



Crna Gora
Ministarstvo ekonomije

PROGRAM PROMOCIJE DOMAĆIH PROIZVODA I USLUGA

Dobro iz Crne Gore

mart 2018. godine

UVOD

Kako je globalizacija tržišta karakteristika današnjeg vremena i kako su iz tog razloga administrativne barijere za plasman roba i usluga znatno smanjene, tako dolazi do povećanja konkurencije među nacionalnim privredama na globalnom svjetskom tržištu. Države se „bore“ za turiste, investitore, za plasman domaćih proizvoda i usluga, bolju poziciju u međunarodnim tokovima i sl.

Pitanje konkurentnosti sve više dobija na značaju u kontekstu opstanka i kontinuiranog prisustva na evropskom tržištu, čemu Crna Gora teži. Problem konkurentnosti je veoma složen i uključuje više pitanja na kojima je potrebno raditi u cilju njegovog rješavanja. Kako bismo išli u korak sa razvijenim zemljama i kontinuirano doprinosili razvoju konkurentnosti privrede, potrebno je raditi na poboljšanju nivoa znanja, uvođenju međunarodno priznatih standarda u poslovanju, razvijanju inovacija, usvajanju naprednih tehnologija, kao i brendiranju domaćih proizvoda u cilju njihove prepoznatljivosti, kako na domaćem, tako i na inostranom tržištu.

U cilju povećanja konkurentnosti privrede i prevazilaženja regionalnih razlika, Vlada Crne Gore sprovodi i programe unapređenja poslovnog ambijenta i eliminisanja biznis barijera, što dalje inicira kreiranje poslovne klime koja Crnu Goru ističe kao jednu od vodećih investicionih destinacija u Jugoistočnoj Evropi. Konkurentnost crnogorske ekonomije se prije svega ogleda kroz političku i makroekonomsku stabilnost, poresku politiku i nacionalni tretman stranih investitora, kao i jačanje prepoznatljivosti, a samim tim i konkurentnosti proizvođača domaćih proizvoda i usluga, kako na domaćem, tako i na inostranom tržištu. Aktuelni su programi regulisanja i unaprjeđenja svojinskih prava, poreske i kreditne politike, spoljne trgovine, tržišta rada, te suzbijanja nelojalne konkurencije i sive ekonomije, a sve u cilju obezbjeđenja stabilnog i sigurnog poslovnog ambijenta.

Mikro, mala i srednja preduzeća i preduzetnici su glavni pokretači ekonomskog razvoja i samim tim Vlada je kreirala brojne programe finansijske i tehničke podrške, koji se realizuju kroz direktno subvencioniranje, refundaciju uloženi sredstava u cilju realizacije projekata i unapređenja poslovanja, poreske olakšice i savjetodavnu podršku.

Tokom 2017. godine, Ministarstvo ekonomije, uz podršku Programa ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP), u okviru projekta „Unaprjeđenje konkurentnosti privrede“ pokrenulo je organizaciju Biznis karavana, kako bi obišli sve jedinice lokalnih samouprava u Crnoj Gori i u direktnoj komunikaciji upoznali privrednike sa programima finansijske i tehničke podrške razvoju biznisa koje Ministarstvo sprovodi. Svjesni da je sektor malih i srednjih preduzeća glavni pokretač ekonomskog razvoja, a da su privrednici uprkos naporima ministarstva relativno slabo upoznati sa mogućnostima koje bi im obezbjedile konkurentniju poziciju na tržištu, riješili smo da iniciramo projekat koji bi pored promocije programa, obezbjedio privrednicima priliku da na licu mjesta iznesu sve probleme i prepreke sa kojima se susreću prilikom apliciranja ili implementacije programa, kao i prilikom obavljanja djelatnosti generalno.

Svrha Biznis karavana nije bila samo da se saslušaju privrednici, već i da se odgovori na njihove zahtjeve, uzmu u razmatranje kritike i sugestije, kao i da se u saradnji sa drugim resorima u Vladi Crne Gore pokrene rješavanje problema koji ih opterećuju i po drugim osnovama, izuzimajući programe koje promovise Ministarstvo ekonomije. Odziv privrednika, kao i rasprava prilikom posjeta u okviru karavana, potvrdili su nam da smo na pravom putu i da su privrednici prepoznali priliku da se upoznaju sa mogućnostima koje nude programi podrške, ali i da iniciraju nove.

Zajedničkom saradnjom imamo mnogo veće šanse da stvorimo nove prilike na tržištu i podstaknemo privrednike da sarađuju sa državnim aparatom na projektima podrške razvoju biznisa, a sa druge strane imamo priliku da opipamo puls privrede u njenom najrealnijem prikazu i na taj način preduzmemo mjere kojima će se graditi međusobno povjerenje javnog i privatnog sektora, sa jednim zajedničkim ciljem, a to je stvaranje zdravog i konkurentnog poslovnog ambijenta.

Upravo, slušajući privrednike i razmatrajući njihove ideje i prijedloge najčešći problemi sa kojima se susrijeću privredni subjekti jeste plasman proizvoda na tržište, vizuelna prepoznatljivost proizvoda, kao i

pronalazak tržišne niše u okviru koje su potrošači spremni da kupuju njihove proizvode. Nerijetko je slučaj da su privrednici ograničeni tržišnim cijenama, nedovoljnim proizvodnim kapacitetima u cilju zadovoljenja tržišnih potreba, ali i sve većim uvozom inostranih proizvoda nižeg ili istog kvaliteta. Država, usljed poštovanja pravila tržišne konkurentnosti nije u mogućnosti da favorizuje proizvođače i njihove proizvode i usluge, ali svakako kroz dodatna zalaganja i inicijative može doprinijeti njihovom pozicioniranju na tržištu i informisati potrošače o kvalitetu domaćih proizvoda i usluga i značaju njihove kupovine.

Uspostavljanje sistema zaštite i podizanja vrijednosti poljoprivrednih proizvoda i hrane s oznakom porijekla i geografskom oznakom, kao i sistema za zaštitu proizvoda s posebnim svojstvima i karakteristikama, koja proizilaze iz tradicionalnih načina proizvodnje i pripreme čine osnovu politike kvaliteta (šeme kvaliteta) koju sprovodi Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja.

