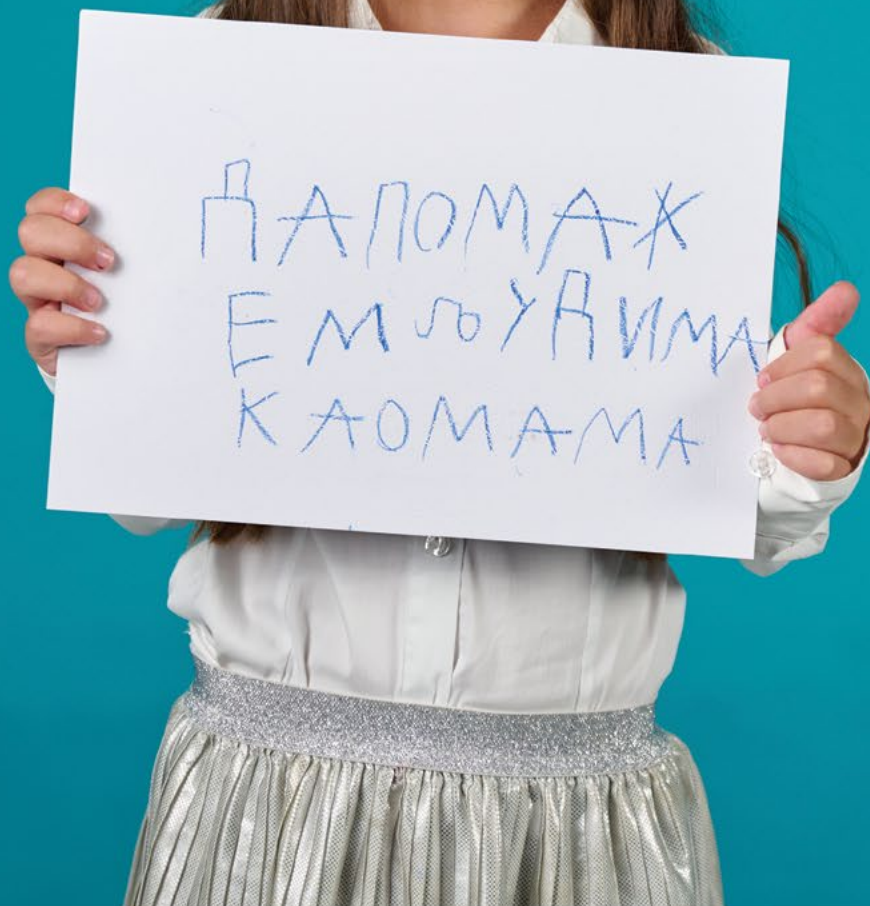




RAZVOJ POLJOPRIVREDE STRATEŠKI PRIORITET CRNOGORSKE EKONOMIJE

Šta bi htjela da budeš kad porasteš?

Ognjena(6)



Djeca usvajaju vrijednosti
koje vide. Budimo im primjer.

Podržavajmo žene u biznisu.

www.snagajeusvimanama.me



SNAGA
je u svima nama

Izdavač:

PRIVREDNA
KOMORA
CRNE GORE

Privredna komora Crne Gore
Novaka Miloševa 29/II
Podgorica 81000
Crna Gora
Tel: +382 20 230 545
e-mail: pkcg@pkcg.org
http://www.komora.me

Redakcijski odbor:**Predsjednik:**

Dragan Kujović

Članovi:

Igor Perović, urednik
Tanja Radusinović
Radana Damjanović
Slavica Pavlović
Eleonora Albijanić

Novinarka:

Nevena Jurković

Prevod:

Dragana Domazetović
Maja Šćepanović Drobnjak

Grafička obrada i priprema:

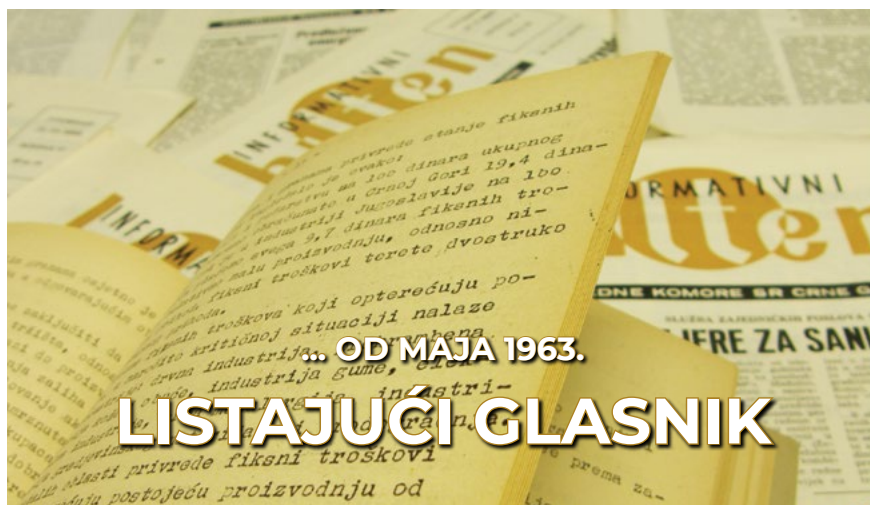
Štamparija Obod, Cetinje

Adresa Redakcije:

Privredna komora Crne Gore/Glasnik
Novaka Miloševa 29/II
Podgorica 81000
Crna Gora
Tel: +382 20 230 971
e-mail: glasnik@pkcg.org

List izlazi od 1963. godine i upisan je u
registar javnih glasila Crne Gore.
ISSN 0350-5340

PDF verziju možete preuzeti na:
<https://komora.me/glasnik>

**1968.**

SLATKOVODNOM RIBARSTVU JE POTREBNA KONCEPCIJA DUGOROČNOG RAZVOJA

U Crnoj Gori postoji razgranata hidrografska mreža rijeka, jezera i akumulacija koje su nastanjene kvalitetnim vrstama riba visoke ribolovne vrijednosti, Slatkovodno ribarstvo naše republike nalazi se u dva tipa ribolovnih voda – nizinske i visinske, koji se znatno razlikuju po privrednom značaju, objavio je Glasnik 1968. Godine.

S obzirom na odnosna prirodna bogatstva naših vodenih kapaciteta slatkovodnog ribarstva Crne Gore, Služba za poljoprivredu, prehrambenu i duvansku industriju pristupila je obradi materijala, s ciljem pokretanja inicijative za iznalaženje najadekvatnijih rješenja za dugoročiji razvoj navedenog ribarstva.

Kod izrade koncepcije potrebno je imati u vidu na kojim planinskim jezerima i akumulacijama se može razvijati privredni, a na kojim isključivo sportsko-turistički ribolov.

2003.

ITALIJA FINANSIJSKI POMAŽE CRNOGORSKU POLJOPRIVREDU

Italija će podržati razvoj crnogorske poljoprivrede kao i jednogodišnji projekat „Poboljšanja i tehnološke inovacije u mljekarstvu“, pisao je Glasnik iz 2003. godine.

„Vrijednost projekta je 411 hiljada eura, Italija će u njegovoj realizaciji učestvovati sa 342 hiljade eura, a Crna sa 69 hiljada. Ovaj projekat je prije svega namijenjen farmerima. Planirana je njihova obuka u Italiji, kao i opremanje pet pilot farmi i jednog centra za otkup mlijeka. Očekuje se da će projekat doprinijeti poboljšanju otkupa mlijeka, podizanju higijenskih standarda kao i unapređenju tehnologije gaženja mliječnih grla.

Za realizaciju projekta zaduženi su italijanski partner Ragusa Late čiji su predstavnici Đuzepe Bartoluči i Salvatore Leda razgovarali sa crnogorskim ministrom poljoprivrede Milutinom Simovićem“, prenio je časopis Privredne komore.



Dragan Martinović, direktor kompanije Martex

Nagrade su dokaz da već više od 33 godine imamo kvalitet koji kupci prepoznaju i da naš trud i rad idu u pravom smjeru. Planovi za budući razvoj naše firme su proširenje proizvodnog pogona, ulasci na novo tržište i novi proizvodi.



Prof. dr Velibor Peulić, IRU instruktor, ekspert za transportnu politiku

Uvođenje e-CMR protokola je strateški korak ka digitalizaciji transportnog sektora, koji otvara vrata za integraciju u jedinstveno tržište EU.



Marko Vučinić, v. d. generalnog direktora Direktorata za geologiju i rudarstvo

Cilj novog zakona o rudarstvu je da skratimo vrijeme procedura, doprinesemo uvođenju standarda i kontrole kvaliteta u rudarstvu i suzbijemo nelegalnu eksploataciju mineralnih sirovina



Svečanost u čast nagrađenih na Međunarodnom sajmu poljoprivrede u Novom Sadu

7 Razvoj poljoprivrede mora ostati strateški prioritet crnogorske ekonomije

Dragan Martinović, direktor kompanije Martex

12 Šampion ukusa i kvaliteta

Predsjednica PKCG dr Nina Drakić za magazin „Lideri koji pomjeraju granice“ ND Vijesti

16 Komora za novo doba: Snaga privrede u vremenu transformacija

Poslovni forum u Normandiji

20 Raste interesovanje francuskih kompanija za Crnu Goru

AIC forum u Portorožu

24 Unapređenje putne i željezničke infrastrukture u regiji

Prof. dr Velibor Peulić, IRU instruktor, ekspert za transportnu politiku i digitalizaciju logistike

24 Crna Gora na putu ka modernom i održivom logističkom sistemu

Posjeta privrednika iz Turske

33 Potencijal za saradnju privrednika Crne Gore i Dijarbakira

Sastanak sa počasnim kozulom Hračjom Musajeljanom

34 ICT povezuje privrede Crne Gore i Jermenije

FinansirajME.EU

35 Mogućnosti finansiranja kroz Zapadnobalkanski investicioni okvir

Javna ovlašćenja privrednih komora

38 Ključ za stabilniji i predvidljiviji poslovni ambijent

Marko Vučinić, v. d. generalnog direktora Direktorata za geologiju i rudarstvo

40 Održiva eksploatacija mineralnih sirovina po ekološkim standardima

Turistički poslenici o Nacrtu zakona o turizmu

44 Crnoj Gori neophodan destinacijski menadžment

Darko Kasalica, generalni menadžer hotela Conte, Perast

46 Spoj nasljeđa, kvaliteta i održivog razvoja

MontEDIH info dan

51 Sinergija nauke i privrede ključna za stvaranje tržišno održivih inovacija

Mala i srednja preduzeća

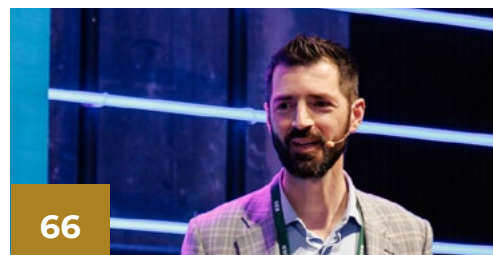
53 Predstavljeni programi podrške za EUREKA projekte

- Milo Radulović, osnivač i izvršni direktor MARLEQ
- 55 Kreirajmo prvi crnogorski jednorog**
- 60 Karijerno profilisanje i angažovanost tima**
- Završena nagradna igra Privredne komore
- 61 Kupujmo naše za snažniju ekonomiju**
- Seminar o odnosima s javnošću u Bijelom Polju
- 63 Komunikacija kao ključ uspjeha**
- Sanja i Milovan Jocović, vlasnici Destilerije „Odabrana“
- 65 Stvaramo autentičan, crnogorski premium proizvod**
- Centralna banka Crne Gore
- 70 Ograničene naknade za SEPA plaćanja**
- Bojana Joksimović, direktorica kompanije „Naš sokić“
- 72 Porodična receptura za uspjeh**
- 76 Digitalizacijom do transparentnijih javnih nabavki**
- Predstavnici Evropske fondacije za obuku u PKCG
- 78 Jačanje međusobne saradnje u oblasti obrazovanja**
- Brendiranje
- 79 Prepoznatljivost kao strateška vrijednost**
- Seminar od brojeva do odluka
- 80 Osnaživanje MSP kroz računovodstvene agencije**
- Eurochambres
- 84 Budućnost odbrane i spremnost industrije**
- Analiza evropske mreže komora
- 86 Štetna povezanost između cijena energije i zaposlenosti**
- Marselo Kasteljanos, viši regionalni menadžer IFC za jugoistočnu Evropu, za Bankar
- 87 Turizam, zelene ili plave investicije pretvoriti u pokretače zapošljavanja**
- Zlato ili sirovine
- 89 Najbolja zaštita od inflacije**
- Crna Gora na naslovnici prestižnog njemačkog magazina
- 90 Spektakl prirode na Jadranu**



Darko Kasalica, generalni menadžer hotela Conte, Perast

Autentični bokeški gradići i jedinstveni prirodni ambijent su glavni razlog dolaska naših gostiju, a očuvanje istorijskog nasljeđa naš najvažniji prioritet.



Milo Radulović, osnivač i izvršni direktor MARLEQ

Ambijent za razvoj startapa u Crnoj Gori je svake godine bolji, ali brzina kojom se promjene dešavaju nije adekvatna globalnim trendovima.



Sanja i Milovan Jocović, Destilerija „Odabrana“

Naša misija je da stvorimo autentičan crnogorski premium proizvod i vjerujemo da vrijeme i strpljenje prave razliku između dobre i izuzetne rakije.



Bojana Joksimović, osnivačica i direktorica kompanije „Naš sokić“

Sva naša proizvodnja je isključivo od domaćeg voća i trudimo se da kvalitet proizvoda bude ono što nas izdvaja.



PRIVREDNA
KOMORA
CRNE GORE

SNAGA
je u svima nama

DOBRO
IZ CRNE GORE



PRIVREDNA
KOMORA
CRNE GORE

SNAGA
je u svima nama

DOBRO
IZ CRNE GORE

Za naš
razvoj
kupujmo
naše.



PRIVREDNA
KOMORA
CRNE GORE

SNAGA
je u svima nama

DOBRO
IZ CRNE GORE

kupujmo
naše



**SVEČANOST U ČAST NAGRAĐENIH NA MEĐUNARODNOM SAJMU
POLJOPRIVREDE U NOVOM SADU**

RAZVOJ POLJOPRIVREDE MORA OSTATI STRATEŠKI PRIORITET CRNOGORSKE EKONOMIJE

Privredna komora Crne Gore je u čast proizvođača nagrađenih na 92. Međunarodnom sajmu poljoprivrede u Novom Sadu organizovala svečanost u podgoričkom CKZ Ribnica. Okupljeni predstavnici državnih institucija, diplomatskog kora i poslovne zajednice svjedočili su snazi domaće proizvodnje i inovacija koje naši proizvođači uspješno plasiraju na regionalnom i međunarodnom tržištu.

Svečanošću su istaknuti uspjeh laureata prestižnih priznanja i važnost crnogorske poljoprivrede i prehrambene industrije za cjelokupnu ekonomiju. Podsjećamo, na prestižnom Novosadskom sajmu naši proizvođači postigli su

jedan od najboljih rezultata u posljednjih nekoliko godina, osvojivši ukupno 200 medalja i priznanja. Posebno se ističu dva velika šampionska pehara, tri srebrna pehara za vrlo visoki kvalitet proizvoda, 17 priznanja stručnog žirija sajma, 119 zlatnih medalja, među kojima 19 velikih, kao i titulu „Šampion kvaliteta“ za sedam proizvoda u svojim kategorijama. Osvojene su i 42 srebrne i 10 bronzanih medalja.

„Ova priznanja su nagrade za predani rad i posvećnost naših proizvođača i prerađivača mlijeka i mesa, vinara, pčelara, proizvođača alkoholnih pića, maslinovog ulja, konditorskih proizvoda, žita i mnogih drugih, te potvrda da

**Nadam se da će
naša naredna
destinacija za
uspjeh biti neki od
sajмова u zemljama
Evropske unije. To
je naš zajednički
cilj i, uvjerena sam,
budućnost koja
nas očekuje, riječi
su predsjednice
Privredne komore
dr Nine Drakić**



se crnogorski prehrambeni proizvođači cijene i prepoznaju kao kvalitetni. Upravo zbog toga od izuzetne važnosti je da kontinuirano i snažnije promoviramo domaće proizvode, posebno one prepoznatljivih karakteristika, kakvi su organski i sa geografskim oznakama, i koji se s razlogom smatraju visokokvalitetni“, naglasila je predsjednica Privredne komore dr Nina Drakić.

Prema njenim riječima, jasno je da je kvalitet ključni faktor naše konkurentnosti i mora ostati temelj poljoprivredne proizvodnje u Crnoj Gori: „Razvoj poljoprivrede mora ostati jedan od strateških prioriteta crnogorske ekonomije. To podrazumijeva povećanje izdvajanja za Agrobudžet, jer ulaganje u poljoprivredu je investiranje u našu održivu budućnost. Uz to, treba da iskoristimo značajna sredstva podrške Evropske unije za modernizaciju proizvodnje, primjenu savremenih standarda i ispunjenje zahtjeva tržišta“, kazala je Drakić, dodajući da Komora ostaje partner i podrška na tom putu.

„Dragi proizvođači, nadam se da će naša naredna destinacija za uspjeh biti neki od sajmova u zemljama Evropske unije. To je naš zajednički cilj i, uvjeren sam, budućnost koja nas očekuje“,

riječi su predsjednice Privredne komore.

Ministar poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Vladimir Joković smatra da je uspjeh na Međunarodnom sajmu poljoprivrede dokaz kvaliteta naših proizvoda, ali i potvrda rada, predanosti i znanja ljudi koji stoje iza njih: „Ovo priznanje međunarodne stručne javnosti daje nam dodatni motiv, ali i obavezu da nastavimo ulagati u razvoj sela, modernizaciju proizvodnje, edukaciju poljoprivrednika i promociju domaćih proizvoda – jer Crna Gora ima šta da ponudi“, kazao je ministar Joković.

Ministar Joković se zahvalio Privrednoj komori na kontinuiranoj podršci crnogorskim privrednicima. i dodao: „Neka ovaj uspjeh bude podsticaj i inspiracija svima nama da nastavimo još snažnije. Ministarstvo poljoprivrede će ostati vaš partner, saveznik i podrška na tom putu.“

U ime nagrađenih, Privrednoj komori i resornom ministarstvu je zahvalio Milutin Đuranović, suvlasnik kompanije Šimšić Montmilk. Istakao je da uspjeh na manifestaciji sa dugom tradicijom nije slučaj, već rezultat predanog rada i kvaliteta koji crnogor-

ska proizvodnja nudi. „Kada dodete iz jedne male sredine na sajam koji ima tradiciju dugu 92 godine – najdužu u regionu – i osvojite brojna priznanja, ništa nije slučajno“, rekao je on.

Govoreći o izazovima u sektoru, Đuranović je naglasio potrebu za sistemskom podrškom i strateškim pristupom. „Održive poljoprivrede nema bez jasne budžetske podrške, a na poljoprivrednom tržištu nema liberalne ekonomije. Ono što Crnu Goru zaista odlikuje i drži prepoznatljivom u sektoru prerade jeste kvalitet. Upravo zahvaljujući tome, osvojili smo brojne medalje i pehare“, kazao je on i poručio je da se poljoprivreda ne smije zanemarivati, jer hranu moramo proizvoditi, posebno zdravu, a život postaje sve skuplji, te da to treba da bude glavna misija. Top of FormBottom of Form

Posebnu zahvalnost uputio je Privrednoj komori Crne Gore i Ministarstvu poljoprivrede na finansijskoj podršci i kontinuiranoj kampanji za promociju domaćih proizvoda, uz poziv institucijama da nastave sa afirmacijom ideje „Kupujmo domaće“.Top of Form

Foto: Nikola Kalezić





2



Dva velika šampionska pehara Novosadskog sajma pripala su vinarima i vinogradarima i kompaniji Miranis iz Nikšića, a srebrne pehare zavrijedili su proizvodi kompanija Mianja, Mljekara Lazine i Mille Baci.

32



Ukupno 32 nagrade zavrijedili su mlijeko i mliječni proizvodi iz Crne Gore. Dobitnici su Mljekara Lazine Danilovgrad, Mille Bacci Podgorica, Niksen Čavor Kotor i sirara Vulaš.

18



Jaka alkoholna pića i likeri su odnijeli 18 nagrada Novosadskog sajma. Nagrađeni su: Vuković Vujica iz Bijelog Polja, Radunović Milivoje iz Berana, Vinarija Excellent sa Cetinja, Podrum Mijovića Brijege iz Virpazara, Destilerija Odabrana iz Nikšića, Sanja i Milovan Jocović iz Nikšića, 7 Hills iz Podgorice, Jugopapir Tošić Vladisav iz Bara i Vuković Dragana iz Bijelog Polja.

43



14



9



U kategoriji mesa i proizvoda od mesa osvojene su ukupno 43 nagrade, a laureati su Martex Cetinje, Mianja Cetinje, Niksen Čavor Kotor, Sušara Stanišić Cetinje, Zrnožit Cetinje, Monstate Cetinje i Janković Miloš.

Četrnaest priznanja pripalo je crnogorskim proizvodima od žita i brašna koje su proizveli Željko Macanović iz Pljevalja i Refik Hadžibegović iz Bijelog Polja.

U kategoriji proizvoda od voća, povrća, voda, kafa i čaja, ukupno 9 nagrada pripalo je Kući čaja sa Žabljaka, Našem sokiću iz Bijelog Polja, Frulifeu iz Nikšića, PG Ašanin iz Mojkovca i Jugopapiri Tošić Vladislav iz Bara.

2



13



16



Novosadski sajam dodijelio je dvije nagrade našem pčelaru Ratku Aleksiću iz Nikšića. Radun Došljak iz Berana je šampion u grupi proizvoda za planinski med sa Koritske visoravni.

Sa 13 priznanja su nagrađena crnogorska ulja, a laureati su Green Monde iz Bara, Lučka oil, Orhan Babović i Stevo Davidović.

U kategoriji konditori, čak 16 nagrada zavrijedile su dvije kompanije, Miranis iz Nikšića i Mille Baci iz Podgorice.

43



4



1



Crnogorska vina su prepoznata po kvalitetu u regionu i šire, a na sajmu su, sa ukupno 43 priznanja nagrađeni Vinarija „Miranović“ iz Podgorice, Vinarija „Ljutica“ iz Podgorice, Vinarija „Buk“ iz Podgorice, Vinarija „Četković“ iz Podgorice, Podrum Mijovića Brijeg iz Virpazara, Vinarija „Excellent“ sa Cetinja, Vinarija „Matica“ iz Podgorice, Vinarija „Racković“ iz Podgorice, Vinarija Ceka -Jovović iz Danilovgrada, Vineyards Tuzi -Dedvukaj Paško, Vinarija „Bojanović“ iz Podgorice, Vinarija „Đukanović“ iz Bara, Vinarija „Klasić“ iz Bara, Vinarija „Knjaz“ iz Bara, Vinarija „Medigović“ iz Petrovca i Vinarija „Vukčević“ iz Podgorice.

Četiri nagrade za dobar dizajn dobili su Green Monde Bar, Milosavljević Sara, Kuća čaja Žabljak i Karadžić Staniša. Četiri nagrade dobile su i dvije kompanije u kategoriji proizvoda hemijske industrije, Montehum Danilovgrad i Ecoplast.

Manastir Ždrebaonik iz Danilovgrada dobio je jednu nagradu u kategoriji konzumnih jaja, a Agrobiznis centar iz Žabljaka je dobio nagradu Najbolji u Agrobiznisu.

A middle-aged man with a receding hairline, wearing a dark blue blazer over a light blue button-down shirt, stands outdoors. He is holding a white folder or book in his left hand. The background shows a building with a stone base and an orange upper section. The word "MARTEX" is visible in large green letters on the roof of the stone part of the building. There is a yellow forklift and some wooden pallets in the background.

DRAGAN MARTINOVIĆ, DIREKTOR KOMPANIJE MARTEX

**ŠAMPION UKUSA I
KVALITETA**

Kompanija MARTEX iz Crne Gore ponovo je potvrdila svoj status lidera u proizvodnji suhomesnatih proizvoda, osvojivši prestižna priznanja na Novosadskom sajmu.

Sa titulom šampiona kvaliteta u grupi proizvoda „pečenica“, kao i nizom zlatnih i velikih zlatnih medalja za svoje tradicionalne specijalitete, MARTEX ne samo da slavi 33 godine uspješnog rada već i postavlja standarde u domaćoj mesnoj industriji.

Direktor kompanije **Dragan Martinović** za Glasnik otkriva šta za njih znače nagrade, kako je tekao razvoj firme od njenih skromnih početaka do današnjeg respektabilnog kapaciteta, te koji su izazovi i planovi koji stoje pred ovom uspješnom crnogorskom kompanijom.

Kompanija MARTEX je ponijela pehar novosadskog sajma za vrhunski kvalitet suhomesnatih proizvoda, kao i titulu šampion kvaliteta u grupi proizvoda – pečenica. Vaši suvi proizvodi su nagrađeni sa više medalja – pečenica i pršut u listu (vakuum) velikom zlatnom, a pršut, panceta (komad i list) i vrat zlatnim medaljama. Recite nam kakvi su Vam utisci sa ovogodišnjeg sajma? Šta za Vas predstavljaju ove značajne nagrade?

D. Martinović: Novosadski sajam je tradicija, ali nažalost nije u sjaju koji je imao prije deceniju, ali vjerujemo da će ga u bliskoj budućnosti vratiti.

Nagrade koje smo osvojili su jako značajne za nas - ne samo da smo ponosni na naš tim i na našu firmu već nam je to i dokaz da već više od 33 godine imamo kvalitet koji kupci prepoznaju i uz nagrade u vidu pohvala i lojalnosti koje dobijamo od naših kupaca. Nagrade su samo dokaz više da su naš trud i rad u pravom smjeru.

Recite nam šta je to što Vaše nagrađene proizvode čini posebnim i izdvaja ih od ostalih?

D. Martinović: Iako se računa da smo mi proizvođači suvomesnatih proizvoda konkurencija, ipak vjerujem da smo prvenstveno partneri i takav odnos imamo sa svima.

Vjerujem da smo svi posebni na neki način i da imamo neke razlike koje nas čine prepoznatljivim. To je draž ove vrste proizvoda biti sličan a različit.

Kompanija Martex ovog mjeseca proslavlja trideset godina postojanja. Preduzeće ste koje je nesumnjivo dalo svojevrsan impuls razvoju domaće agrarne proizvodnje, sa izuzetnim i prepoznatim kvalitetom. Možete li nam napraviti kratku retrospektivu poslovanja, istorijat kompanije, te proizvodne kapacitete?

D. Martinović: Ove godine će biti 33 godine od nastanka naše firme. Od 1992 godine kada je formirana firma, kada je kapacite bio svega par stotina pršuta na godišnjem nivou, postigli smo da danas imamo kapacitet 50 hiljada komada pršuta, vjerujemo da je to ipak fascinantno broj za firmu srednje veličine u državi ove veličine. Od par stotina metara kvadratnih proizvodnog pogodna došli smo na skoro tri hiljade kvadrata. Od par radnika došli smo na preko 60 radnika. Ono što nama prija i što nas čini ponosnim je da nema familije koja nije imala i koja nema naše proizvode, ipak nas ima u svakom domu i uvijek smo PRVI NA TRPEZI kao što glasi naš slogan.

Kako posluje u godini s aspekta proizvodnje, prodaje, proširenja asortimana, te finansijskih pokazatelja?

D. Martinović: Posljednjih godina s aspekta proizvodnje, prodaje, širenja proizvodnje, ujedno cijelog procesa je puno izazova i treba biti pragmatičan i praktičan, a pritom fleksibilan kako bi se održali na malom tržištu kao što je naše. Puno je novih kupaca, novih firmi, novih načina i metoda poslovanja, a problemi su uglavnom isti. Imamo vrlo malo pomoći i razumijevanja za naše probleme, tako da smo prepušteni sami sebi na rješavanje istih. Finansijski pokazatelji nisu reper za uspješnost u ovom vidu poslovanja, kvalitet je reper jer ipak mi zavisimo od uvoza i od cijena na berzi.

Kakvim ocjenjujete trenutni poslovni ambijent u Crnoj Gori, posebno u oblasti proizvodnje mesnih proizvoda?

D. Martinović: Mesna industrija je jako složen proces i svaka promjena utiče na proizvod. Problemi kao što su klimatske promjene direktno utiču na sami proizvod i nije jednostavno naći adekvatno rješenje, a da se sačuva proizvod i kontinuitet u kvalitetu.

Recite nam kakvi su Vaši planovi za budući razvoj?

D. Martinović: Planovi za budući razvoj naše firme su proširenje proizvodnog pogona, ulasci na novo tržište i novi proizvodi. Koliko ćemo uspjeti u sljedećih par godina - vidjećemo.

Nagrade su dokaz da već više od 33 godine imamo kvalitet koji kupci prepoznaju i da naš trud i rad ide u pravom smjeru

DRAGAN MARTINOVIĆ, DIRECTOR OF MARTEX

CHAMPION OF TASTE AND QUALITY



The awards come as acknowledgment of over 33 years of quality recognized by our customers and of our efforts and endeavour to keep heading in a proper direction

The company MARTEX, based in Montenegro, has once again confirmed its status of a leader in the production of cured and smoked meat products by winning prestigious awards at the Novi Sad Fair. With the title of the Champion of Quality in the “pečenica” (smoked pork loin) category, along with several gold and grand gold medals for its traditional specialties, MARTEX does not only celebrate 33 years of successful business, but also sets standards in the domestic meat industry.

In the interview for Glasnik, the company director **Dragan Martinović** speaks about the significance of these awards, the way the company has developed from humble beginnings into a respected producer, and challenges and future plans of this successful Montenegrin business entity.

MARTEX won the Novi Sad Fair Trophy for top-quality cured and smoked meats, and the title of the Quality Champion in the “pečenica” category. Your dry-cured and smoked products received several medals including a grand gold for pečenica and vacuum-packed prosciutto slices, and gold medals for prosciutto, pancetta (whole and sliced), and cured and smoked pork neck. What are your impressions of this year’s fair? What do these awards mean to you?

D. Martinović: The Novi Sad Fair has a long-standing tradition — unfortunately, it doesn’t have the glory it had a decade ago, but we believe it will regain it in the near future. The awards we have received are incredibly important to us. We are proud of our team and our company, but above all, these awards confirm the quality we have maintained for over 33 ye-



ars, which is recognized by our customers. In addition to the loyalty and praise we receive from our customers, these medals are proof of our efforts and endeavour to keep heading in a proper direction.

What makes your award-winning products special and distinguishes them from the rest?

D. Martinović: Even though the producers in the cured and smoked meat industry are considered competitors, I believe we are partners first, and try to foster good relations with everyone. I think each producer is a unique in some way, and it is those differences that make us all recognizable. That's the charm of this type of product: being similar, but distinct.

Martex is celebrating 33 years of existence this month. Your company has certainly given a strong impulse to the development of the domestic agricultural production, with exceptional and recognized quality. We would appreciate if you could make a brief retrospective of the company's history and production capacities?

D. Martinović: This year it will be 33 years of our company's establishment. Since 1992, when it was founded, we were producing only a few hundred prosciuttos per year. Today, we are producing 50,000 prosciuttos per year, which is quite a remarkable number for a medium-sized enterprise in a small country such as ours. We have increased a production space of just a few hundred square meters to nearly 3,000 square meters. From just a few employees, we now have over 60 team members. We are most proud of the fact that there is hardly a family that hasn't tried our products, we are present in every

home, and as our slogan says, our products are always "served first at the dining table".

What are the company's results this year in terms of production, sales, product range expansion, and financial indicators?

D. Martinović: In recent years, managing, sales, and expansion of the production, have been full of challenges. You have to be pragmatic, practical, and flexible to stay competitive in a small market such as ours.

The number of new customers is increasing, as well as the new companies, new approaches and business methods, but the barriers largely remain the same. We receive very little support and often face a lack of understanding for our problems, so we are left alone to cope with them. Financial indicators are not always the best measure of success in this industry, quality is the benchmark, especially since we depend on imports and global market prices.

How would you assess the current business environment in Montenegro, especially in the meat production sector?

D. Martinović: The meat industry is a complex process, and any change directly affects the product. Challenges such as climate change have a direct impact on product, and it's not easy to find adequate solutions to preserve both the product and the consistency of quality.

What are your development plans for the upcoming period?

D. Martinović: Our development plans include expanding production facilities, winning new markets, and introducing new products. How successful we'll be in the next few years remains to be seen.

PREDSJEDNICA PKCG DR NINA DRAKIĆ ZA MAGAZIN „LIDERI KOJI POMJERAJU GRANICE“ ND VIJESTI

KOMORA ZA NOVO DOBA: SNAGA PRIVREDE U VREMENU TRANSFORMACIJA

Ako se ima u vidu da je konkurentnost privrede, naročito na internacionalnom planu, postala direktno proporcionalna stepenu digitalne transformacije poslovanja preduzeća, prirodno je i za očekivati da Komora bude pokretač i nosilac procesa digitalne transformacije u okviru biznis zajednice

U magazinu „Lideri koji pomjeraju granice“ ND Vijesti, objavljen je intervju sa predsjednicom dr Ninom Drakić, koja je predstavljena kao „prva žena na čelu Privredne komore Crne Gore, institucije koja zastupa interese crnogorske privrede i koja će uskoro obilježiti vijek postojanja i rada“.

Kao mlada poslovna žena, doktor ekonomskih nauka, došli ste na čelo Privredne komore. Prvi put u njenoj istoriji njome rukovodi žena. Koliko je za Vas bilo izazovno preuzeti ovu važnu funkciju?

N. Drakić: Voditi instituciju koja traje gotovo jedan vijek, u kojoj sam profesionalno učila, razvijala se i sazrijevala, za mene je zaista privilegija. Smatram da sam funkcijom predsjednice Komore, na koju sam izabrana voljom privrednika, preuzela veliku, važnu i dostojanstvenu ulogu u sprovođenju misije za stupanja interesa cjelokupne crnogorske privrede. Prije stupanja na ovu funkciju, imala sam zadovoljstvo da upravo kroz rad u Komori učim i profesionalno se razvijam uz izuzetne žene i muškarce iz visokog i srednjeg menadžmenta, čiji sam dio u jednom periodu i ja bila. Zahvaljujući tome, vjerujem, imam izoštreniji pogled na ono što treba da budu prioriteti rada ove institucije, pa time i širi pristup rješavanju izazova pred kojima se privreda i privrednici nalaze u svakodnevnom poslovanju. Privredna komora Crne Gore je institucija koja objedinjuje crnogorsku privredu već 97 godina i uspjehnost njene misije se u svakom vremenu može mjeriti podrškom koju dobijaju kroz komorske aktivnosti. Imam veliko poštovanje i odgovornost prema sve mu što su generacije prethodnika

na ovom mjestu uradile. Nastojim da doprinesem da budemo još efikasnija i modernija organizacija, spremna da se brže prilagođava izazovima sadašnjeg složenog ekonomskog trenutka.

