima Privredne komore FBiH, stručnim udrugama, cehovima proizvođača tekstila, iz IT sektora te sektora metalne galanterije	Identificiran interes investitora na razini teritorija cijele države u ciljanim sektorima, ali i šire	Privredna komora FBiH, cehovi proizvođača tekstila, udruženja poduzetnika iz IT i sektora met. galanterije, stručne udruge	3.000,00
3.3. Nastupi na sajmovima na državnoj razini	2011, 2012, 2013	Posjeta jednom sajmu na razini FBiH i jednom sajmu na razini RS	Identificiran interes investitora na razini teritorija cijele države u ciljanim sektorima, ali i šire	RAŽ, Općina, organizatori odabranih sajmova	6.000,00
<b>UKUPNO</b>					<b>10.000,00</b>

\*Napomena- Mjesec 01 označava prvi mjesec implementacije marketing plana – ne siječanj/januar, itd.



#### 6.4. Troškovi međunarodnog marketinga

AKTIVNOST	Period implementacije	Opis aktivnosti	Očekivani rezultati	Partnerstvo	Očekivani trošak u BAM
4.1. Kontaktiranje ambasada i sudjelovanje u prijemu stranih delegacija u općinu Žepče, te službenim posjetima drugima	2011, 2012, 2013	Kontaktiranje različitih ambasada, predstavljanje PZ Polja stranim delegacijama, te sudjelovanje u delegacijama iz Općine Žepče, ili ZDK ili čak BIH, u inozemstvu	Identific. interesa, promocija zone i gospodarstva Žepča, regije i BIH, na međunarodnoj razini	RAŽ, Općina, ambasade	4.500,00
4.2. Posjeta međunarodnim sajmovima	2011, 2012, 2013	Posjet najzanimljivijim sajmovima u regiji (SASO Split, Real estate Zagreb, Sajam tehnike Beograd ...)	Identific. interesa, promocija zone i gospodarstva Žepča, regije i BIH, na međunarodnoj razini	RAŽ, Općina, organizatori sajmova, Privredna komora, BSC ZDK, REZ... Udruženja poduzetnika	15.000
UKUPNO					19.500,00

## 6.5. Ukupni troškovi marketinga –po semestrima

Aktivnost	2011												Σ 2011	Σ 2012	Σ 2013	Σ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
<b>1. PRIPREMA</b>	<b>750,00</b>	<b>750,00</b>	<b>2.500,00</b>										<b>4.000,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>6.000,00</b>
1.1.	250,00	250,00	500,00										1.000,00	0,00	0,00	1.000,00
1.2.	500,00	500,00	2.000,00										3.000,00	1.000,00	1.000,00	5.000,00
<b>2. LOK. MKTG</b>		<b>100,00</b>	<b>650,00</b>	<b>200,00</b>	<b>150,00</b>					<b>2.000,00</b>			<b>3.100,00</b>	<b>2.050,00</b>	<b>2.050,00</b>	<b>7.200,00</b>
2.1.			50,00	50,00									100,00	0,00	0,00	100,00
2.2.			500,00										500,00	0,00	0,00	500,00
2.3.				50,00	50,00								100,00	0,00	0,00	100,00
2.4.		100,00	100,00	100,00	100,00								400,00	50,00	50,00	500,00
2.5.										2.000,00			2.000,00	2.000,00	2.000,00	6.000,00
<b>3. NAC.MKTG</b>			<b>500,00</b>	<b>500,00</b>	<b>1.500,00</b>	<b>1.500,00</b>	<b>2.000,00</b>					<b>6000,00</b>	<b>2000,00</b>	<b>2000,00</b>	<b>10.000,00</b>	
3.1.			500,00	500,00									1.000,00	0,00	0,00	1.000,00
3.2.					1.500,00	1.500,00							3.000,00	0,00	0,00	3.000,00
3.3.							2.000,00					2.000,00	2.000,00	2.000,00	6.000,00	
<b>4. MEĐUN. MKTG</b>							<b>6.500,00</b>					<b>6.500,00</b>	<b>6.500,00</b>	<b>6.500,00</b>	<b>19.500,00</b>	
4.1.							1.500,00					1.500,00	1500,00	1.500,00	4.500,00	
4.2.							5.000,00					5.000,00	5000,00	5.000,00	15.000,00	
<b>UKUPAN TROŠAK SVIH AKTIVNOSTI</b>	<b>750,00</b>	<b>850,00</b>	<b>3.650,00</b>	<b>700,00</b>	<b>1.650,00</b>	<b>1.500,00</b>	<b>10.500,00</b>					<b>19.600,00</b>	<b>11.550,00</b>	<b>11.550,00</b>	<b>42.700,00</b>	

\*Napomena- Mjesec 1 označava prvi mjesec implementacije marketing plana – ne siječanj/januar, itd.