U Crnoj Gori oblast Politike kvaliteta regulisana je Zakonom o šemama kvaliteta (Službeni list CG br. 22/2017). Zakon je usklađen sa EU propisima u toj oblasti. Ovim zakonom propisuju se oznake kvaliteta poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, način i registracije oznaka, ocjenjivanje usaglašenosti, kao i druga pitanja od značaja za označavanje poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda oznakama kvaliteta. Definisane su sledeće oznake kvaliteta poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda su: oznaka porijekla; geografska oznaka; oznaka garantovano tradicionalnih specijaliteta; oznaka viši kvalitet; oznaka planinski proizvod i oznaka sa moje farme.

Ova oblast je od strateškog značaja za budući razvoj crnogorske poljoprivrede. Stoga, preduzeti su koraci kako bi se zaštitili proizvodi koji će postati prepoznatljivi i van granica Crne Gore kada počne da se primjenjuje ova politika (za sada je fokus na određenim vrstama sira, pršute, maslinovog ulja, itd). Trenutno su u Crnoj Gori zaštićena dva proizvoda oznakama kvaliteta: "Njeguški pršut", kao geografska oznaka i "Pljevaljski sir", kao oznaka porijekla. U procedure usvajanja kod ministarstva su još dva proizvoda: "Crnogorska goveđa pršuta" i "Crnogorska stelja", kao oznake porijekla. U fazi pripreme i rada su Specifikacije za crnogorski med, kolašinski sir, prljo sir, durmitorski kajmak.

Zaštita poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda šemama kvaliteta predstavlja instrument koji proizvođačima hrane omogućava da povećaju tržišnu vrijednost svojih proizvoda, a istovremeno obezbjeđuje potrošačima veći nivo zaštite, pružanjem jasnih informacija o porijeklu proizvoda. Prepoznat je i potvrđen značaj zaštićenih poljoprivrednih proizvoda za razvoj ruralnih područja. Promocija ovakvih proizvoda doprinosi prepoznatljivosti krajeva iz kojih potiču, pozitivno utiče na prihod poljoprivrednih gazdinstava i podstiče poljoprivredne proizvođače na udruživanje i organizovaniji nastup na tržištu. Osim toga, postupak registracije neke od oznaka omogućava postizanje stalnog kvaliteta takvih proizvoda.

Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja kroz mjere Agrobudžeta i projekat IPARD obezbjeđuje značajnu podršku za dalji razvoj sektora poljoprivrede i prehrambene industrije, unaprjeđenje uslova života na selu, otvaranje novih radnih mjesta, usvajanje novih standarda.

Privredna komora Crne Gore je 2008. godine započela Projekat vizuelnog označavanja crnogorskih proizvoda "Dobro iz Crne Gore". Osnovni cilj registrovanja kolektivnog žiga Dobro iz Crne Gore je prepoznatljivost, kvalitet i uspješan plasman crnogorskih proizvoda na domaćem i inostranom tržištu. Svim aktivnostima se želi na posredan način uticati na domaće proizvođače da prihvate kriterijume međunarodnog tržišta, podignu nivo kvaliteta proizvoda i učine poslovanje ekonomičnijim kako bi, konkurentnim cijenama i kvalitetom, uspješno parirali uvoznim proizvodima na domaćem tržištu i učvrstili put ka izvozu. Za ostvarivanje ovog cilja neophodno je uticati na podizanje nivoa znanja u oblasti marketinga i uvođenje odgovarajućih standarda.

Kupovina domaćih proizvoda vrlo je važna podrška razvoju crnogorske privrede, jer dajući im prednost u odnosu na uvozne obezbjeđujemo veću konkurentnost mikro, malih i srednjih preduzeća i preduzetnika. Istraživanja pokazuju da kada kupujemo domaći proizvod državi ostaje 80%-85% vrijednosti kupovine što uključuje pokriva troškova: zarade radnika, porezi, doprinosi, troškovi komunalija, sirovine, a sa druge strane kada kupujemo uvozni proizvod u istoj vrijednosti, u državi ostaje samo oko 20-30% vrijednosti što uključuje PDV, u pojedinim slučajevima carinske dažbine i dodatne manje prateće troškove.

Udruženim sredstvima i zajedničkom akcijom svih aktera u lancu proizvodnje, potrošnje i trgovine, zajedničkim djelovanjem države, privrednih udruženja, proizvođača, trgovaca, potrošača, turističkom ponudom stvaramo ambijent za bolje pozicioniranje domaćih proizvoda i doprinosimo njihovoj prepoznatljivosti. Stalni rast deficita u robnoj razmjeni sa inostranstvom naglašava potrebu za ovakvim djelovanjem i predstavlja imperativ da crnogorska privreda mora biti bolje pozicionirana, kako kod potrošača (stanovništva), tako i kod svih privrednih i državnih struktura.

Upravo iz tog razloga, država između ostalog, treba orijentisati aktivnosti na promociju domaćih proizvođača, sa akcentom na mikro, mala i srednja preduzeća i preduzetnike, a čiji proizvodi i usluge su prepoznatljivi i svojim karakteristikama spadaju u kategoriju nacionalne ponude.

1. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA

1.1. Spoljnotrgovinska razmjena Crne Gore

Robnu razmjenu Crne Gore sa inostranstvom karakteriše visok deficit, odnosno niska pokrivenost uvoza izvozom. To ukazuje na nedovoljnu snagu proizvođača da se pozicioniraju na domaćem tržištu i nađu uspješan put do inostranih kupaca.

Tabela 1. Robna razmjena Crne Gore sa inostranstvom 2013-2017

- mil. eura -

	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.
Ukupno	2.148,9	2.117,4	2.158,7	2.387,5	2.674,1
Izvoz	375,6	333,2	317,2	325,8	371,1
Uvoz	1.773,4	1784,2	1.841,5	2.061,7	2.303,0
Deficit	-1.397,8	-1.451,0	-1.524,3	-1.735,9	-1.931,9
% pokrivenosti uvoza izvozom	21,2%	18,7%	17,2%	15,8%	16,1%

Izvor: MONSTAT

Analizirajući trgovinu poljoprivredno-prehrambenih proizvoda uočava se takođe visok deficit. Nekoliko faktora utiče na strukturu i obim poljoprivredne proizvodnje, kao i na probleme sa kojima se ovaj sektor suočava godinama unazad. Usitnjena gazdinstva, mali obim primarne proizvodnje, nedostatak stručne radne snage, nizak nivo obrazovanja poljoprivrednika, nepovoljna starosna struktura, loša mehanizacija, nizak nivo primjene modernih tehnologija i znanja, nerazvijena ruralna i opšta infrastruktura, relativno visoki troškovi inputa, skup sistem otkupa, nedostatak skladišnih kapaciteta, itd. utiču da je proizvodnja sezonskog karaktera. Proizvodi dobrog, pa i visokog kvaliteta, slabo se promovišu. Proizvođači nisu organizovani u grupe ili profesionalna udruženja i klastere, i često se suočavaju sa slabom integracijom u lancu vrijednosti i velikim brojem posrednika između njih i krajnjeg potrošača. U 2017.godini, sektor poljoprivredno prehrambenih proizvoda u ukupno izvozu učestvovao je 14,2%, dok je ukupnom uvozu učestvovao 23%.