Privredna komora intenzivno učestvuje u radu brojnih međunarodnih komorskih asocijacija, a karakteriše je i visok stepen integrisanosti u mrežu međunarodne poslovne saradnje...

N. Drakić: Privredna komora aktivno učestvuje u radu velikog broja međunarodnih komorskih institucija. Nedavno smo preuzeli predsjedavanje Asocijaciji balkanskih komora (ABC) koja ima za cilj da pomogne poslovnim aktivnostima na Balkanu. Očekujemo da se u ovoj godini sjedište Sekretarijata komorskog investicionog foruma za zapadnog Balkana premjesti u Podgoricu. Osnivanjem ovog foruma, predsjednici privrednih komora zemalja zapadnog Balkana izrazili su, pored ostalog, inicijativu za aktivno uključivanje nacionalnih privrednih komora u realizaciju konkretnih ciljeva Berlinskog procesa. Komora je članica Eurochambresa, najveće evropske poslovne asocijacije koja okuplja 42 nacionalna udruženja privrednih komora i dvije transnacionalne komorske organizacije, i predstavlja više od 20 miliona preduzeća i evropsku mrežu od 1.700 regionalnih i lokalnih komora. Eurochambres zastupa evropske poslovne interese, upravlja i koordinira različitim projektima kako u korist komora, tako i šire poslovne zajednice. Aktivno učestvujemo i u radu Forumu privrednih komora Jadransko-jonskog područja (AIC forum) čiji je cilj unapređenje privrednog razvoja u Jadransko-jonskoj regiji. Članstvom u Međunarodnoj trgovinskoj komo-





ri (ICC) doprinosimo promovisanju međunarodne trgovine i investicija kao pokretača inkluzivnog rasta i prosperiteta, a u Asocijaciji privrednih komora Mediterana (ASCAME) unapređenju ekonomske saradnje između zemalja Mediterana.

Dinamična međunarodna aktivnost se sprovodi i kroz povezivanje domaćih i inostranih kompanija...

N. Drakić: Komora je vrlo aktivna u povezivanju domaćih i inostranih kompanija, kako kroz organizovanje poslovnih foruma u zemlji i inostranstvu, tako i kroz organizovanje nastupa crnogorskih privrednika na sajmovima. Oslušujemo pažljivo potrebe privrede i njihova interesovanja i na osnovu toga planiramo posjete sajmovima i participaciju u troškovima. S ponosom ističem da je Crna Gora prvi put imala štand na Međunarodnom tehnološkom sajmu „GI TEX Europe“, koji je od 21. do 23. maja 2025. godine održan u Berlinu, Njemačka. Riječ je o jednom od najznačajnijih tehnoloških događaja u Evropi, koji je okupio preko 2.500 izlagača i više od 1.500 starapa iz preko 100 zemalja, predstavljajući inovacije iz oblasti kao što su vještačka inteligencija, veliki podaci, cloud tehnologije, sajber bezbjednost, digitalni gradovi, zelene tehnologije, kvantno računarstvo i Web 3.0. Na nacionalnom štandu Crne Gore, proizvode i usluge predstavilo je 15 domaćih kompanija, koje razvijaju softverska rješenja, digitalne servise i inovativne proizvode sa potencijalom za globalno tržište. Tradicionalno uče-

šće na Međunarodnom sajmu poljoprivrede u Novom Sadu, crnogorskim proizvođačima donijelo je fantastičnih 200 nagrada. Crnogorski privrednici, u organizaciji Privredne komore, bili su u prilici i da posjete sajmove hrane u Dubaiju i Milanu, sajam namještaja u Milanu, Foto: Bojan Gnjidić sajam audio-vizuelnih tehnika u Barseloni i mnoge druge. Takođe, u okviru svjetske izložbe EXPO 2025 u Osaki, održan je uspješan poslovni forum sa preko sto učesnika, dok su od početka godine u Podgorici svoja iskustva i kontakte razmijenili privrednici Crne Gore i Slovačke, Češke, Italije, Mađarske, a tokom Dana Crne Gore u Normandiji i crnogorski i francuski privrednici. Privrednici nastupe na sajmovima i učešće u poslovnim forumima ocjenjuju vrlo korisnim, kako zbog razmjene i sticanja znanja i iskustava, tako i zbog proširenja mreže poslovnih partnerstava i upoznavanja sa najnovijim svjetskim trendovima u raznim oblastima.

Nakon preuzimanja funkcije predsjednice PKCG, inicirali ste projekat „Moja e-komora“. Kako ovaj projekat, čija je realizacija u toku, doprinosi privredi?

N. Drakić: Digitalna transformacija poslovanja Privredne komore, kroz projekat „Moja e-komora“, imaće jak multiplikativni efekat na poslovanje preduzeća kroz niz usluga koje će štedjeti vrijeme, resurse, te unapređivati nivo digitalne pismenosti zaposlenih. Realizacijom projekta biće povećana dostupnost usluga koje Komora nudi

svojim članicama. Cilj je učiniti Komoru pristupačnijom za što veći broj preduzeća, kroz povećanje dostupnosti i interaktivnosti, koju će omogućiti veb-platforma, te intenziviranje komunikacije sa članicama. Komora je kroz implementaciju projekta „Moja e-komora“ potvrdila spremnost, ne samo da pra ti, već da bude i akter savremenih koncepata koje nameće Industrija 4.0.

Digitalna transformacija je postala predušlov produktivnosti i efikasnosti, bilo da se radi o privatnom ili javnom sektoru. Šansu Crne Gore u doba digitalne ere predstavlja dostupnost velikog globalnog internet tržišta, koje ima oko tri milijarde korisnika. Ako se ima u vidu da je konkurentnost privrede, naročito na internacionalnom planu, postala direktno proporcionalna stepenu digitalne transformacije poslovanja preduzeća, prirodno je i za očekivati da Komora bude pokretač i nosilac procesa digitalne transformacije u okviru biznis zajednice.

Snaga je u svima nama, Za naš razvoj, Kupujmo naše, Dobro iz Crne Gore... neke su od aktivnosti i projekata kojima Privredna komora ostvaruje još jedan od prioritarnih zadataka – promociju crnogorske privrede i afirmaciju domaćih proizvođača. Prvi put sprovedite i nagradnu igru, kako biste podigli svijest o značaju kupovine domaćih proizvoda. Da li ima ekonomskog patriotizma u Crnoj Gori?

N. Drakić: Komora kontinuirano spro-

vodi aktivnosti i projekte usmjerene na podizanje svijesti o značaju kupovine domaćih proizvoda, ali i značaju uloge crnogorske privrede. Ponoviti i podsjetiti da od deset eura potrošenih na kupovinu domaćih proizvoda, čak osam eura ostaje u Crnoj Gori. Ako deset eura potrošimo na kupovinu uvoznih proizvoda, našoj zemlji ostaje svega dva eura - što znači da zapravo ulažemo u neku drugu ekonomiju. Zato je bitno da imamo jaku i ujedinjenu privredu, ulažemo u nju i snažno je podržavamo. Periodi kriza i niz dešavanja globalnih razmjera čije nas posljedice nijesu mi-moišle, ni kao ekonomiju ni kao društvo, nedvosmisleno potvrđuju da je privreda temelj društva i države. Bez jake privrede nema jakih institucija, nema izgradnje infrastrukture, kvalitetnog obrazovanja, zdravstvene zaštite, stabilnog penzionog sistema. Svaki uspješan privredni poduhvat nije samo ekonomska, već i društvena vrijednost. Svako novo radno mjesto, svaka inovacija, svaki plasman crnogorskih proizvoda na inostrana tržišta - je doprinos boljoj i prosperitetnijoj Crnoj Gori.

Crna Gora ima potencijal za razvoj ekonomskog patriotizma, koji podrazumijeva politiku kojom se promovira i podržava domaća proizvodnja, kompanije i radna snaga, kroz kupovinu domaćih proizvoda, podsticanje domaćih investitora, fiskalne i regulatorne olakšice za domaće preduzetnike. Komora sprovodi niz aktivnosti na polju edukacije, ali često nedostaje

strateški pristup i koordinisane aktivnosti svih aktera - države, privrede, obrazovnih institucija, civilnog sektora. Da ima potencijala, svjedoči i odaziv na nagradnu igru KUPUJMO NAŠE, koju, kako sam spomenula, trenutno sprovodimo.

Žena ste. Liderka. Da li Vam ta činjenica odmaže ili pomaže u uspješnom obavljanju Vaših poslova predsjednice Komore? Gdje je danas žensko preduzetništvo u Crnoj Gori?

N. Drakić: Mislim da uspjeh zavisi od spremnosti da posvećeno i vrijedno radite, bez obzira da li je riječ o muškarcima ili ženama. Prvu svijest o jednakosti ili nejednakosti polova dobijamo u porodici, te je stoga važno da kao društvo budemo posvećeni tretiranju ovog pitanja prije svega u porodici, kao osnovnoj ćeliji društva.

Sigurna sam da će biti mnogo više uspješnih žena kada bude manje stereotipa o muškim i ženskim ulogama i poslovima. Istrajnost, spremnost da se istražuje i usvajaju nova znanja, odgovornost i predanost poslu ključni su za postizanje uspjeha. Ekonomsko osnaživanje žena, njihovo veće učešće u biznisu i kreiranju poslovnog ambijenta od izuzetnog je značaja za razvoj i ukupni prosperitet našeg društva.

Na čelu sam institucije koja je posvećena afirmaciji i promociji ženskog preduzetništva, i kroz različite aktivnosti i projekte pruža podršku ekonomskom osnaživanju žena i jačanju njihovog

preduzetničkog potencijala. Ohrabruju podaci da sve više žena u Crnoj Gori pokreće i vodi sopstveni biznis. Za još bolje rezultate potrebno je da na stavimo da promoviramo žensko preduzetništvo, omogućimo edukacije na teme važne za pokretanje i unapređivanje poslovanja, organizujemo razmjenu iskustva između uspješnih preduzetnica i početnica, uz stalan rad na unapređivanju po slovnog ambijenta i (izdašnu) finansijsku podršku za žene u biznisu.

Osim toga, imperativ je povećati broj žena u upravljačkim strukturama kompanija. To može biti od velike važnosti za kompaniju i upravo zbog toga treba promovirati tu vrstu prisustva žena u biznisu. Raznolikost u odlučivanju može dovesti do boljih i raznovrsnijih rješenja, kao rezultat različitih perspektiva, iskustava i ideja. Istraživanja rađena u nekim zapadnim ekonomijama potvrđuju da takve kompanije bolje upravljaju rizicima, pokazuju veći stepen inovativnosti i imaju naglašeniji fokus na društveno odgovorno poslovanje, što im donosi bolje poslovne rezultate. Prepoznaju se kao etički orijentisane, što može uticati na privlačenje investitora, i klijenata/potrošača. Ovo su sve, po mom sudu, valjani razlozi da se usmjerimo na bavljenje ovim pitanjem, ne zbog broja i kvota, već raznolikosti koja doprinosi kvalitetu.

Izvor: „Lideri koji pomjeraju granice“ ND Vijesti





POSLOVNI FORUM U NORMANDIJI

RASTE INTERESOVANJE FRANCUSKIH KOMPANIJA ZA CRNU GORU

Privredna komora organizovala je Dane Crne Gore u Normandiji, u saradnji sa našom Ambasadom u Francuskoj i Ministarstvom vanjskih poslova. Crnogorsku delegaciju su ugostili grad Kaen i Normandija, jedna od tri ekonomski najsnažnije u Francuskoj.

U okviru Dana Crne Gore u Normandiji, u Kaenu je održan forum crnogorskih i francuskih privrednika.

Predstavnicima kompanija su se obratili preds-

jednica Privredne komore dr **Nina Drakić**, predsjednik Skupštine ove asocijacije **Stevan Karadaglić**, ministarka turizma **Simonida Kordić**, direktor međunarodne saradnje u Privrednoj komori Regije Normandija **Ksavier Fraval** i ekonomski ambasador Normandije **Daniel Delahaye**. Forumu su prisustvovali i ambasador Crne Gore u Francuskoj **Ivan Ivanišević** i princ **Nikola Petrović Njegoš**.

Predsjednica Drakić je istakla da su veze između Crne Gore i Normandije, kao jedne od regija koje simbolizuju industrijsku superio-



rnost Francuske, mnogobrojne i snažne, a da poslovni forum predstavlja još jedan bitan korak intenzivne saradnje sa brojnim francuskim institucijama – među kojima su i Ambasada Republike Francuske u Crnoj Gori, MEDEF International, Agencija za ekonomski razvoj Regije Normandija, Privredna komora Normandije, kao i Udruženje francusko-crnogorskih preduzeća.

„Tokom prethodnih godina, svjedočimo rastu interesa francuskih kompanija za crnogorsko tržište. Naša robna razmjena dostigla je vrijednost od preko 110 miliona eura u 2024. godini, sa značajnim uvozom vozila, farmaceutskih i kozmetičkih proizvoda i industrijske opreme. S druge strane, iako je crnogorski izvoz u Francusku još uvijek simboličan i on pokazuje trend rasta. Francuzi vole Crnu Goru i spadaju u red evropskih zemalja čiji građani u najvećem broju posjećuju našu zemlju. Skoro 100.000 francuskih turista svake godine posjeti Crnu Goru i ono što je najvažnije, nose najljepše utiske i ponovo se vraćaju. Međutim, ono što zahtijeva našu obostranu pažnju su direktne investicije iz Francuske, imajući u vidu ogromne potencijale i benefite koje nudi Crna Gora”, istakla je u svom obraćanju Drakić.

Predsjednica ističe da posjeta crnogorske delegacije predstavlja više od protokolarnog susreta.

„Riječ je o potvrdi naše posvećenosti jačanju

privrednih veza sa Normandijom, regijom koja je s jedne strane simbol otpora, obnove i evropskih vrijednosti – vrijednosti koje i Crna Gora dijeli, i za koje se i danas bori na svom evropskom putu. S druge strane, Normandija je energetska centar Francuske sa avangardnom agrotehnologijom u proizvodnji hrane i sa snažnom farmaceutskom industrijom i brodogradnjom, dok je Kaen, kao srce Normandije, regionalni univerzitetski centar sa preko 30.000 studenata. Upravo u tim oblastima Crna Gora vidi prostor za izgradnju strateških partnerstava. Takođe, francuska inicijativa *La French Tech*, kao i snažan fokus Normandije na cirkularnu ekonomiju, digitalnu transformaciju i borbu protiv klimatskih promjena, poklapaju se sa razvojnim ciljevima Crne Gore”, rekla je Drakić, pozivajući privrednike da iskoriste forum kao platformu za izgradnju trajnih partnerstava.

Ministarka turizma **Simonida Kordić** uputila je poziv kompanijama iz Normandije i šire da prepoznaju Crnu Goru kao perspektivnu destinaciju za ulaganja, posebno u sektoru turizma i pratećih usluga.

„Crna Gora jeste mala zemlja, ali je zemlja velikih ambicija i jasne evropske perspektive. Članstvo u Evropskoj uniji je naš prioritet, a kao prva naredna članica, spremni smo da otvorimo vrata za razmjenu znanja, iskustava i investicija. Želimo da ovaj forum protekne u prijateljskom i konstruktivnom duhu, ali i

Normandija je energetska centar Francuske sa avangardnom agrotehnologijom i snažnom farmaceutskom industrijom i brodogradnjom, a upravo u tim oblastima Crna Gora vidi prostor za izgradnju strateških partnerstava



sa jasnim ciljem – da se postignu konkretni dogovori, sklope partnerstva i otvore vrata zajedničkoj, prosperitetnoj budućnosti”, istakla je Kordić.

Investicione potencijale Crne Gore prisutnima je predstavio **Nenad Radović** iz Agencije za investicije, koji je iskazao posebnu zahvalnost Privrednoj komori na njenoj uspješnoj misiji internacionalizacije privrede i podrške institucijama ekonomskog spektra.

Nakon prezentacija održani su B2B sastanci na kojima su privrednici dvije zemlje razmijenili kontakte, znanja i iskustva.

Tokom Dana Crne Gore u Normandiji, u organizaciji Nacionalne turističke organizacije koja je bila partner PKCG u kreiranju i realizaciji događaja, na nekoliko mjesta u gradu Kaenu, bogatstvo crnogorskog folklora predstavilo je KUD „Njegos” sa Cetinja, a koncert je održao i crnogorski trio **Dijana Orlandić** (flauta), **Miroslav Ilić** (harmonika) i **Petar Dobričanin** (gitara).

Crnogorskoj večeri koja je potom organizovana prisustvovali su najviši predstavnici regije, a za sjajnu gastronomsku ponudu se pobrinuo profesor **Milivoje Đukanović**.





U POSJETI PREHRAMBENOJ INDUSTRIJI I HABU ZA INOVACIJE

U sklopu Dana Crne Gore u Normandiji, najviši predstavnici Privredne komore, preduzeća i institucija su posjetili fabriku sira, maslaca, hrane za novorođenčad i mliječnih konditora „Isigny Sainte Mere” i bili gosti generalnog direktora **Geralda Andriota** i njegovih saradnika.

Riječ je o jednoj od najvećih fabrika mliječnih proizvoda u Evropi koja je izvozno orijentisana, a njihovi proizvodi prisutni su u Crnoj Gori u okviru ponude lanca marketa Voli. Predstavnici crnogorskih kompanija imali su priliku da se upoznaju sa tradicijom, kvalitetom i tehnologijom ove fabrike koja već deceniju

unazad bilježi konstantan uspjeh i rast vodeći naročito računa o održivom razvoju uz najviše standarde zaštite životne sredine i očuvanja sveukupnog poslovnog okruženja uz stalnu humanizaciju rada.

Radna posjeta nastavljena je u habu za inovacije, intelektualnu svojinu i razvojni inženjering „Normandie incubator” sa sjedištem u Kaennu. Delegacija Crne Gore imala je sadržajan sastanak sa izvršnim direktorom **Laurentom Protinom**, koji je predstavio inkubator na čiji portfolio se oslanja preko 50 obrazovnih ustanova, ekonomskih klastera i biznis korporacija. Normandie incubator nezaobilazna je adresa na ekonomskom putu od ideje do stavljanja kompanija u stanje industrijske funkcije.



AIC FORUM U PORTOROŽU

UNAPREĐENJE PUTNE I ŽELJEZNIČKE INFRASTRUKTURE U REGIJI



Predstavnici Privredne komore Crne Gore, potpredsjednik **Pavle D. Radovanović** i sekretar Odbora udruženja za saobraćaj **Aleksandar Mitrović**, učestvovali su na Forumu Jadransko-jonske inicijative (AIC Forum) u Portorožu, Slovenija, na temu unapređenja putne i željezničke povezanosti u jadransko-jonskoj regiji kroz adresiranje prekograničnih izazova kroz institucionalni dijalog i uvide privrednih komora regiona.

Sekretar odbora udruženja za saobraćaj, Aleksandar Mitrović, učestvovao je na panelu „Putna infrastruktura i uska grla na granicama jadransko-jonske regije: izazovi i rješenja”. On je istakao da povezanost željezničke i putne infrastrukture Crne Gore sa susjednim državama još uvijek je suočena s nizom izazova. Prvenstveno, fizička infrastruktura graničnih prijelaza, nedovoljna usklađenost i koordinacija rada različitih inspeksijskih službi koje često djeluju bez jedinstvenih procedura i elektroničke razmjene podataka. Ukazao je da regi-

onalni mehanizmi poput Transportne zajednice (Transport Community Treaty) igraju ključnu ulogu u poticanju infrastrukturnog razvoja, regulatornog usklađivanja i jačanja institucionalnih kapaciteta zemalja Zapadnog Balkana. Kroz ovaj okvir, Crna Gora dobija podršku za usklađivanje s EU regulativom u području transporta, uključujući propise o sigurnosti, zaštiti okolne, interoperabilnosti i digitalizaciji.

„U tom cilju Privredna komora Crne Gore u partnerstvu sa nadležnim institucijama razvija sistem elektronskog tovarnog lista, odnosno e-CMR. Na taj način će se digitalizacijom robnih dokumenata smanjiti troškovi privrede, smanjiti čekanja na graničnim prelazima, pojednostaviti procedure i otkloniti uska grla u prekograničnom prometu”, naveo je Mitrović.

Ministarska saobraćaja, **Maja Vukićević**, učestvovala je na istom događaju u diskusiji na ministarskom panelu „Unapređenje drumskog i željezničkog povezivanja u Jadransko-jonskom regi-

onu“, sa posebnim fokusom na regionalnu saradnju i evropske integracije kroz infrastrukturni razvoj.

U svom izlaganju, ministarka Vukićević naglasila je ključnu ulogu Evropske unije u podršci infrastrukturnim projektima na Zapadnom Balkanu, posebno u Crnoj Gori, kroz mehanizme kao što su IPA fondovi i Investicioni okvir za Zapadni Balkan. Ministarka je detaljno predstavila strateške projekte Crne Gore: završetak auto-puta Bar–Boljare kao ključnog teretnog koridora i izgradnju brze saobraćajnice duž crnogorskog primorja, koja će povezati Crnu Goru sa Hrvatskom i Albanijom. Posebnu pažnju posvetila je reformi željezničkog sektora. Govoreći o regionalnoj saradnji, istakla je da Crna Gora intenzivno razvija infrastrukturne projekte sa Srbijom, Albanijom i Bosnom i Hercegovinom.

„Regionalna saradnja i infrastrukturna povezanost nijesu samo tehnička pitanja, to su strateški preduslovi za ekonomski rast, političku stabilnost i evropske integracije“, poručila je Vukićević.

PROF. DR VELIBOR PEULIĆ, IRU INSTRUKTOR, EKSPERT ZA
TRANSPORTNU POLITIKU I DIGITALIZACIJU LOGISTIKE

CRNA GORA NA PUTU KA MODERNOM I ODRŽIVOM LOGISTIČKOM SISTEMU

Digitalizacija transportne dokumentacije nije više pitanje budućnosti, već nužnost sadašnjice, naročito za zemlje koje teže evropskim integracijama i većoj regionalnoj povezanosti. Crna Gora je, zahvaljujući saradnji Privredne komore i Međunarodne unije za drumski transport (IRU), već zakoračila ka implementaciji elektronskog tovarnog lista (eCMR). O tome kakve konkretne koristi donosi ovaj protokol, koje su prepreke na putu njegove potpune

primjene, kao i kako eCMR doprinosi konkurentnosti, održivosti i efikasnosti crnogorskog i regionalnog transportnog sektora, za Glasnik govori prof. dr **Velibor Peulić**, ekspert za transportnu politiku i digitalizaciju logistike.



Uvođenje e-CMR protokola je strateški korak ka digitalizaciji transportnog sektora, koji otvara vrata za integraciju u jedinstveno tržište EU

S obzirom na to da je Crna Gora kroz saradnju Privredne komore i IRU-a već napravila prve korake ka implementaciji eCMR-a, kakve konkretne koristi očekujete od pune primjene ovog protokola za prevoznike, špeditere i carinske službe, te koji su najveći izazovi u tom procesu?

V. Peulić: Uvođenje e-CMR protokola u Crnoj Gori je strateški korak ka digitalizaciji transportnog sektora, koji Crnoj Gori otvara vrata za integraciju u jedinstveno tržište EU i globalne logističke tokove. Ključna korist je modernizacija poslovanja svih aktera u lancu snabdijevanja – od prevoznika do carinskih i inspeksijskih službi.

Digitalni tovarni list povećava efikasnost, smanjuje birokratiju, ubrzava protok informacija i roba, što direktno doprinosi konkurentnosti sektora. Takođe, usklađenost sa eFTI regulativom EU znači da će Crna Gora biti interoperabilna sa evropskim digitalnim sistemima.

Implementacija omogućava: automatizaciju carinskih procedura, praćenje robe u realnom vremenu, smanjenje vremena zadržavanja na granicama, povećanu sigurnost i transparentnost.

Najveći izazovi su: zakonodavne prilagodbe, uspostavljanje IT infrastrukture i edukacija korisnika. Ipak, zahvaljujući pilot projektu realizovanom u saradnji sa Privrednom komorom Crne Gore i IRU, Crna Gora je u prednosti u odnosu na druge zemlje regiona.

Crna Gora je potpisnica CMR konvencije, ali još nije ratifikovala eCMR protokol. Koje su ključne prepreke za ratifikaciju i kako ih prevazići?

V. Peulić: Ratifikacija dodatnog protokola uz CMR konvenciju o elektronskom tovarnom listu predstavlja formalni uslov za punu primjenu e-CMR u međunarodnom transportu. Ključni izazovi nisu tehničke prirode, već su vezani za usklađivanje zakonodavstva i institucionalne koordinacije.

Privredna komora, u partnerstvu sa resornim ministarstvom i Vladom, već je pokrenula proceduru ratifikacije i očekuje se da će Parlament

do jeseni 2025. godine usvojiti protokol. Vjerujemo da će politička volja i svijest o značaju digitalizacije olakšati ovaj proces.

Na koji način digitalizacija transportne dokumentacije, kroz eCMR i eFTI standarde, može uticati na konkurentnost crnogorskog transporta na regionalnom i evropskom tržištu?

Digitalizacija značajno podiže konkurentnost transportnog sektora, jer: ubrzava carinske i granične procedure, eliminiše greške u dokumentaciji, povećava predvidivost i kontrolu nad pošiljkama, smanjuje operativne i administrativne troškove.

Na osnovu ekonomske analize, kompanije koje koriste e-CMR ostvaruju godišnje uštede od 60-70% u odnosu na papirnu dokumentaciju. Takođe, digitalizacija omogućava bržu fakturaciju i bolju integraciju sa carinskim i logističkim sistemima EU.

Koliko je crnogorski transportni sektor spreman za digitalnu transformaciju i kakvu podršku očekujete od države i privatnog sektora?

V. Peulić: Transportni sektor Crne Gore je u fazi spremnosti i ubrzane potrebe za digitalizacijom. Kompanije su sve više svjesne koristi e-CMR-a i drugih digitalnih alata, ali im je potrebna snažna institucionalna podrška za implementaciju.

Koji su najveći izazovi za prevoznike i logističke kompanije na Zapadnom Balkanu?

V. Peulić: Transport i logistika čine krvotok svake ekonomije. U Bosni i Hercegovini ovaj sektor ima ogroman potencijal, ali nije sistemski razvijan više od dvije decenije. Nedostatak dugoročnih strategija, usporena modernizacija infrastrukture i složene administrativne procedure opterećuju svakodnevno poslovanje prevoznika i logistike.

Regionalno gledano, prepoznajemo četiri glavna izazova: **regulatorna neusklađenost i birokratija** – administrativne barijere između država, neusklađene procedure i tumačenja propisa otežavaju slobodan protok roba. Digitalni dokumenti poput eCMR-a nisu standardizovani,

Kvantiikacija koristi:

Kategorija	Procijenjena korist (EUR)
Smanjenje administracije	€3–€7 po dokumentu
Smanjenje vremena čekanja	€50–€200 po danu zadržavanja
Smanjenje grešaka	€500–€2.000 godišnje
Ekološke koristi	Teško kvantifikovati
Povećanje transparentnosti	Neposredna korist za korisnike

Papirni CMR vs. e-CMR:

Faktor	Papirni CMR	e-CMR
Trošak po dokumentu	€3–€10	€1–€3
Brzina obrade	Spora	Brza
Greške	Česte	Minimalne
Ekološki uticaj	Veći	Manji
Transparentnost	Ograničena	Visoka

a sistemi nisu interoperabilni; **hroničan nedostatak radne snage; zastarela infrastruktura i niska intermodalna povezanost** - logistički centri, željeznica i luke nisu adekvatno povezani - bez ulaganja u intermodalnost, sektor ostaje skup i neodrživ; **slaba institucionalna podrška i fiskalni podsticaji** – ne postoje strategije za subvencionisanje troškova, oslobađanje od parafiskalnih nameta i sistemsku digitalizaciju. Transportna preduzeća su često prepuštena sama sebi.

Uprkos svemu, region ima ogromne potencijale, kako u ljudskim kapacitetima, tako i u geografskom položaju. Potrebno je preći iz reaktivnog u proaktivni model upravljanja sektoru, kroz regionalnu saradnju, digitalnu transformaciju i podršku institucija. To je jedini put ka stvaranju konkurentnog, održivog i modernog transportnog sistema koji može odgovoriti na zahtjeve evropskog tržišta. Rješenje leži u regionalnoj saradnji, digitalizaciji i usklađivanju politika sa EU praksama.

U kontekstu održivosti i EU Zelene agende, kako vidite ulogu eCMR-a u smanjenju emisija i unapređenju ekoloških standarda u transportu?

V. Peulić: e-CMR je više od digitalne reforme – to je alat zelene tranzicije. Kroz primjere iz prakse, poput Slovenije, Italije i Njemačke, jasno se vidi da primjena elektronskih tovarnih listova: smanjuje upotrebu papira i troškove štampanja, povećava efikasnost i skraćuje vrijeme zadržavanja vozila, doprinosi smanjenju CO₂ emisija kroz optimizaciju ruta i kraće administrativne procedure, omogućava uštedu goriva i resursa, unapređuje nadzor nad tokovima robe i povećava transparentnost u lancima snabdijevanja.

Upravo zbog toga, e-CMR je kompatibilan sa ciljevima EU zelene agende i treba ga posmatrati kao dio šire digitalno-ekološke transformacije. Implementacija u Crnoj Gori će doprineti ne samo povećanju konkurentnosti, već i ispunjavanju međunarodnih obaveza iz oblasti klimatske politike.

e-CMR doprinosi **smanjenju upotrebe papira i**

fizičkih dokumenata, manjim emisijama CO₂ kroz kraće zadržavanje i bolje planiranje ruta, **promociji digitalne ekonomije** i održivog transporta.

U zemljama koje su ga implementirale, poput Slovenije i Italije, pokazao se kao efikasno sredstvo za racionalizaciju resursa. Crna Gora može iskoristiti eCMR kao instrument i za ekološke ciljeve EU.

Koje su prednosti prelaska sa papirne na digitalnu dokumentaciju za ubrzanje procedura na graničnim prelazima?

Crna Gora, kao tranzitna zemlja u središtu Zapadnog Balkana, ima ogroman interes za ubrzanje i modernizaciju graničnih procedura, a prelazak sa papirne na digitalnu dokumentaciju je ključni korak u tom pravcu.

Implementacija NCTS-a: Novi kompjuterizovani tranzitni sistem (NCTS) postepeno se uvodi u Crnoj Gori. Sistem omogućava elektronsko podnošenje i razmjenu tranzitnih deklaracija, čime se značajno smanjuje vrijeme zadržavanja na granici. Praktično, to znači brže procedure, smanjenje redova i veća efikasnost za prevoznike.

Digitalni T1 dokument: U okviru NCTS-a, T1 dokument – ključan za međunarodni tranzit – podnosi se elektronski, što omogućava brže odobravanje i obradu deklaracija, digitalnu razmjenu između carinskih ispostava, veću sigurnost i pouzdanost u kretanju robe kroz tranzitne zone.

Primjena elektronskog potpisa: Elektronski potpis ima punu pravnu snagu i koristi se za digitalno potpisivanje carinskih dokumenata. On omogućava autentičnost podataka (identitet pošiljaoca je potvrđen), integritet (dokument nije mijenjan nakon slanja), neporecivost (pošiljalac ne može osporiti sadržaj deklaracije).

Prednosti digitalne dokumentacije za granične procedure su: **ušteda vremena** - brže procedure značajno skraćuju vrijeme čekanja na granici; **niži troškovi**: eliminacija papira, manji troškovi arhiviranja i brža obrada; **povećana**

transparentnost: Digitalna evidencija i razmjena u realnom vremenu olakšavaju nadzor; **integracija sa EU sistemima:** NCTS i digitalni T1 usklađeni su sa standardima EU, što olakšava budući pristup jedinstvenom evropskom tržištu.

Crna Gora ovim potezima jasno pokazuje orijentaciju ka modernizaciji i efikasnijoj kontroli logističkih tokova, što je od presudnog značaja za privredu, trgovinu i održivi razvoj regiona. Prelazak na digitalnu dokumentaciju donosi dugoročne koristi i doprinosi usklađivanju sa evropskim integracionim procesima.

Kako procjenjujete potencijal Luke Bar da postane centralni logistički čvor regiona uz podršku digitalnih rješenja poput eCMR-a i ulaganja u intermodalnu infrastrukturu?

V. Peulić: Luka Bar ima izuzetno strateški potencijal da postane centralni logistički čvor regiona, ali pod uslovom da se njena razvojna strategija zasniva na tri ključna stuba: **digitalizaciji, intermodalnosti i regionalnoj saradnji.**

Implementacija rješenja poput **eCMR protokola** predstavlja prvi korak ka potpunoj digitalnoj transformaciji transportnih tokova. Digitalni tovarni list omogućava veću transparentnost, bržu razmjenu podataka i smanjenje administrativnih troškova – što su ključni elementi efikasne i savremene logistike.

Paralelno s tim, ulaganje u **intermodalnu infrastrukturu** – uključujući modernizaciju željezničke veze sa zaleđem, proširenje terminalnih kapaciteta i unapređenje carinskih procedura – omogućilo bi Luki Bar da poveže plovne, drumske i željezničke koridore u funkcionalnu cjelinu. Time bi se značajno rasteretio drumski transport, poboljšala održivost i privukli veći međunarodni logistički tokovi. Na kraju, ali ne manje važno – **regionalna integracija i strateško partnerstvo sa logističkim operaterima iz zemalja Zapadnog Balkana** ključ su dugoročnog uspjeha. Luka Bar ne može biti samo nacionalna luka, već mora postati **logistički servisni centar za cijeli region.**

Luka Bar ima potencijal da postane mediteranski logistički centar za Zapadni Balkan, ali samo ako se: digitalizuju svi dokumenti i procedure, modernizuje željeznička povezanost sa zaleđem, uspostavi integracija sa regionalnim logističkim centrima i carinskim terminalima. Uz e-CMR, Luka Bar postaje digitalno čvorište za robne tokove ka EU. Ključ je u pametnom povezivanju resursa, investicija i političke volje u pravcu digitalne i zelene logistike. Crna Gora ima jedinstvenu priliku da kroz implementaciju eCMR protokola postane lider digitalne transformacije transporta u regionu. Uz jačanje intermodalnosti i stratešku poziciju Luke Bar, moguće je stvoriti potpuno integrisani, transparentni i održivi lanac snabdijevanja koji povezuje Zapadni Balkan sa Evropom.