## 7. ZAKLJUČCI

Koncept budućeg lokalnog gospodarskog razvoja tražit će brze odgovore na promjene koje su budu događale u našem okruženju a poticati će ih buduće investicije. Dolazak investitora ovisit će od više faktor, a najvažniji će se odnositi na našu fleksibilnu prilagodbu potrebama investitora kroz već uspostavljene mehanizme lokalnog ekonomskog razvoja; Razvojnu agenciju Žepče, ali i buduće oblike poslovne podrške biznisima kao što je One-stop centar za investitore . Ovaj centar treba biti u sastavu Razvojne agencije Žepče. Centar bio bi servis budućim investitorima u poslovnoj zoni, ali i domaćim biznisima, pružao bi usluge edukacije, savjete i administrativnu pomoći poduzetnicima.

Budući razvoj Poslovne zone mora biti osmišljeni koncept lokalne zajednice. To podrazumijeva intenziviranje napora općine u izradi strateških dokumenata koji su potrebni za razvijanje povoljnog poslovnog okruženja, a koje je presudno kod odluke investitora da dođe i ulaže u općinu Žepče. Svoju komparativnu prednost, geostrateški položaj općine , moramo bolje iskoristiti, no to nam neće biti dovoljna da bi smo bili konkurentna općina. To je moguće kroz osmišljavanje inovativnih usluga i mehanizama podrške za investitore.

Novi pristup lokalnom i regionalnom razvoju ogleda se u potpomaganju sa sredstvima i inicijativama , uz istovremeno potenciranje odgovornosti i neophodnosti djelovanja i lokalnih institucija. Ovaj pristup baziran je na činjenici da prosto kopiranje razvojnih rješenja iz jedne u drugu zajednicu nije moguće, te da lokalne razvojne potrebe moraju inicirati se od strane lokalni ljudi i da se razvoj mora temeljiti na inovativnosti i stvaralaštvu. Koristeći dobro osmišljen i učinkovit marketing lokalna zajednica mora upoznati javnost sa ovakvom koncepcijom održivog lokalnog razvoja.

Marketing planom IPZ „Polja“ Žepče utvrđena je vizija i misija poslovne zone i određeni strateški ciljeve čijom realizacijom se unapređuje postojeća poslovna ponuda za investitore. Također su definirane slabe strane koje se moraju vrlo brzo eliminirati i postati jake snage poslovne zone. To je jedini način da se prilike i mogućnosti iskoriste za pridobivanje budućih investicija u općinu Žepče. Naša poslovna zona mora biti privlačna za ulagača, a za to su nam potrebni svi raspoloživi ljudski i materijalni resursi .

Definirali smo nekoliko prioriteta za naredni period:

- Usvojiti i implementirati Marketing plan IPZ "POLJA" Žepče
- Definirati kompetentno upravljanje poslovnom zonom
- Razvijati "tvrdu" i „meku“ infrastrukturu u Poslovnoj zoni,
- Uspostava Centra "one stop shop " za investitore u okviru RAŽ-a,
- Uspostavljanje planskog sustava poticanja na lokalnoj razini
- Izrada Strategije razvoja MSP u općini Žepče

Mjerenje efekata marketinških aktivnosti

Mjerenjem se dobivaju točni podaci uz čiju pomoć se mogu točno definirati naredne marketinške kampanje, kao i popraviti način prisutnosti neke kompanije na Internetu i tržištu uopće.

Za potrebe praćenja koristit ćemo dvije grupe pokazatelja: kvantitativni i kvalitativni.

Izveštaj o realizaciji marketinških aktivnosti priprema se dva puta godišnje (polugodišnji i godišnji izveštaj).