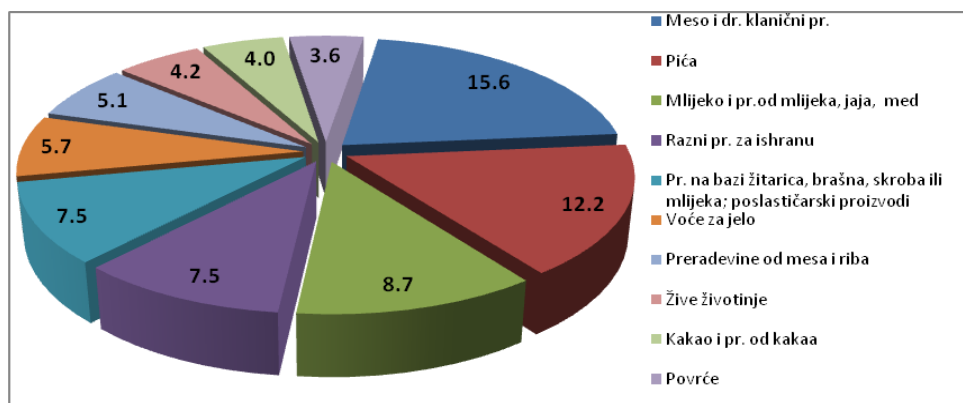
Tabela 2. Spoljno-trgovinska razmjena u sektoru poljoprivredno-prehrambenih proizvoda za period 2013-2016. godina

	Naziv	2013.		2014.		2015.		2016.		2017.	
		Izvoz	Uvoz	Izvoz	Uvoz	Izvoz	Uvoz	Izvoz	Uvoz	Izvoz	Uvoz
	UKUPNO	375,5	1.773,2	338	1.783,7	317,12	1840,54	325,8	2.059,2	371,1	2.303,00
	Poljoprivreda ukupno	62,6	455,7	97,4	483,9	59,4	468,8	56,0	491,12	52,7	529,3
	% učešća poljoprivrede	16,7	25,7	28,8	27,1	18,7	25,4	17,2	23,4	14,2	23,0
1	Žive životinje	0,02	22,94	0,02	20,05	0,03	23,48	0,04	19,81	0,06	22,43
2	Meso i klanični proizv.	5,69	71,26	41,69	103,43	7,20	68,43	7,95	74,88	8,34	82,64
		0,02	9,89	0,02	12,1	0,17	53,94	0,05	14,5	0,0	16,8

	- <i>goveđe</i>	0,06	48,25	32,7	75,7	-	0,58	0,02	46,7	0,0	49,7
	- <i>svinjsko</i>	0,00	0,50	-	0,8	0,01	0,58	0,00	0,56	-	0,7
	- <i>ovčije ili kozje</i>	0,00	10,91	-	11,6	-	12,31	0,00	11,4	-	13,1
	- <i>živinsko</i>	5,61	1,43	8,9	2,4	7,3	1,26	7,88	1,37	8,2	1,9
	- <i>sušeno meso</i>										
3	Ribe	0.01	7.98	0.02	8.38	0,00	1,26	0,09	11,14	0,07	12,40
4	Mlijeko, jaja, med	1.03	44.43	0.43	43.03	0,33	43,07	0,31	44,35	0,34	46,28
5	Proizv. život. porijekla	0.00	0.32	0.00	0.26	0,00	0,37	0,00	0,43	0,11	0,56
6	Drveće i cvijće	0.05	3.68	0.07	5.08	0,07	4,36	0,10	4,28	0,07	5,47
7	Povrće	4.87	11.55	4.28	12.90	3,60	15,15	4,63	18,20	2,51	19,29
8	Voće	4.14	18.24	4.13	20.73	3,22	24,15	2,47	29,23	2,76	30,06
	- <i>banane (0803)</i>	-	4,57	-	5,1	-	5,42	0,0	6,4	-	6,6
9	Kafa, čaj, začini	0.73	10.42	0.71	9.37	0,77	10,10	0,53	10,84	0,60	11,88
10	Žitarice	0.02	10.33	0.01	11.32	0,01	11,21	-	9,54	0,00	8,05
11	Proiz. mlinске ind.	1.96	18.80	2.20	17.17	1,84	16,27	1,26	14,28	0,54	16,39
12	Ulјano sjemenje	0.49	2.04	0.35	2.01	0,12	2,43	0,60	3,02	0,36	3,16
13	Šelak, gume	0.00	0.11	0.00	0.13	0,00	0,10	0,00	0,11	0,00	0,12
14	Mater.za pletars.	0.00	0.06	0.00	0.05	0,00	0,05	0,00	0,05	0,00	0,05
15	Masnoće	2.24	16.31	3.11	14.18	0,21	15,18	0,18	15,82	0,18	15,62
16	Prerađevine	3.63	25.84	3.16	25.45	2,87	25,80	2,67	25,2	3,20	27,14
	- <i>od mesa</i>	3,62	20,90	3,1	20,6	2,86	20,74	2,67	20,2	3,2	21,1
	- <i>od ribe</i>	0,01	4,92	0,01	4,8	0,0	9,09	0,0	2,9	0,0	3,1
17	Šećer i proizvodi	0.02	10.59	0.04	8.80	2,86	20,74	0,02	10,44	0,07	11,13
18	Kakao i proizvodi	3.23	21.37	3.74	21.77	0,00	2,74	1,26	21,55	1,74	21,23
19	Proizv. na bazi žit.	2.15	30.65	1.81	31.57	3,24	35,02	5,65	36,58	5,67	39,49
20	Pr.od voća i povrća	0.08	14.86	0.12	15.29	0,04	16,17	0,07	16,79	0,08	18,14
	- <i>Sokovi</i>	0,02	2,83	0,3	2,06	0,01	2,25	0,01	2,3	0,00	2,45
21	Razni proizv. za ishranu	1.44	30.03	2.15	31.23	0,29	33,36	0,49	35,62	0,44	39,89
22	Pića, alkoholi i	18.68	52.29	19.51	51.66	21,25	54,99	20,3	58,55	19,71	64,52
	- <i>voda</i>	0,2	7,1	0,4	7,0	0,3	7,5	0,3	8,7	0,33	9,7
	- <i>gazirani sokovi</i>	0,1	28,4	0,1	26,2	0,1	25,2	0,1	27,8	0,00	22,7
	- <i>pivo</i>	3,73	5,21	4,0	6,22	4,4	8,23	4,1	8,1	4,37	9,13
	- <i>vino</i>	13,21	4,45	14,0	4,86	15,45	5,46	14,8	5,3	13,83	5,68
	- <i>rakije ,viski i ostalo</i>	1,44	7,13	1,01	7,38	1,0	8,6	1,0	8,65	1,06	9,88
23	Stočna hrana	0.10	16.84	0.18	16.43	0,00	17,92	0,27	16,57	0,37	16,90
24	Duvan i pr. duvana	5.67	12.72	5.90	11.93	5,58	12,02	2,19	12,60	0,82	15,68
	Ostalo	6,3	2,0	5,7	1,5	5,3	1,0	4,9	1,2	4,7	0,8