**PROF. DR VELIBOR PEULIĆ, IRU INSTRUCTOR, EXPERT IN
TRANSPORT POLICY AND LOGISTICS DIGITALISATION**

MONTENEGRO ON THE PATH TOWARDS A MODERN AND SUSTAINABLE LOGISTICS SYSTEM

The digitalisation of transport documentation is no longer a matter of the future—it is a necessity of the present, especially for countries aspiring to European integration and stronger regional connectivity. Thanks to the cooperation between the Chamber of Economy of Montenegro and the International Road Transport Union (IRU), Montenegro has already taken steps towards implementing the electronic consignment note (e-CMR). In this interview for *Glasnik*, Prof. Dr Velibor Peulić, an expert in transport policy and logistics digitalisation, discusses the concrete benefits of the e-CMR protocol, the main obstacles to its full implementation, and how e-CMR contributes to the competitiveness, sustainability, and efficiency of Montenegro's and the region's transport sector.

Considering that Montenegro, through the cooperation between the Chamber of Economy and the IRU, has already made initial steps towards implementing e-CMR, what concrete benefits do you expect from the full application of this protocol for transport companies, freight forwarders, and customs authorities, and what are the main challenges in this process?

V. Peulić: The introduction of the e-CMR protocol in Montenegro is a strategic move towards the digitalisation of the transport sector, opening the door for Montenegro's integration into the EU single market and global logistics flows. The key benefit is the modernisation of operations for all stakeholders in the supply chain—from transport operators to customs and inspection services.

The digital consignment note increases efficiency, reduces bureaucracy, accelerates the flow of information and goods, and thus directly contributes to the competitiveness of the sector. Moreover, alignment with the EU's eFTI regulation means that Montenegro will become interoperable with European digital systems.

Implementation enables: automation of customs

procedures, real-time cargo tracking, reduced border waiting times, enhanced safety and transparency.

The biggest challenges include legal adjustments, establishing the necessary IT infrastructure, and user training. However, thanks to the pilot project carried out in cooperation with the Chamber of Economy of Montenegro and the IRU, Montenegro is ahead of other countries in the region.

Montenegro is a signatory of the CMR Convention but has not yet ratified the e-CMR protocol. What are the key obstacles to ratification, and how can they be overcome?

V. Peulić: Ratifying the Additional Protocol to the CMR Convention on the electronic consignment note is a formal requirement for the full implementation of e-CMR in international transport. The main challenges are not of a technical nature but relate to legislative alignment and institutional coordination. The Chamber of Economy, in partnership with the relevant ministry and the Government, has already initiated the ratification process, and it is expected that Parliament will adopt the protocol by autumn 2025. We believe that political will and awareness of the importance of digitalisation will facilitate this process.

How can the digitalisation of transport documentation through e-CMR and eFTI standards impact the competitiveness of Montenegro's transport sector in regional and European markets?

Digitalisation significantly increases the competitiveness of the transport sector because it: speeds up customs and border procedures, eliminates documentation errors, improves predictability and control over shipments, reduces operational and administrative costs.

Based on economic analysis, companies using e-CMR achieve annual savings of 60–70% compared to those relying on paper documentation. Furthermore, digitalisation enables faster invo-

The introduction of the e-CMR protocol is a strategic step towards the digitalisation of the transport sector, opening the door to integration into the EU single market

icing and better integration with EU customs and logistics systems.

To what extent is Montenegro's transport sector ready for digital transformation, and what kind of support do you expect from the state and the private sector?

V. Peulić: Montenegro's transport sector is at a stage of readiness and an increasing need for digitalisation. Companies are becoming more aware of the benefits of e-CMR and other digital tools, but strong institutional support is necessary for successful implementation.

What are the biggest challenges for transport and logistics companies in the Western Balkans?

V. Peulić: Transport and logistics form the lifeblood of every economy. In Bosnia and Herzegovina, this sector holds enormous potential, but it has not been systematically developed for over two decades. The lack of long-term strategies, slow infrastructure modernisation, and complex administrative procedures burden the daily operations of carriers and logistics providers.

From a regional perspective, we can identify four main challenges: **Regulatory misalignment and bureaucracy** – Administrative barriers between countries, inconsistent procedures, and varying interpretations of regulations hinder the free flow of goods. Digital documents like e-CMR are not standardised, and systems are not interoperable; **Chronic labour shortages; Outdated infrastructure and low intermodal connectivity** – Logistics centres, railways, and ports are not adequately connected. Without investment in intermodality, the sector remains expensive and unsustainable. Weak institutional support and lack of fiscal incentives – There are no strategic programs for subsidising costs, eliminating para-fiscal charges, or supporting systematic digitalisation. Transport companies are often left to navigate challenges on their own.

Despite this, the region has great potential in terms of human resources and geographical position. We must shift from a reactive to a proactive model of sector governance, through

regional cooperation, digital transformation, and strong institutional support. That is the only path to building a competitive, sustainable, and modern transport system capable of meeting the demands of the European market. The solution lies in regional cooperation, digitalisation, and aligning policies with EU standards.

In the context of sustainability and the EU Green Agenda, how do you see the role of e-CMR in reducing emissions and improving environmental standards in transport?

e-CMR is more than a digital reform—it is a tool for green transition. Real-world examples from countries like Slovenia, Italy, and Germany clearly show that implementing electronic consignment notes: reduces paper usage and printing costs, increases efficiency and shortens vehicle waiting times, contributes to lower CO₂ emissions by optimising routes and shortening administrative procedures, enables fuel and resource savings, improves oversight of goods flows and enhances transparency in supply chains.

For these reasons, e-CMR is fully compatible with the objectives of the EU Green Agenda and should be viewed as part of a broader digital and ecological transformation. Its implementation in Montenegro will contribute not only to greater competitiveness but also to fulfilling international climate commitments.

e-CMR contributes to: reducing the use of paper and physical documentation, lowering CO₂ emissions through shorter wait times and improved route planning, promoting the digital economy and sustainable transport.

In countries that have implemented it, such as Slovenia and Italy, e-CMR has proven to be an effective tool for resource rationalisation. Montenegro can leverage e-CMR as an instrument for achieving both competitiveness and the EU's environmental goals.

What are the advantages of transitioning from paper to digital documentation for accelerating border crossing procedures?

Quantified benefits:

Category	Estimated Benefit (EUR)
Reduced administration	€3–€7 per document
Decreased waiting time	€50–€200 per day of delay
Fewer errors	€500–€2,000 annually
Environmental benefits	Difficult to quantify
Increased transparency	Immediate benefit for users

Montenegro, as a transit country at the heart of the Western Balkans, has a strong interest in speeding up and modernising border procedures, and the shift from paper to digital documentation is a key step in that direction.

Implementation of NCTS:

The New Computerised Transit System (NCTS) is gradually being introduced in Montenegro. It enables the electronic submission and exchange of transit declarations, significantly reducing border waiting times. In practice, this means faster procedures, shorter queues, and greater efficiency for carriers.

Digital T1 Document:



Paper CMR vs. e-CMR:

Factor	Paper CMR	e-CMR
Cost per document	€3–€10	€1–€3
Processing speed	Slow	Fast
Error frequency	Frequent	Minimal
Environmental impact	Higher	Lower
Transparency	Limited	High

Within the NCTS framework, the T1 document—essential for international transit—is submitted electronically, enabling: Faster approval and processing of declarations, digital exchange between customs offices, greater security and reliability in the movement of goods through transit zones.

Use of electronic signatures:

The electronic signature has full legal validity and is used to digitally sign customs documents. It ensures: **Data authenticity** (the sender's identity is verified), **Integrity** (the document has not been altered after submission), **Non-repudiation** (the sender cannot deny the content of the declaration).

Key benefits of digital documentation for border procedures: **Time savings:** Faster procedures significantly reduce waiting times at border crossings. **Lower costs:** No need for paper, lower archiving costs, and faster processing.

Increased transparency: Real-time digital records and exchanges facilitate oversight. **Integration with EU systems:** NCTS and digital T1 are aligned with EU standards, facilitating future access to the EU single market.

With these steps, Montenegro clearly demonstrates its commitment to modernising and improving the efficiency of logistics flow control—critical for the economy, trade, and sustainable regional development. The shift to digital documentation offers long-term benefits and supports the country's European integration process.

How do you assess the potential of the Port of Bar to become the central logistics hub of the region, supported by digital solutions like e-CMR and investments in intermodal infrastructure?

V. Peulić: The Port of Bar has significant strategic potential to become the central logistics hub of the region, provided that its development strategy is built on three key pillars: **digitalisation, intermodality, and regional cooperation.**

Implementing solutions such as the **e-CMR protocol** is the first step toward full digital transformation of transport flows. The digital consignment note enables greater transparency, faster data exchange, and reduced administrative costs—all crucial elements of an efficient and modern logistics chain.

At the same time, investment in **intermodal infrastructure**—including modernising rail connections to the hinterland, expanding terminal capacities, and improving customs procedures—would allow the Port of Bar to connect maritime, road, and rail corridors into a functional whole. This would significantly ease the burden on road transport, enhance sustainability, and attract larger international logistics flows.

Finally—and no less importantly—**regional integration and strategic partnerships** with logistics operators from Western Balkan countries are essential for long-term success. The Port of Bar cannot remain solely a national port; it must become a **logistics service centre for the entire region.**

The Port of Bar has the potential to become a Mediterranean logistics centre for the Western Balkans, but only if: all documents and procedures are fully digitalised, rail connections to the hinterland are modernised, integration with regional logistics centres and customs terminals is established.

With e-CMR, the Port of Bar becomes not only a gateway to the sea but also a **digital hub for goods flows toward the EU.** The key lies in smart coordination of resources, investments, and political will in the direction of digital and green logistics. Montenegro has a unique opportunity to become a **regional leader in digital transport transformation** through the implementation of the e-CMR protocol. Combined with strengthened intermodality and the strategic position of the Port of Bar, it is possible to create a fully integrated, transparent, and sustainable supply chain linking the Western Balkans with Europe.

POSJETA PRIVREDNIKA IZ TURSKE

POTENCIJAL ZA SARADNJU PRIVREDNIKA CRNE GORE I DIJARBAKIRA



Delegacija Privredne i industrijske komore turskog grada Dijarbakira (DTSO), na čelu sa predsjednikom Skupštine **Nevinom İlom**, posjetila je 1. jula Privrednu komoru Crne Gore i sa predsjednikom Skupštine ove asocijacije **Stevanom Karadaglićem**, te direktorima sektora za međunarodnu saradnju **Dušanom Radonjićem** i udruženja **Slavicom Pavlović** razgovarala o mogućnostima razvijanja saradnje u različitim sektorima.

Sagovornici su ocijenili da ovaj sastanak otvara mogućnost za tješnje povezivanje dvije komore i umrežavanje njenih članica, te identifikaciju novih poslovnih prilika.

Predsjednik Skupštine PKCG **Stevan Karadaglić** predstavio je krovnu asocijaciju crnogorske privrede i izrazio zadovoljstvo što privredna saradnja sa Turskom bilježi kontinuirani rast, a to pokazuje i trgovinska razmjena ostvarena u 2024. godini u iznosu 204 miliona eura, što je 10 odsto više nego prethodne godine.

„Postoji jasan potencijal za unapređenje privredne saradnje sa Turskom i posebno ohrabruje dinamika priliva stranih investicija iz te države koje su od 2019. do kraja 2024. godine iznosile 380 miliona eura. U Crnoj Gori posluje preko pet hiljada kompanija iz Turske, što je više od 25 odsto svih inostranih firmi aktivnih u našoj zemlji, a taj podatak je još značajniji kada se uzme u obzir da ih je prije samo šest godina bilo svega 250“, rekao je Karadaglić.”

On je ocijenio da prostor za saradnju sa privrednicima Dijarbakira postoji u oblasti energetike, građevinarstva, poljoprivrede, turizma, drvoprerađiva, tekstila, ICT i trgovine, kao i prenosu znanja u ovim oblastima.

Predsjednica Skupštine DTSO **Nevina İla** kazala je da su privrednici Dijarbakira zainteresovani za saradnju sa Crnom Gorom.

„Ovo područje je vrlo interesantno za naše investitore. I prije ove delegacije su naše članice posjećivale Crnu Goru istražujući mogućnosti za poslovanje, ali

smo i sami došli da se uvjerimo u ljepotu Crne Gore i njene potencijale. Vjerujemo da će doći do konkretne saradnje među našim komorama“, rekla je İla.

Privredna komora Dijarbakira okuplja 26 hiljada kompanija, dok ih je u cijeloj provinciji 90 hiljada. Dijarbakir ima 2,5 miliona stanovnika, pozicioniran je na istoku države i okrenut ka moru, dok u zaleđu ima pet graničnih prelaza što ovu oblast čini posebno pogodnom za trgovinu. Bogati su bakrom, ugljem, imaju razvijenu poljoprivredu, a u posljednje vrijeme ulazu u proizvodnju pistaća i lješnika.

U delegaciji iz Turske bili su **Mehmet Tazgel**, potpredsjednik Skupštine (građevinarstvo, prehrambena industrija), **Abidin Kakdaş**, član Upravnog odbora (ugovaranje metalnih radova), **Mehmet Nezir Güneş**, koordinator Centra za vanjske odnose i informacije o EU i **Çetin Inanç**, član Upravnog odbora (sektor poljoprivrede) i oni su se interesovali za mogućnosti investiranja i povoljnosti koje Crna Gora nudi inostranim kompanijama.

SASTANAK SA POČASNIM KOZULOM HRAČJOM MUSAJELJANOM

ICT POVEZUJE PRIVREDE CRNE GORE I JERMENIJE



Predsjednica Privredne komore Crne Gore dr **Nina Drakić** se sastala 8. jula s počasnim konzulom naše zemlje u Republici Jermeniji **Hračjom Musajeljanom**.

Razgovarano je o mogućnostima organizovanja poslovnog foruma dvije zemlje tokom naredne godine, što bi dalo doprinos unapređenju njihove privredne saradnje, povećanju robne razmjene i investicija, kao i stvaranju uslova za bolju turističku povezanost.

„Forum bi bio svojevrsan podstrek unapređenju ekonomskih odnosa dvije zemlje“, rekla je predsjednica Drakić, ističući važnu ulogu Privredne komore kao krovne poslovne asocijacije u Crnoj Gori u predstavljanju biznis zajednice u inostranstvu i zastupanju prema međunarodnim partnerima.

Prema njenim riječima, s obzirom na to da Jermenija ima vrlo razvijen IT sektor koji je u intenzivnom rastu i u našoj zemlji, forum bi mogao biti odlična prilika i za povezivanje privrednika iz ove

oblasti.

Drakić ističe da je pred Crnom Gorom investicioni ciklus u infrastrukturu – izgradnja auto-puteva i rekonstrukcija željeznice, što bi mogla biti dobra prilika za eventualno angažovanje privrednika iz Jermenije na ovim projektima.

„Vjerujemo da ćemo uskoro postati članica EU i jedinstvenog evropskog tržišta. Zato je investicija u Crnu Goru ulaganje i u evropsko tržište“, rekla je Drakić.

Počasni konzul Musajeljan smatra da bi poslovni forum u Crnoj Gori, nakon kojeg bi brzo uslijedio sličan događaj i u Jermeniji, značio konkretan korak ka uspostavljanju čvršćih ekonomskih veza i realizaciji zajedničkih aktivnosti koje bi doprinijele boljoj promociji privrednih potencijala obje zemlje.

„Jermenija je vrlo jaka u IT i bankarskom sektoru i ima šta da pruži. Ko je god došao u Jermeniju zaljubio se u nju jer nudi toliko toga što može da se vidi. Obostrano bi bilo interesantno razviti

turističku razmjenu“, kazao je on i dodao: „Vidim budućnost Crne Gore u turizmu i informacionim tehnologijama. Potrebno je razvijati i infrastrukturu da bi ljudi ovdje dolazili i otvarali svoje kompanije“.

Smatra da Crna Gora treba da uzme učešće u Sevan Startup Summitu koji u Jermeniji okuplja mlade startapove čiji su predstavnici u prilici da razmjenjuju znanja i iskustva, stvaraju čvrste veze i kreiraju zajedničke biznis ideje.

Predsjednica je zahvalila konzulu na energiji koju ulaže u aktivnosti kojima doprinosi povezivanju dvije države i apostrofirala da je Privredna komora pouzdan partner na jačanju privredne saradnje sa Jermenijom.

U radu su učestvovali **Dušan Radonjić**, direktor Sektora za međunarodnu saradnju u Privrednoj komori, **Dragan Pejović**, privrednik koji baštini saradnju sa Jermenijom i **Nina Hayrapetyan-Hajduković**, prevodilac na ovom sastanku.

FINANSIRAJME.EU

MOGUĆNOSTI FINANSIRANJA KROZ ZAPADNOBALKANSKI INVESTICIONI OKVIR



Privredna komora Crne Gore, organizovala je, u okviru Evropske mreže preduzetništva, skup pod nazivom FinansirajME.EU, čija je glavna tema bila pristup izvorima finansiranja za mikro, mala i srednja preduzeća. Privredi su predstavljene mogućnosti finansiranja kroz Zapadnobalkanski investicioni okvir (ZBIO), kao i iskustva korisnika i uloge komercijalnih banaka u promociji dostupnih sredstava.

Predsjednica Privredne komore dr **Nina Drakić** istakla je posebnu važnost podrške EU, kako kroz finansijske mehanizme poput Zapadnobalkanskog investicionog okvira, tako i kroz stratešku orijentaciju ka približavanju jedinstvenom tržištu. Ona je ukazala i na značaj aktivnosti Evropske investicione banke, Evropske banke za obnovu i razvoj i Međunarodne finansijske korporacije ne samo zbog finansijske podrške, već i zbog znanja, mentorstva i povjerenja koje

ove institucije unose u naš ekonomski sistem.

„Pristup kapitalu za mala i srednja preduzeća, posebno onom koji omogućava modernizaciju, digitalizaciju i energetska efikasnost, često ostaje jedan od glavnih ograničavajućih faktora njihovog rasta. Zbog toga je Zapadnobalkanski investicioni okvir – kao platforma koja integriše tehničku pomoć, finansijske instrumente i političku podršku – izuzetno značajan za naše tržište“, rekla je Drakić.

Ona ističe da su našim preduzećima potrebni modeli koji kombinuju grantove i povoljne kredite, uz tehničku pomoć i mentorstvo. Pristup kapitalu mora biti olakšan, a uslovi prilagođeni stvarnosti malih preduzeća – u pogledu procedure, ročnosti i fleksibilnosti, jer je to je ono što privredu može voditi naprijed. Drakić kaže da je EU jasno postavila strateške prioritete – zelenu i digitalnu tranziciju, jačanje otpornosti, regionalnu integraciju.

Preduzeća su kičma ekonomije EU i Crne Gore. Mikro, mala i srednja preduzeća moraju da se razvijaju, kako bismo unaprijedili privredu a prepreke koje to usporavaju – neformalnu ekonomiju, administrativna opterećenja, nedostatak radne snage i finansiranja, nedovoljno učešće žena i mladih – potrebno je otklanjati



„To su i naši prioriteti, pa je na nama da ih pretočimo u konkretne prilike za naše kompanije. Privredna komora će i dalje biti posvećen partner u ovom procesu – bilo kroz informisanje o dostupnim programima, umrežavanje sa međunarodnim partnerima, ili podršku u pripremi i realizaciji projekata“, zaključila je Drakić.

Riccardo Serri, zamjenik šefa Delegacije EU u Crnoj Gori zahvalio je Privrednoj komori na organizaciji uspješnog događaja.

„Preduzeća su kičma ekonomije EU i Crne Gore. Mikro, mala i srednja preduzeća moraju da se razvijaju, kako bismo unaprijedili privredu svih država članica i to Unija jasno prepoznaje. Prepreke koje usporavaju razvoj preduzeća – neformalna ekonomija, administrativna opterećenja, nedostatak radne snage i finansiranja, nedovoljno učešće žena i mladih – potrebno je otklanjati, jer je to veoma važno za integraciju Crne Gore u jedinstveno tržište“, kazao je Serri.

Prema njegovim riječima, EU mnogo radi na podršci preduzećima Zapadnog Balkana kroz Zapadnobalkanski investicioni okvir, te brojne projekte zelene ekonomije, programe koji malim i srednjim preduzećima omogućavaju da postanu efikasnija i više investiraju.

Tokom prvog panela, kojeg je moderirala dr **Ivana Tomašević**, direktorica Biznis startup centra Bar, I članica crnogorskog konzorcijuma Evropske mreže preduzetništva, razgo-

varalo se o podršci mehanizma Zapadnobalkanskog investicionog okvira razvoju malih i srednjih preduzeća. **Damien Sorrell**, šef Regionalnog centra za Zapadni Balkan Evropske investicione banke je naveo finansijske linije i mogućnosti finansiranja koje pružaju malim i srednjim preduzećima. U fokusu je podrška koja doprinosi smanjenju emisija CO₂ i negativnog uticaja na životnu sredinu, ubrzavanju digitalizacije i usvajanju tehnologije vještačke inteligencije, kao i investicije u razvoj vještina, te podrška inkluzivnijem zapošljavanju.

„Dakle inkluzija i zelena tranzicija su naš fokus za budućnost koji ćemo podržati namjenskim kreditnim linijama“, rekao je on.

Remon Zakaria, šef Kancelarije EBRD u Crnoj Gori, ističe da je glavni fokus ove međunarodne finansijske institucije na privatnom sektoru, a među ključnim prioritetima podrška njegovoj zelenoj tranziciji.

„Klimatske promjene su globalni izazov, a zelene investicije doprinose konkurentskoj prednosti preduzeća. Dakle, one nijesu samo dobre za planetu, već i za preduzeće, pa podržavamo zeleno i održivo“, kazao je on. Zakaria je istakao da je EBRD involvirana u programe koji podstiču rodnu ravnopravnost, naročito u svjetlu istraživanja koja pokazuju da preduzeća koja vode žene posluju sa manje rizika u odnosu na ostala.

Prema riječima predstavnika IFC za Crnu Goru i BiH **Armina Ridžalovića**, ova grupa-



cije Svjetske banke bavi se podrškom privatnom sektoru. On je, između ostalog, ukazao na paradoks da je u Crnoj Gori bankarski sektor visoko likvidan, a veliki broj malih preduzeća nema pristup finansiranju.

„Pokušavamo podstaći finansijski sektor da preuzima rizike kako bi se zatvorio ovaj jaz prisutan na tržištu“, rekao je Ridžalović.

Predstavnici crnogorske privrede su u drugom panelu, koji je moderirala **Tanja Radusinović**, direktorica Sektora za projekte u Komori prenijeli svoja iskustva u korišćenju finansijskih mehanizama.

Nikola Milić je istakao važnu ulogu EBRD u razvoju njegove kompanije Talija i hotelskog brenda Casa del Mare. Uz podršku EBRD implementirali su softversko rješenje za praćenje trendova ponude i potražnje, ušli u program konsultanata što je doprinijelo da normiraju troškove, edukuju kadar, te u potpunosti transformišu kompaniju, uz uspostavljanje standarda i procedura.

Slobodan Stanić, izvršni direktor Remid Vis kompanije kazao je da je saradnja sa EBRD rezultirala usvajanjem standarda kvaliteta u kompaniji, te da je uz podršku sredstava EU dobijenih preko NLB realizuje projekte u oblastima digitalizacije i zelene ekonomije.

Bojana Andrijašević je predstavila iskustvo saradnje kompanije Mistero sa mikrokreditnom institucijom Alter Modus, preko koje EBRD plasira sredstva u okviru programa za

razvoj malih i srednjih preduzeća.

Miljan Gogić, je takođe korisnik sredstava Alter Modusa namijenjenim podršci malim i srednjim preduzećima uz pomoć kojih je razvio kompaniju „Inženjer Gogić“ do visokog nivoa, sa godišnjim obrtom od pet miliona eura.

U okviru posebne sesije, koju je moderirala **Slavica Pavlović**, direktorica Sektora udruženja Privredne komore, razmotrena je uloga komercijalnih banaka i mikrokreditnih institucijau mehanizmu Zapadnobalkanskog investicionog okvira.

Predrag Vešović je upoznao učesnike sa organizacijom i proizvodima CKB sa fokusom na one koji su vezani za EU fondove – liniju Women in Business koja omogućava pristup finansiranju na dugi rok bez dodatnih kolateralata, te liniju za podsticanje konkurentosti čija je povoljnost bila 15 odsto refundacije na iznos kredita. Paralelno rade sa EBRD na razvoju novih linija koje podstiču investicije u zelene tehnologije i održivi razvoj, energetska efikasnost objekata i risk sharing.

Srdan Đurović je ovom prilikom prezentovao linije Alter Modusa kojim podržavaju preduzetništvo i privredu.

„Imamo značajne linije za preduzetnike, mikro i mala preduzeća. Cilj nam je prije svega da ojačamo kapacitete preduzetnika kako bi uopšte mogli da koriste sredstva EU. Klijenati nas prepozanju kao izvor finansiranja koji im omogućava da ojačaju“, kazao je on.

JAVNA OVLAŠĆENJA PRIVREDNIH KOMORA

KLJUČ ZA STABILNIJI I PREDVIDLJIVIJI POSLOVNI AMBIJENT



Saradnja privrede sa državnim institucijama je ključna za efikasnu realizaciju javnih ovlašćenja. Samo kroz partnerski odnos i otvoreni dijalog može se stvoriti ambijent u kojem će privreda imati uslove za razvoj i inovacije, a država alate za efikasnu kontrolu i podršku

Jačanje uloge privrednih komora kroz javna ovlašćenja ključno je za stabilniji i predvidljiviji privredni ambijent, ali taj proces mora biti praćen institucionalnim povjerenjem i stalnim unapređenjem kapaciteta, poručeno

je sa regionalnog okruglog stola „Javna ovlašćenja privrednih komora“ koji je Privredna komora Crne Gore organizovala u okviru predsjedavanja Asocijacijom balkanskih privrednih komora.

Cilj je bio da se razmjene iskustava i dobre prakse u oblasti javnih ovlašćenja koje su privrednim komorama povjerile nacionalne institucije, kao i identifikuju zajednički izazovi i mogućnosti za unapređenje uloge komora u savremenom privrednom ambijentu.

Predsjednica PKCG dr **Nina Dračić** kazala je da su privredne komore već decenijama neizostavan dio privrednih sistema, a njihova uloga je postajala sve važnija u procesu razvoja ekonomije, podsticanja investicija i unapređenja poslovnog ambijenta. Međutim, ono što ovu ulogu čini još značajnijom jesu upravo javna ovlašćenja koja su komorama povjerena kroz zakonske i podzakonske akte.

– Javna ovlašćenja predstavljaju specifične nadležnosti koje privredne

komore ostvaruju u ime države, ali i u interesu privrednih subjekata. Potvrda su povjerenja koje društvo ima u komore kao institucije koje nisu samo servis preduzetnika, već i partner državnim organima u sprovođenju određenih administrativnih i regulatornih funkcija. Takva uloga komora iziskuje visok nivo odgovornosti, transparentnosti i stručnosti – rekla je Drakić.

Ona ističe da javna ovlaštenja nije samo administrativna zaduženja – ona su most koji povezuje interese različitih aktera, obezbjeđuje zakonitost poslovanja i doprinosi stabilnosti i predvidivosti poslovnog okruženja. To je razlog zašto komore kontinuirano jačaju kapacitete, unapređuju procedure i digitalizuju usluge, kako bi odgovorile na savremene izazove i potrebe privrednika.

– Saradnja sa državnim institucijama je ključna za efikasnu realizaciju javnih ovlaštenja. Samo kroz partnerski odnos i otvoreni dijalog možemo stvoriti ambijent u kojem će privreda imati uslove za razvoj i inovacije, a država alate za efikasnu kontrolu i podršku – kazala je Drakić.

Irena Vučić Popović, zamjenica generalnog sekretara Vlade Crne Gore, istakla je da privredne komore, kao institucije sa dugom tradicijom, ne samo u našoj zemlji, predstavljaju most između državne uprave i poslovne zajednice.

– Uloga privrednih komora nije samo konsultativna i reprezentativna – već i funkcionalna, naročito kada govorimo o javnim ovlaštenjima koja im se povjeravaju u cilju efikasnijeg funkcionisanja tržišne ekonomije. Upravo dodjela javnih ovlaštenja – bilo da je riječ o izdavanju sertifikata, vođenju registara, sprovođenju stručnih ispita, ili davanju mišljenja u zakonodavnom procesu – predstavlja primjer funkcionalne decentralizacije i izgradnje partnerskog odnosa između države i privrednih subjekata. Na taj način, sistem postaje agilniji, stručniji i bliži stvarnim potrebama tržišta. Privredna komora Crne Gore već dugi niz godina uspješno i profesionalno sprovodi povjerena javna ovlaštenja, čime potvrđuje svoju institucionalnu zrelost i sposobnost da bude pouzdan partner državi i privredi – rekla je Vučić Popović.

Prema njenim riječima, Vlada Crne Gore je, kao partner poslovnoj zajednici, opredijeljena ka modernizaciji institucionalnog okvira, jačanju pravne sigurnosti i unapređenju ambijenta za investicije i preduzetništvo. –U tom smislu, otvoreni smo za dijalog o unapređenju zakonskog okvira koji reguliše javna ovlaštenja privrednih komora – u cilju veće transparentnosti, odgovornosti i efikasnosti – kazala je ona.

Predstavnica Hrvatske gospodarske komore, **Marina Rožić**, istakla je značaj javnih ovlaštenja kao mosta između firmi – članica Komore – i državnih institucija, naglašavajući da upravo ta ovlaštenja omogućavaju efikasnije djelovanje u interesu privrede.

– Javna ovlaštenja predstavljaju jednu trećinu svih naših usluga. Riječ je o specifičnim nadležnostima koje omogućavaju direktnu podršku privredi, ali i osiguravaju usklađenost sa zakonodavstvom i standardima EU – navela je Rožić.

Posebno je izdvojila izdavanje potvrda o porijeklu robe i CEMT dozvola, kao i ovlaštenja u sektoru nekretnina – organizaciju ispita za agente, vođenje imenika i registre nekretnina u stečaju. Rožić je istakla i platformu Digitalna komora, koja pruža firmama pristup svim uslugama na jednom mjestu i omogućava digitalno podnošenje zahtjeva.

Marko Šantić, Privredna komora Federacije BiH, naglasio je potrebu za jačanjem institucionalnog povjerenja:

– Komorama treba omogućiti da operativno sprovode postupke koji im se povjere, dok bi država zadržala ulogu nadzora i monitoringa – poručio je, posebno apostrofirajući promet nekretnina i novi zakon kojim je Komora dobila ovlaštenje za sprovođenje stručnih ispita za agente.

Šantić je istakao i važnost kontinuirane edukacije članova upravnih odbora i stručnih tijela, kao osnovu za odgovorno i stručno upravljanje.

Mirko Bošković, Vanjskotrgovinska komora BiH, govorio je o konkretnim rezultatima, istakavši da je više od 240.000 zahtjeva privrednih su-

bjekata obrađeno u prethodnoj godini, uz pravilo da svaki zahtjev bude riješen u roku od 48 sati.

– Ponosni smo što smo uspostavili praksu brzog rješavanja zahtjeva, što doprinosi transparentnosti i povjerenju u komorski sistem – naglasio je Bošković.

Dodao je da je u oblasti nekretnina Komora zadužena za imenovanje agenata i sprovođenje stručnih ispita, kroz koje je do sada prošlo preko 500 agenata. Takođe je istakao značaj javnog ovlaštenja za posredovanje u zapošljavanju radnika u inostranstvu.

Igor Tasevski, predstavnik Privredne komore Sjeverne Makedonije, govorio je o aktivnoj ulozi Komore u promovisanju domaće privrede u inostranstvu i uključivanju firmi u međunarodne lance snabdijevanja.

– Komora pruža analitičku i informacijsku podršku kompanijama, učestvuje u izradi zakona i podstiče izvoznu aktivnost – sve s ciljem jačanja konkurentnosti naše privrede – istakao je Tasevski.

Naglasio je i modernizaciju postupka izdavanja ATA karneta, koji će u papirnoj formi biti u upotrebi do 2027. godine, ali su već uvedene dodatne sigurnosne karakteristike i novi softver kako bi sistem bio pouzdaniji i efikasniji.

Mitar Bajčeta, generalni sekretar Privredne komore Crne Gore, istakao je dugogodišnju ulogu Komore kao partnera Vlade u sprovođenju javnih ovlaštenja.

– Privrednici često ističu da im je lakše pregovarati sa državnim institucijama putem Komore nego direktno – upravo zato što kroz komorski dijalog lakše dolazimo do rješenja – rekao je Bajčeta.

Posebno je izdvojio ATA karnet, koji Komora izdaje od 2008. godine, i najavio završetak razvoja digitalne platforme E-komora, kojom će se ubrzati obrada aplikacija za različite usluge. Takođe je govorio o važnoj ulozi Komore u sektoru saobraćaja, uključujući i učešće u utvrđivanju redova vožnje, te aktivnosti Centra za edukaciju u drumskom saobraćaju, kroz koji je obučeno preko 4.000 vozača.



MARKO VUČINIĆ, V. D. GENERALNOG DIREKTORA DIREKTORATA
ZA GEOLOGIJU I RUDARSTVO

**ODRŽIVA
EKSPLOATACIJA
MINERALNIH SIROVINA
PO EKOLOŠKIM
STANDARDIMA**

Cilj Vlade Crne Gore je razvoj održivog rudarstva, po ekološkim standardima i uz uvažavanje lokalne zajednice, koje će doprinijeti evropskim integracijama i EU programima za strateške mineralne sirovine. Ovo je u intervjuu za Glasnik kazao Marko Vučinić, v.d. generalnog direktora Direktorata za geologiju i rudarstvo u Ministarstvu energetike i rudarstva.

„Cilj nam je podrška privredi i pojednostavljenje procedura, ali da rudarstvo bude ekološki održivo sa posebnim fokusom na sanaciju i rekultivaciju prostora”, kazao je Vučinić.

