


KRATAK REZIME STRATEGIJE RAZVOJA BPO SEKTORA

PRISTUP DEFINISANJU STRATEGIJE SEKTORA

	Sprovedeno profiliranje ciljnih grupa , praksi i perspektiva vezanih za zapošljavanje/samozapošljavanje.	<ul style="list-style-type: none"> - Fokus grupe mladih - Online istraživanje mladih - Analiza baze podataka agencije za zapošljavanje
	Odrađena analiza pravila i usluga relevantnih za rast poslodavaca , sa fokusom na identificiranje problema i mogućnost rasta.	<ul style="list-style-type: none"> - Anketno istraživanje poslodavaca - Analiza baze podataka agencije za zapošljavanje
	Identifikovane aktivnosti ili neaktivnosti sistemskih aktera koji ograničavaju potencijal za rast poslodavaca.	<ul style="list-style-type: none"> - Intervjuisanje sistemskih aktera - Eksterne studije (konsultacije) - Analiza informacija sa ostalih donatorskih projekata
	INTERVENCIJE	<ul style="list-style-type: none"> - Stručni paneli / radionice ambasade - Proces selekcije partnera - Eksterne studije (konsultacije) - Analiza aktivnosti sa ostalih donatorskih projekata

SPROVEDENA ISTRAŽIVANJA

POTENCIJAL RASTA SEKTORA | *Sekundarni istraživački trendovi i statistika (tržište i statistika rada)*

SEE (sjeveroistočna Evropa) postaje atraktivna satelitska destinacija za globalne lidere u SSC (Centri za pružanje usluga) industriji sa sjedištem u centralnoj i istočnoj Evropi	FDI magazin – 'Evropski gradovi i regioni budućnosti' izvještaj (2018/19) rangira BiH veoma visoko	Postoji jasan trend početka industrije SSC i pozivnih centara u BiH, čime se povećava broj zaposlenih
Češke, mađarske i poljske kompanije u SSC industriji ne mogu lako popuniti slobodna radna mjesta (zbog nedostatka radne snage).	Bosna je rangirana kao treća po pitanju ekonomičnosti za zemlje/region.	Relevantne pozicije SSC industrije među onima koje su najviše oglašavane na www.posao.ba u 2016. godini (pozivni centri).
Bosanskohercegovački radnici u SSC industriji imaju dobru reputaciju (posebno u pogledu vještina i produktivnosti).		
Posmatrajući iz regionalne perspektive Srbija, Makedonija i Albanija su vodeće zemlje. BiH je relativno neiskorišteno tržište.	Bijeljina (druga), Prijedor (treći) i Zvornik (četvrti) su visoko rangirani po pitanju ekonomičnosti u kategoriji malih evropskih gradova.	Ugledni SSC i pozivni centri u BiH značajno su se proširili u posljednje tri godine.
Visoka stopa nezaposlenosti mladih u BiH - među njima značajan broj onih koji posjeduju jezičke vještine (engleski, njemački, itd.) - veliki potencijal za SSC industriju.		

PREFERENCE MLADIH | *Fokus grupe i online istraživanje mladih*

Najatraktivniji sektor u poređenju sa drugim MarketMakers sektorima				Velika očekivanja u pogledu plata, bez obzira na uslove za prekvalifikaciju	
Pod sektori profesionalnih usluga su, 'univerzalno' popularni. Nema značajnih statističkih razlika između urbanih i prigradskih područja.	Nivo obrazovanja pozitivno je povezan sa atraktivnošću spram pozicija u ovom sektoru.	Pozicije vezane za marketing, naročito digitalni, mladi su percipirali kao najpoželjnije.	Većina pozicija u pod sektorima ključnih usluga su privlačnije ženama nego muškarcima.	Prosječna očekivanja kad su u pitanju plate (1000-2000 KM/mj.) su iznad neto prosjeka zemlje (oko 850 KM).	90% je izrazilo potrebu za dodatnim obrazovanjem/prekvalifikacijom u IT sektoru i visoku potražnju za uputstvima o tome kako ući u sektor.