Tokom 2017. godine, u uvozu kao i ranijih godina, najviše učestvuje svježe i rashlađeno meso sa 15,6% od čega najviše svinjsko meso, zatim pića 12,2%, mlijeko i mlječni proizvodi sa 8,7%, razni proizvodi za ishranu 7,5%, proizvodi na bazi žitarica 7,5%. Rast uvoza je registrovan kod gotovo svih grupa proizvoda: kod mesa za 10,4% (povećan je uvoz svih kategorija mesa svinjskog, goveđeg, živinskog); takođe rastao je uvoz živih životinja za 13,2%, riba za 11,2% i mesnih i ribljih prerađevina za 7,7%, mlijeka i mlječnih proizvoda za 4%, povrća za 7%, brašna i drugih mlinskih proizvoda za 7%.

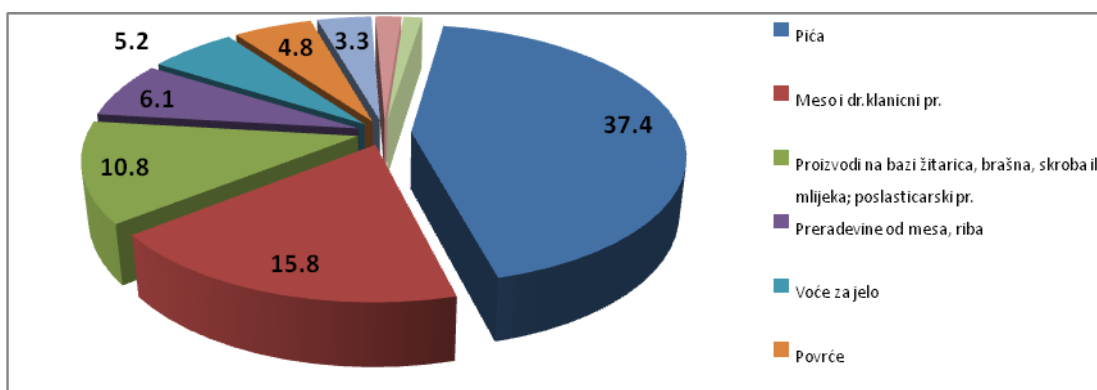
Grafik 1. Uvoz poljoprivrednih proizvoda u 2017. godini izražen u %



Deset najvećih spoljnotrgovinskih partnera u uvozu pokrivaju 81,1% ukupnog uvoza poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. Najviše se uvozi proizvoda iz Srbije i to u vrijednosti od 226,0 mil. €. Drugi najveći partner je Njemačka sa učešćem u uvozu od 5,9% ili 32,0 mil. €, zatim Bosna i Hercegovina sa uvozom od 30,5 mil. € i Hrvatska sa uvozom roba u vrijednosti od 28,7 mil. €.

U 2017. godini u izvozu su najviše učestvovala pića sa 37,4%. Druga najveća grupa proizvoda su meso i drugi klanični proizvodi sa učešćem od 15,8%, proizvodi na bazi žitarica učestvuju u ukupnom izvozu sa 10,8%. U odnosu na prošlu godinu povećan je izvoz dimljenog i sušenog mesa za 5%, kakaoa u proizvoda od kakaoa za 40%, takođe mesnih i ribljih prerađevina za 20% i voća za 11%. Pad izvoza registrovan je kod povrća za 50% (zbog pada izvoza pečurki zbog suše), kao i brašna (gubitak albanskog tržišta) i raznih proizvoda za ishranu.

Grafik 2. Struktura učešća izvoza poljoprivredno prehrambenih proizvoda



Najveći izvoz poljoprivredno-prehrambenih proizvoda je ostvaren u Srbiju u vrijednosti od 16,8 mil. €. Drugo najveće tržište je Kosovo gdje je ostvaren izvoz u iznosu od 9,3 mil. €, što je na nivou izvoza iz 2016. godine. Treće po veličini izvozno tržište je Bosna i Hercegovina sa izvozom u vrijednosti od 8,6 mil. € gdje je došlo do rasta od 15%.