Pripremate novi Zakon o geološkim istraživanjima. Šta novo on donosi u odnosu na postojeći zakon koji privrednici ocjenjuju kao dobar akt?

M. Vučinić: Da, do kraja godine u fokusu našeg rada biće završavanje novog Zakona o geološkim istraživanjima, čiji je cilj da ovu oblast uskladimo sa evropskom praksom, pojednostavimo rješenja i procedure.

Poseban fokus ovog zakona biće na hidrogeologiji koja sada nije adekvatno regulisana, s obzirom na sve veći značaj vode kao resursa. Takođe, posebna pažnja u Zakonu biće posvećena geološkim istraživanjima i seizmici, što je jako bitno budući da se Crna Gora nalazi u trusnom području.

Privreda će imati benefite od pojednostavljenih procedura novog Zakona o geološkim istraživanjima koja će posebno uticati na sektor građevinarstva u dijelu seizmike.

Ovaj Zakon će doprinijeti uspostavljanju geološkog katastra, čime će se omogućiti bolji uvid investitorima prilikom donošenja odluke o eventualnim ulaganjima, a takođe će se regulisati status Zavoda za geološka istraživanja.

Takođe je u pripremi novi zakon o rudarstvu. Kako će ovaj propis doprinijeti unapređenju poslovanja u ovoj oblasti? Koje su ključne novine?

M. Vučinić: Sektor rudarstva je vrlo značajan poslodavac, koji upošljava više od pet hiljada ljudi i treba naglasiti da tu nije riječ samo o rudni-

cima, već i o eksploataciji tehničko-građevinskog kamena.

Izdate su 53 koncesije za detaljna geološka istraživanja i eksploataciju mineralnih sirovina i zato je veoma važno donijeti novi zakon o rudarstvu čiji je cilj da bude u službi privrede.

Stari zakon o rudarstvu je imao dobre osnove i još u doba komunizma uspostavio kvalitetne standarde, ali novim moramo značajno da skratimo vrijeme procedura, doprinesemo uvođenju standarda i kontrole kvaliteta u rudarstvu i uređenju miniranja, jer je velika potrošnja eksploziva u Crnoj Gori, kao i suzbijanju nelegalne eksploatacije mineralnih sirovina i kreativnog tumačenja dosadašnjeg zakona po pitanju eksploatacije za ličnu upotrebu. Kako Crna Gora ulazi u Evropsku uniju, rješenja za suzbijanje nelegalne eksploatacije biće po ugledu na iskustva Hrvatske.

Mi se nadamo da će tokom jesenjeg zasjedanja Skupština Crne Gore raspravljati o navedenim zakonima.

Na području Crne Gore postoje određene kritične mineralne sirovine koje su značajne za EU. Recite nam više o tome.

M. Vučinić: Crna Gora raspolaže značajnim resursima - kritičnim mineralnim sirovinama koje su od velikog značaja za razvoj Evropske unije.

Naša zemlja je bogata crvenim i bijelim boksitom, olovom i cinkom, kao i tehničko-građevinskim i arhitektonsko-građevinskim kamenom koji eksploatišemo, ali i baritom u Pljevljima koji se nekada eksploatisao i izvezio u inostranstvo ali se trenutno ne eksploatiše.

Mnogo toga je još neistraženo ili je istraženo na nivou osnovnih geoloških istraživanja, te je stoga potrebno izvršiti detaljna geološka istraživanja.

Posebno bih se osvrnuo na pojave rude bakra u ležištu Varine na području opštine Pljevlja.

Crna Gora prati dinamiku Evropske unije u svim oblastima, pa i kada je riječ o kritičnim mineralnim sirovinama. Potrebno je poseban fokus

staviti i na tehnogeno ležište mineralnih sirovina - basen Crvenog mulja u Podgorici gdje je utvrđeno značajno postojanje rijetkih minerala.

Ovo je vrlo aktuelna tema i upravo smo o njoj raspravljali nedavno na sastanku koji je organizovan u Privrednoj komori Crne Gore. Cilj okruglog stola je bio da se razgovara o ključnim izazovima u vezi sa eksploatacijom mineralnih sirovina.

Jedan od najvećih izazova u crnogorskoj privredi je nedostatak kadrova. Kako obezbijediti kadar za ovaj sektor – možda kroz osnivanje fakulteta ili stipendiranje studenata koji studiraju sa strane?

M. Vučinić: Veliki je problem u tome što Crna Gora nema fakultet za geologiju i rudarstvo a nedostaje joj kadra u ovoj oblasti. Dakle, moramo da riješimo problem deficita kadrova. Zato razmatramo mogućnost finansiranja otvaranja fakulteta ili studijskog programa za geologiju i rudarstvo, kao i stipendiranja studenata.

Smatramo da bi bilo veoma značajno osnivanje fakulteta ili studijski programa za geologiju i rudarstvo jer je je riječ o sektoru koji stalno bilježi rast. Nažalost i u državama regiona je takođe slabo interesovanje studenata za ovu oblast.

Sumirajući sve navedeno, recite nam šta je cilj Vlade u oblasti rudarstva.

M. Vučinić: Cilj Vlade je razvoj ekološki-održivog rudarstva, da doprinesemo EU integracijama i programima za strateške i rijetke mineralne sirovine koje su potrebne EU. Cilj nam je podrška privredi kroz pojednostavljenje procedura, ali još jednom da naglasim – prioritet je da rudarstvo bude ekološki održivo sa posebnim fokusom na sanaciju i rekultivaciju prostora kao i na zaštitu brenda crnogorskog kamena.

Cilj novog zakona o rudarstvu je da skratimo vrijeme procedura, doprinesemo uvođenju standarda i kontrole kvaliteta u rudarstvu, uredimo miniranje i suzbijemo nelegalnu eksploataciju mineralnih sirovina



**MARKO VUČINIĆ, ACTING DIRECTOR GENERAL OF THE
DIRECTORATE FOR GEOLOGY AND MINING**

SUSTAINABLE EXPLOITATION OF MINERAL RESOURCES IN LINE WITH ENVIRONMENTAL STANDARDS

The goal of the new Law on Mining is to shorten procedures, introduce standards and quality control in the mining sector, regulate blasting, and combat illegal exploitation of mineral resources.

The Government of Montenegro aims to develop sustainable mining practices that respect environmental standards and involve local communities, contributing to European integration and EU programs for strategic mineral resources, said Marko Vučinić, Acting Director General of the Directorate for Geology and Mining at the Ministry of Energy and Mining, in an interview for *Glasnik*.

“Our goal is to support the economy and simplify procedures, while ensuring that mining remains environmentally sustainable, with a special focus on site rehabilitation and recultivation,” Vučinić stated.

You are preparing a new Law on Geological Research. What are the key novelties compared to the existing law, which businesses regard as a good piece of legislation?

M. Vučinić: Yes, by the end of the year, our focus will be on finalizing the new Law on Geological Research, aimed at aligning this field with European practices and simplifying regulations and procedures.

A particular focus of this law will be on hydrogeology, which is currently not adequately regulated, especially considering the growing importance of water as a resource. The law will also pay special attention to geological research

and seismic studies, which is crucial since Montenegro is located in a seismically active region.

The business sector will benefit from the simplified procedures in the new law, especially the construction sector in terms of seismic requirements. This law will also contribute to the establishment of a geological cadastre, allowing better insight for investors when making decisions about potential investments. Additionally, the status of the Geological Survey Institute will be regulated.

You are also preparing a new Law on Mining. How will this regulation improve business operations in the sector? What are the key changes?

M. Vučinić: The mining sector is a significant employer, with over five thousand people working in it—not only in mines but also in the extraction of technical and construction stone. There are currently 53 concessions granted for detailed geological research and the exploitation of mineral resources, which is why it is essential to adopt a new Law on Mining that serves the needs of the economy.

The previous mining law had a solid foundation, with quality standards established even during the socialist era. However, with the new law, we aim to significantly reduce procedural timelines, introduce standards and quality control in mining, and regulate blasting, given the high consumption of explosives in Montenegro. It also aims to curb illegal exploitation of mineral resources and the creative interpretation of the current law, especially regarding personal use exploitation.

As Montenegro approaches EU mem-

bership, the measures to combat illegal exploitation will be modeled after the experiences of Croatia.

We hope that during the autumn session, the Parliament of Montenegro will debate the proposed laws.

There are certain critical mineral resources in Montenegro that are important to the EU. Can you tell us more about that?

M. Vučinić: Montenegro possesses significant resources—critical mineral raw materials that are highly important for the development of the European Union. Our country is rich in red and white bauxite, lead and zinc, as well as technical-construction and architectural-construction stone, which are currently being exploited. In addition, there is barite in the Pljevlja area, which used to be exploited and exported abroad but is not currently in use.

Much of the country's potential remains unexplored or has only undergone basic geological surveys. Therefore, detailed geological research is needed. I would particularly highlight the presence of copper ore at the Varine site in the Pljevlja municipality.

Montenegro is following the EU's pace in all sectors, including the area of critical raw materials. Special attention should also be given to secondary (technogenic) deposits—such as the Red Mud basin in Podgorica, where significant quantities of rare minerals have been identified.

This is a very topical issue, and we recently discussed it during a meeting organized by the Chamber of Economy of Montenegro. The goal of the roundtable was to address the key challenges

related to the exploitation of mineral resources.

One of the biggest challenges for Montenegro's economy is the lack of skilled personnel. How can we ensure a qualified workforce for this sector—perhaps through establishing a faculty or offering scholarships to students studying abroad?

M. Vučinić: A major problem is that Montenegro does not have a faculty for geology and mining, and we lack qualified professionals in this field. Therefore, we need to address the issue of workforce shortages. We are considering the possibility of funding the establishment of a faculty or a study program in geology and mining, as well as providing scholarships for students.

We believe that creating a faculty or dedicated study program in geology and mining would be highly valuable, especially considering that this is a sector with continuous growth. Unfortunately, there is limited interest in this field among students even in neighboring countries.

To sum up, what is the Government's overall goal in the mining sector?

M. Vučinić: The Government's goal is the development of environmentally sustainable mining that contributes to EU integration and to programs focused on strategic and rare mineral resources required by the European Union. Our objective is to support the economy by simplifying procedures, but I must emphasize once again—our priority is for mining to be environmentally sustainable, with a special focus on site rehabilitation and recultivation, as well as on protecting the brand of Montenegro stone.



TURISTIČKI POSLENICI O NACRTU ZAKONA O TURIZMU

CRNOJ GORI NEOPHODAN
DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Umjesto da se podstakne jednostavnost i digitalizacija, čime bi se olakšalo poslovanje privrednicima, naročito onima u ruralnim područjima i početnicima u turizmu, predložena rješenja u Nacrtu zakona o turizmu dodatno komplikuju postojeće procese i nijesu u saglasju sa savremenim evropskim praksama ni sa principima koji podstiču konkurentnost i otpornost malih preduzeća



Nacrt zakona o turizmu i ugostiteljstvu prezentovan je na sjednici resornog Odbora udruženja Privredne komore koja je održana u Skupštini opštine Budva.

Predstavnik Ministarstva turizma **Bu-dimir Ivanović** je naglasio da je Intencija zakona sprovođenje EU direktiva, suzbijanje biznis barijera, efikasno i ekonomično dobijanje odobrenja za rad, te decentralizacija postupanja inspekcijских organa.

Privrednici su ukazali na to da u izradi zakona nije učestvovala privreda i ocijenili da u Nacrtu nedostaje destinacijski menadžment, odnosno plan upravljanja destinacijom po uzoru na zemlje okruženja.

„Uspješno i kvalitetno upravljanje turističkom destinacijom preduslov je uspješne realizacije turističkih sezona, a sve to zahtijeva jasnu viziju, konkurentnost naše turističke ponude i jačanje saradnje između privatnog i javnog sektora“, rekao je predsjednik Odbora **Ranko Jovović**.

Odbor je Ministarstvu uputio niz sugestija u cilju unapređenja teksta zakona. Uz ocjenu da zakon predstavlja značajan korak ka modernizaciji regulatornog okvira sektora turizma u Crnoj Gori, ipak je ukazano na niz konceptualnih i sistemskih nedostataka koje bi trebalo otkloniti kako bi se obezbijedila primjena savremenih evropskih i međunarodnih standarda, kao i stabilnost i pravna sigurnost za sve aktere u turističkoj privredi.

„Jedan od ključnih problema predloženog zakonskog rješenja jeste činjenica da ono iako nominalno teži unapređenju turističkog sektora, u svojoj suštini nije naklonjeno privredi. Naime, veliki broj normi stavlja nesrazmjerno visok teret upravo na mikro, male i srednje privredne subjekte, kroz uvođenje složenih administrativnih procedura i obaveza koje nijesu proporcionalne njihovim kapacitetima. Posebno u segmentima kao što su kategorizacija, ponovna kategorizacija i ispunjavanje posebnih standarda ugostiteljskih objekata, zakonodavni okvir generiše značajne administrativne barijere.

Umjesto da se podstakne jednostavnost i digitalizacija, čime bi se olakšalo poslovanje privrednicima, naročito onima u ruralnim područjima i početnicima u turizmu, predložena rješenja dodatno komplikuju postojeće procese i mogu imati destimulativan efekat na razvoj sektora. Takva rješenja nijesu u saglasju sa savremenim evropskim praksama ni sa principima koji podstiču konkurentnost i otpornost malih preduzeća, što ukazuje na potrebu za suštinskom revizijom regulatornog pristupa“, navodi se u sugestijama Privredne komore.

Ukazuje se da su brojni instituti (npr. turistički vodič, animator, degustacionice, digitalna platforma, jedinstvena evidencija turističkog prometa itd.) normirani bez potpune razrade institucionalnih, tehničkih i operativnih preduslova za njihovu primjenu i preciznih mehanizama implementacije. Zakon ne prepoznaje specifične modele poslovanja DMC agencija, organizatora posebnih oblika turizma ili pružalaca usluga u održivom i kulturnom turizmu, čime se propušta prilika da se zakon uskladi sa realnim potrebama tržišta. Predlozi koji se od-

nose na razradu kriterijuma za status turističkog zastupnika, uključujući reputacione, finansijske i operativne standarde, nisu integrirani u tekst Nacrta i ostaju van fokusa zakonodavca.

Takođe, ograničavanje pristupa djelatnosti turističkog vodiča i animatora isključivo na osnovu nacionalne stručne kvalifikacije, bez priznavanja sertifikata sa visokoškolskih ustanova i programa cjeloživotnog učenja, dodatno sužava tržište rada i ograničava pristup stručnjacima iz inostranstva, što je u suprotnosti sa praksom mediteranskih zemalja.

Zakon ne pravi razliku između objekata, djelatnosti i subjekata sa visokim i niskim ekološkim otiskom, niti prepoznaje potrebu za afirmacijom selektivnih i održivih oblika turizma kroz kriterijume za dodjelu podsticajnih mjera. Nedostatak mehanizama za afirmaciju održivog, kulturnog, zdravstvenog i ruralnog turizma je suprotan savremenim praksama EU i UNWTO, koje se zasnivaju na tzv. preferencijalnom pristupu u dodjeli javnih resursa.

Predloženi tekst načelno prepoznaje di-

gitalizaciju kao vrijednost, ali ne postoji odredba koja sistematski uređuje digitalnu transformaciju sektora.

Posebno nedostaje koncept nacionalne digitalne platforme za evidenciju, promociju i upravljanje turističkom ponudom, koja bi integrisala podatke iz postojećih registara i omogućila obavezujuću registraciju svih pružalaca usluga, što je trend u brojnim turističkim državama (npr., Hrvatska, Slovenija).

ODVIJANJE SEZONE

Tokom sjednice, predsjednik Opštine **Nikola Jovanović** izrazio je zadovoljstvo odvijanjem turističke sezone u Budvi, ali i naglasio brojne izazove na terenu, počev od neadekvatne dinamike radova na putu Budva-Tivat.

„Ako se dinamika izvođenja radova ne ubrza, rokovi njihovog završetka neće biti ispoštovani pa možda ni do početka sljedeće ljetnje sezone. Potrudimo se da sljedeću dočekamo sa završenim infrastrukturnim radovima, na zadovoljstvo turista“, rekao je Jovanović, naglasivši i problem nepripremljenosti kupališta zbog kašnjenja tendera za njihovo da-

vanje u zakup. Predsjednik Opštine inicirao je povezivanje turističke ponude Budve i sjevera Crne Gore u u objedinjeni turistički proizvod.

Predsjednik Skupštine opštine Budva **Petar Odžić** upozorio je da se greške u turizmu ispravljaju godinama, a vraćanje povjerenja gostiju traje mnogo duže od vremena potrebnog da se izgubi.

„Nalazimo se na prekretnici turizma. Potrebno je da se ostavimo politike bar u turizmu, jer ne možemo zbog političkih razlika uništavati jedinu privrednu granu koja nam je vitalna“, poručio je on.

Ivo Armenko je ocijenio da turizam ne može bez pomoći države. Prema njegovim riječima, Crna Gora je do 1990-ih bila jedna od najorganizovanijih destinacija na Mediteranu, ali danas nema više isti status na međunarodnom tržištu, te da joj nedostaju investicije prije svega u izgradnju velikih hotela.

Roko Tolić, direktor Aerodroma Crne Gore, smatra da turizam treba da bude natpolitička tema, gdje svi igraju za tim Crna Gora, jer „zajedno možemo postići jako dobre rezultate“.



TURIZAM TRAŽI AKTIVNIJE PRIVLAČENJE INVESTITORA

U cilju daljeg razvoja Crne Gore kao turističke destinacije, potrebno je omogućiti investicione kredite za turizam sa dužim periodom otplate, aktivnije raditi na privlačenju investitora i stvaranju povoljnijeg poslovnog ambijenta.

Ovo je kazala sekretarka Odbora udruženja turizma i ugostiteljstva Privredne komore Crne Gore **Sanja Marković** za biznis časopis Top Business Montenegro izdavača BI Communication.

„Turizam kao strateška privredna grana Crne Gore trpi posljedice zbog nedovoljno analiziranih poteza u kreiranju poslovnog ambijenta, kao i zbog nedostatka dugoročnog plana i vizije turističke ponude, kako na državnom, tako i na lokalnom nivou. Podaci opominju da Crna Gora, kao destinacija, treba da preduzme odgovarajuće mjere kako se u budućnosti ne bi nastavljao opadajući trend u prihodima“, rekla je Marković.

Ona dodaje da jedan od većih izazova za poslovanje hotelske industrije u Crnoj Gori jeste povećanje stope poreza na dodatu vrijednost za smještaj na 15 % koja se od 1. januara 2025. godine primjenjuje na usluge u turizmu.

„Ova mjera znatno utiče na konkurentnost crnogorskog turizma u odnosu na mediteranske zemlje Evropske unije ili turističku sve popularniju Albaniju. U konkurentnim mediteranskim zemljama EU ova stopa PDV-a se kreće u rasponu od 9% na Kipru, 10% u Italiji i Španiji, do 13% u Hrvatskoj i

Grčkoj“, navodi Marković.

U regionu se stopa PDV-a za smještaj kreću od 5% u Sjevernoj Makedoniji, 6% u Albaniji i do 10% u Srbiji.

„Ukoliko se želi očuvati pozicija Crne Gore na turističkoj mapi i održati korak sa konkurencijom u regionu, neophodno je preispitati trenutne fiskalne mjere u sektoru, unaprijediti promociju, ali dodatno raditi na produženju sezone kroz dizersifikaciju ponude, na unapređenju avio-dostupnosti i putne infrastrukture, kao i na prevazilaženju hroničnih izazova, kao što su problemi sa čišćicom, bukom, sivom ekonomijom i nedostatkom kadmrova“, rekla je ona.

Naglašava da turistički proizvod spada u proizvode koji su osjetljivi na cijene i koji treba dugotrajno i pažljivo planirati bez mogućnosti uticaja ad-hoc rješenja. Od velikog značaja jeste i to da se pažljivo sagledaju uticaji koji poslovni ambijent može imati na poslovanje turističkih privrednih subjekata u Crnoj Gori.

**DARKO KASALICA, GENERALNI MENADŽER HOTELA CONTE,
PERAST**

SPOJ NASLJEĐA, KVALITETA I ODRŽIVOG RAZVOJA

Naš cilj nije samo da pružimo
smještaj, već da svaki boravak
postane emotivno i autentično
iskustvo koje će gosti pamtiti i
željeti da ponove



Hotel Conte već godinama postavlja standarde u turizmu. Smješten u pažljivo obnovljenim palatama iz doba mletačke vladavine, ovaj porodični hotel nije samo destinacija – on je doživljaj, priča i posvećenost pretočena u autentičan ambijent i lični pristup svakom gostu. U intervjuu za Glasnik, generalni menadžer hotela **Darko Kasalica** otkriva kako se gradi dugoročna vrijednost u izazovnim uslovima, zašto očuvanje kulturnog nasljeđa nije izbor već nužnost, te šta su glavni prioriteti za održivu budućnost turizma u Crnoj Gori.

Možete li nam ukratko predstaviti Hotel Conte i objasniti po čemu se izdvaja u odnosu na druge smještajne objekte u Perastu i Boki Kotorskoj?

D. Kasalica: Hotel Conte je porodični biznis koji je izrastao iz iskrene ljubavi prema Perastu i naslijeđu Boke Kotorske. Smješten u autentičnim, pažljivo obnovljenim palatama iz perioda mletačke vladavine, naš hotel nudi jedinstveno iskustvo boravka koje kombinuje lokalnu tradiciju, istorijsku arhitekturu i moderan komfor.

Ono što nas izdvaja u odnosu na druge smještajne objekte u Perastu i šire jeste visok nivo posvećenosti svakom gostu, lični pristup i dosljedan kvalitet usluge. Naš cilj nije samo da pružimo smještaj, već da svaki boravak postane emotivno i autentično iskustvo koje će gosti pamtiti i željeti da ponove.

Kako biste ocijenili početak ovogodišnje ljetnje turističke sezone za hotel Conte i opšti turistički promet u Perastu?

D. Kasalica: Početak sezone za Hotel Conte bio je solidan – u prvih pet mjeseci zabilježen je rast u odnosu na prošlu godinu, i po pitanju popunjenosti i ukupnih prihoda. Rezultati su u skladu sa našim projekcijama, što govori u prilog stabilnosti brenda i povjerenju koje gradimo sa gostima. S druge strane, u širem kontekstu Perasta, iskustva kolega hotelijera su podijeljena – neki izražavaju zabrinutost zbog slabijih rezultata u odnosu na isti period prošle godine.

Kada je riječ o strukturi tržišta, nije bilo značajnijih promjena. Nastavlja se trend dominacije međunarodnih gostiju, prije svega iz Velike Britanije, Njemačke, SAD-a, Francuske i Turske.

Povećanje stope PDV-a za ugostiteljske usluge izazvalo je brojne reakcije u sektoru turizma. Na koji način ova mjera utiče na poslovanje Vašeg hotela, ali i održivost cijelog sektora?

D. Kasalica: Povećanje PDV-a može imati smisla ako država tim sredstvima unaprijedi lokalnu infrastrukturu i opšte uslove za rad, što je preduslov za dugoročnu održivost turizma. Međutim, ako se troškovi poslovanja nastave povećavati – kroz više bruto zarade, rente i druge namete – a paralelno izostaje rješavanje gorućih problema kao što su enormni deficit parking mjesta, odsustvo kanalizacije, oronulo šetalište i divlje reketiranje gostiju na ulazu u grad, onda će ova mjera imati negativne dugoročne efekte. Prvo će stradati konkurentnost, zatim profitabilnost, što na kraju znači manje investicija u unapređenje i širenje kapaciteta, odnosno slabljenje cijelog sektora.

Radna snaga ostaje goruća tema u sektoru turizma. Kakvo je vaše iskustvo u obezbjeđivanju kvalitetnog kadra i koliko je teško popuniti sezonske pozicije?

D. Kasalica: Okosnicu našeg kadra čini domaća radna snaga – tim izuzetno kvalitetnih i posvećenih ljudi koji su već dugi niz godina uz nas i zahvaljujući kojima je Conte izrastao u ono što danas jeste. Stabilnost i kontinuitet u tom segmentu ključni su za očuvanje standarda usluge i prepoznatljivosti brenda.

Međutim, kada je riječ o sezonskoj radnoj snazi za pomoćne poslove, poput sobarica i pomoćnih radnika, sve je teže obezbijediti dovoljan broj ljudi pod uslovima koji su finansijski održivi. U tom kontekstu, ove godine smo prvi put angažovali međunarodne radnike, konkretno iz Kenije i Mauricijusa. Iskustvo je za sada pozitivno – riječ je o motivisanim, pristojnim i radno orijentisanim ljudima, koji su se dobro uklopili u tim i pokazali visok nivo profesionalnosti.

Koji su to ključni izazovi s kojima se susrećete u svakodnevnom poslovanju – da li se odnose više na kadrovsku strukturu, zakonski okvir, konkurenciju ili infrastrukturu destinacije?

D. Kasalica: Tri ključna problema s kojima se manje-više svi u sektoru suočavamo su: neadekvatna infrastruktura,

nedovoljno efikasne javne službe i neplanski razvoj destinacije. Naš hotelski proizvod u velikoj mjeri zavisi od konteksta u kojem posluje – od saobraćajnica kojima gost dolazi do nas, preko dostupnosti parking prostora i komunalne uredenosti mjesta, pa sve do kvaliteta turističkih sadržaja poput plaža i šetališta, usluge u drugim turističkim djelatnostima, pa čak i od nivoa kulture lokalnog stanovništva koje gost srijeće.

Ako su svi ti elementi na relativno niskom nivou, gost će biti nezadovoljan bez obzira na naš pojedinačni trud i kvalitet usluge koji nudimo. Turizam je lanac – i svaka njegova slaba karika ruši doživljaj destinacije u cjelini.

Perast je specifična mikro-lokacija sa jakim kulturnim identitetom, a hotel Conte je smješten u nekoliko autentičnih kamenih palata. Koliko je važno očuvanje istorijskog nasljeđa i tradicije za vaš koncept i svakodnevno poslovanje?

D. Kasalica: Budući da su autentični bokeški gradići, u kombinaciji s jedinstvenim prirodnim ambijentom, glavni razlog dolaska naših gostiju, potpuno je jasno da je očuvanje istorijskog nasljeđa naš najvažniji prioritet. To je naša komparativna prednost, naša žila kucavica – i ukoliko se nekontrolisano (stambeno-apartmanskom) urbanizacijom naruši izgled i funkcionalnost ovih mjesta, bojimo se da ćemo dugoročno presjeći granu na kojoj svi zajedno sjedimo.

Da li smatrate da postoji dovoljna institucionalna podrška razvoju turizma u malim primorskim mjestima poput Perasta? Gdje vidite prostor za unapređenje?

D. Kasalica: Perast je, kao i većina turističkih mjesta u Crnoj Gori, u velikoj mjeri prepušten stihiji razvoja. Koliko mi je poznato, nijednim relevantnim strateškim dokumentom nije jasno definisana vizija razvoja ovog mjesta – sa konkretnim ciljevima, rokovima i odgovornostima za njihovu realizaciju.

Kao posljedica toga, Perast se suočava sa niskim nivoom javnih investicija, nedostatkom strukturisane podrške lokalnim privrednicima, i gotovo nepostojećim dijalogom između javnog sektora i onih koji svakodnevno rade na razvoju turizma.



Procijenjujem da trenutno koristimo manje od 50% turističkog potencijala ovog izuzetnog mjesta. Prostor za unapređenje leži upravo u strateškom planiranju, institucionalnoj koordinaciji i ulaganju u ono što je osnova održivog turizma – infrastrukturu, zaštitu kulturnog nasljeđa i podršku realnom sektoru.

Za kraj, koji su vaši poslovni prioriteti i planovi u narednom periodu?

D. Kasalica: S obzirom na to da posluje-mo u veoma nestabilnom političko-eko-nomskom okruženju, naš glavni prioritet u narednom periodu je organizaciono restrukturiranje – sa ciljem podizanja operativne efikasnosti, kadrovske održivosti i jačanja finansijske kontrole.

To konkretno znači: jačanje srednjeg menadžmenta, bolju standardizaciju internih procedura, uvođenje naprednijih digitalnih alata, kao i racionalizaciju troškova uz paralelni razvoj dodatnih izvora prihoda. Želimo da budemo agilna, finansijski disciplinovana i dugoročno održiva organizacija koja se ne širi po svaku cijenu, već raste na pametan i odgovoran način.





Our goal is not just to provide an accommodation, but to turn every stay into an emotional and authentic experience that guests will remember and want to repeat

DARKO KASALICA, GENERAL MANAGER OF HOTEL CONTE, PERAST

A COMBINATION OF HERITAGE, QUALITY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Hotel Conte has been setting standards in tourism for years. Located in carefully restored palaces from the Venetian era, this family-run hotel is not just a destination, it is an experience, a story, and a commitment transformed into an authentic environment and a personalized approach to each guest. In the interview for Glasnik, the general manager of the hotel **Darko Kasalica** reveals how long-term value is created in challenging conditions, why preserving cultural he-

ritage is not a choice but a necessity, as well as the key priorities for a sustainable future of tourism in Montenegro.

We would appreciate if you could briefly introduce Hotel Conte and explain what differentiates it from other establishments in Perast and the Bay of Kotor?

D. Kasalica: Hotel Conte is a family-run business born out of a genuine love for Perast and the heritage of the Bay of Kotor. Located in authentic, ca-

refully restored palaces from the Venetian era, our hotel offers a unique stay which combines local tradition, historical architecture, and modern comfort.

Distinguishing feature over other establishments in Perast and beyond is our high level of dedication to each guest, our personalized approach and the consistent quality of our service. We do not want just to provide accommodation, but to turn every stay into an emotional and authentic experience that guests will remember and want to repeat.

How would you assess the beginning of this year's summer tourist season for Hotel Conte and the general state in tourism in Perast?

D. Kasalica: The beginning of the season for Hotel Conte has been fairly good - in the first five months, we recorded growth compared to last year, both in terms of occupancy and total revenue. The results go in line with our projections, which prove the brand's stability and the trust we continue to build with our guests. On the other hand, in a broader context of Perast, experiences among fellow hoteliers are mixed - some have expressed concern over weaker results compared to the same period last year.

When it comes to market structure, there haven't been any significant changes. The trend of predominance by international guests continues, particularly those from the United Kingdom, Germany, the USA, France, and Turkey.

The increase in VAT for hospitality services has caused numerous reactions in the tourism sector. How does this measure affect your hotel's operations and the sustainability of the sector as a whole?

D. Kasalica: A VAT increase can make sense if the government utilizes these funds to improve local infrastructure and general working conditions, which are prerequisites for the long-term sustainability of tourism. However, if operating costs continue to rise — through higher gross salaries, rents, and other charges — while pressing issues remain unresolved, including the enormous lack of parking lots, the absence of proper sewage systems, a deteriorating promenade, and aggressive extortion of guests at the town entrance, then this measure will have adverse long-term effects. First, it will affect competitiveness, then profitability, which ultimately means fewer investments in improvement and capacity expansion i.e. a weakening of the entire sector.

Availability of labour force remains a pressing issue in the tourism sector. What is your experience in finding the qualified staff, and how difficult is it to fill seasonal positions?

D. Kasalica: The backbone of our team consists of local labour force, a team of highly skilled and dedicated individuals who have been with us for many years,

and thanks to whom Conte has become what it is today. Stability and continuity in this area are crucial for maintaining service standards and brand recognisability.

However, when it comes to seasonal labour force for auxiliary activities, such as housekeeping and auxiliary staff, it is becoming increasingly difficult to find enough people under financially sustainable conditions. In this context, for the first time this year, we hired international workers, specifically from Kenya and Mauritius. So far, the experience has been positive - these are motivated, courteous, and hardworking individuals who have integrated well into the team and demonstrated a high level of professionalism.

What are the key challenges you face in your daily operations – are they more related to staffing, legal regulations, competition, or the destination's infrastructure?

D. Kasalica: The three main challenges which nearly everyone in the sector faces include: inadequate infrastructure, inefficient public services and unplanned development of the destination. Our hotel product heavily depends on the context in which we operate ranging from the roads the guests use to reach us, the availability of parking spaces, and the town's utility services, to the quality of tourist amenities such as beaches and promenades, services in other tourism-related businesses, and even the general culture of the local population that guests encounter.

If all these elements are below par, the guest will be dissatisfied regardless of our individual efforts or the quality of service we provide. Tourism is a chain and any weak link in that chain diminishes the overall experience of the destination.

Perast is a unique micro-location with a strong cultural identity, and Hotel Conte is located within several authentic stone palaces. How important is the preservation of historical heritage and tradition to your concept and daily operations?

D. Kasalica: Since the main reason our guests choose to visit is the authenticity of towns in the Bay of Kotor combined with the area's unique natural setting, it is clear that preserving historical heritage is our top priority. This is our com-

parative advantage, our lifeblood. If the appearance and functionality of these places are disrupted by uncontrolled (residential-apartment) urbanization, we are afraid of ultimately cutting off the very branch we're all sitting on.

Do you believe there is sufficient institutional support for the development of tourism in small coastal towns like Perast? Where do you see opportunities for improvement?

D. Kasalica: Perast, like most tourist destinations in Montenegro, is largely left to develop spontaneously. As far as I know, there is no relevant strategic document, which clearly defines a vision for the development of this town - with concrete goals, deadlines, and clear responsibilities for their implementation.

As a result, Perast faces a low level of public investment, a lack of structured support for local business entities and an almost non-existent dialogue between the public sector and those who work daily on developing tourism.

According to my estimates, we are currently utilizing less than 50% of this exceptional town's tourism potential. The opportunity for improvement lies precisely in strategic planning, institutional coordination, and investment in the foundations of sustainable tourism - infrastructure, cultural heritage protection, and support for the real sector.

In the end, what are your business priorities and plans for the upcoming period?

D. Kasalica: Given the highly unstable political and economic environment in which we operate, our main priority in the upcoming period is organizational restructuring with the aim of raising operational efficiency, staffing sustainability and strengthening financial control.

Specifically, this means strengthening middle management, better standardization of internal procedures, implementing more advanced digital tools and rationalizing costs while developing additional revenue sources. We want to be an agile, financially disciplined, and long-term sustainable organization, which grows in a smart and responsible way rather than expanding at any cost.