MOGUĆNOSTI RAZVOJA | Anketno istraživanje poslodavaca

Velika spremnost BiH kompanija da alociraju timove/nedovoljno zaposlene ljudske resurse outsource projektima	Izvozno tržište je najunosnija prilika za kompanije u uslužnim pod sektorima	Godišnji rast broja zaposlenih preovladava među vodećim izvoznim i outsourcing/offshoring provajderima
Istraživanje tržišta provedeno od strane projekta, pokazuje da su mnoge domaće kompanije zainteresovane za aranžmane vezane za 'iznajmljivanje osoblja' ili formiranje strateških partnerstava sa stranim investitorima koji bi omogućili investitorima da minimiziraju rizik prije nego što izmjeste svoje poslovanje.	Primjer uslužnog pod sektora: arhitektura, finansije, marketing, inženjering, konsalting, pravne, jezičke usluge itd.	Vodeći izvoznici usluga obično koriste veze sa dijasporom, a povratnici dovode offshoring i outsourcing. Rast poslovanja je standard među izvoznicima usluga u većini pod sektora.

KLJUČNA OGRANIČENJA ZA RAZVOJ SEKTORA | Izazovi koji utječu na poslodavce i njihovi uzroci

Prodaja i sticanje klijenata/ugovora				Ugled SSC industrije	
Promotivne strategije nisu usmjerene na promociju BiH kao destinacije za outsourcing. Podaci od najvećeg interesa za SSC/BPO kompanije nisu lako dostupni, niti jednostavni za korištenje ili jednostavno nisu prikupljeni od strane vlasti.	Neupoznanost sa industrijom među političarima i zakonodavcima dovodi do odsustva podrške javnog sektora za izvoz usluga. Ne postoji saradnja između postojećih SSC i pozivnih centara u BiH.	Strateška partnerstva zasnovana na vezama u dijaspori stvaraju tržišne lidere u izvoznim uslugama; oni bez veza u dijaspori imaju poteškoće pri identifikaciji i privlačenju stranih klijenata.	Iako generalno troškovno konkurentna, visoke stope doprinosa poslodavaca smanjuju privlačnost tržišta BiH.	Nakon otvaranja i zatvaranja nekoliko "neformalnih" pozivnih centara koji se nisu dobro odnosili prema osoblju, postalo je teško legitimnim akterima da zapošljavaju.	Zamjensko osoblje mora biti na raspolaganju, uprkos male populacije u BiH. Partnerstva sa zemljama Zapadnog Balkana će možda biti neophodna, kao i pažljivo pronalaženje klijenata te planiranje rasta.

STRATEŠKE IMPLIKACIJE ZA INTERVENCIJE | Intervencijska područja MarketMakers projekta

Promocija ulaganja / marketing BiH kao destinacije	Industrijska saradnja	Usluge za pružanje olakšica u offshore/nearshore	Nastavak profesionalnog razvoja za izvoznike usluga
Sistematsko prikupljanje relevantnih podataka u cilju uspostavljanja dokaznih osnova za promociju BiH kao destinacije za outsourcing BPO kompanijama i SSC centrima u centralnoj i istočnoj Evropi (CEE).	Formiranje saveza između postojećih SSC i BPO kompanija u BiH, za zastupanje industrije, izgradnju imidža i zajedničkog djelovanja npr., u vezi sa: <ul style="list-style-type: none"> - Priznavanje industrije u vladinim strategijama i političkim podsticajima - Sticanje znanja stranog jezika - Strateška partnerstva sa ključnim akterima ekosistema u CEE npr. ABSL. 	Direktna podrška domaćim organizacijama koje nude i implementiraju 'Build-Operate-Transfer' model, 'associate leasing' usluge, i/ili rade na uspostavljanju operacija za SSC/BPO kompanije.	Specifični i ciljani trening za profesionalni razvoj pod sektora koji se isporučuje preko udruženja industrije (članstva) ili u saradnji sa vodećim izvoznicima usluga: <ul style="list-style-type: none"> - Softver, aplikacije i odgovarajuće znanje i vještine - Industrijski propisi, kodeks ponašanja i profesionalni standardi.
Uspostavljanje sporazuma o razmjeni podataka između različitih institucija koje prikupljaju podatke i onih koje promoviraju zemlju.			Ulaganja u podršku nastavnim planovima i programima neformalnog obrazovanja, pedagogiji i primijenjenim modalitetima prenošenja znanja (tj. sa poslodavcima). Fokusiranje na sljedeće pod sektore: računovodstvo, arhitektura i građevinarstvo, marketing, pravne i jezičke usluge.
Umrežavanje sa dijasporom u svrsi djelovanja kao interni ambasador u vlastitim kompanijama za usluge outsourcing-a/procesa u BiH; identificiranje dijaspore spremne da radi na proviziju (kao agenti prodaje) za industrijska udruženja ili vodeće kompanije.			