1.2. Stavovi i navike potrošača pri donošenju odluke o kupovini proizvoda

Prema sprovedenom istraživanju¹ u januaru 2018. godine, o navikama potrošača u trgovini i preferiranju proizvoda domaćeg porijekla došlo se do sljedećih zaključaka:

- Građani Crne Gore preko 70% kupovina obavljaju u velikim trgovinama. Tradicionalne radnje učestvuju sa 25% trgovina kada su male kupovine u pitanju, dok su za kupovine visoke vrijednosti velike trgovine prvi izbor. Najvažniji faktor za donošenje odluke prilikom kupovine je cijena i proizvodi na akciji;
- Ključni faktori koji utiču na opredjeljivanje kupaca prilikom izbora konkretnih robnih marki unutar proizvodnih kategorija su: cijena samog proizvoda i pouzdan kvalitet proizvoda. Koliko su finansijski parametri važni za crnogorske kupce govori i činjenica da je treći ključni faktor opredjeljenja kupaca akcijska cijena proizvoda. Pored ovih ključnih faktora opredjeljenja, veoma značajno mjesto u opredjeljivanju kupaca za proizvode i robne marke u procesu kupovine igraju i: konstantna dostupnost proizvoda u maloprodaji, poznatost proizvođača, odnosno marke proizvoda, i naravno, navika;
- Kada je u pitanje porijeklo nekih kategorija proizvoda, možemo konstatovati da crnogorska domaćinstva preferiraju: vina, rakije, pivo, mlijeko, suhomesnate proizvode, bijeli sir, jaja, med, masline i maslinovo ulje, te kisjelomlječne proizvode i svježe mlijeko domaće proizvodnje. Na drugoj strani, jasno je istaknuta navika domaćih potrošača da u kategorijama voćnih, negaziranih sokova, piva, suhomesnatih proizvoda, mlijeka, zrelih sireva i kačkavalja, flaširanih negaziranih voda i mineralnih

¹ Istraživanje "Stavovi potrošača o domaćim proizvodima i projektu „Dobro iz Crne Gore“, Privredna komora Crne Gore, januar 2018. godine.

gaziranih voda, te čajeva, i mlijeka u kartonskim pakovanjima učestalo kupuju i proizvode inostranog porijekla, ili podjednako domaće i inostrane proizvode;

Kupovni patriotizam: “U ovom trenutku je nešto veći broj onih koji smatraju da kupovinom domaćih proizvoda kupci ne manifestuju svoj patriotizam. Isto je značajno konstatovati da je veći broj onih koji smatraju da takvim ponašanjem kupci ne utiču bitno na otvaranje novih radnih mjesta i kompanija. No sa druge strane, veći broj crnogorskih kupaca podržava ideju da se takvim ponašanjem pomaže domaća privreda, da se time kupuje kvalitetnije i hrani zdravije, te da se na taj način iskazuje povjerenje u kvalitet domaćih proizvoda i time se stimulišu domaći proizvođači da proizvode kvalitetnije”.

- Kada je u pitanju pouzdanost i povjerenje u kvalitet, blagu prednost imaju domaći proizvodi, mada je značajan (gotovo identičan) broj onih potrošača koji smatraju da i po tom obilježju nema značajnih razlika između domaćih i inostranih proizvoda.
- Ono što nedvosmileno „pripada“ domaćim proizvodima, po ocjeni većine kupaca u Crnoj Gori su: ljepši ukus (koji više prija), manje hemijskih i vještačkih dodataka i prirodnije sirovine.

2. CILJEVI I PREDMET PROGRAMA

2.1. Cilj i predmet

Cilj Programa jeste afirmacija domaće privrede i unaprjeđenje pozicioniranosti crnogorskih proizvoda na domaćem tržištu što će doprinijeti razvoju domaće proizvodnje, novim investicijama, otvaranju novih radnih mjesta, smanjenju uvoza, ekonomskom i društvenom razvoju Crne Gore.

Program se fokusira na institucionalnu kampanju koja treba da promoviše potencijale Crne Gore, domaće proizvode i proizvođače. Za uspješno ostvarenje definisanog cilja važno je informisati građane i privredu da kupovinom domaćih proizvoda i koristeći domaće resurse pozitivno djeluju na stvaranje uslova za bolji standard svoj i svojih potomaka.

Program ima za cilj animiranje cjelokupne crnogorske javnosti:

- **Proizvođače** – neophodno je uticati na podizanje nivoa znanja u oblasti marketinga, brendiranja, standarda, finansija i sl., a sve u cilju uspješnijeg plasmana proizvoda i usluga iz oblasti poljoprivredno-prehrambene djelatnosti, turizma i ugostiteljstva, industrije, drvoprerađivačke, građevinarstva i drugih djelatnosti;
- **Trgovine** – podsticati saradnju između lokalnih proizvođača i trgovina, što će doprinijeti povećanju prometa i profita, smanjenju uvoza;
- **Potrošače** (građani, sektor turizma, turisti u toku ljetnje i zimske turističke sezone) – podizanje svijesti građana o prisustvu domaćih proizvoda i prednostima njihove kupovine (kvalitet, pristupačna cijena, podneblje iz kojih su proistekli), kao i da se kupovinom domaćih proizvoda štiti i razvija domaća ekonomija.

Projekat vizuelnog označavanja crnogorskih proizvoda "Dobro iz Crne Gore" Privredna komora je započela u septembru 2008. Baziran je na rezultatima analiza Privredne komore o robnoj razmjeni Crne Gore sa inostranstvom tokom prethodnih godina, u kojima je konstatovan veliki, kontinuirani i rastući spoljnotrgovinski deficit u razmjeni roba i usluga. Takvi trendovi su prisutni i u onim segmentima, prvenstveno u proizvodnji hrane, u kojima Crna Gora posjeduje bogate prirodne resurse i dugu tradiciju proizvodnje koja je im je dala specifična obilježja i učinila ih autohtonim proizvodima.

Strategija i ciljevi marketing kampanje „Dobro iz Crne Gore“ ističu sve prednosti proizvodnje, promovisanja i kupovine kvalitetnih domaćih - crnogorskih proizvoda i usluga.

Uspostavljanjem sistema Dobro iz Crne Gore se:

- kroz zaštitu prava intelektualne svojine, primjenom Zakona o žigovima, stvara robna marka koja teži zadovoljavanju najviših evropskih standarda u proizvodnji/kvalitetu proizvoda/usluga;
- doprinosi povjerenju potrošača u kvalitet domaćih proizvoda/usluga, zaštiti i kvalitetnijem poslovanju domaćih proizvođača i boljem plasmanu proizvoda/usluga na domaćem tržištu;
- sugestivno i na konkretnim primjerima ističe da precizno definisani standardi proizvodnje i kvaliteta, predstavljaju ultimativni preduslov za prepoznatljivost i uspješan plasman crnogorskih proizvoda/usluga na inostranom tržištu.