MONTEDIH INFO DAN

SINERGIJA NAUKE I PRIVREDE KLJUČNA ZA STVARANJE TRŽIŠNO ODRŽIVIH INOVACIJA



MontEDIH je dio mreže koju čini više od 150 evropskih digitalno inovacionih centara (EDIH). Riječ je o projektu od strateške važnosti za digitalnu transformaciju i razvoj inovacija u malim i srednjim preduzećima i javnoj upravi, koji omogućava lakši pristup inovativnim i digitalnim alatima, znanju i ekspertizi iz različitih oblasti, a što će doprinijeti jačanju konkurentnosti, produktivnosti i održivosti crnogorske ekonomije, kao i efikasnosti javne uprave. Kroz MontEDIH, preduzeća i institucije dobijaju priliku da ojačaju svoju otpornost na tržišne izazove, efikasnije koriste resurse i postanu dio evropske digitalne zajednice.

Koordinator projekta je Elektrotehnički fakultet Univerziteta Crne Gore, a njegov konzorcijum čine Privredna komora, Institut savremenih tehnologija Crne Gore, Univerzitet Donja Gorica, Inovaciono preduzetnički centar Tehnopolis – Nikšić, Naučno-tehnološki park Crne Gore, Centar za finansije d.o.o. Podgorica i ICT Cortex.

Predsjednica Privredne komore Crne Gore dr **Nina Drakić** istakla je prilikom otvaranja skupa da digitalna transformacija donosi brojne mogućnosti, te da Crna Gora, na putu ka punopravnom članstvu u EU, mora biti spremna da iskoristi sve prednosti savremenih tehnologija.



Privredna komora Crne Gore organizovala je 24. juna info dan i prezentaciju projekta Crnogorski evropski digitalno inovacioni hab – MontEDIH.

„Upravo je ovaj projekat, usmjeren ka podršci privredi i javnom sektoru na putu njihove digitalne, ali i zelene tranzicije – od izuzetnog značaja“, rekla je Drakić.

Ističe da MontEDIH predstavlja i kanal za jačanje saradnje između akademske zajednice, istraživačkog sektora, državne uprave i privrede.

„Sinergija između naučno istraživačkih institucija i privrede, teorije i prakse, biće ključna za stvaranje inovacija koje su primjenljive i tržišno održive“, kazala je ona, izražavajući uvjerenje da će aktivnosti MontEDIH-a doprinijeti i daljem razvoju ne samo inovacija, već i inovacione kulture, pomažući mladim, ali već prepoznatljivim, nacionalnim institucijama inovacione infrastrukture da se dalje razvijaju.

Pozvala je preduzeća, institucije javnog sektora, startapove i druge aktere da se obrate partnerima u projektu, iskazuju svoje potrebe i postanu korisnici MontEDIH usluga.

„Naš cilj je da budemo nezaobilazna podrška vašim razvojnim planovima, te da zajedno stvaramo konkurentnije i inovativnije okruženje u Crnoj Gori. Javni poziv koji će uslijediti u narednim danima biće konkretan poziv za iskazivanje interesa po konkretnim uslugama“, zaključila je Drakić.

Rektor Univerziteta Crne Gore, prof. dr **Vladimir Božović**, apostrofirao je značaj uloge ove obrazovne institucije kao koordinatora u projektu MontEDIH, čiji je fokus na primjeni najnaprednijih tehnologija, poput vještačke inteligencije, robotike, Interneta stvari i analitike podataka, a posebno na podršci javnoj upravi, te malim i srednjim preduzećima u strateškim oblastima ekonomskog razvoja.

„Današnjim skupom zvanično otvara-

mo novo poglavlje u digitalnoj transformaciji Crne Gore. Poglavlje u kom se znanje, tehnologije i inovacije stavljaju u službu naše privrede i javnog sektora i cjelokupnog društva“, kazao je rektor Božović.

Prema njegovim riječima, MontEDIH nije samo tehnološka platforma.

„MontEDIH je prostor saradnje u kojoj se brišu granice između nauke i privrede, akademskih ustanova i institucija sistema. Svi servisi koje MontEDIH ponudi biće besplatno dostupni u toku trajanja projekta. U tom duhu, Univerzitet će otvoriti vrata svojih laboratorija i istraživačkih centara svim zainteresovanim akterima iz privrede i javne uprave, kako bismo kroz zajednički rad razvijali, testirali i primjenjivali konkretna rješenja a sve u cilju ubrzanja digitalne transformacije naše zemlje“, kazao je Božović, dodajući da mogućnost umrežavanja sa EDIH inovacionim centrima predstavlja neprocjenjivu priliku za rast, učenje i međusobno povezivanje.

Mr **Ivana Janković Mijanović**, generalna direktorka Direktorata za inovacije i pametnu specijalizaciju u Ministarstvu prosvjete, nauke i inovacija, rekla je da digitalna transformacija više nije izbor – ona je preduslov za konkurentnost, otpornost i održivi rast.

„Dok tehnologije oblikuju svijet oko nas, prava promjena nastaje onda kada institucije, znanje i vizija sarađuju. Zato MontEDIH nije samo još jedan evropski projekat – on je snažan izraz partnerskog pristupa koji objedinjuje najbolje iz akademske zajednice, inovacione infrastrukture i privrednog sektora“, rekla je Janković Mijanović, naglašavajući da Ministarstvo prosvjete, nauke i inovacija ostaje posvećeno razvoju politika koje afirmišu inovacije kao temelj pametnog rasta i koje sistemski jačaju veze između akademije, privrede i javnog sektora.

Sekretarka **Ljubica Popović**, naglasila je da Ministarstvo javne uprave u ovom projektu nije samo podrška, već i garant posvećenosti da će do 2027. godine biti obezbjeđena neophodna sredstva i podrška, zajedno sa Ministarstvom prosvjete, nauke i inovacija.

„Naš zajednički cilj je da kroz ovakve inicijative digitalna transformacija ne ostane samo pojam u strategijama, već da postane opipljiva promjena za građane i privredu. Ministarstvo javne uprave ostaje snažno opredijeljeno za odgovor-

nu i stratešku digitalnu politiku. Smatramo da je digitalna transformacija – ne samo tehnološki, već i suštinski reformski proces, koji mora da uključi sve sektore i sve aktere društva. Projekti poput MontEDIH-a su dokaz da to možemo da radimo zajedno – kao tim“, kazala je Popović.

Koordinator, prof. dr **Igor Radusinović**, Elektrotehnički fakultet, predstavio je projekat MontEDIH. On je kazao da prostor za digitalnu transformaciju postoji ali da često izostaje implementacija zbog izazova kao što su nedostaci znanja, iskustva, sredstava, pristupa tehnologijama.

„MontEDIH je prava adresa za sve one koji imaju ovakve probleme i sve one koji percipiraju da je digitalna transformacija njihovih kompanija ili institucija preko potrebna“, kazao je Radusinović.

Prema njegovim riječima, budžet projekta iznosi dva miliona eura. a kofinansiraju ga EU u iznosu od 50 %, kroz program Digitalna Evropa, Vlada Crne Gore sufinansira 45 %, a partneri pet odsto.

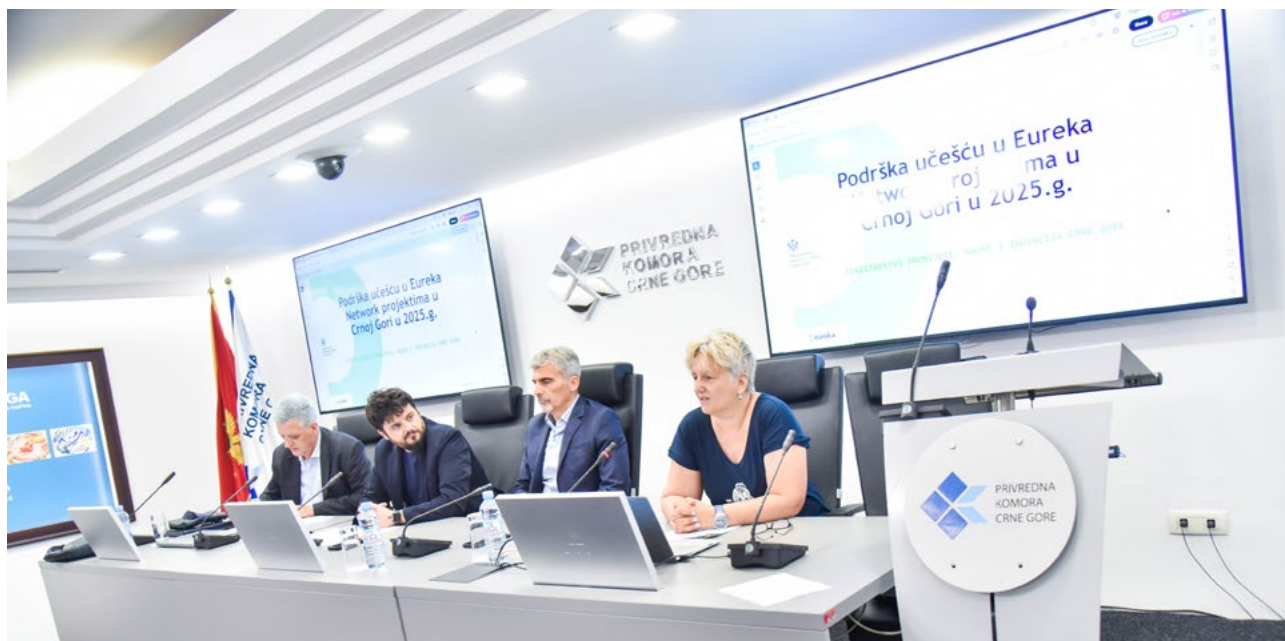
„EDIH predstavlja regionalni centar izvrsnosti posvećen digitalnoj transformaciji javnog sektora i privrede. Riječ je o glavnom evropskom instrumentu koji pokušava da evropski ekosistem učini kompetitivnijim u odnosu na SAD i Daleki istok“, rekao je Radusinović dodajući da je izgradnja tog ekosistema koji čini 150 EDIH-a predstavlja ključni prioritet programa Digitalna Evropa i EU.

Slavica Tomović, ETF UCG, **Nada Rakočević**, PKCG, **Milena Ljutica**, Institut savremenih tehnologija, prof. dr **Ramo Šendelj**, UDG, **Andela Nikčević**, IPC Tehnopolis, **Srna Sudar**, NTP Crne Gore i Kancelarija za transfer tehnologija, **Ilija Mugoša**, Centar za finansije i **Maja Laušević Odalović**, ICT Cortex predstavili su usluge koje partneri na projektu nude zainteresovanim stranim. Više o uslugama možete vidjeti na sajtu **montedih.me**. **Antun Nadramija** predstavio je aktivnosti Hrvatske agencije za malo gospodarstvo i investicije HAMAG-Bicro i primjere dobre prakse u radu EDIH-a.

Moderatorica skupa je bila **Tanja Radusinović**, direktorica Sektora za projekte Privredne komore Crne Gore i članica projektnog tima MontEDIH Privredne komore Crne Gore.

MALA I SREDNJA PREDUZEĆA

PREDSTAVLJENI PROGRAMI PODRŠKE ZA EUREKA PROJEKTE



Na sjednici Odbora udruženja malih i srednjih preduzeća Privredne komore, održanoj 17. juna predstavljeni su EUREKA programi podrške u 2025. godini, kao i analiza rezultata istraživanja o poslovnim ambijentima koje je sprovela Privredna komora Crne Gore.

Sjednicu je vodio zamjenik predsjednik Odbora **Alen Nikezić**, a u radu su učestvovali potpredsjednik Privredne komore **Dragan Kujović**, sekretar Odbora **Vesko Dragičević**, predstavnik Ministarstva prosvjete, nauke i inovacija, **Nevena Radović** i direktorica Sektora udruženja u PKCG, **Slavica Pavlović**.

Radović je, prezentujući javni poziv za međunarodne EUREKA projekte za 2025. godinu koji je raspisalo Ministarstvo prosvjete, nauke i inovacija, istakla da on predstavlja izuzetnu priliku za domaće istraživače i privredu da se uključe u međunarodne tokove razvoja i inovacija.

- Ove godine na raspolaganju je ukupno 200.000 eura, ravnomjerno raspoređenih na dvije programske linije – za Network projekte i za EUREKA LinkUp inicijativu. Iako je preporučljivo da se prijave usklade sa prioritetima Strategije pametne specijalizacije (S3), formalno tematskih ograničenja nema. Nova S3 strategija je u pripremi, a dosadašnja je zaključena krajem prošle godine - pojasnila je Radović.

Govoreći o uslovima finansiranja, naglasila je da su pravila ista za obje linije: maksimalan iznos sufinansiranja je 50.000 eura po godini, odnosno ukupno 150.000 eura za trogodišnji projekat, što je i maksimalno trajanje projekta.

- Iako ukupni iznos može djelovati veći, sredstva se odobravaju iz godišnjeg budžeta, pa se tako i raspoređuju iz godine u godinu. Na primjer, ako projekat počne 1. januara 2026, za tu istraživačku godinu je predviđen iznos od 50.000 eura - objasnila je.

Posebno je ukazala na razliku između dvije programske linije – dok su LinkUp projekti ograničeni na određene zemlje (Crna Gora, Albanija, Srbija, Turska, Slovenija i Austrija), Network linija je otvorena za sve članice EUREKA mreže, što uključuje veliki broj evropskih zemalja.

- Ovo je program koji podstiče saradnju između licenciranih naučnoistraživačkih ustanova i privrednih subjekata u Crnoj Gori. Prilikom pisanja projektne prijave, posebno obratite pažnju na uslove konkursa i kriterijume finansiranja. Svaki detalj je važan za uspješnu prijavu - poručila je Radović, dodajući da su rokovi jasno definisani: 8. septembar za EUREKA LinkUp, a 5. novembar za Network projekat.

Prijava se podnosi elektronski putem sajta Ministarstva (www.inovacije.gov.me), dok se međunarodni dio prijave unosi putem EUREKA SmartSimple platforme, na engleskom jeziku.

- Pozivamo crnogorske istraživačke i poslovne aktere da iskoriste ovu priliku za jačanje konkurentnosti kroz inovacije. Naš cilj je da kroz EUREKA program podržimo projekte koji imaju stvarni tržišni potencijal i doprinose pametnoj specijalizaciji Crne Gore - zaključila je ona.

Tokom diskusije, privrednici su pozdravili program podrške u okviru EUREKA konkursa, ističući da je riječ o važnom koraku ka jačanju inovacionog sistema Crne Gore. Istovremeno, ukazali su na potrebu za dodatnim prilagođavanjem pojedinih uslova konkursa, kako bi program bio još pristupačniji, posebno u odnosu na konkurentne fondove koji nude veća i izdašnija sredstva.

Privrednike je zanimalo i da li postoji mogućnost da se sa istim projektnim prijedlogom učestvuje na više različitih konkursa. Predstavica Ministarstva objasnila je da je to dozvoljeno, uz uslov da su prijave u skladu sa pravilima svakog pojedinačnog poziva. Takođe je pojasnila da je Fond za inovacije implementaciono tijelo Ministarstva nauke i da su sredstva koja Fond dodjeljuje zapravo budžetska

sredstva Ministarstva, prenesena fondu radi efikasnijeg upravljanja.

Dodala je i da Naučno-tehnološki park pruža značajnu podršku kroz svoje programe, ali više u smislu okupljanja zajednice i povezivanja, dok je Fond za inovacije glavni mehanizam za direktno finansiranje projektnih aktivnosti.

Na pitanje o vrsti projekata koji se finansiraju u okviru EUREKA konkursa, Radović je navela da je prethodne godine pristiglo 13 prijava, ali je tek nekoliko njih bilo u potpunosti usklađeno sa kriterijumima. Posebno je naglasila važnost pravilnog budžetiranja, ističući da je u nekim slučajevima dolazilo do neravnoteže, gdje su pojedina angažovana administrativna lica imala naknade izjednačene sa istraživačima.

-Naravno da administrativni rad treba da bude plaćen, ali mora se napraviti jasan balans između podrške i istraživačkog doprinosa. To je važno kako bi projekti imali realističan i održiv budžet - poručila je.

Na kraju, direktorica Sektora udruženja u PKCG, Slavica Pavlović predsta-

vila je rezultate istraživanja o poslovnom ambijentu po pojedinačnim oblastima, koje je sprovedla Privredna komora Crne Gore u martu i aprilu ove godine, sa ciljem sagledavanja trenutne percepcije privrednika o uslovima poslovanja, identifikovanja najvećih izazova i očekivanja za naredni period.

Kako je navela, u sprovedenom istraživanju privrednici su poslovni ambijent ocijenili prosječnom ocjenom 2,47, koja, iako i dalje ostaje ispod pretpandemijskog nivoa, kada je iznosila 3,05, ukazuje na određeni napredak u percepciji poslovne klime u odnosu na 2024. kada je iznosila 2,37. Naglasila je značajan rast očekivanja privrednika do kraja 2025., što se ogleda kroz ocjenu 3,03 – zadovoljavajući nivo, dok se za 2026. godinu očekuje dalji napredak što je reflektovano u ocjeni 3,35.

Rezultati analize predstavljaju, između ostalog, značajan instrument podrške Privrednoj komori u oblikovanju inicijativa prema donosiocima odluka, ali i vrijedan izvor informacija za oblikovanje ekonomskih politika usmjerenih ka povećanju otpornosti i konkurentnosti crnogorske privrede.





MARLEQ
WWW.MARLEQ.COM



MILO RADULOVIĆ, OSNIVAČ I IZVRŠNI DIREKTOR MARLEQ

KREIRAJMO PRVI CRNOGORSKI JEDNOROG

Ambijent za razvoj startapa u Crnoj Gori je svake godine bolji, ali brzina kojom se promjene dešavaju nije adekvatna globalnim trendovima, a posebno ne potrebama startapa sa globalnim aspiracijama

Potrebno je da naši preduzetnici kreiraju prvi crnogorski jednorog (startap koji preraste u kompaniju čija je procijenjena vrijednost veća od milijarde dolara, prim. ur.), kazao je u intervjuu Glasniku **Milo Radulović**, osnivač i izvršni direktor MARLEQ-a, globalne platforme koja povezuje profesionalce koji žele da napreduju u karijeri i izgrade uspješnu (međunarodnu) karijeru.

„Potrebno je da se takmičimo ko će prvi stvoriti jednoroga, da u zdravom ambijentu inspirišemo i motivišemo jedni druge, da više sarađujemo, kako bismo napravili uspješne kompanije u Crnoj Gori, koje će opsluživati cijeli svijet. Znam da ima nas desetak, koji smo sposobni da to uradimo. Vjerujem da hoćemo“, rekao je Radulović.

Prvo pitanje možda zvuči najprostije, ali je suštinski najkompleksnije – ko je Milo Radulović i kako su ga životni

izbori doveli tu gdje jeste sada, u karijernom ali i geografskom smislu? Predstavite se našim čitaocima.

M. Radulović: Ja sam globalni preduzetnik i karijerni mentor. Počeo sam studije ekonomije u Podgorici, zatim studirao međunarodno poslovanje i marketing, kao i radio u Sloveniji, Litvaniji i Švedskoj. Nakon pet godina inostranstva, vraćam se u Crnu Goru, odakle nastavljam sa prijavama za posao vani i dobijam poslove u Ujedinjenim Arapskim Emiratima, Holandiji, Poljskoj i Rumuniji. Tada dobijam ideju da pokrenem sopstveni startap iz Crne Gore. Vraćam se na pola godine u Švedsku, odakle se selim u Estoniju. Od tada, preko tri i po godine živim u Talinu i razvijam globalni biznis. Trenutno sam na nekoliko nedjelja u Berlinu, opipavam teren da vidim da li je ovo sledeća stanica.

Šta je u stvari Global Job Search Coach i zašto je to zanimanje značajno

u vrijeme globalizacije?

M. Radulović: Kao neko ko je aplicirao 5.000 puta, dobio posao u devet zemalja, radio u četiri zemlje Evropske unije preko devet godina, stekao sam mnoga znanja i vještine kako doći do posla u inostranstvu, koje sam počeo da nudim klijentima. Danas pomažem profesionalcima koji žele da izgrade uspješnu međunarodnu karijeru. Mnogo je izazova i prepreka na tom putu.

Uglavnom krenem sa radom na radnoj biografiji, propratnom pismu, LinkedIn profilu, zatim strategijama kako da apliciramo za posao i na kraju sa intervjuima i pregovaranjem. Kad kandidat dobije posao, nastavimo saradnju sa unapređenjem neophodnih vještina, kako bi u toku probnog radnog perioda došli do dugoročnijeg zaposlenja, kao i promocije. Do sada sam lično pomogao skoro 500 klijenata iz preko 70 zemalja u razvoju njihove karijere.

Recite nam više o MARLEQ-u čiji ste osnivač i izvršni direktor – ko čini Vaš tim, šta je njegova misija i vizija i kako ste došli do brojnih klijenata iz zemalja širom svijeta?

M. Radulović: MARLEQ je globalna platforma, koja povezuje profesionalce, koji žele da napreduju u karijeri i izgrade uspješnu (međunarodnu) karijeru, sa sertifikovanim karijernim koučevima. Trenutno imamo oko trideset iskusnih karijernih koučeva, od Kanade, SAD, Evrope, Afrike, Bliskog istoka, Azije do Australije, koji su do sada pomogli preko 1,100 klijenata iz više od 80 zemalja. Naši klijenti su uglavnom ambiciozni menadžeri, kojima pomažemo da postanu top 1% kandidati za traženje posla, kao i da dođu do boljeg posla, četiri puta brže. Kad dođu do željenog zaposlenja, nastavljamo sa njihovim karijernim usavršavanjem, kako bi postali efikasniji i vodeći lideri, koji dolaze tri puta brže do promocije na poslu.

U jednom intervjuu koji ste dali 2019. godine rekli ste da je MARLEQ startup koji je u finansijskom smislu tek na početku. Kakva je situacija u 2025. godini?

M. Radulović: MARLEQ sam pokrenuo u martu 2017. godine. Prvih pola godine bila je hobi varijanta. Nakon toga ulazimo u prvi startup inkubator, krećemo od ideje da realizujemo prvi prototip, formiramo i širimo tim. Počinjemo sa deset karijernih koučeva u deset zemalja, zatim testiramo tržište sa 115 koučeva iz 55 zemalja. Dvije godine sam radio puno radno vrijeme na poslu, a sa strane razvijao startup. Tokom 2019. godine odlučujem da se u potpunosti posvetim samo razvoju MARLEQ-a, počeo sam da imam prve klijente i zarađujem prvi novac. Od tada, svake godine prihodi su sve bolji i bolji. Uspio sam da nakon nekoliko startup takmičenja i akceleratora na Balkanu, dođem do Švedske, a zatim i Estonije, što je svakako bio veliki izazov, kao i podvig.

Recite nam više o najvećim uspjesima ali i o aktuelnim aktivnostima MARLEQ-a.

M. Radulović: Preživjeti prvih pet godina u startup svijetu, posebno bez investicija, a da ne kažem odlaskom iz Crne Gore u Švedsku, a kasnije Estoniju, gdje

je firma i registrovana, predstavlja ogromni uspjeh. Duga je lista uspjeha, od toga da smo bili dio vodećih, prestižnih startup programa, akceleratora i takmičenja od Crne Gore, Srbije, BiH, Albanije, Slovenije, Austrije, SAD, Švedske, Finske do Estonije. Najveći uspjeh je naravno dobiti povjerenja klijenata, još kad ih je preko 1,100 iz više nego 80 zemalja, za nekog ko dolazi iz Crne Gore predstavlja posebni ponos. Tako da, moguće je i iz Crne Gore napraviti globalni uspjeh.

Trenutno radimo da od usluga koje nudimo, uz pomoć tehnologije (AI) kreiramo što više proizvoda, kako bismo skalirali biznis. Boravim u Berlinu nekoliko nedjelja, kako bismo značajnije ušli u njemačko tržište, gradimo mrežu strateških partnerstava, a možda se i preselimo u Njemačku.

Recite nam Vaše mišljenje o ambijentu za razvoj startapa u Crnoj Gori i Estoniji? Šta možemo naučiti iz estonskog iskustva?

M. Radulović: Mogli bismo mnogo toga naučiti od Estonije. Estonija ima duplo više stanovnika nego Crna Gora, a ima preko 1,500 startapa i čak 10 jednoroga (firma koja vrijedi više nego milijardu dolara), po čemu je vodeća startup nacija u svijetu. Estonski uspjeh kreće od Skype-a, zatim pokretanja E-Residency programa, preko kojeg 120.000+ talenata iz 170+ zemalja, pokrenulo 33,000+ kompanija i kreiralo 15 milijardi eura prihoda. Jedan od njih sam i ja, preko kojeg sam i registrovao firmu, dobio startup vizu na godinu dana, kao i priliku da dođem u Estoniju i razvijem biznis. Znamo da je Estonija broj jedan digitalna nacija na svijetu, koja zna kako da privuče globalne startap osnivače da dođu u Estoniju, da se osjete dobrodošlo, kao i ponude odlične programe podrške daljeg unapređenja poslovanja. Svi u startup ekosistemu rade strateški i marljivo u tom smjeru i sve to daje izvanredne rezultate. Ambijent je toliko dobar, da čak i Šveđani dolaze u Estoniju, da uče od njih. Prije neki dan, Švedska Startup Nacija objavila je intervju sa mnom pod naslovom „Zašto je Švedska izgubila MARLEQ – poučne poruke globalnog preduzetnika Mila Radulovića“.

Ambijent za razvoj startapa u Crnoj Gori je svake godine bolji, ali brzina kojom se promjene dešavaju nije adekvatna

globalnim trendovima, a posebno ne potrebama startapa sa globalnim aspiracijama. S tim u vezi, Crna Gora bi trebalo što prije da usvoji dobre prakse iz Estonije, kako bismo za pet do deset godina imali ozbiljniji napredak globalnog preduzetništva i inovacija. Optimista sam po tom pitanju, posebno kad uđemo u EU.

U jednoj LinkedIn objavi ste naveli, parafrazirajući, da je patriotizam kreiranje prvog crnogorskog „jednoroga“. Šta je potrebno da bi se to realizovalo?

M. Radulović: Podijeliću sa vama priču Markusa Viliga (31 godina), osnivača i izvršnog direktora Bolta, najuspješnijeg estonskog startapa. Markus je sa 19 godina, kao srednjoškolac, pokrenuo startup, koji je nakon pet godina postao jednorog. Trenutno, Bolt vrijedi preko 8 milijardi eura, ima više nego 4.000 zaposlenih i posluje u preko 50 zemalja. Slična je priča i Taveta Hinrikusa, suosnivača Wisea, koji je bio jedan od prvih radnika u Skypeu. Danas su Bolt i Wise, estonski privredni giganti, glavni pokretači ekonomskog rasta i razvoja.

Sve ovo je potrebno Crnoj Gori da se desi što prije, kao što su se u Hrvatskoj desili Rimac Automobili i Infobip. Dakle, potrebno je da naši preduzetnici kreiraju prvi crnogorski jednorog. Da se takmičimo ko će ga prvi stvoriti, da u zdravom ambijentu inspirišemo i motivišemo jedni druge, da više sarađujemo, kako bismo napravili uspješne kompanije u Crnoj Gori, koje će opsluživati cijeli svijet. Znam da ima nas desetak, koji smo sposobni da to uradimo. Vjerujem da hoćemo.

Kako vidite sebe za recimo 10 godina? Kakva postignuća sebi priželjkujete?

M. Radulović: Vidim sebe još nekoliko godina u inostranstvu, kako zbog ličnog tako i profesionalnog rasta i razvoja, a onda bih volio da se u jednom momentu vratim u Crnu Goru. Priželjkujem da se vratim kao pobjednik, kao uspješna priča, koja će nadahnuti nove generacije da naprave još veći uspjeh od mene. Želim da moja kompanija stvori kapital, kojim ćemo moći da podržimo neke nove globalne ideje i inicijative iz Crne Gore. Nastojaću da budem dobar preduzetnik, investitor i filantrop, a najviše da budem dobar čovjek.

A professional portrait of Milo Radulović, a man with a dark beard and mustache, wearing a dark blue suit, light blue shirt, and striped tie. He is standing with his hands clasped in front of him. The background is a solid dark grey.

The environment for startup development in Montenegro is improving year by year, but the pace of change is not aligned with global trends, especially not with the needs of startups which have global ambitions

MILO RADULOVIĆ, FOUNDER AND CEO OF MARLEQ

**LET'S CREATE
MONTENEGRO'S FIRST
UNICORN**

Our entrepreneurs need to create Montenegro's first unicorn (a startup which grows into a company estimated at one billion dollars), says in the interview for Glasnik, **Milo Radulović**, a founder and CEO of MARLEQ, a global platform, which connects professionals seeking to advance and build successful (international) career.

- We need to compete to see who will create the first unicorn, to inspire and motivate each other in a healthy environment, and to cooperate more in order to develop successful companies in Montenegro, which would provide services to the entire world. I know there are about ten of us who are capable of doing this. I believe we will, Radulović said.

The first question may sound the simplest, but in fact it is the most complex – who is Milo Radulović, and how have your life choices brought you to the current position both in terms of your career and geography? We would appreciate if you could introduce yourself to our readers?

M. Radulović: I am a global entrepreneur and a career mentor. I started my economics studies in Podgorica, then continued with international business and marketing, and worked in Slovenia, Lithuania, and Sweden. After spending five years abroad, I returned to Montenegro, from where I kept applying for positions abroad and got jobs in the United Arab Emirates, the Netherlands, Poland and Romania. Then I got the idea of launching my own startup from Montenegro. I returned to Sweden for half a year, then moved to Estonia. Since then, for over three and a half years, I've been living in Tallinn and developing a global business. Currently, I'm spending a few weeks in Berlin, testing the field to see if this might be my next stop.

What exactly is a Global Job Search Coach, and why is this profession important in the era of globalization?

M. Radulović: As someone who has applied for over 5,000 jobs, got jobs in nine countries, and worked in four EU countries for more than nine years, I've gained vast knowledge and skills on how to land jobs abroad, which I

started offering to clients. Today, I help professionals who want to create successful international careers. There are many challenges and obstacles along that path.

I usually start by working on the CV, cover letter, and LinkedIn profile, followed by job application strategies, interview preparation, and negotiation. Once the candidate gets the job, we continue working on improving the necessary skills during the probation period to help them secure long-term employment and promotions. So far, I've personally helped nearly 500 clients from over 70 countries develop their careers.

Could you tell us more about MARLEQ, of which you are the founder and CEO? Who are your team members, what is your mission and vision, and how did you attract clients from countries all over the world?

M. Radulović: MARLEQ is a global platform connecting professionals, who want to advance in their careers and build successful (international) careers with certified career coaches. We currently have around thirty experienced career coaches from Canada, the USA, Europe, Africa, the Middle East, Asia to Australia, who have helped over 1,100 clients from more than 80 countries so far.

Our clients are mostly ambitious managers, whom we help become top 1% job candidates as well as in seeking and landing better jobs four times faster. Once they find the desired job, we continue with their career training, helping them become effective and strong leaders who reach promotions three times faster.

In your interview dated back in 2019, you described MARLEQ as a startup at the early-stage in financial terms. What is the situation in 2025?

M. Radulović: I launched MARLEQ in March 2017. For the first six months, it was more a hobby. Then we entered the first startup incubator, started from idea to prototype and began forming and expanding our team. We started with ten career coaches in ten countries, and then tested the market with 115 coaches from 55 countries.

For two years, I worked a full-time job, while developing the startup. During 2019, I made the decision to fully dedicate myself only to MARLEQ. I started gaining my first clients and earned first money. Since then, income has consistently grown.

After participating in several startup competitions and accelerators in the Balkans, I managed to reach Sweden, and then Estonia, although both were a major challenge and a significant achievement.

What are MARLEQ's biggest achievements? What are the current activities conducted by this global platform?

M. Radulović: Surviving the first five years in the startup world, especially without investments, and moving from Montenegro to Sweden, and later to Estonia, where the company is registered, represents a major achievement.

The list of successes is long, from being part of leading and prestigious startup programs, accelerators, and competitions across Montenegro, Serbia, Bosnia and Herzegovina, Albania, Slovenia, Austria, the USA, Sweden, Finland, and Estonia. The greatest success is earning the trust of our clients, especially when there are over 1,100 of them from more than 80 countries. For someone coming from Montenegro, we have reasons to be very proud. Global success is possible to make even from Montenegro.

Currently, we're focused on transforming our services into products using technology (AI), to help scale the business. I am spending a few weeks in Berlin to explore opportunities for entering the German market more seriously. We're building a network of strategic partnerships, and maybe we will move to Germany.

What is your perception of the startup environment in Montenegro and Estonia? What can we learn from Estonia's experience?

M. Radulović: Montenegro can learn a lot from Estonia. Estonia has twice the population of Montenegro, but over 1,500 startups and 10 unicorns (companies estimated at over one billion dollars), making it the leading startup nation in the world. Estonia's success

began with Skype, then the launch of the E-Residency program, through which over 120,000 talents from more than 170 countries have started over 33,000 companies, generating EUR 15 billion in revenue.

I'm one of those entrepreneurs. I used the program to register my company, obtained a one-year startup visa, and got the opportunity to move to Estonia and develop my business. We know that Estonia is the world leading digital nation. It knows how to attract global startup founders, make them feel welcome, and offer top support programs to help them develop further. Everyone in the startup ecosystem works strategically and diligently toward that goal, thus achieving excellent results. The environment is so good that even Swedes are coming to Estonia to learn from them. Just recently, Sweden Startup Nation published my interview titled "Why Sweden lost MARLEQ – insights from global entrepreneur Milo Radulović".

The startup environment in Montenegro is improving year by year, but the pace of change is not aligned with global trends, and certainly not with the needs of start-ups, which have

global ambitions. This is the reason why Montenegro should adopt Estonia's best practices as soon as possible, in order to make serious progress in global entrepreneurship and innovation in five to ten years. I'm optimistic, especially once we join the EU.

In one of your LinkedIn posts, you mentioned, I will paraphrase, that true patriotism entails creating Montenegro's first unicorn. What is needed to make that happen?

M. Radulović: Let me share the story of Markus Villig (31), the founder and CEO of Bolt, Estonia's most successful startup. When he was 19, as a high school student, Markus launched a startup, which became a unicorn just five years later. Today, Bolt is estimated at over EUR 8 billion, hires over 4,000 people, and operates in more than 50 countries.

Taavet Hinrikus, co-founder of Wise, who was one of the first employees at Skype experienced the similar situation. Today, both Bolt and Wise are Estonian business giants and key drivers of the country's economic growth and development.