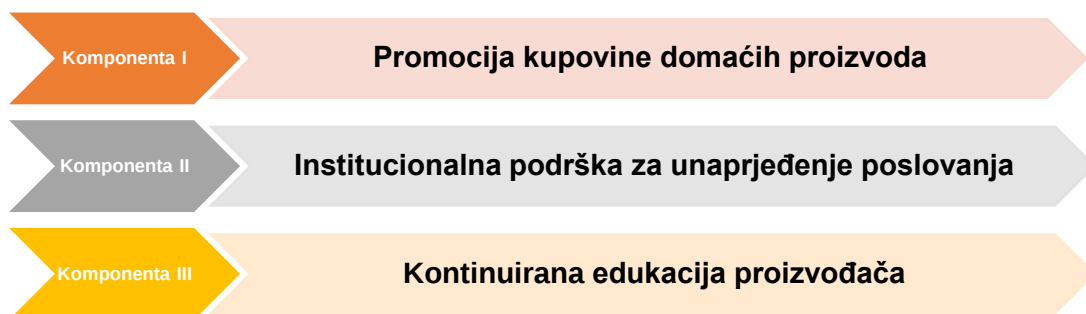
Kampanja Dobro iz Crne Gore ima za cilj animiranje cjelokupne crnogorske javnosti i direktno se obraća:

- proizvođačima;
- potrošačima (najširoj ciljnoj grupi građana/potrošača, hotelima, restoranima, turistima);
- trgovinskim mrežama, veleprodajnim i maloprodajnim objektima;
- domaćim distributerima.

Privrednicima koji tokom 2018. godine budu učestvovali u projektnim aktivnostima i aplicirali za dobijanje žiga 'Dobro iz Crne Gore' biće omogućen popust od 50% na troškove postupka od strane Privredne komore Crne Gore. Sredstva za dobijanje žiga uz navedeni popust, će se obezbjediti posebno, mimo sredstava utvrđenih ovim programom koja iznose 115.000,00 €, odnosno sa posebne stavke budžeta Privredne komore.

2.2. Implementacija Programa

Imajući u vidu kompleksnost, plan je da Program ima 3 međusobno povezane komponente implementacije, koje objedinjavaju postavljene ciljeve i ciljne grupe.



Koncept implementacije ima za cilj uspostavljanje djelovanja svih aktera, na relaciji:

VLADA CRNE GORE → PROIZVOĐAČI → TRGOVINE → POTROŠAČI

Promocijom proizvoda i usluga koji su stekli pravo na korišćenje žiga "Dobro iz Crne Gore", želi se ukazati na primjere dobre prakse preduzeća koja su primjenom standarda u poslovanju, razvijenom marketinškom funkcijom postigla tržišni uspjeh, što dokazuje da je proizvod/usluga zadovoljio neophodne zadate kriterijume za bezbjednost i korišćenje.

Povratno, kroz dalje komponente implementacije Programa animiraju se crnogorska preduzeća na korišćenje stimulativnih programa podrške za unaprjeđenje poslovanja koje sprovode Ministarstvo ekonomije i Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja, a koji imaju za cilj jačanje konkurentnosti crnogorskih preduzeća kroz usvajanje i usaglašavanje sa standardima kvaliteta, unaprjeđenje inovativnosti, povezivanje u klastere, investicije u razvoj proizvodnje i sl. Istovremeno, kroz organizaciju

edukativnih seminara, workshop-ova i prenošenjem primjera dobre prakse iz zemalja EU, uticaće se na podizanje kapaciteta crnogorskih preduzeća u cilju jačanja unutrašnjih performansi u cilju jačanja njihove konkurentnosti.

2.2.1. Komponenta 1 - Promocija kupovine domaćih proizvoda i usluga

Promocija kupovine domaćih proizvoda i usluga ima za cilj kreiranje kampanje čije djelovanje će biti usmjereno ka poboljšanju percepcije potrošača prema domaćem kvalitetu proizvoda i usluga. Istovremeno konkretnim akcijama promovisanja crnogorskih proizvoda proizvešće se pozitivni finansijski efekti kako za proizvođače tako i trgovine, čime će se proizvođačima ukazati na neophodnost marketinškog pristupa u plasmanu proizvoda na tržište.

Aktivnosti:

- **Identifikacija i mapiranje domaćih proizvođača i njihovih proizvoda i usluga** - na osnovu postojećih podataka kojima raspolaže Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja, prikupljenih na osnovu mnogobrojnih projekata i akcija i Privredna komora Crne Gore, a koji su prikupljeni tokom sprovođenja kampanje „Dobro iz Crne Gore“;
- **Identifikovanje trgovina i objekata** – Ministarstvo ekonomije, Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja i Privredna komora Crne Gore će u pregovorima sa trgovinama identifikovati ključne objekte koji su najkonkurentniji na tržištu i koji na najbolji način mogu predstaviti ponudu domaćih proizvoda i njihovo vizuelno isticanje u odnosu na konkurenciju. Trgovine će dostavljanjem ponude predstaviti zahtjeve i uslove postavljanja promotivnih materijala i isticanja domaćih proizvoda koji se već nalaze u ponudi. Na osnovu toga se zaključuje sporazum za 2018. godinu, kako bi se kroz faznu realizaciju Programa mjerila njegova efikasnost i dodatno identifikovala potreba za unapređenjem; Takođe, tokom trajanja projekta, biće omogućeno učešće svim trgovinama koji u svojoj ponudi imaju domaće proizvode;
- **Promotivna kampanja – Dobro iz Crne Gore** – Privredna komora Crne Gore će sa trgovinama realizovati promotivnu kampanju, vizuelni identitet kampanje, angažovati i obučiti promotere, brendirati objekte, izraditi promotivne materijale i media plan.

2.2.2. Komponenta 2 – Institucionalna podrška crnogorskim kompanijama za procese unapređenja poslovanja

Institucionalna podrška crnogorskim kompanijama ima za cilj da, postojeća mikro, mala i srednja preduzeća i preduzetnike koja imaju potencijal da proširuju svoje poslovanje, kao i buduće preduzetnike, informiše o aktuelnim programima za razvoj malog i srednjeg biznisa, uslovima, kriterijumima i načinu apliciranja. Na ovaj način će se i budući preduzetnici ohrabriti da uđu u preduzetničke vode znajući da ispunjenjem uslova za apliciranje, država postaje njihov pouzdan partner u realizaciji preduzetničkih poduhvata.