This is exactly what needs to happen in

Montenegro as soon as possible, just as Croatia has its Rimac Automobili and Infobip. Our entrepreneurs need to create the first Montenegrin unicorn. We should compete to see who will do it first, inspire and motivate each other in a healthy environment, and cooperate more in order to build successful companies in Montenegro, which will serve the entire world. I know there are around ten of us who are capable of making that happen. And I believe we will.

Where do you see yourself in, let's say, ten years? What achievements do you hope for?

M. Radulović: I see myself spending a few more years abroad, both for personal and professional growth and development, and then I would like to return to Montenegro at some point.

I hope for coming back as a winner, a success story that can inspire new generations to surpass my success. I want my company to generate capital, which can support new global ideas and initiatives coming from Montenegro.

I will strive to be a good entrepreneur, investor and philanthropist, but above all, a good person.



KARIJERNO PROFILISANJE I ANGAŽOVANOST TIMA

Na seminaru u Privrednoj komori Crne Gore, mr **Ivana Malović**, direktorica IDFaktora i dugogodišnja karijerna savjetnica, govorila je o jednoj od ključnih tema savremenog liderstva – važnosti karijernog profilisanja i timske angažovanosti kao temelja rasta i produktivnosti.

Za Glasnik isitiče da su, u savremenim organizacijama, gdje su brzina promjena, emocionalna otpornost i fleksibilnost ključni faktori opstanka, angažovan tim nije rezultat sreće već strateškog pristupa radu s ljudima. Jasno razumijevanje profesionalnih profila zaposlenih, njihovih uloga, motivacije i međusobne dinamike – postaje suštinski alat za stvaranje zdravog, učinkovitog i stabilnog kolektiva.

KARIJERNO PROFILISANJE: JASNOĆA KAO PREDUSLOV USPJEHA

Sve veći broj kompanija prepoznaje da su tehničke kompetencije važan temelj, ali da prava vrijednost dolazi kada zaposleni znaju gdje su, zašto su tu i šta ih pokreće. Karijerno profilisanje pomaže da se identifikuju ne samo snage i slabosti, već i faktori angažovanosti – emocionalni, kognitivni i ponašajni aspekti koji direktno utiču na rezultate.

Prema istraživanjima, kompanije koje sistemski koriste karijerno profilisanje imaju značajno veću produktivnost i zadržavanje talenata. Upravo to znanje

omogućava liderima da ne troše energiju ljudi, već je kanališu tamo gdje može donijeti najviše rezultata.

TIMSKE ULOGE: RAZLIKE KOJE SARAĐUJU

Timski uspjeh ne zavisi od toga koliko su članovi slični, već koliko su njihove razlike usklađene i uigrane. Razumijevanje timskih uloga – od lidera i istraživača, preko praktičara i kreativaca, do finišera i specijalista – omogućava timovima da funkcionišu skladno, da prepoznaju doprinos svakog člana i da smanje međusobna preklapanja i nerazumijevanja.

Uspješan tim ne mora da bude savršen, ali mora znati kako da koristi svoje različitosti kao prednost, a ne prepreku.

LIDERSTVO: ENERGIJA, POVJERENJE I SIGURNOST

Savremeni lider ne vodi komandovanjem, već stvaranjem prostora za rast i razvoj drugih. Liderstvo danas podrazumijeva emocionalnu pismenost, radikalnu iskrenost i sposobnost da se izgradi psihološka sigurnost unutar tima.

Svrha, priznanje i osjećaj pripadnosti izdvajaju se kao tri najvažnija stuba angažovanosti. Ljudi ostaju tamo gdje osjećaju da su viđeni, gdje mogu da doprinesu i gdje se njihova vrijednost ne mjeri samo rezultatima, već i suštinskim ulogama koje imaju u timu.

MALI BIZNISNI, VELIKI POTENCIJALI

I dok su sektori poput bankarstva i telekomunikacija već godinama u procesu razvoja liderskih kompetencija, sve više pažnje treba usmjeriti ka malim i srednjim biznisima. Upravo tamo, kako Malović ističe, jedan kvalitetan uvid ili alat može napraviti ogromnu razliku – u svakodnevnoj produktivnosti, zadržavanju talenata i ukupnom rastu firme.

Snagu jedne ekonomije ne čine samo veliki sistemi, već hiljade malih i srednjih firmi koje zapošljavaju ljude, pokreću inovacije i oblikuju tržište. Zato ulaganje u njihove timove i lidere nije luksuz, već neophodna strategija.

RAZVOJ LJUDI JE RAZVOJ SISTEMA

Karijerno profilisanje, razvoj liderskih vještina i timska dinamika nijesu „meke teme“, već strateški faktori koji određuju koliko će kompanija biti otporna, inovativna i dugoročno održiva.

Savremeni biznis mora razumjeti da se rast ne dešava bez unutrašnje jasnoće – ni kod pojedinca, ni kod tima. Ulaganje u ljude, njihovu angažovanost i pozicioniranje u timu postaje ključno pitanje održivosti.

Poruka je jasna: angažovan tim nije slučajnost – to je rezultat strateške kulture i autentičnog liderstva.





ZAVRŠENA NAGRADNA IGRA PRIVREDNE KOMORE

KUPUJMO NAŠE ZA SNAŽNIJU EKONOMIJU

Privredna komora Crne Gore je u periodu od 2. aprila do 1. jula organizovala nagradnu igru pod nazivom **KUPUJMO NAŠE**, sa ciljem da osnaži domaću ekonomiju i podstakne građane da svojim izborima u prodavnicama podrže crnogorske proizvođače. Ova inicijativa je još jedan u nizu konkretnih koraka Komore u pravcu jačanja svijesti o važnosti lokalne proizvodnje i njenog uticaja na ekonomski razvoj države.

Suštinska poruka ove kampanje je jasna – kupovinom domaćeg proizvoda građani direktno doprinose očuvanju radnih mjesta, rastu lokalnih kompanija i ostanku kapitala unutar granica države. Statistički podaci govore sami za sebe: kada se 10 eura potroši na domaći proizvod, čak 8 eura ostaje u Crnoj Gori. Suprotno tome, prilikom kupovine uvoznih proizvoda, svega 2 eura ostaje u domaćem sistemu. Dakle, izbor potrošača ima realne, opipljive posljedice po ekonomski ciklus zemlje.

Pravo učešća u nagradnoj igri imao je svaki građanin koji je prilikom kupovine u bilo kojoj prodavnici u Crnoj Gori na fiskalnom računu imao najmanje tri proizvoda crnogorskog porijekla. Nije bilo ograničenja u pogledu vrste proizvoda – mogli su biti isti, različiti, bez minimalne vrijednosti, a građani su mogli učestvovati neograničen broj puta. Na taj način, omogućeno je široko učešće, uz maksimalnu inkluzivnost.

BOGAT NAGRADNI FOND

Poseban kvalitet kampanje ogledao se i u pažljivo osmišljenom nagradnom fondu, koji je, osim što je nagrađivao potrošače, istovremeno dodatno promovisao domaći turizam, prehrambenu industriju i prirodne ljepote Crne Gore. U svakom od tri kola igre, dodjeljivane su vrijedne nagrade:

- 5 vaučera u iznosu od 1.000 eura za boravak u malim, porodičnim hotelima širom Crne Gore
- 20 poklon paketa domaćih proizvoda u vrijednosti od 200 eura
- 20 porodičnih paketa godišnjih ulaznica za nacionalne parkove (četiri ulaznice po paketu)
- 10 paketa ulaznica za vožnju žičarom Kotor – Lovćen (četiri ulaznice po paketu)

Ukupno je, kroz tri kola igre, dodijeljeno čak **165 nagrada**, što je dodatno motivisalo potrošače da se uključe i daju doprinos jačanju domaće proizvodnje.

Dobitnici su imali priliku da uživaju u boravku u nekim od najljepših hotela u zemlji, uključujući: **Poseidon (Budva – Jaz), Capitano (Kamenari), Palata Venezia (Ulcinj), Monte Rosa (Ivanova korita), SOA (Žabljak), Eleven (Petrovac), Conte (Perast), Helada (Tivat), Love Live (Sutomore), Dream House (Kolašin), Perla (Herceg Novi), Kalamper & Spa (Veliki pijesak),**

Halibas (Velika plaža), Porto Tara (Žabljak), Zvezdana dolina (Andrijevica) i mnoge druge.

SNAGA JE U SVIMA

Privredna komora Crne Gore već dugi niz godina sprovodi različite aktivnosti usmjerene na promociju domaćih proizvoda i jačanje povjerenja u crnogorsku privredu.

Kampanja „**Snaga je u svima**“ upravo nosi poruku zajedništva, solidarnosti i značaja kolektivnog djelovanja u cilju stvaranja stabilne i otporne ekonomije.

Osnovna ideja je jednostavna, ali snažna: kada ulažemo u domaće, ulažemo u budućnost. Kupovinom lokalnih proizvoda, povjerenjem u domaće kompanije i promocijom naših resursa – svi zajedno doprinosimo razvoju snažnog privrednog sistema. Time se ne samo podstiče privredni rast, već se gradi i povjerenje u institucije, jača osjećaj nacionalnog ponosa i doprinosi stvaranju prosperitetnog društva.

Upravo zato, Privredna komora nastavlja da bude snažan partner domaćim kompanijama, ali i građanima, gradeći mostove povjerenja između proizvođača, tržišta i države. Kampanje poput „Kupujmo naše“ i „Snaga je u svima“ su važni koraci ka tom cilju – jer samo zajedničkim snagama možemo izgraditi snažnu, otpornu i uspješnu Crnu Goru.

SEMINAR O ODNOSIMA S JAVNOŠĆU U BIJELOM POLJU

KOMUNIKACIJA KAO KLJUČ USPJEHA



Funkcionisanje organizacija u današnjem vremenu nezamislivo je bez pažljivo oblikovanih odnosa s javnošću. PR je danas postao ključni alat u izgradnji povjerenja, reputacije i efektivne komunikacije sa svim ciljnim javnostima, kazao je Šebek.

U organizaciji Privredne komore Crne Gore, 25.6.2025. godine u Bijelom Polju održan je seminar pod nazivom „Uvod u odnose s javnošću“, koji je okupio predstavnike javnih ustanova, kompanija i medija iz ovog grada.

Cilj seminara bio je jačanje kapaciteta lokalne zajednice kroz unapređenje znanja i vještina u oblastima komunikacije, medija i javnog predstavljanja. Učesnicima je predstavljen uvod u ključne koncepte odnosa s javnošću (PR), kao i praktični alati koji se koriste u svakodnevnoj komunikaciji i strateškom planiranju imidža organizacija.

Predavač **Slobodan Šebek**, novinar i stručnjak iz oblasti komunikacija, istakao je da su odnosi s javnošću danas neizostavan dio funkcionisanja savremenih organizacija bilo da je riječ o ekonomiji, politici, neprofitnom sektoru ili svakodnevnom životu.

Tokom seminara, pored teorijskog uvoda, poseban akcenat stavljen je na konkretne primjere iz prakse i interaktivni rad sa učesnicima. Kroz razmjenu iskustava, učesnici su imali priliku da se upoznaju sa savremenim komunikacionim strategijama i tehnikama primjenjivim u sopstvenom profesionalnom okruženju.

– Upravo kroz rad na realnim slučajevima i otvorenu diskusiju sa učesnicima omogućavamo bolje razumijevanje izazova sa kojima se suočavaju u svom radu, ali i osnažujemo njihovu sposobnost da samostalno primijene naučeno u konkretnoj praksi - zaključio je Šebek.

Seminar je ocijenjen kao značajan doprinos jačanju profesionalnih kapaciteta na lokalnom nivou, uz najavu još dva modula tokom narednog perioda.: „Odnosi sa medijima” i „Društvene mreže i njihov značaj u komunikacijama”.

GRAĐEVINARSTVO I IGM

ULOGA SOFTVERSKIH RJEŠENJA I PUT KA DIGITALIZACIJI GRAĐEVINSKOG SEKTORA



Odbor udruženja građevinarstva i industrije građevinskih materijala u Privrednoj komori Crne Gore razmotrio je 30. juna implementaciju BIM tehnologije (Building Information Modelling softver) kao savremenog pristupa u planiranju, projektovanju, izgradnji i upravljanju građevinskim objektima. Riječ je o temi koja sve više dobija na značaju u evropskoj i regionalnoj građevinskoj praksi, a pred državom i privredom je obaveza da se adekvatno odgovori na izazove koje BIM tehnologija nosi.

Sjednicu je vodio predsjednik OU **Mile Gujić**, a u radu su učestvovali izvršni direktor Monteputa **Milan Ljiljanić**, eksperti sa iskustvom u Arhcad BIM implementaciji i edukaciji **Majda Mujević** i **Asim Bećiragić**, kao i vodeći partneri Autodesk Revita na teritoriji Srbije i regiona **Vladimir Gutiša** i **Slobodan Lazić**.

Prema riječima **Majde Mujević**, BIM tehnologija je platforma za objedinje-

ni rad svih inženjerskih struka – od arhitekata, građevinaca, mašinaca i ostalih inženjera, na istom digitalnom modelu, u realnom vremenu. To znači da svi projektni problemi, nedoumice i kolizije mogu biti riješene već u fazi projektovanja, umjesto na terenu kada je to znatno skuplje i rizičnije.

Softver omogućavaju precizniji predmjer i predračun (što direktno utiče na kontrolu troškova), vizuelizaciju i koordinaciju svih faza projekta i što je posebno važno – digitalno upravljanje objektom tokom njegovog čitavog životnog vijeka. Ova tehnologija je osim projektantima, korisna i proizvođačima građevinskih materijala, jer svaki građevinski element može sadržati detaljnu digitalnu specifikaciju – od opeke do složenih sistema. Mujević je posebno ukazala na činjenicu da se ova tehnologija koristi od 2016. godine u Velikoj Britaniji za sve javne objekte u upotrebi, u Norveškoj od 2010. godine, dok se u Srbiji radi na standardima

i strategiji koji će omogućiti i zakonsku obavezu da svi javni objekti određene kvadrature budu projektovani u nekom od BIM softvera.

Asim Bećiragić je kroz konkretan primjer BIM projekta prikazao kako svi inženjeri rade unutar jedinstvenog digitalnog modela, gdje se podaci o svakom elementu, poput prozora, ventilacione jedinice ili sanitarije, mogu očitati jednim klikom. Poseban akcenat stavljen je na međusobnu saradnju timova, gdje stručnjaci iz različitih oblasti u realnom vremenu razmjenjuju sugestije, ukazuju na tehničke konflikte i zajedno donose optimizovana rješenja još u fazi projektovanja. Ovakav pristup omogućava efikasniju komunikaciju, bolju koordinaciju i značajne uštede u vremenu i troškovima realizacije.

Vladimir Gutiša i **Slobodan Lazić** su BIM tehnologiju predstavili kroz svoj projekat škole u Srbiji koja je povezala BIM sa Internet Of Things teh-

nologijom koja obezbjeđuje efikasno povezivanje digitalnog i fizičkog svijeta, tj. senzora ugrađenih u objekte sa internetom. Sve informacije koje se sakupljaju obrađuje AI, selektuje bitne podatke i dostavlja korisniku, a u ovom slučaju odnose se na stanje svake prostorije, temperaturu, vlažnost, zauzetost, kao i koliko su se koristile tokom dana, pa se na osnovu toga kasnije može organizovati čišćenje, održavanje i mnogo drugih stvari, naveli su u prezentaciji.

Jedan od prezentovanih projekata je i BIM real estate kojim se omogućava precizna vizuelizacija prostora, što zakupcima pruža jasan uvid u raspored, dimenzije, instalacije i druge tehničke karakteristike objekta, kako bi lakše donijeli odluku bez obilaska prostora. Modeli se koriste i za virtualne prezentacije, što dodatno doprinosi efikasnosti marketinga i komunikacije sa klijentima, posebno u situacijama kada zakupci nijesu lokalno prisutni. Zahvaljujući preciznom evidentiranju zakupljenih i zajedničkih površina, vlasnici mogu efikasnije upravljati obračunima režijskih troškova i ugovorima o zakupu. Kod objekata sa više zakupaca, kao što su poslovne zgrade ili tržišni centri, BIM pruža jasan pregled svih jedinica i olakšava operativno upravljanje.

Nakon prezentacija, zaključak je bio da BIM nije više stvar izbora, već pitanje trenutka kada ćemo ga sistemski i zakonodavno uvesti u naše prostorno i tehničko planiranje. Sugerisano je da se sva resorna ministarstva i relevantna udruženja, fakulteti, Inženjerska

komora i dr. treba da uključe u dalji dijalog i kreiranje nacionalne strategije za implementaciju BIM-a.

O statusu projekta izgradnje druge dionice autoputa Mateševo-Andrijevića, učesnike sjednice je informisao **Milan Ljiljanić**, izvršni direktor Monteputa.

„Kada su u pitanju tenderske procedure aktuelna su tri odvojena tenderska postupka koji se sprovode isključivo po EBRD standardima: za PIU konsultanta; stručni nadzor i za izvođenje radova. Kada je u pitanju tender za izvođenje radova, u toku je ponovljeni postupak na koji se prijavilo 10 kompanija i sada se prolazi kroz tehničku evaluaciju. Očekujemo da u drugoj polovini jula kompanije dostave završne finansijske ponude, a nakon njihove analize očekujemo potpisivanje ugovora do kraja septembra“, naveo je Ljiljanić

Takođe, po njegovim riječima, paralelno s ovim postupcima sprovodi se i četvoromjesečna javna rasprava o uticaju projekta na životnu sredinu i lokalno stanovništvo koja se završava 8. jula, kada bi Upravni odbor EBRD trebao donijeti odluku o odobrenju kredita.

Ako sve bude išlo po planu, očekuje se da se do kraja godine započne sa pripremnim radovima na izgradnji dok se početak značajnih radova očekuje u proljeće 2026. godine. Na interesovanje privrede o uključivanju domaćih kompanija u izgradnju druge dionice auto puta, Ljiljanić je odgovorio da ne postoji obavezni minimalni procenat, već je on definisan kao i za prvu dio-

nicu (do 40%) kao i da moraju biti već registrovane firme, odorebne od strane države i nadzora kako bi se izbjegao svaki vid neregularnosti po ovom osnovu.

Informaciju o poslovanju u sektoru građevinarstva za period januar-april 2025. godine prezentovao je **Balša Rakčević**, sekretar Odbora. Tokom prve polovine godine nastavljen je rast zaposlenosti i obima radova, uz značajnu aktivnost u dijelu infrastrukturnih projekata.

Zapošljavanje je poraslo za oko 12% u odnosu na prethodnu godinu, iako je zabilježen pad u planiranoj izgradnji stambenog prostora. Cijena kvadrata u novogradnji porasla je više od 20% u odnosu na isti period prošle godine, što ukazuje na održan investicioni interes i pozitivan trend uprkos izazovima.

Predstavljeno je fleksibilno i ekonomično rješenje za savremenu gradnju – mini kranovi JEKKO, spoj kompaktnih dimenzija i velike nosivosti. **Nikola Bukvić**, generalni direktor kompanije Infinity Motion, objasnio je da oni omogućavaju izvođenje složenih podiznih radova gdje klasični kranovi to ne mogu zbog ograničenog prostora ili nepristupačnog terena. Oni značajno štede vrijeme zahvaljujući brzom montaži, te povećavaju sigurnost na gradilištu smanjenjem potrebe za velikim mehanizacijskim vozilima. Pogodni su za urbane sredine, unutrašnje prostore i objekte sa ograničenim pristupom, gdje je ključna efikasnost i preciznost podizanja materijala.



Naš tim je mali, porodičan i visoko posvećen, a svi dijelimo isti fokus, kvalitet, a ne kvantitet. Trenutno radimo na širenju prisustva u selektivnim ugostiteljskim objektima u Crnoj Gori

SANJA I MILOVAN JOCOVIĆ, VLASNICI DESTILERIJE „ODABRANA“

STVARAMO AUTENTIČAN, CRNOGORSKI PREMIUM PROIZVOD

Misija Destilerije „Odabrana“, čiji su proizvodi zavrijedili zlato na prestižnom, 92. Međunarodnom sajmu poljoprivrede u Novom Sadu, stvaranje je autentičnog crnogorskog premium proizvoda.

„Sve naše rakije su barrique rakije, koje nastaju isključivo od zrelih, zdravih i prirodno slatkih plodova. Proces započinje pažljivim odabirom sirovine, nakon čega slijedi kontrolisana fermentacija, a potom dvostruka destilacija, pri čemu se precizno odvaja

metanol, dok „srce“ rakije ide na dugogodišnje odležavanje. Zrenje u hrastovim barrique buradima traje najmanje pet godina, što rakiji daje zlatno žutu boju, izuzetno kompleksan miris i fine note hrasta. Rakije flaširamo na 42% alkohola, balansirajući puninu ukusa i lakoću ispijanja. Vjerujemo da kvalitet uvijek pronade put i da ćemo zahvaljujući dosljednosti i autentičnosti izboriti svoje mjesto na tržištu“, ističu za Glasnik vlasnici Destilerije „Odabrana“, **Sanja i Milovan Jocić**.

Molimo da našim čitaocima kratko predstavite vaš biznis, njegov razvoj, misiju i viziju, proizvodni program i zaposlene, te aktuelne aktivnosti.

S. i M. Jocić: Destilerija „Odabrana“ osnovana je iz duboke želje da očuvamo tradiciju proizvodnje domaće rakije, ali i da je podignemo na viši, savremeni nivo. Specijalizovani smo za proizvodnju barrique voćnih rakija, od šljive, dunje, jabuke i loze, koje odležavaju najmanje pet godina u hrastovim buradima, čime stiču prepozna-

tljiv, zaokružen i elegantan karakter.

Sjedište naše proizvodnje nalazi se u Granicama, opština Nikšić, gdje se i nalazi naše porodično imanje od oko 15.000 m², na kojem je zasađeno 1.500 stabala šljive, sorti čačanska rodna i čačanska ljepotica. Time osiguravamo dodatnu kontrolu kvaliteta, kontinuitet u proizvodnji i autentičnost sirovine.

Naša misija je da stvorimo autentičan crnogorski premium proizvod, dok nam je vizija da ga pozicioniramo rame uz rame s najkvalitetnijim rakijama regiona. Oslanjamo se na savremenu tehnologiju, koja je većim dijelom automatizovana, ali i na znanje i iskustvo koje su nezamjenjivi u proizvodnji pića ovakvog ranga.

Naš tim je mali, porodičan i visoko posvećen, a svi dijelimo isti fokus, kvalitet, a ne kvantitet. Trenutno radimo na širenju prisustva u selektivnim ugostiteljskim objektima u Crnoj Gori.

Po čemu je specifičan kvalitet Vaših proizvoda?

S. i M. Jocović: Sve naše rakije su barrique rakije, koje nastaju isključivo od zrelih, zdravih i prirodno slatkih plodova. Proces započinje pažljivim odabirom sirovine, nakon čega slijedi kontrolisana fermentacija, a potom dvostruka destilacija, pri čemu se precizno odvaja metanol, dok „srce“ rakije ide na dugogodišnje odležavanje.

Zrenje u hrastovim barrique buradima traje najmanje pet godina, što rakiji daje zlatno žutu boju, izuzetno kompleksan miris i fine note hrasta. Rakije flaširamo na 42% alkohola, balansirajući puninu ukusa i lakoću ispijanja.

Specifičnost je i to što ne žurimo sa plasmanom, vjerujemo da vrijeme i strpljenje prave razliku između dobre i izuzetne rakije.

Vaši proizvodi su dobili prestižna priznanja na Međunarodnom sajmu poljoprivrede u Novom Sadu. Kako se osjećate povodom nagrade i kojim proizvodima ste je zaslužili? U kojoj mjeri cijenite značajnu ulogu tog sajma?

S. i M. Jocović: Učestvovali smo na 92. Međunarodnom sajmu poljoprivrede u Novom Sadu s četiri uzorka: rakijama od šljive, dunje, jabuke i loze. Šljiva, dunja i jabuka osvojile su zlatne medalje za kvalitet, dok je rakija od loze dobila šampionsko priznanje u svojoj kategoriji. Takođe, ponijeli smo i Zlatnu povelju sajma za ukupan kvalitet.

Ova priznanja nam mnogo znače jer dolaze od renomiranih stručnjaka, tehnologa i profesora, a Novi Sad je jedan od najvažnijih sajmova na Balkanu. Za nas je to potvrda da idemo u pravom smjeru i dodatna motivacija da budemo još bolji.

Kako biste ocijenili trenutni poslovni ambijent za bavljenje Vašom djelatnošću? Koje su glavne prepreke i izazovi s kojima se suočavate?

S. i M. Jocović: Poslovni ambijent u Crnoj Gori nije uvijek naklonjen malim proizvođačima, posebno kada je riječ o plasmanu i promociji domaćih brendova. Suočavamo se s jakom konkurencijom iz regiona, često po nižim cijenama, uz razvijene distributivne mreže i uvozne lobije.

Još jedan izazov je nedostatak dovoljne količine kvalitetne domaće sirovine, zbog čega smo ponekad primorani na uvoz, što dodatno povećava troškove i utiče na cijenu finalnog proizvoda.

Ipak, vjerujemo da kvalitet uvijek pronađe put i da ćemo zahvaljujući dosljednosti i autentičnosti izboriti svoje mjesto na tržištu.

Kakvi su Vaši dalji razvojni planovi? Imate li neke nove projekte ili proizvode na kojima radite?

S. i M. Jocović: U narednom periodu planiramo lansiranje novih premium rakija, koje će dodatno obogatiti našu postojeću ponudu. Završena je i proizvodnja rakije od kruške, našeg novog proizvoda, koji će se uskoro naći na tržištu.

Takođe, razvijamo i prvi crnogorski kalvados, destilat od jabuke dobijen isključivo od cijedenog soka zrelih i kvalitetnih plodova. Nakon pažljivo vođene fermentacije i destilacije, ovaj jedinstveni proizvod odležava u hrastovim buradima, gdje stiče zlatnu boju, punu aromu i složenost. Već imamo ozbiljnije količine koje odležavaju, a kalvados će uskoro biti ponuđen tržištu kao ekskluzivan domaći proizvod, sa potencijalom da zauzme važno mjesto u segmentu jakih alkoholnih pića.

Paralelno radimo na unapređenju vizuelnog identiteta brenda i širenju prisustva u segmentu fine dininga, visoke gastronomije, gdje rakija treba da zauzme mjesto koje po kvalitetu zaslužuje. Fokus ostaje na ograničenim količinama i vrhunskom kvalitetu, to je put koji smo izabrali i kojem vjerujemo.



Our team is small, family-run, and highly dedicated, and we all share the same focus: quality over quantity. We are currently working on expanding our presence in selected hospitality venues across Montenegro.

SANJA AND MILOVAN JOCOVIĆ, OWNERS OF „ODABRANA” DISTILLERY

**WE ARE CREATING
AN AUTHENTIC
MONTENEGRIN
PREMIUM PRODUCT**

The mission of the “Odabrana” Distillery, whose products were awarded gold at the prestigious 92nd International Agricultural Fair in Novi Sad, is to create an authentic Montenegrin premium product.

„All our rakijas are barrique-aged and made exclusively from ripe, healthy and naturally sweet fruits. The process begins with the careful selection of raw ingredients, followed by controlled fermentation and then double distillation, during which methanol is precisely separated while the “heart” of the rakija is put for year-long aging. Maturation takes place in oak barrique barrels for five years minimum, giving the rakija its golden-yellow colour, complex aroma, and fine oak notes. We bottle our rakija at 42% alcohol, striking a balance between fullness of flavour and ease of drinking. In our opinion, quality always finds its way, and thanks to consistency and authenticity, we will earn our place in the market”, said **Sanja and Milovan Jocović**, owners of distillery „Odabrana”, in their interview for Glasnik.

We would appreciate if you could briefly introduce your business to our readers, its development, mission and vision, product range, team, and current activities?

S. & M. Jocović: Distillery „Odabrana” was founded out of a deep desire to preserve the tradition of producing homemade rakija, while also raising it to a higher, modern level. We are specialized in producing barrique fruit rakijas made of plum, quince, apple and grape, which mature for at least five years in oak barrels, resulting in a distinctive, well-rounded, and elegant flavour.

Our production facility is located at Granice, in the municipality of Nikšić, where our family estate spans around 15,000 m², planted with 1,500 plum trees of the Čačanska rodna and Čačanska ljepotica varieties. This gives us additional control over quality, continuity in production, and the authenticity of our raw materials.

Our mission is to create an authentic Montenegrin premium product, whi-

le our vision is to position it alongside the highest quality rakijas of the region. We rely on modern technology, which is largely automated, but also on knowledge and experience, both of which are irreplaceable in producing a beverage of this rank.

Our team is small, family and highly dedicated, all sharing the same focus: quality over quantity. We are currently working on expanding our presence in selective hospitality establishments across Montenegro.

What makes the quality of your products unique?

S. & M. Jocović: All our rakijas are barrique-aged and made exclusively from ripe, healthy, and naturally sweet fruits. The process begins with the careful selection of raw ingredients, followed by controlled fermentation and then double distillation, during which methanol is precisely separated, while the “heart” of the rakija is put for year-long aging.

The aging process takes place in oak



barrique barrels for least five years, giving the rakija its golden-yellow colour, exceptionally complex aroma, and fine oak notes. We bottle our rakijas at 42% alcohol, balancing full flavour and ease of drinking.

A key distinction lies also in not rushing to place the product on the market. We believe that time and patience is what makes difference between good and exceptional rakija.

You won a prestigious award at the Agricultural Fair in Novi Sad. How do you feel about this recognition, and which products were awarded? According to you, how important is this renowned international agricultural fair?

S. & M. Jocović: We participated in the 92nd International Agricultural Fair in Novi Sad with four samples: plum, quince, apple, and grape rakijas. The plum, quince and apple rakijas each won gold medals for quality, while our grape rakija received the champion award in its category. Moreover, we were awarded the Fair's Golden Charter for overall quality.

These awards mean a lot to us, because they come from renowned experts, technologists and professors, and the

Novi Sad Fair is one of the most significant in the Balkans. This is a confirmation of being on the right path and represents a strong motivation to be even better.

How would you assess the current business environment for engaging in the scope of your activities? What are the challenges you face?

S. & M. Jocović: The business environment in Montenegro isn't always favourable for small producers, particularly when it comes to placement and local brand promotion. We face strong competition from regional producers, often with lower prices, well-developed distribution networks, and import lobbies.

Another challenge is the lack of sufficient quantities of high-quality domestic raw ingredients. As a result, we are sometimes forced to import, which increases production costs and affects the final price of the product.

Nevertheless, we believe that quality always finds its way, and thanks to consistency and authenticity, we will earn our place in the market.

What are your future development plans? Are there any new projects or

products you are developing?

S. & M. Jocović: In the upcoming period, we plan to launch new premium rakijas to further enrich our current offer. We have completed the production of our pear rakija, which is our latest product and will soon be available on the market.

We are also developing Montenegro's first calvados, a distilled spirit made of apple juice of ripe and high-quality fruits.

After careful fermentation and distillation, this unique product is aged in oak barrels, where it acquires a golden colour, rich aroma, and complexity. We already have a significant quantity aging, and our calvados will soon be introduced as an exclusive homemade spirit, with the potential to take an important presence in the premium spirits segment.

At the same time, we're working on enhancing our brand's visual identity and expanding our presence in the fine dining and high gastronomy sectors, where rakija should take place it deserves by its quality. Our focus remains on limited quantities and top quality. This is the path we have chosen, and the one we truly believe in.



CENTRALNA BANKA CRNE GORE

OGRANIČENE NAKNADE ZA SEPA PLAĆANJA



Godišnja ušteda za građane i privredu, odnosno smanjenje prihoda banaka po osnovu naknada, iznosiće 13,9 miliona eura – što znači preko 50 miliona eura direktnih ušteda do očekivanog datuma članstva u EU. Ovo predstavlja novi kapital koji ostaje domaćoj ekonomiji i doprinosi nižim cijenama, većoj likvidnosti i konkurentnosti

Savjet Centralne banke Crne Gore danas je usvojio Odluku o ograničenju visine naknade za izvršavanje kreditnih transfera koji se realizuju u jedinstvenom području plaćanja u eurima (SEPA).

Iz CBCG su saopštili da od 6. oktobra 2025, za izvršenje SEPA kreditnih transfera, banke ne mogu građanima i privredi naplatiti naknadu veću od:

- za prvi dnevni transfer fizičkog lica do 200 eura: najviše 0,02 eura
- za elektronske transakcije do 20.000 eura: najviše 1,99 eura
- za elektronske transakcije preko 20.000 eura: najviše 25 eura
- za uplate u poslovnici do 20.000 eura: najviše 3,99 eura

- za uplate u poslovnici preko 20.000 eura: najviše 50 eura
- primanje SEPA transfera do 20.000 eura može maksimalno koštati 1,99 eura, a za veće iznose do 25 eura.

„Godišnja ušteda za građane i privredu, odnosno smanjenje prihoda banaka po osnovu naknada, iznosiće 13,9 miliona eura – što znači preko 50 miliona eura direktnih ušteda do očekivanog datuma članstva u EU. Ovo predstavlja novi kapital koji ostaje domaćoj ekonomiji i doprinosi nižim cijenama, većoj likvidnosti i konkurentnosti“, saopštili su iz CBCG.

To znači da, kako dodaju, građani i privreda Crne Gore, od 6. oktobra 2025. godine, dobijaju povoljan, brz i siguran pristup zajedničkom evrop-

skom tržištu plaćanja – SEPA zoni, koja obuhvata 41 zemlju, uključujući sve članice Evropske unije, kao i Island, Norvešku, Lihtenštajn, Švajcarsku, Monako, San Marino, Andoru, Vatikan i Ujedinjeno Kraljevstvo, Crnu Goru, Albaniju, Moldaviju i Sjevernu Makedoniju, dok će se Srbija, prema planu Evropskog savjeta za plaćanja, operativno pridružiti ovom sistemu u maju 2026. godine.

PRODUŽAVA SE RADNO VRIJEME DOMAĆEG PLATNOG SISTEMA

Savjet CBCG usvojio je izmjene Pravila rada platnog sistema Centralne banke Crne Gore izmjenu Odluke o utvrđivanju tarife po kojoj se obračunavaju naknade za vršenje usluga koje obavlja Centralna banka Crne Gore

Shodno drugoj odluci, od 18. avgusta 2025. godine produžava se radno vrijeme domaćeg platnog sistema. RTGS sistem za transakcije iznad 1.000 eura radiće do 20:00 časova, a DNS sistem za transakcije ispod 1.000 eura radiće do 19:30, uz šest kliring ciklusa tokom dana. Od sredine oktobra 2025. godine, sistemi će raditi i vikendom, a od jula 2026. godine, sa uvođenjem TIPS Clone platforme, plaćanja će biti dostupna 24/7, kazali su iz CBCG.