Aktivnosti:

- **Promocija programa podsticanja razvoja biznisa – nastavak “Biznis karavana”** – Ministarstvo ekonomije će nastavkom realizacije projekta ‘Biznis karavan’, u direktnoj komunikaciji sa privrednicima u svim crnogorskim opštinama prezentovati benefite finansijske i tehničke podrške u okviru programa podsticanja razvoja biznisa. U 2018. godini, Ministarstvo ekonomije realizovaće 10 programa podrške. Takođe, u okviru ove aktivnosti uključice se i Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja koje će predstaviti programe podsticanja iz svoje nadležnosti;
- **Promocija programa podsticanja razvoja biznisa u okviru odbora udruženja PKCG** - Aktuelni programi podrške će se u saradnji sa Privrednom komorom Crne Gore prezentovati i na sastancima odbora koji funkcionišu u okviru ovog udruženja privrednika, kako bi se privrednicima iz različitih djelatnosti

targetirano prezentovale mogućnosti učešća u svakom od programa. Dodatno, privrednici koji tokom 2018. godine budu aplicirali za dobijanje žiga 'Dobro iz Crne Gore' ostvariće popust od 50% na troškove postupka od strane Privredne komore Crne Gore;

- **Pomoć privrednicima prilikom apliciranja za pojedinačne programe – Projektni tim sačinjen od predstavnika resornih ministarstava i Privredne komore** privrednicima i potencijalnim budućim preduzetnicima pružaće informativnu i tehničku podršku za apliciranje u okviru pojedinačnih programa. Pored navedenog privrednicima će se pružati i informacije o registraciji biznisa, dobijanja neophodnih dozvola i licenci za rad, važnosti zaštite prava intelektualne svojine i upotrebe žiga.

2.2.3. Komponenta 3 - Kontinuirana edukacija preduzeća i potencijalnih preduzetnika

Na osnovu sprovedenih aktivnosti u okviru Komponente I i Komponente II, identifikovaće se glavne barijere sa kojima se privrednici susrijeću u poslovanju, sa posebnim osvrtom na plasman i promociju proizvoda i usluga. Na osnovu dobijenih rezultata i iskazanih potreba organizovaće se okrugli stolovi, specijalizovani workshop-ovi sa akcentom na važnost standarda i zaštitu prava intelektualne svojine u cilju unaprijeđenja poslovanja. Takođe, posebna pažnja posvetila bi se i sljedećim temama: istraživanje tržišta, promocija proizvoda i usluga, identifikacija kanala distribucije, dizajn i redizajn proizvoda i ambalaže i uvođenje inovativnosti u uslužnim djelatnostima, identifikovanje potrošačkih potreba, i sl.

Aktivnosti:

- **Identifikacija barijera u promociji proizvoda i usluga** – U toku implementacije projekta i kroz kreirane upitnike posebna pažnja će se posvetiti identifikovanju problema preduzeća u poslovanju, sa posebnim osvrtom na promociju proizvoda i usluga. Istovremeno upitnik će sadržati i otvorena pitanja, gdje će preduzetnici moći da iznesu preporuke za dalje unaprijeđenje programa podrške, kao za potrebama za edukacijom;

- **Organizacija specijalizovanih radionica** – U saradnji sa Ministarstvom poljoprivrede na temu politike kvaliteta i zaštite poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda oznakama kvaliteta koje su u skladu sa EU zahtjevima, Privrednom komorom Crne Gore i Zavodom za intelektualnu svojinu u planu je organizovanje minimum 3 specijalizovane radionice, gdje će postojeći i potencijalni preduzetnici imati priliku da se upoznaju sa obaveznim zahtjevima u cilju uspješnijeg plasmana proizvoda na tržište. Pored ovoga u okviru redovnih aktivnosti, sve institucije organizuju tematske seminare. Učesnici će imati priliku da se upoznaju i sa najboljim praksama u zemljama Evropske unije.

- **Organizacija sajma crnogorskih prehrambenih brendova, malih proizvođača i pružaoca usluga** – Ovom vrstom promotivne aktivnosti, želi se pružiti podrška malih proizvođačima i pružaocima usluga da promovišu svoje proizvode i usluge, zajedno sa već prepoznatljivim crnogorskim brendovima koji su stekli pravo na korišćenje oznake porijekla i geografske oznake i nosiocima žiga "Dobro iz Crne Gore". Izložba će imati istovremeno i edukativni karakter gdje će mali proizvođači i pružaoci usluga na licu mjesta uvidjeti dalje potrebe za unaprijeđenjem proizvoda i usluga, prvenstveno u marketinškom smislu.

3. ORGANIZACIJA

Projekat će se realizovati na osnovu zajedničkog Sporazuma o saradnji između Ministarstva ekonomije, Ministarstva poljoprivrede i ruralnog razvoja i Privredne komore Crne Gore, pod nazivom „Promocija domaćih proizvoda i usluga: Dobro iz Crne Gore“.

Projektom će upravljati projektni tim Ministarstva ekonomije, Ministarstva poljoprivrede i ruralnog razvoja i Privredne komore, koju će činiti imenovani predstavnici institucija uključenih u projekat. Projektni tim će se sastajati kvartalno, po potrebi i češće.

3.1. Saradnja Ministarstva ekonomije, Ministarstva poljoprivrede i ruralnog razvoja i Privredne komore Crne Gore

Privredna komora Crne Gore realizuje projekat „Dobro iz Crne Gore“ čija je suština potpunija valorizacija ukupnih privrednih resursa naše zemlje. Može se konstatovati da nakon gotovo deset godina brižljive realizacije ovog projekta raste spremnost potrošača da kupuju domaće, te da su u pojedinim sektorima proizvođači mnogo postigli kada je u pitanju pozicioniranje na tržištu. Pravo korišćenja nacionalnog žiga „Dobro iz Crne Gore“ do sada je stekla 21 crnogorska kompanija za 97 proizvoda, a njihov kvalitet je sve više prepoznaje i inotrište.

Na osnovu ovogodišnjeg sagledavanja potencijala, rezultata robne razmjene, uporednih iskustava, savremenih trendova u trgovini, turizmu i kod potrošača, te svestrane analize, pokrenuto je šire djelovanje kroz projekat „Dobro iz Crne Gore“. Njegov cilj je opšti ekonomski i društveni razvoj zemlje kroz optimalno korišćenje domaćih resursa, unapređenje naše proizvodnje roba i usluga, povećanje životnog standard stanovništva, smanjenje uvozne zavisnosti, otvaranje novih radnih mjesta, promociju zdravih vrijednosti života i kvaliteta organske ishrane, lojalnost brendu (domaćim proizvodima). Očekuje se da projekat rezultira boljom valorizacijom domaćih proizvoda, većim tržišnim učešćem, a samim tim rastom profita i rezultata ukupnog poslovanja kompanija iz Crne Gore. Interes potrošača je da kupuju hranu potvrđenog visokog kvaliteta. Primjena kolektivnog žiga „Dobro iz Crne Gore“ predstavlja garanciju ostvarivanja takvog interesa potrošača.