Shodno drugoj odluci, ukida se naknada CBCG koja je do sada bila 30% viša za izvršavanje platnih transakcija poslije 14:00 časova i uvodi jedinstvena niža tarifa koja važi za cijeli operativni dan (08:00–20:00), čime se omogućavaju fer i transparentni uslovi za korisnike, bez dodatnih troškova za popodnevna plaćanja.

„Ne čekamo momenat ulaska u Evropsku uniju, već danas integrišemo evropske prakse u poslovanje CBCG, crnogorski finansijski sektor, privredu i svakodnevni život građana. Ovim odlukama oslobađamo kretanje novca i otvaramo prostor za razvoj naše ekonomije“, poručila je guvernerka CBCG Irena Radović.

EPCG RASPISALA TENDER

SPAJAJU JEZERA KRUPAC I SLANO



Elektroprivreda Crne Gore je raspisala tender za inoviranje glavnog projekta i izgradnju 2,3 kilometra tunela i kanala kojima bi se spojila nikšićka jezera Krupac i Slano. Riječ je o projektu vrijednom 12 miliona eura. Otvaranje ponuda biće polovinom avgusta, a predviđeno da radovi traju dvije godine.

Projekat je planiran na izlazu iz Nikšića, odnosno u mjestima Crnodoli i Kuside. Ulazni kanal će biti na Krupcu odnosno u Krupačkoj jami, što će se povezati sa tunelom koji će prolaziti ispod magistralnog puta Nikšić-Vilusi i završavati izlaznim portalom na obali Slanog jezera. Površina koju zahvata projekat je oko 25.000 kvadrata. Akumulacija Krupac ima zapreminu od 42 miliona kubika, a akumulacija Slano 111 miliona kubika.

Cilj izgradnje ovog sistema je veća iskorišćenost voda iz slivnog područja Krupca, jer često dolazi do njenog prelijevanja i gubljenja u ponorima retenzijske Vrtac, a paralelno postoje neiskorišćene količine u Slanom jezeru. To bi doprinijelo i većoj proizvodnji struje u Hidroelektrani (HE) „Perućica“.

„Projekat je vrijedan 12 miliona eura, a tenderska procedura obuhvata izradu, odnosno inoviranje glavnog projekta i izvođenje radova na izgradnji

tunela i kanala koji će povezati ove dvije akumulacije. Otvaranje ponuda je predviđeno za prvu polovinu avgusta tekuće godine, nakon čega će uslijediti zakonom predviđene faze evaluacije i izbora najpovoljnijeg ponuđača. U ovoj fazi postupka, dok je tender još u toku, nije moguće govoriti o ponuđenim cijenama niti imenima potencijalnih izvođača. Projekat povezivanja akumulacija Krupac i Slano predviđeno je da bude realizovan u roku od 24 mjeseca, imajući u vidu da se građevinski radovi mogu izvoditi isključivo u periodima kada su nivoi u akumulacijama niski“, saopšteno je Vijestima iz EPCG.

Navode da će se izgradnjom tunela i kanala sačuvati voda, odnosno sačuvati proizvodnja 29 gigavat časova godišnje, i staviti na raspolaganje za energetske potrebe. Iz EPCG tvrde da će kroz ovaj projekat postići veću iskorišćenost i upravljanje vodama, tj. da će imati više vode i fleksibilnost energetskog sistema. Pojašnjavaju da će time HE Perućica moći da odgovori zahtjevima mreže i tržišta i to u cijelom opsegu proizvodne snage, od 0 do 307 megavata (MW), odnosno do 365 MW sa agregatom osam i to u svim uslovima.

Izvor: Vijesti

A close-up portrait of a woman with dark, wavy hair, wearing a mustard-colored top. She is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a soft, out-of-focus indoor setting.

Cilj nam je da
kvalitet naših
usluga i proizvoda
bude uvijek na
visokom nivou,
te da nam to
bude glavna
karakteristika po
kojoj će nas kupci
prepoznavati

BOJANA JOKSIMOVIĆ, DIREKTORICA KOMPANIJE „NAŠ SOKIĆ“

PORODIČNA RECEPTURA ZA USPJEH

U svijetu domaćih i prirodnih proizvoda, priča o brendu „Naš sokić“ izdvaja se kao primjer posvećenosti, kvaliteta i porodične saradnje. Nastao iz male uslužne djelatnosti, ovaj biznis se tokom godina razvio u ozbiljnu proizvodnju sokova od domaćeg, organskog voća. O tome kako je sve počelo, koje prepreke prate male proizvođače, kao i kakvi su dalji razvojni planovi, razgovarali smo sa **Bojanom Joksimović**, osnivačicom i pokretačkom snagom ovog brenda.

Molimo da našim čitaocima kratko predstavite Vaš biznis, njegov razvoj, misiju i viziju, proizvodni program i zaposlene, te aktuelne aktivnosti.

B. Joksimović: „Naš sokić“ je nastao kao porodični posao, koji je prvobitno bio mala uslužna djelatnost. Poslednjih pet godina se proširila naša djelatnost, tako da smo sada u pravom smislu riječi porodični biznis koji se bavi proizvodnjom sokova i pružanjem usluga cijedenja voća i povrća. Cilj nam je da kvalitet naših usluga i proizvoda bude uvijek na visokom nivou, te da nam to bude glavna karakteristika po kojoj će nas kupci prepoznavati. Naš tim je mali, čini ga svega četiri osobe, od kojih sam samo ja stalno zaposlena. Među proizvodima imamo sokove od jabuka, malina, aronije, kruške kao i voćni miks.

Po čemu je specifičan kvalitet Vaših proizvoda?

B. Joksimović: Sva naša proizvodnja je isključivo od našeg domaćeg voća, koje je organskog porijekla. Upravo zato je i kvalitet finalnog proizvoda, tačnije sokova jako dobar. Sorte od kojih proizvodimo sokove su autohtone, poput jabuke kožare, kolačare i maline sorte vilamet.

Naš sokić od jabuke je dobio prestižnih priznanja Međunarodnog sajma poljoprivrede u Novom Sadu. Kako se osjećate povodom nagrade i kojim proizvodima ste ga zavrijedili? U kojoj mjeri cijenate značajnom ovu poznatu međunarodnu smotru poljoprivrede?

B. Joksimović: Dva proizvoda po kojima smo, sada već međunarodno poznati, su sok od jabuke i sok od maline. Već dva puta smo dobili priznanje Velika zlatna medalja za sok od jabuke, a pored toga i Zlatnu medalju za sok od maline na Sajmu u Novom Sadu. Imajući na umu značaj pomenutog sajma, ove nagrade smatramo izuzetno važnim. Svako priznanje dođe kao neka vrsta potvrde i nagrade za rad i trud koji stoje iza finalnog proizvoda, ali su ujedno i podsticaj da nastavimo da unapređujemo proizvodnju i svoj rad. Samo učešće na ovakvim događajima za proizvođače je od izuzetnog značaja, jer je to prilika da se naprave kontakti i upoznaju novi savremeni trendovi u ovoj oblasti.

Kako biste ocijenili trenutni

poslovni ambijent za bavljenje poljoprivrednom djelatnošću? Koje su glavne prepreke i izazovi s kojima se suočavate?

B. Joksimović: Bavljenje poljoprivredom je uvijek izazovno, zavisno od toga koja je djelatnost u pitanju. Uslovi su solidni, naročito kada se radi o mladim ljudima. Ipak nije sve samo u volji i želji da pokrenete sopstveni posao, jer je to samo prvi korak. Najizazovnije je kada stvorite dobar proizvod da ga plasirate na tržište, jer je Crna Gora ipak malo i ograničeno tržište. To predstavlja najteži dio u proizvodnom ciklusu, pa je nekada potrebno osmisliti kreativniji način da se ova prepreka prevaziđe. Mi se trudimo da kvalitet proizvoda bude ono što nas izdvaja i da na osnovu iskustva kupaca otvaramo nove šanse i saradnje. Pored toga zavisno od godine, suočavamo se sa nedostatkom kvalitetne/organske sirovine, jer je to okolnost na koju nije moguće uticati.

Kakvi su Vaši dalji razvojni planovi? Imate li neke nove projekte ili proizvode na kojima radite?

B. Joksimović: Plan je da u narednom period unaprijedimo, tačnije proširimo proizvodnju, tako što ćemo nabaviti nove mašine koje će omogućiti da proizvodni proces bude brži i efikasniji. To će otvoriti mogućnost da u nekom doglednom vremenskom periodu počnemo da proizvodimo džemove i paradajz pelat.





BOJANA JOKSIMOVIĆ, FOUNDER AND DIRECTOR OF THE COMPANY “NAŠ SOKIĆ”

“NAŠ SOKIĆ”: A FAMILY RECIPE FOR SUCCESS

Our aim is for the quality of our services and products to always be at a high level, making them our main features of recognition among customers

In the world of homemade and natural products, the story of the “Naš sokić” brand stands out as an example of dedication, quality and family cooperation. Founded as a small service business, this company has grown into a serious juice production over the years using locally sourced, organic fruit. **Bojana Joksimović**, a founder and a driving force behind this brand, spoke about their beginnings, the challenges small producers face, and their future development plans.

We would appreciate if you could briefly introduce your business to our readers, its development, mission and vision, product range, staff, and current activities?

B. Joksimović: “Naš sokić” was founded as a family business, initially launched as a small service. Over the past five years, our operations have expanded, and we are now a true family business engaged in juice production and offering fruit and vegetable juicing services. Our aim is for the quality of our services and products to always be at a high level, making them our main features of recognition among customers.

Our team is small made of just four people, with only me being full-time employed. Our product range includes apple juice, raspberry, aronia and pear juices, as well as mixed fruit juices.

What makes a difference in the quality of your products?

B. Joksimović: Our entire production relies exclusively on our own home-grown organic fruit. That’s precisely the reason of the high quality of our final products i.e. our juices. We use indigenous fruit varieties, such as the *kožara* and *kolačara* apples, as well as the *vilamet* raspberry.

“Naš sokić” made of apple won prestigious awards at the Agricultural Fair in Novi Sad. How do you feel about this recognition and which products were awarded? According to you, how important is this renowned international agricultural fair?

B. Joksimović: The two products we are now internationally recognized for are our apple and raspberry juice. We have won the Grand Gold Medal twice for our apple juice, and in addition, we were awarded the Gold Medal for our raspberry juice at the Novi Sad Agricultural Fair. Having in mind the importance of this event, we consider these awards very important. Every recognition serves as both validation and a reward for the effort and dedication behind the final product. At the same time, it motivates us to continue improving our production and our work. Participating in such events is extremely valuable for producers, as it represents an opportunity to establish new contacts and keep up with modern trends in the industry.

How would you assess the current business environment for engaging

in agricultural activities? What are the main obstacles and challenges you face?

B. Joksimović: Dealing with agriculture is always challenging, depending on the specific field of activity. The conditions are pretty good, especially for young people. However, it requires more than just willingness and the desire to start your own business, as it is only the first step. The most challenging part is to place the good product on the market once it is created, since Montenegro is a small and limited market. This is the most difficult part of the production cycle, because sometimes it is necessary to come up with more creative ways to overcome this obstacle. We strive to make product quality our distinguishing feature and create new opportunities and partnerships based on customer feedback. Moreover, depending on the year, we face lack of high-quality organic raw ingredients, which is a circumstance beyond our control.

What are your future development plans? Are there any new projects or products you are working on?

B. Joksimović: Our plan for the near future is to improve and expand our production by acquiring new machinery, which will make our processes faster and more efficient. This will open up opportunities for us to start producing jams and tomato purée in the foreseeable future.

DIGITALIZACIJOM DO TRANSPARENTNIJIH JAVNIH NABAVKI



Javne nabavke predstavljaju ključnu tačku susreta između države i tržišta, a način na koji se sprovode govori mnogo o nivou institucionalne zrelosti jednog društva. Upravo zbog toga, Privredna komora Crne Gore organizovala je 9. jula treći po redu seminar na temu „Javne nabavke – Izjava privrednog subjekta (ESPD)“, sa ciljem da se dodatno osnaži praksa primjene ovog dokumenta u okviru Centralizovanog elektronskog sistema javnih nabavki (CEJN).

Gorana Mrvaljević, načelnica Direkcije za praćenje postupaka javnih nabavki i upravljanje elektronskim javnim nabavkama u Ministarstvu finansija, govorila je za *Glasnik* o značaju ESPD obrasca i digitalizacije javnih nabavki, ističući da su transparentnost i otvorenost ključni stubovi sistema javne potrošnje.

CENTRALIZOVANI ELEKTRONSKI SISTEM – CEJN KAO NOVA PRAKSA

Uloga Centralizovanog elektronskog sistema javnih nabavki (CEJN) u modernizaciji ovog sektora je višestruka. Kao digitalna platforma koja pokriva sve faze – od planiranja i objave, preko kreiranja ponude, do zaključivanja ugo-

vora i izvještavanja – CEJN omogućava transparentnost u realnom vremenu, evidenciju svakog koraka i jednak pristup informacijama za sve zainteresovane strane.

Sistem broji više od 14.000 korisnika, među kojima je blizu 4.800 aktivnih ponuđača. Ovako široka primjena ne samo da potvrđuje funkcionalnost CEJN-a, već i ukazuje na rastuće povjerenje u digitalni model sprovođenja javnih nabavki. Kroz jedinstveni elektronski interfejs, omogućeno je efikasno upravljanje postupcima, automatizovana obrada podataka, kao i jednostavna integracija obaveznih obrazaca, među kojima posebno mjesto zauzima ESPD.

IZJAVA PRIVREDNOG SUBJEKTA – ALAT ZA PRAVIČNO TRŽIŠTE

Uvođenje ESPD obrasca, uz punu integraciju u CEJN sistem, dovelo je do transformacije načina na koji se učestvuje u javnim nabavkama. Ovaj dokument funkcioniše kao samopotvrđujuća izjava, kojom ponuđač garantuje da ispunjava uslove predviđene Zakonom o javnim nabavkama i da ne postoje razlozi za njegovo isključenje iz postupka.

Korišćenje ESPD obrasca uređeno je Pravilnikom, a sistem automatski vodi korisnike kroz set pitanja definisanih tenderskom dokumentacijom. Naručioci imaju mogućnost da prilagode šablon konkretnim potrebama konkretnog postupka, isključujući ili uključujući odgovarajuće elemente. Na taj način, obezbjeđena je fleksibilnost, ali i dosljednost u primjeni.

Izjava se kreira direktno u okviru CEJN sistema, čuva elektronski i potpisuje elektronskim potpisom. Ponuđači imaju mogućnost da je mijenjaju i dopunjavaju do isteka roka za podnošenje ponuda, a nakon toga ona postaje pravno obavezujući dokument.

USKLAĐENOST SA EVROPSKIM NORMAMA I DOPRINOS INTEGRACIJAMA

Razvoj sistema javnih nabavki u Crnoj Gori mora se posmatrati i u kontekstu procesa evropskih integracija. Otvaranje Poglavlja 5 – Javne nabavke, jedno je od ključnih mjerila za napredak zemlje u pregovorima sa Evropskom unijom. Efikasan, transparentan i digitalno potkovan sistem javnih nabavki signalizira posvećenost principima dobrog upravljanja i borbi protiv korupcije.

U tom kontekstu, ESPD izjava i CEJN nisu samo tehničke inovacije – oni su strateški elementi reforme uprave. Njihova primjena omogućava jačanje odgovornosti, smanjenje subjektivnosti u odlučivanju i bolju upotrebu budžetskih sredstava.

ZNAČAJ EDUKACIJE I DIGITALNE PISMENOSTI

I pored očiglednih koristi koje donosi digitalizacija javnih nabavki, jasno je da sistem ne može funkcionisati bez kvalitetne edukacije korisnika. Poznavanje rada u CEJN sistemu, razumijevanje uloge ESPD obrasca i tehnička kompetentnost ključni su za pravilnu primjenu.

Kako bi sistem funkcionisao u praksi, neophodna je stalna podrška korisnicima – kako naručiocima, tako i ponuđačima. Obezbeđivanjem uputstava, obuka i tehničke pomoći, stvara se preduslov za stabilan i funkcionalan sistem koji omogućava uključivanje svih aktera, bez obzira na njihove organizacione ili tehničke kapacitete.

DIGITALNA INFRASTRUKTURA KAO OSNOVA POVJERENJA

Modernizacija javnih nabavki nije moguća bez sveobuhvatne digitalne infrastrukture. Kroz CEJN sistem i ESPD obrazac, Crna Gora pravi odlučan iskorak ka stvaranju uređenog i pravičnog tržišta. Time se ne samo povećava efikasnost javne potrošnje, već se jača i ekonomsko povjerenje između države i privrede.

Upravo zato, uspostavljanje digitalnog, transparentnog i pravičnog sistema javnih nabavki predstavlja neizostavni dio ukupne reforme javne uprave – ne kao izolovana tehnička mjera, već kao strateško opredjeljenje za odgovorno upravljanje javnim resursima u skladu sa evropskim vrijednostima.



PREDSTAVNICI EVROPSKE FONDACIJE ZA OBUKU U PKCG

JAČANJE MEĐUSOBNE SARADNJE U OBLASTI OBRAZOVANJA



U Privrednoj komori Crne Gore je 3. jula održan sastanak predstavnika Evropske fondacije za obuku (ETF), **Floriana Kadletza** i **Gordona Purvisa**, sa direktorom Sektora za obrazovanje i kvalitet dr **Mladenom Perazićem**.

Tema sastanka bila je upoznavanje sa tekućim aktivnostima obje institucije, kao i razmatranje mogućnosti za buduću saradnju na polju unapređenja i implementacije obrazovnih politika.

Tokom razgovora, razmijenjena su iskustva i predstavljene inicijative koje mogu doprinijeti razvoju obrazovnog sistema u Crnoj Gori, sa posebnim fokusom na povezivanje obrazovanja i potreba tržišta rada.

Objе strane izrazile su spremnost za nastavak i intenzivniju saradnju u cilju unapređenja kvaliteta obrazovanja i stvaranja uslova za bolju integraciju mladih na tržište rada.

U savremenom tržišnom okruženju, brend više nije dodatak – on je suština komunikacije, identiteta i opstanka. O značaju brenda, ne kao proizvoda već kao iskustva, na seminaru održanom u Privrednoj komori Crne Gore govorila je mr **Tatjana Ivanović** na seminaru održanom u Privrednoj komori Crne Gore.

Kako ističe mr Tatjana Ivanović, stručnjakinja za strateški marketing i brend pozicioniranje, brend nije ono što kompanija kaže o sebi, već ono što publika osjeća kada je s njom u kontaktu. Upravo ta emocionalna komponenta – doživljaj, povjerenje, autentičnost – čini razliku između brenda koji traje i proizvoda koji prolazi.

U svijetu pretrpanom porukama i ponudama, brend postaje prvi filter u glavi potrošača. Ako nije prepoznatljiv, jednostavno – ne postoji. I što je konkurencija veća, to je važniji utisak koji ostavljamo. Ljudi danas ne kupuju proizvode već značenja, vrijednosti i emocije koje proizvodi prenose.

IDENTITET VS. IMIDŽ: USKLAĐENOST KAO TEMELJ POVJERENJA

Brend je kompleksan sistem koji uključuje identitet (ono što brend jeste iznutra: vizija, vrijednosti, ton, dizajn), pozicioniranje (kome i zašto se obraća), komunikaciju (kako se izražava) i iskustvo korisnika (kako se doživljava u stvarnosti). Imidž, s druge strane, predstavlja spoljašnju percepciju – ono što ljudi vide, čuju i osjećaju.

Upravo ta razlika često generiše krizu povjerenja. Kada identitet i imidž nijesu usklađeni, publika to osjeti kao neautentičnost. Povjerenje se gradi samo kada su ono što brend obećava i ono što korisnik doživi – u skladu.

BREND SE GRADI IZNUTRA – A PREPOZNAJE SPOLJA

Ivanović naglašava da uspješan brend ne nastaje kroz trendove i imitaciju drugih – već kroz jasno razumijevanje vlastite svrhe, vrijednosti i poruke. Brend koji se gradi iznutra, polazeći od istinske misije i autentičnog izraza, ostavlja dugoročni trag.

Onaj koji se gradi samo spolja – kroz izgled, dizajn ili kopirane modele – ostaje bez duše i brzo biva zaboravljen čim se pojavi konkurentnija priča.

Ključ uspjeha leži u dosljednosti. Od vizuelnog identiteta, preko tona komunikacije, do korisničkog iskustva – brend mora govoriti istim jezikom na svim nivoima. I mora biti prepoznatljiv i kada ga ne reklamirate.

BRENDIRANJE

PREPOZNATLJIVOST KAO STRATEŠKA VRIJEDNOST



DIGITALNA VIDLJIVOST – BREND KAO ONLINE IZLOG

U vremenu kada se prvi utisak o brendu često stiče putem Google pretrage ili društvenih mreža, digitalna reputacija postaje jednako važna kao i fizičko prisustvo. Ako vas pretraga ne prepoznaje, teško će vas prepoznati i tržište.

Brendiranje danas uključuje i digitalnu arhitekturu: web stranica, sadržaj na mrežama, ton komunikacije, pa čak i način na koji se odgovara na upite korisnika – sve to zajedno kreira digitalni doživljaj. I svaki dodir s publikom mora biti promišljen, usklađen i autentičan.

TRI MODELA BRENDIRANJA: PROIZVOD, LIČNOST ILI IDEJA

U zavisnosti od prirode biznisa i energijskog izraza osnivača, brend se može graditi kroz tri modela:

1. **Brend proizvoda ili usluge** – fokusiran na iskustvo koje pruža sam proizvod.
2. **Brend ličnosti** – kada autentičnost i vrijednosti pojedinca postaju lice i glas brenda.

3. **Brend kao ideja ili zajednica** – kada brend stvara platformu okupljenu oko vrijednosti, načina života i misije.

Nijedan model nije superioran. Ono što ih razlikuje jeste nivo izloženosti, trajnost i tip emocije koju prenose. Zajednička nit svima je – dosljednost.

PRIČA BREND – KLJUČNA KOMPONENTA POVJERENJA

Brend koji ne priča priču, ostaje bez duše. U eri zasićenog marketinga, ljudi ne pamte karakteristike, već osjećaje. Priča koju brend prenosi mora biti zasnovana na stvarnim temeljima: porijeklu, vrijednostima, ljudima koji stoje iza njega i emocijama koje izaziva.

Dobro ispričana priča gradi emocionalnu diferencijaciju.

Ona omogućava da se publika identifikuje sa brendom, da ga doživi kao „svoj“, i da ga pamti čak i kada konkurencija nudi sličan ili jeftiniji proizvod. U tome leži snaga narativa.

BRENDOVI SA DUŠOM: LOKALNI POTENCIJAL ZA

GLOBALNI UTICAJ

Primjeri iz prakse pokazuju da autentičnost ima univerzalnu vrijednost. Plantaže, Franca, Nikšićko pivo i mnogi drugi domaći brendovi svoju tržišnu poziciju grade ne kroz agresivne kampanje, već kroz dosljedno pričanje vlastite priče. Povezanost sa lokalnim identitetom, emocijama i navikama publike – čini ih otpornim, relevantnim i prepoznatljivim.

ZAKLJUČAK: BREND NIJE ONO ŠTO KAŽETE, VEĆ ONO ŠTO LJUDI OSJEĆAJU

Brend je doživljaj. On se gradi svjesno, dugoročno i sa puno strpljenja. Nije rezervisan za velike sisteme ni za glamurozne kampanje. Mali biznisi, lokalne inicijative, porodične firme – svi mogu izgraditi snažan brend ako znaju ispričati iskrenu priču i ostati dosljedni u onome što jesu.

U vremenu kada se pažnja teško zadržava, autentičnost postaje najvrednija valuta. I kao što Ivanović zaključuje: **najljepši brend je onaj koji je živ, istinit – i prepoznat kao vaš.**

SEMINAR OD BROJEVA DO ODLUKA

OSNAŽIVANJE MSP KROZ RAČUNOVODSTVENE AGENCIJE



Privredna komora Crne Gore je u saradnji sa Institutom sertifikovanih računovođa Crne Gore, 18. juna organizovala prvu od tri obuke u okviru edukacije pod nazivom „Od brojeva do odluka: Osnaživanje SME (malih i srednjih preduzeća) kroz računovodstvene agencije“.

Cilj je bio da se osnaže računovodstvene agencije i da im se pruže alati i znanja kako bi svojim klijentima, malim i srednjim preduzećima, mogli pružiti još kvalitetniju podršku u donošenju poslovnih odluka, pripremi za saradnju sa bankama, investitorima, i usklađivanju sa zahtjevima održivog poslovanja.

– Upravo ova preduzeća, koja čine okosnicu naše privrede i zapošljavaju većinu radne snage, suočavaju se s brojnim pritiscima: od nedostatka kadrova i inputa, preko potreba za digitalizacijom i zelenom tranzicijom, do ote-

žanog pristupa finansiranju. U takvom okruženju, kvalitetne finansijske informacije i njihova pametna upotreba u odlučivanju postaju ključ za opstanak i razvoj – poručio je u uvodnom obraćanju dr **Mladen Perazić**, direktor Sektora za obrazovanje i kvalitet u PKCG.

Učesnike seminara putem video poziva pozdravio je i **Frerejacque Pascal Francois Camille Alain** iz Svjetske banke, koji je zahvalio Privrednoj komori i Institutu sertifikovanih računovođa Crne Gore na organizaciji i spremnosti da pomognu računovodstvenoj zajednici organizujući ovakve obuke. Posebno je zahvalio svim učesnicima što prepoznaju važnost ove oblasti, ističući da su oni predvodnici u nizu koji će nastaviti širiti znanje i podizati svijest o ključnim pitanjima iz oblasti finansija i upravljanja.

Više o navedenoj temi govorili su **Prvoslava**

Klepo i Mihailo Vukosavljević iz Instituta sertifikovanih računovođa Crne Gore. Prvoslava Klepo je iskusni stručnjak iz oblasti računovodstva, revizije i finansija, sa bogatom karijerom koja obuhvata više od 20 godina rada na različitim rukovodećim i stručnim pozicijama. Diplomirala je na Ekonomskom fakultetu, a trenutno obavlja funkciju menadžera za standarde i projekte u Institutu sertifikovanih računovođa Crne Gore.

Klepo je istakla da je izuzetno važno razumjeti prethodno znanje, iskustvo i specifične izazove sa kojima se suočavaju mala i srednja preduzeća na Zapadnom Balkanu. Naglasila je i ulogu vizuelnog pripovijedanja u unapređenju razumijevanja i pamćenja finansijskih podataka.

-Korišćenje savremenih alata za vizualizaciju i poslovnu inteligenciju omogućava efikasnu analizu podataka i donošenje odluka u realnom vremenu, što je danas od presudnog značaja za agilno poslovanje – poručila je Klepo.

Posebno je naglasila važnost planiranja, istakavši da je strateško planiranje sistematski proces za predviđanje željene budućnosti i prevođenje te vizije u konkretne ciljeve i akcije.

-Strateško planiranje daje dugoročni pravac i viziju, taktičko planiranje prevodi strategiju u konkretne inicijative, dok operativno planiranje osigurava svakodnevno izvršenje zadataka

i praćenje učinka – kazala je ona.

Praktični dio radionice vodio je **Mihailo Vukosavljević**, stručnjak iz oblasti računovodstva, revizije, poreza i edukacije, sa višegodišnjim iskustvom u konsultantskom radu, organizaciji seminara i pisanju stručnih publikacija. Mihailo je takođe i praktičar, angažovan kao revizor i poreski savjetnik.

Prema njegovim riječima, upravljanje rizicima prepoznato je kao stub otpornosti preduzeća, sa posebnim fokusom na identifikaciju i procjenu ekonomskih, političkih, regulatornih i tehnoloških izazova. Naveo je da je razvoj strategija za ublažavanje rizika kroz diverzifikaciju, ulaganje u nove tehnologije i partnerstva ključan za održivost i rast.

-U procesu donošenja odluka važno je koristiti kako kvantitativne podatke o budućim troškovima i prihodima, tako i kvalitativne faktore, čime se postiže racionalnost i optimalno korišćenje resursa – istakao je Vukosavljević.

Apostrofirao je da efikasno budžetiranje i finansijsko upravljanje predstavljaju osnovu za stabilnost i rast preduzeća.

-Jasno definisani ciljevi i praćenje ključnih indikatora učinka (KPI) omogućavaju predviđanje, kontrolu i optimizaciju poslovnih rezultata – zaključio je on.

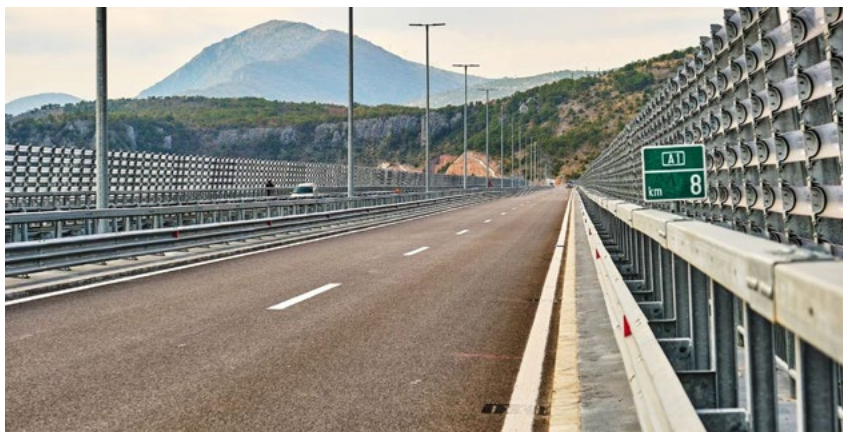


KREDIT ZA GRADNJU DRUGE DIONICE AUTO-PUTA

Evropska banka za obnovu i razvoj odobrila je kredit pod povoljnim uslovima u iznosu od 200 miliona eura za izgradnju druge dionice auto-puta Bar-Boljare. Time su se stekli uslovi da, nakon izbora izvođača radova, uskoro otpočne izgradnja ovog strateškog infrastrukturnog projekta, saopšteno je iz Ministarstva saobraćaja.

„Odluka EBRD predstavlja jasan signal da su ispunjeni svi zahtjevi koje je ova renomirana međunarodna finansijska institucija postavila, uključujući tehničke, pravne, ekološke i proceduralne standarde, što potvrđuje kvalitet pripreme i vođenja projekta od strane nadležnih institucija“, navode u saopštenju iz Ministarstva saobraćaja.

Podrška Evropske banke za obnovu i razvoj rezultat je, navode oni, predanog i intenzivnog rada svih uključenih



strana, kao i povjerenja koje EBRD ima u rad Ministarstva saobraćaja i Vlade Crne Gore.

„Takođe, potvrđuje strateški značaj auto-puta Bar-Boljare za regionalno povezivanje i ekonomski razvoj države. Dionica Mateševo-Andrijevice, kao jedna od najzahtjevnijih na trasi auto-puta, predstavlja ključni naredni

korak u realizaciji najvažnijeg saobraćajnog pravca u Crnoj Gori. Ovo je još jedna potvrda odgovorne politike u oblasti kapitalnih investicija i stvaranja moderne, bezbjedne i evropski povezane saobraćajne mreže“, zaključuju u saopštenju iz Ministarstva saobraćaja.

Pobjeda



SPAJANJE OSAM BERZI

Osam berzi iz Hrvatske, Slovenije, Poljske, Slovačke, Rumunije, Bugarske, Mađarske i Sjeverne Makedonije dogovorilo je spajanje, a sjedište nove kompanije biće u Zagrebu, odakle je inicijativa i potekla.

Regionalna saradnja formalizovana je potpisivanjem memoranduma o razumijevanju između osam berzi, uz podršku Evropske banke za obnovu i razvoj (EBRD).

Predsjednica Uprave Zagrebačke berze **Ivana Gažić** izjavila je da se kroz

saradnju mogu postići bolji rezultati – veća vidljivost tržišta, usklađivanje regulatornih i strateških ciljeva. Time se kompanijama olakšava prikupljanje kapitala, a investitorima se pojednostavljuju investicioni procesi i povećava broj dostupnih opcija.

Spajanjem se očekuje povećanje efikasnosti i dostupnosti ulaganja, a regionalna integracija mogla bi da donese veću likvidnost, bolju transparentnost, niže troškove pristupa tržištima i veću konkurentnost berzi na globalnom nivou.

Forbes

OTVOREN AGROMONT CENTAR U BERANAMA

Renomirana kompanija Agromont, s jakim prisustvom na tržištima Crne Gore i regiona, nastavlja širenje poslovanja otvaranjem velikog poljoprivrednog centra u Beranama – najvećeg i najbolje opremljenog objekta ove vrste na sjeveru Crne Gore.

Svečano otvaranje Agromont poljoprivrednog centra održano je 17. jula na lokaciji Buće bb, preko puta ribnjaka, u Beranama.

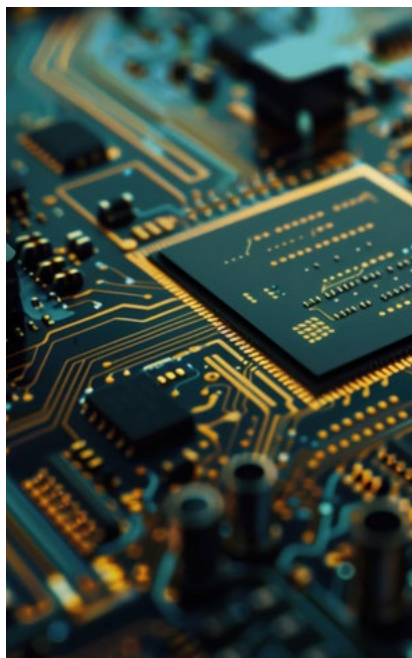
Kupce je dočekao bogat asortiman proizvoda, alata i opreme za poljoprivredu, hortikulturu i hobije. U Agro-

mont poljoprivrednom centru nalaze se i žitarice i stočna hrana koju proizvodi Fabrika stočne hrane Spuž po fabričkim cijenama.

Centar je osmišljen kao pouzdan partner poljoprivrednicima, zanatlijama, profesionalcima i entuzijastima kojima nudi kvalitetna sjemenja, đubriva, sredstva za zaštitu bilja, sisteme za navodnjavanje, supstrate, oprema za proizvodnju rasada, raznovrsne alate, hranu za kućne ljubimce...

Na dan otvaranja, posjetioci su imali popust do 30% na kompletan asortiman. Popusti su važili tokom prva tri dana, a prvih 100 kupaca dobili su poklone iznenađenja.





PRVA KOMPA NIJA VRIJEDNA ČETIRI BILIONA

Proizvođač čipova za vještačku inteligenciju, kompanija Nvidia postala je prva kompanija u istoriji čija je tržišna vrijednost dostigla četiri biliona dolara. To je najnoviji veliki uspjeh neprikosnovenog lidera u trci za generativnom vještačkom inteligencijom, piše Forbes.

Akcije Nvidije su u julu porasle 2,8%, dostigavši novi rekord od 164,42 dolara po akciji.



LABUBU KULTURNI FENOMEN AZIJE

Lutke Labubu učinile su kinesku kompaniju Pop Mart bogatijom za 1,6 milijardi dolara – i to za samo 24 sata. Ovo nisu obične plišane igračke. Pop Mart je sada kulturni fenomen u Aziji i šire, a Labubu je njihova zvijezda u usponu.

Pop Mart je izgradio milijardersku imperiju prodajući takozvane “blind box” kutije – kolekcionarske igračke za koje ne znate koju dobijate dok ih ne otvorite. Taj element iznenađenja? Pretvorio se u globalnu opsesiju. Blind box kutije oslanjaju se na uzbuđenje izazvano neizvjesnošću, što navodi fanove da se stalno vraćaju po još. Pop Mart nije prodavao samo igračke – prodavao je mogućnost da ih sakupljate, gradeći brend koji živi od FOMO efekta (straha da ćete nešto propustiti) i fanovske kulture, piše Biznis.

Osnivač Wang Ning pokrenuo je kompaniju 2010. godine, a da bi pokrenuo posao, pozajmio je od porodice 30.000 dolara. U 2020. godini osnivač Wang je posatao milijarder, ali je nastavio da gura poslovanje. Posao u SAD su pokrenuli tiho 2024. godine, a onda je došao maj 2025. Aplikacija Pop Marta postala je hit, a TikTok je poludio za lutkama.

Biznis

KINA SE BORI SA PADOM CIJENA

Kineske proizvođačke cijene pale su u junu 3,6 odsto u odnosu na isti mjesec prošle godine, što predstavlja najveći pad od jula 2023. godine. Razlog je cjenovni rat koji se širi kroz privredu koja se već suočava sa slabom potrošačkom tražnjom.

Nasuprot tome, indeks potrošačkih cijena (CPI) porastao je 0,1 odsto u junu na godišnjem nivou, prema podacima Državnog zavoda za statistiku (NBS) objavljenim u srijedu. Ovo označava povratak inflacije nakon četiri uzastopna mjeseca deflacije.

Prema anketi agencije Rojters (Reuters), ekonomisti su očekivali da će CPI ostati nepromijenjen u odnosu na

prethodnu godinu.

Temeljna inflacija – bez cijena hrane i energije – porasla je 0,7 odsto, što je najveći rast u posljednjih 14 mjeseci, navodi NBS.

Pad proizvođačkih cijena bio je gori od očekivanih 3,2 odsto, prema Rojtersovoj anketi, a prema podacima LSEG-a, to je najveći pad od jula 2023. CPI je u deflacionom trendu još od septembra 2022. godine.

„Zamah u sektoru nekretnina i dalje slabi, a kampanja protiv fenomena ‘nejdžuan’ (‘nejžuan’ – unutrašnja konkurencija, tj. cjenovni rat među proizvođačima) tek je u ranoj fazi. Preduzeća treba usmjeriti ka unapređenju kvaliteta proizvoda i postepenom gašenju zastarjele proizvodnje“, naveli su kineski zvaničnici.



BUDUĆNOST ODBRANE I SPREMNOST INDUSTRIJE

Evropa se suočava sa sve složenijim i zahtjevnijim bezbjednosnim okruženjem. Godine nedovoljnog ulaganja u odbranu i pretjerano oslanjanje na spoljne partnere ostavile su kontinent nedovoljno pripremljenim za suočavanje sa višeslojnim geopolitičkim izazovima. Trenutno, EU ne samo da se bori da obezbijedi potrebne kapacitete za svoju odbranu, već se suočava i sa ekonomskim teškoćama i ne uspijeva u potpunosti da iskoristi potencijal jedinstvenog tržišta. Povezanost između otporne ekonomije, industrijske spremnosti i odbrane nikada nije bila važnija.

Dok ulazimo u četvrtu godinu ničim izazvanog i neopravdanog rata agresije koji Rusija vodi protiv Ukrajine, EU je prepoznala hitnost situacije: Plan za ponovno naoružavanje Evrope / Spremnost 2030. naglašava značaj zajedničkih napora ka industrijskoj pripremljenosti Evrope. Mir, trgovina i stabilnost su preduslovi za uspjeh evropskih preduzeća i zato ih je neophodno očuvati. Strateška ulaganja u odbranu ne samo da jačaju sposobnosti odvratanja Evrope, već i učvršćuju temelje ekonomske stabilnosti i otpornosti. Sigurno okruženje je ključno za razvoj inovacija, preduzetništva i prekogranične saradnje.

Zašto privredne komore smatraju da je budućnost odbrane i industrijske spremnosti važna?

Privredne komore mogu djelovati kao ključni posrednici između političkih aktera, poslovne zajednice i civilnih ili vojnih bezbjednosnih struktura. Igrajući tu posredničku ulogu, mreža komora, zajedno sa svojim članicama i bliskom saradnjom sa lokalnim upra-

vama, ima centralnu ulogu u podršci sektoru odbrane. Komore mogu pokrenuti neophodno međusektorsko umrežavanje i koordinisati vježbe pripremljenosti za krizne situacije. Takođe, mreža komora pruža podršku kompanijama kroz širok spektar usluga i savjeta, ne ograničavajući se samo na odbrambenu industriju.

Svaki sektor mora ojačati svoju otpornost i pripremiti se za moguće krize, a komore aktivno pomažu svojim članicama da upravo to i ostvare.

FINANSIRANJE SEKTORA ODBRANE

Sljedeći Višegodišnji finansijski okvir (VFO) mora dati prioritet bezbjednosti i konkurentnosti industrije EU. Ulaganje u evropsku odbranu predstavlja jedan od ključnih elemenata za nezavisnost, mir, bezbjednost, stabilnost i rast našeg kontinenta. Iako su mnoge evropske zemlje povećale svoja izdvajanja za odbranu, investicije u ovom sektoru moraju biti održive na duži rok. To, međutim, zahtijeva pаметan pristup u privlačenju i raspodjeli sredstava za odbranu, kao i kreiranje odgovarajućeg okvira koji omogućava napredak postojećim i razvoj novih preduzeća.

U tom kontekstu, dugoročni budžet EU nakon 2027. godine trebalo bi da predvidi posebna sredstva za finansiranje sektora odbrane i bezbjednosti. Trenutni okvir EU ne omogućava jednostavno finansiranje istraživanja, razvoja i proizvodnih kapaciteta u okviru odbrambene industrije. Ovo predstavlja poseban izazov za kompanije koje proizvode "konvencionalnu" opremu iz ML (Military List – Vojna

lista) kategorije, jer su ili isključene iz većine evropskih fondova ili se suočavaju sa značajnim preprekama za sufinsansiranje. I dok to otežava rad svim etabliranim kompanijama u sektoru, posebno pogoda mala i srednja preduzeća (MSP).

Dodatno, važeći evropski regulatorni okvir ne dozvoljava državama članicama da direktno koriste EU sredstva za finansiranje strateških odbrambenih projekata na nacionalnom nivou. Imajući u vidu geopolitičke izazove, mora se poslati jasan signal kroz omogućavanje zajedničkog finansiranja bezbjednosnih nedostataka širom Unije.

Privremeno ublažavanje pravila EU budžeta i povećanje državne potrošnje na odbranu vjerovatno bi stimulisali ekonomsku aktivnost, naročito u sektorima proizvodnje, logistike i tehnologije. Istovremeno, potencijalni inflatorni pritisci i dugoročna povećanja poreza ne smiju biti zanemareni; fiskalna fleksibilnost će biti korisna samo ako obezbijedimo da mjere ekonomskog stimulansa balansiraju inflatorne rizike i da sredstva stignu do sektora i regiona sa višim stepenom rizika.

Aktuelni geopolitički izazovi pozivaju Uniju na zajednička ulaganja u evropske odbrambene kapacitete i tehnologije. Istovremeno je ključno smanjiti zavisnost od gotovih rješenja od eksternih dobavljača. Zajedničko evropsko tržište za sektor odbrane, kako je zamišljeno u Bijeloj knjizi Evropske komisije, mora biti krajnji cilj. Krediti za odbranu u okviru instrumenta "Akcija za bezbjednost Evrope" (SAFE) mogli bi podstaći nova ulaganja u odbrambene i bezbjednosne tehnologije, što bi



koristilo industrijskim dobavljačima, inženjerskim firmama i kompanijama koje se bave sajber bezbjednošću. Takođe bi se mogao podstaći i veći angažman privatnog sektora u velikim vojnim projektima. Međutim, i dalje postoji neizvjesnost u vezi sa učešćem MSP-a, jer im je potreban jednostavan i fleksibilan pristup ovakvim instrumentima.

Mobilizacija privatnog kapitala ubrzanjem Unije štednje i investicija (SIU), kao i putem Evropske investicione banke (EIB), mogla bi podstaći privatna ulaganja u sektor odbrane i bezbjednosti. Pošto su investitori skloni ulaganju u projekte koji imaju stabilne prinose i podršku države, ovo predstavlja priliku za evropsku odbrambenu industriju da se razvija i konkuriše međunarodnim proizvođačima. Međutim, ključno je ukloniti nepotrebne pravne i birokratske prepreke za ulaganja u odbranu.

Iako je EIB u posljednje vrijeme uložila napore i aktivno traga za načinima da podrži sektor u skladu sa svojim mandatom, na lokalnom i nacionalnom nivou je potrebno učiniti više kada je riječ o finansiranju. Uspostavljanje malog garancijskog fonda na nivou EU za proizvode koji trenutno

nijesu obuhvaćeni EIB politikom kreditiranja moglo bi predstavljati prvi korak u pravom smjeru.

VOJNI I DVONAMJENSKI PROIZVODI I USLUGE KAO POKRETAČI EKONOMSKOG RASTA I GLOBALNE KONKURENTNOSTI

Vojni i dvonamjenski proizvodi i usluge često predstavljaju pokretače ekonomskog rasta i globalne konkurentnosti. Bez obzira na kratkoročne geopolitičke promjene, potražnja za ovim kapacitetima ostaće snažna i u doglednoj budućnosti. EU bi stoga trebalo da vojnu i dvonamjensku tehnološku infrastrukturu prepozna kao strateški, dugoročni sektor rasta bogat prilikama za inovacije.

Snažna odbrambena industrija ne samo da jača nacionalnu bezbjednost, već i podstiče industrijski razvoj, inovacije i otvaranje novih radnih mjesta širom EU. To se posebno odnosi na jedinstveno tržište EU za proizvode odbrambene namjene, imajući u vidu značajnu ulogu nacionalnih vlada kao glavnih naručilaca ovih proizvoda. Omogućavanje lakše proizvodnje i trgovine među državama članicama

EU stvorilo bi dodatni podsticaj kompanijama da tragaju za novim poslovnim prilikama i podstaklo bi evropsku saradnju.

Povećana ulaganja u sektore vojne i dvonamjenske tehnologije mogu ubrzati inovacione cikluse, podstaći razvoj novih industrija i unaprijediti ekonomsku spremnost i otpornost.

Otključavanje punog potencijala jedinstvenog tržišta EU je od suštinske važnosti: smanjenje birokratije i podsticanje prekogranične saradnje omogućiće preduzećima da rastu, brže komercijalizuju inovacije i pozicioniraju Evropu konkurentnije na globalnoj sceni.

Da bi odgovorila na globalne izazove, Evropa treba da teži zatvaranju kapacitetskih praznina kroz povećanje standardizacije i interoperabilnosti, jačanje Evropske tehnološko-industrijske baze za odbranu i izgradnju pripremljenije i konkurentnije ekonomije. Jedinstvo među državama članicama i usklađeno djelovanje ključni su elementi u ovim izazovnim vremenima

ANALIZA EVROPSKE MREŽE KOMORA

ŠTETNA POVEZANOST IZMEĐU
CIJENA ENERGIJE I ZAPOSLENOSTI

Nova ekonomska analiza koju je sprovedla evropska mreža privrednih komora potvrđuje štetan uticaj visokih troškova električne energije na tržište rada. Budući da cijene energije predstavljaju ključni ulazni trošak za mnoge sektore, a preduzetnici se već suočavaju sa nedostatkom kvalifikovane radne snage i rastućim troškovima rada, ovi nalazi dodatno potvrđuju jasnu poruku: pristupačna energija je neophodna za održiv rast evropske ekonomije.

Novi izvještaj Eurochambresa ispituje osjetljivost zaposlenosti na cijene električne energije koristeći agregirane podatke iz industrije u 28 evropskih zemalja za period od 2008. do 2021. godine. Rezultati, koji su u skladu sa ranijim istraživanjima u ovoj oblasti, pokazuju

da rast cijena električne energije ima snažan negativan uticaj na zaposlenost u Evropi, a samim tim i na konkurentnost i prosperitet evropske privrede.

Strukturni izazovi, kao što su visoke cijene energije u poređenju sa globalnim konkurentima i demografske promjene u Evropi, predstavljaju dugoročne prepreke koje zahtijevaju strategiju usmjerenu ka budućnosti.

Predsjednik Eurochambresa, Vladimír Dlouhý, izjavio je: „Visoke cijene energije predstavljaju dugotrajan izazov za Evropu, koji je dodatno pogoršan pandemijom i tekućim ratom u Ukrajini. Za razliku od SAD-a i Kine, to nas dovodi u nepovoljan položaj, sputava investicije i ograničava otvaranje novih radnih mjesta. Pristupačna

energija je ključni faktor naše konkurentnosti i sposobnosti naših preduzeća da kreiraju nova radna mjesta”.

Eurochambres poziva na brzu primjenu inicijativa iz Akcionog plana za pristupačnu energiju, kako bi se smanjile cijene energije i spriječili budući poremećaji. Hitno je potrebna dobro integrisana Jedinствена energetska unija, kako bi se povećala efikasnost i obezbijedila konkurentna i otporna ekonomija.

Evropska komisija i nacionalne vlade moraju brzo djelovati na modernizaciji infrastrukture, usklađivanju propisa, ubrzavanju procesa odobravanja i ulaganju u prekvalifikaciju radne snage. To uključuje i jačanje Unije vještina, kako bi se prevazišli nedostaci radne snage i kompetencija širom Evrope.



MARSELO KASTELJANOS, VIŠI REGIONALNI MENADŽER IFC ZA JUGOISTOČNU EVROPU, ZA BANKAR

TURIZAM, ZELENE ILI PLAVE INVESTICIJE PRETVORITI U POKRETAČE ZAPOŠLJAVANJA

U današnjoj brzo mijenjajućoj globalnoj ekonomiji, malo je pitanja hitnijih — ili važnijih — od otvaranja radnih mjesta. Prema izvještaju Grupe Svjetske banke pod nazivom „Radna mjesta: Put ka prosperitetu“, očekuje se da će više od milijardu mladih ljudi u narednoj deceniji stupiti na tržište rada u zemljama u razvoju. Ipak, trenutne prognoze pokazuju da će se u tom periodu stvoriti svega oko 420 miliona radnih mjesta. Ovaj ogroman jaz, ako se ne riješi, mogao bi produbiti nejednakosti, podstaći neregularne migracije, proširiti neformalni sektor i povećati nestabilnost u već ranjivim regionima, navodi u autorskom tekstu za NIN Reviju Diplomacy Marcelo Kasteljanos, viši regionalni menadžer IFC-a za Jugoistočnu Evropu.

Na Zapadnom Balkanu, otvaranje radnih mjesta predstavlja i razvojnu potrebu i stratešku priliku. Region je u posljednjim godinama ostvario značajan napredak, uključujući poboljšanje makroekonomske stabilnosti, bliže usklađivanje sa standardima EU i rastuće interesovanje investitora. Ipak, nezaposlenost mladih i dalje je visoka, stope emigracije se ubrzavaju, a mnogi od najperspektivnijih preduzetnika u regionu suočavaju se s preprekama koje im otežavaju širenje poslovanja i zapošljavanje većeg broja radnika.

MALA I SREDNJA PREDUZEĆA U SREDIŠTU EKONOMSKIH PRILIKA

U samom središtu ekonomskog potencijala regiona nalaze se mala i srednja preduzeća (MSP). Ova preduzeća čine više od 99% svih registrovanih firmi i generišu oko tri četvrtine ukupnih radnih mjesta u privatnom sektoru širom Zapadnog Balkana. U Bosni i Hercego-

vini, na primjer, 98,2% kompanija spada u kategoriju MSP. I pored relativno visoke stope nezaposlenosti (oko 12,5%), vještine i profili nezaposlenih ne odgovaraju zahtjevima otvorenih radnih mjesta u zemlji. Ipak, potencijal MSP-a da rastu i otvaraju nova radna mjesta često je ograničen zbog složene regulative, nedostatka kvalifikovane radne snage, neadekvatne infrastrukture i ograničenog pristupa finansiranju, prenosi NIN.rs.

U Sjevernoj Makedoniji, samo 37% malih preduzeća izjavljuje da ima bankarski kredit — što je jedna od najnižih stopa u regionu — uprkos rastućoj potražnji za poslovnim finansiranjem. U Crnoj Gori, regulatorne neusklađenosti, visok nivo neformalne ekonomije i ograničena dostupnost alternativnih izvora finansiranja i dalje ograničavaju preduzetničku aktivnost. MSP se u Crnoj Gori suočavaju s dugotrajnim neefikasnostima u poreskom sistemu i institucionalnom nadzoru, što urušava poresku osnovicu, smanjuje kvalitet javnih usluga i ostavlja neformalne radnike bez pravne zaštite i socijalnih beneficija.

STVARANJE PODSTICAJNOG OKRUŽENJA ZA RAST PRIVATNOG SEKTORA

Razvoj uspješnog sektora malih i srednjih preduzeća zahtijeva više od pukog obezbjeđivanja kreditnih linija. Neophodno je izgraditi podsticajno okruženje u kojem preduzeća svih veličina mogu efikasno poslovati, ravnopravno se takmičiti i održivo rasti. To podrazumijeva pojednostavljivanje regulatornih procedura, modernizaciju poreskih sistema, ulaganje u digitalnu infrastrukturu, kao i unapređenje logističkih i energetskih mreža. Takođe, potrebno je proširiti pristup finansiranju putem

raznovrsnih kanala — od vlasničkih ulaganja i fondova rizičnog kapitala, do digitalnog finansiranja kroz lanac snabdijevanja i mehanizama za raspodjelu rizika koji omogućavaju kreditiranje nedovoljno zastupljenih segmenata.

Postoje znaci napretka. Zemlje širom Zapadnog Balkana preduzimaju korake ka poboljšanju poslovnog ambijenta i podršci preduzećima koja otvaraju nova radna mjesta. U Albaniji, naponi usmjereni na unapređenje digitalnih javnih usluga i programa stručnog osposobljavanja počinju da rješavaju problem neusklađenosti između ponude i tražnje vještina koji već dugo koči razvoj privatnog sektora. Turistički sektor u Albaniji takođe pruža značajan potencijal za podsticanje rasta, otvaranje radnih mjesta i jačanje uloge MSP-a — naročito u okviru šireg lanca snabdijevanja u turizmu, uključujući poljoprivredu i logistiku. Ipak, jaz između dostupnih vještina i potreba tržišta svake godine postaje sve veći, dodatno pogoršan kontinuiranom migracijom kvalifikovanih radnika, prenosi NIN.rs.

MODERNIZACIJA ZA RAST

Ipak, strukturni izazovi i dalje postoje. Produktivnost u regionu je opala nakon globalne finansijske krize, pri čemu su samo Albanija i Bosna i Hercegovina uspjele da održe nivoe iz perioda prije krize. Mnoge zemlje i dalje se suočavaju s problemom preobimnih državnih preduzeća (DP), koja potiskuju privatne investicije i često posluju s gubicima ili u sektorima s visokim emisijama. Iako DP obezbjeđuju zaposlenje, preusmjeravanje resursa ka privatnom sektoru moglo bi dovesti do kvalitetnijih poslova — produktivnijih i održivijih — umjesto pukog povećanja broja zaposlenih.

Jačanje finansijskih tržišta takođe je od

ključnog značaja. Preduzeća u regionu i dalje se u velikoj mjeri oslanjaju na tradicionalno bankarsko kreditiranje, uz ograničen pristup tržištima kapitala ili nebankarskim finansijskim uslugama. Produbljivanje lokalnih tržišta kapitala — kao što je u toku u Srbiji kroz Zajednički program za tržišta kapitala (J-CAP), regionalnu inicijativu koju predvodi Grupa Svjetske banke — ključno je za diverzifikaciju izvora finansiranja i omogućavanje dugoročnih investicija u širenje poslovanja, inovacije i zapošljavanje.

Digitalizacija je još jedno područje sa ogromnim potencijalom. Pandemija COVID-19 dodatno je istakla važnost digitalnih alata za otpornost i konkurentnost. Ipak, Zapadni Balkan i dalje zaostaje u usvajanju digitalnih rješenja, što je posljedica i infrastrukturnih nedostataka i manjka digitalnih vještina. Visoke carine na opremu iz oblasti informaciono-komunikacionih tehnologija, ograničena primjena e-uprave i zastarjeli propisi o javnim nabavkama dodatno usporavaju napredak. Rješavanje ovih izazova ne bi samo otvorilo nova tržišta za MSP, već bi i proširilo pristup elektronskom učenju, elektronskoj trgovini i prilikama za rad na daljinu za mlade širom regiona.

Od posebne je važnosti to što održiva tranzicija predstavlja jedinstvenu priliku za otvaranje novih radnih mjesta, uz istovremeno rješavanje klimatskih i energetskih izazova. Zemlje Zapadnog Balkana suočavaju se sa sve većim ekološkim rizicima — sušama, poplavama i energetskom nesigurnošću — ali posjeduju i neiskorišćeni potencijal u oblasti obnovljivih izvora energije, zelene gradnje i održive poljoprivrede. Iskorišćavanje ove prilike zahtijevaće značajna ulaganja u inovacije, infrastrukturu i poslovne modele prilagođene klimatskim uslovima.

Kombinovano finansiranje (blended finance) i partnerstva između javnog i privatnog sektora (PPP) ključni su alati za smanjenje rizika ovih investicija i privlačenje privatnog kapitala u sektore koji otvaraju nova radna mjesta. Kroz platforme poput Investicionog okvira za Zapadni Balkan (WBIF), nacionalne vlade, institucije EU i razvojni partneri zajednički rade na podršci energetske tranziciji, održivoj povezanosti i konkurentnosti MSP-a. Ove saradnje već daju rezultate — od aukcija za čistu energiju u Albaniji do razvoja eko-industrijskih parkova širom regiona, prenosi NIN.rs.

Crna Gora, na primjer, ima snažan potencijal za korišćenje turizma i zelenih ili plavih investicija kao pokretača zapošljavanja. Privatni sektor ima značajnu ulogu u ekonomiji zemlje, ali neformalna ekonomija i regulatorna fragmentacija umanjuju konkurentnost. Kako bi se to prevazišlo, Međunarodna finansijska korporacija (IFC), članica Grupe Svjetske banke, aktivno traži prilike za podršku razvoju privatnog sektora u Crnoj Gori, sa fokusom na turizam, energetsku efikasnost i proširenje pristupa finansiranju za MSP putem lokalnih finansijskih posrednika. Napori takođe obuhvataju ulaganja u obnovljive izvore energije i zelenu gradnju — sektore koji imaju veliki potencijal za otvaranje novih radnih mjesta.

ISKORIŠĆAVANJE PUNOG POTENCIJALA REGIONA

Međutim, investicije će pristizati samo tamo gdje postoji osjećaj sigurnosti i podrške. Zbog toga je unapređenje investicionog ambijenta i dalje od suštinskog značaja. Transparentna regulativa, fer konkurencija, efikasno pravosuđe i stabilan regulatorni okvir predstavljaju osnovne predušlove za privlačenje privatnih investitora — kako domaćih, tako

i stranih — i za njihovo uključivanje u otvaranje radnih mjesta u sektorima s visokim potencijalom. Reforme moraju i dalje biti usmjerene na smanjenje rizika za privatni sektor i obezbjeđivanje ravnopravnih uslova za sve učesnike na tržištu.

U ovom kontekstu, međunarodni partneri poput IFC-a imaju važnu ulogu. Saradnjom sa vladama i privatnim sektorom, IFC podržava uspostavljanje digitalne finansijske infrastrukture, poboljšava pristup obrtnih sredstvima za MSP i pomaže u jačanju konkurentnog okvira i vladavine prava. U nekoliko zemalja regiona u toku su projekti za proširenje finansiranja MSP-a, podršku vlasničkim ulaganjima i modernizaciju modela javno-privatnog partnerstva. Ovi napori dio su šireg angažmana ka iskorišćavanju privatnih investicija i ubrzanju inkluzivnog rasta, prenosi NIN.rs.

Zapadni Balkan se nalazi na prelomnoj tački. Uz prave reforme i ciljane ulaganja, region može pretvoriti demografski izazov u demografsku prednost — osnažujući mlade, podstičući preduzetništvo i gradeći zeleniju i otporniju budućnost. U središtu te transformacije mora biti stvaranje više i kvalitetnijih radnih mjesta. Uspješan sektor malih i srednjih preduzeća, podržan pametnom javnom politikom, efikasnim institucijama i snažnijim finansijskim ekosistemom, ključan je ne samo za ekonomski rast, već i za to da svi građani — posebno žene, mladi i stanovništvo iz ruralnih područja — imaju pristup dostojanstvenim i održivim prilikama za zapošljavanje. Oslobođanjem punog potencijala privatnog sektora, region može trasirati put ka inkluzivnijoj i dinamičnijoj ekonomiji — onoj u kojoj je rast i održiv i pravedno raspodijeljen.

Izvor: Bankar.me



ZLATO ILI SIROVINE

NAJBOLJA ZAŠTITA OD INFLACIJE

Zlato ima dugu reputaciju kao zaštita od inflacije, a entuzijasti ovog plemenitog metala često naglašavaju njegovu sposobnost da očuva vrijednost kroz vrijeme. Jedan od najčešćih narativa među investitorima je da jedna unca zlata uvijek vrijedi koliko i kvaliteto muško odijelo.

Ova reputacija jedan je od razloga za nedavni rast cijene zlata. Dodatni faktori uključuju masovne kupovine od strane centralnih banaka koje žele diverzifikovati rezerve van američkog dolara, kao i investitore koji traže sigurnu luku u vrijeme geopolitičke i ekonomske nestabilnosti.

Međutim, postavlja se ključno pitanje – da li je zlato zaista najbolja zaštita od inflacije? Istorijski podaci daju mješovitu sliku. Dok je zlato u određenim periodima inflacije zaista donosilo solidne prinose, sirovine su pokazale konzistentnije performanse.

ŠTA ISTORIJA KAŽE

Sirovine, koje obuhvataju energente (naftu, gas), poljoprivredne proizvode (kukuruz, pšenicu, soju) i metale (zlato, srebro, bakar, platinu), generalno su bolje pratile inflatorne skokove. Tokom svih pet analiziranih inflatornih perioda, sirovine su nadmašile inflaciju. Zlato je to uspjelo u tri slučaja, ali je zaostajalo u druga dva.

Najbolje rezultate zlato je imalo tokom inflatornih udara 1970-ih godina, kao i u periodu od septembra 2007. do jula 2008, kada su rast cijena nafte i hrane, zajedno sa potražnjom iz tržišta u razvoju, podigli inflaciju preko 5%.

Nasuprot tome, zlato je podbacilo krajem 1980-ih, kada je inflacija u SAD-u porasla za oko 20%. U najnovijem inflatornom periodu (od sredine 2021. do marta 2023), iako je cijena zlata rasla, njegov kumulativni prinos bio je 13 procentnih poena manji u odnosu na indeks sirovina.

ZAŠTO SU SIROVINE POUZDANIJE

Odgovor je jednostavan – mnoge sirovine su direktno uključene u potrošačke indekse cijena. Kada inflacija raste, cijene energije, hrane i osnovnih sirovina rastu zajedno sa njom. Osim toga, sirovine su usko povezane sa ekonomskim rastom – periodi snažnog rasta često podstiču veću potražnju i više cijene.

Zlato, s druge strane, više zavisi od faktora poput kamatnih stopa, geopolitičke neizvjesnosti i ponašanja centralnih banaka. Na primjer, u kasnim 1980-im, rast prinosa na obveznice učinio je ulaganje u zlato manje atraktivnim, jer ono ne donosi prihod.

OSTALI FAKTORI

Ako već ulažete u fondove koji prate široke indekse sirovina (kao što je Bloomberg Commodity Index), vjerovatno već imate i određenu izloženost zlato – ovaj indeks sadrži oko 14% zlata.

Međutim, i zlato i sirovine su dugoročno značajno zaostajali za akcijama. Obe klase imovine prolazile su kroz višegodišnje cikluse slabih i jakih performansi, uz često visoku volatilitnost i rizik od gubitaka.

Jedan od tehničkih izazova za ETF-ove koji ulažu u futures ugovore je “contango” – situacija u kojoj su cijene budućih ugovora više od trenutnih, što negativno utiče na prinose.

Zlato i dalje ima svoje mjesto u investicionim portfolijima – ali ne kao vodeći alat za zaštitu od inflacije. Sirovine, zahvaljujući svojoj direktnoj vezi sa potrošačkom korpom i ekonomskom aktivnošću, pružaju pouzdaniju zaštitu. Dugoročni investitori bi trebalo da ograniče udio i zlata i sirovina u portfoliju, ali ako je cilj konkretna zaštita od inflacije – sirovine su pametniji izbor.

Autorka je Ejmi Arnot, portfolio strateg u Morning Staru

Izvor: Investor



CRNA GORA NA NASLOVNICI PRESTIŽNOG NJEMAČKOG MAGAZINA

SPEKTAKL PRIRODE NA JADRANU



Njemački novinar Heinrich Angels, koji je u aprilu posjetio Crnu Goru u organizaciji Nacionalne turističke organizacije, u izdanju za jul/avgust prestižnog njemačkog magazina ADAC Reisemagazin objavio je članak pod nazivom „Spektakl prirode na Jadranu“.

Crna Gora je ovom prilikom predstavljena na devet stranica, a dodatno je istaknuta i na naslovnoj strani magazina, saopšteno je iz NTO.

Njemački novinar, oduševljen raznolikošću crnogorskog pejzaža i u članku ističe kako na maloj površini zemlja nudi izuzetno bogat prirodni i turistički sadržaj.

„Crna Gora nije veća od Šlezvig-Holštajna, ali pored zadivljujuće obale sa kilometrima dugim plažama i romantičnim uvalama, nudi i visoke planine, spektakularne kanjone i impresivne nacionalne parkove. Nije ni čudo što turizam u zemlji ubrzano raste“, navodi on.

U nastavku se posebna pažnja posvećuje prirodnim atrakcijama kao što su Nacionalni park Durmitor i Crno jezero, prašumski predjeli Biogradske gore, prostrano Skadarsko jezero, slikovita obala Ulcinja i istorijski Kotor.

Članak naglašava i praktičnost Crne Gore kao destinacije, ističući njenu relativno malu površinu kao ključnu prednost za putnike.

„Odmor na plaži se lako može upotpuniti jednodnevnim izletima do planinskih predjela, što je velika prednost zemlje: gotovo svaki kutak je dostupan autom za sat ili dva“, piše.

Na kraju teksta, autor sumira utiske o destinaciji.

„Crna Gora nudi nevjerovatnu raznovrsnost na malom prostoru: od planinskih predjela do morskih uvala, od netaknute prirode do istorijskih gradova. Mnogi smatraju da nigdje u Evropi ne postoji takva koncentracija spektakularnih pejzaža“, napisao je on.

ADAC Reisemagazin je renomirani dvomjesečni magazin koji izdaje njemački automobilski klub ADAC. Posvećen putovanjima, ovaj prestižni magazin donosi inspirativne reportaže, fotografije i korisne savjete, vodeći čitaoce kroz najljepše destinacije Evrope i svijeta. Sa tiražom od oko 60 hiljada primjeraka i čitalačkom publikom od 770 hiljada ljudi, ovaj magazin predstavlja izuzetno značajnu platformu za promociju Crne Gore kao turističke destinacije.

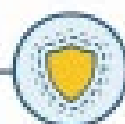


Usmjeravamo kompanije ka **održivijim** poslovnim modelima

Prilagođavamo digitalna rješenja potrebama preduzeća

Obezbeđujemo da preduzeća budu spremna za investitore i imaju pristup pravim izvorima finansiranja

Predstavljamo kompanije poslovnim partnerima



Razvijamo poslovnu agilnost i **otpornost** na izazove, kao što su poremećaji u lancu snabdjevanja

Omogućavamo preduzećima da iskoriste mogućnosti **jedinstvenog EU tržišta**

Inovativne ideje vodimo do komercijalnog uspjeha

Pomažemo preduzećima da pristupe međunarodnim tržištima izvan Evrope

Mala i srednja preduzeća dobijaju besplatnu podršku od preko 450 partnera Mreže u preko 40 zemalja širom svijeta. Zahvaljujući našoj stručnosti, **SVAKOG DANA**

835

malih preduzeća dobija pomoć za inovacije i rast na međunarodnom nivou

525

preduzeća dobija specijalizovana uputstva i obuku

112

preduzeća ostvaruje benefite od detaljnih savjeta naših stručnjaka

5

preduzeća potpisuje partnerske sporazume

Rezultat je 92% zadovoljnih klijenata!

Otkrijte na koji način #EEN pruža podršku!

een.ec.europa.eu

Pratite nas na



#EENis15



ZA NAŠ RAZVOJ

**Kupujmo
NAŠE!**



WWW.KOMORA.ME



PRIVREDNA
KOMORA
CRNE GORE

SNAGA
je u svima nama

DOBRO
IZ CRNE GORE