Sa druge strane Ministarstvo ekonomije, kao nosilac politike mikro, malih i srednjih preduzeća doprinosi intenzivnoj saradnji sa privrednom zajednicom. Realizacijom brojnih programa finansijske i tehničke podrške mikro, malim i srednjim preduzećima i preduzetnicima, promocijom programa i direktnom saradnjom sa privrednim sektorom, Ministarstvo doprinosi jačanju konkurentnosti privrede i domaće proizvodnje, podstičući postojeća preduzeća da šire svoje kapacitete, ali i ohrabrujući nove preduzetnike da prihvate izazove koje nudi tržište i dodatno im olakša nastup na istom.

Sinergijsko djelovanje Ministarstva ekonomije, Ministarstva poljoprivrede i ruralnog razvoja i Privredne komore Crne Gore, imaće zajednički cilj koji će se ogledati u jačanju konkurentnosti domaćih proizvoda i usluga njihovim isticanjem na tržištu i stvaranju prepoznatljive slike o crnogorskim proizvodima i uslugama i njihovom neospornom kvalitetu.

Domaća privreda gradi zajednicu. Kupovina domaćih proizvoda je ulaganje u budućnost. Podržavajući lokalne privrednike osiguravamo stabilnu budućnost novim generacijama.

4. BUDŽET PROJEKTA

Za implementaciju projektnih aktivnosti u **2018. godini** je predviđen iznos od **115.000,00 EUR**, iz sljedećih izvora:

Tabela 3. Budžet projekta

Izvor sredstava	Iznos	%
Budžet - Ministarstvo ekonomije	50.000,00 €	43.48%
Budžet – Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja	50.000,00 €	43.48%
Budžet - Privredna komora	15.000,00 €	13.04%
UKUPNO	115.000,00 €	

4.1. Opis budžeta projekta i koordinacija sredstava

Aktivnost		Projektovani iznos	Koordinator aktivnosti
1.	Komponenta I	60,000.00	Privredna komora Crne Gore
1.1.	Realizacija marketinške kampanje		
1.1.1.	Izrada i implementacija Media plana;	28,000.00	
1.1.2.	Brendiranje trgovinskih objekata;	6,000.00	
1.1.3.	Angažovanje promotera za objekte;	16,000.00	
1.1.4.	Izrada promo materijala;	10,000.00	
2.	Komponenta II	20,000.00	Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja/Ministarstvo ekonomije/PKCG
2.1.	<u>Organizacija lokalnih događaja u cilju promocije domaćih proizvoda i proizvođača (autentični proizvodi podneblja);</u>	20,000.00	
3.	Komponenta III	35,000.00	Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja/Ministarstvo ekonomije/PKCG
3.1.	<u>Oranizacija regionalnih workshop-ova (iznajmljivanje sala, predavači);</u>	10,000.00	
3.2.	<u>Organizacija sajma crnogorskih proizvođača</u>	20,000.00	
3.3.	<u>Organizacija završnog događaja projekta predstavljanje rezultata;</u>	5,000.00	
Ukupno 1+2+3:		115,000.00	

5. VREMENSKI OKVIR REALIZACIJE

Projekat će se realizovati tokom 2018. godine.

[illegible]

Na osnovu člana 6 Zakona o Privrednoj komori Crne Gore ("Službeni list CG", broj 1/18), **Ministarstvo ekonomije, Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja i Privredna komora Crne Gore** (u daljem tekstu: potpisnici Sporazuma), zaključuju:

SPORAZUM O SARADNJI

Član 1

Svrha ovog Sporazuma je podsticanje privrednih aktivnosti mikro, malih i srednjih preduzeća i preduzetnika u cilju ostvarivanja zajedničkih interesa cjelokupne crnogorske privrede.

Član 2

Aktivnosti iz člana 1 ovog sporazuma odnose se na:

- unaprijeđenje poslovnog ambijenta,
- promovisanje privrednih potencijala;
- borbu protiv sive ekonomije,
- pripremanje programa poslovne edukacije u skladu sa potrebama privrede;
- usavršavanje i obuku kadrova u privredi kroz specijalizovane kurseve, predavanja, seminare, radionice i druge oblike edukacije; i
- druge oblike saradnje od zajedničkog interesa.

Član 3

Potpisnice Sporazuma saglasne su da se saradnja odvija na bazi međusobnog uvažavanja, razumijevanja i dogovaranja.

Radi ostvarivanja aktivnosti definisanih ovim Sporazumom, formiraće se projektni tim koji će izvještavati potpisnice Sporazuma o njihovoj realizaciji.

Član 4

Potpisnice Sporazuma su saglasne da obezbijede finansijska sredstva za realizaciju aktivnosti iz člana 2 ovog Sporazuma, kako slijedi:

- Ministarstvo ekonomije - 50.000,00 eura;
- Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja - 50.000,00 eura;
- Privredna komora Crne Gore - 15.000,00 eura.

Član 5

Finansijska sredstva iz člana 4 ovog Sporazuma, uplatiće se na račun Privredne komore otvoren u svrhe realizacije aktivnosti iz člana 2 ovog Sporazuma.

Potpisnice Sporazuma mogu zaključiti ugovore sa trećim licima radi obezbjeđivanja dodatnih finansijskih sredstava za realizaciju aktivnosti iz ovog Sporazuma.

Član 6

Ovaj Sporazum se može mijenjati i dopunjavati na zahtjev svake potpisnice i uz saglasnost drugih potpisnica.

Član 7

Svaka potpisnica može raskinuti ovaj sporazum uz pisano obavještenje drugih potpisnica i isteka 30 dana od dana dostavljanja obavještenja o raskidu Sporazuma.

Član 8

Ovaj Sporazum sačinjen je u šest (6) istovjetnih primjeraka, od kojih svaka strana zadržava po dva (2) primjerka.

Dragica Sekulić
Ministarka
Ministarstvo ekonomije

Milutin Simović
Ministar
Ministarstvo poljoprivrede
i ruralnog razvoja

Vlastimir Golubović
Presjednik
Privredna komora
Crne Gore