

Adresa: ul. Stanka Dragojevića 2,
81000 Podgorica, Crna Gora
tel: +382 20 242 835
fax: +382 20 224 450
www.mtf.gov.me

Crna Gora
Ministarstvo finansija



Br: 02-03-430/23-5004/2

Podgorica, 27.06.2023.godine

MINISTARSTVO EKONOMSKOG RAZVOJA I TURIZMA
-n/r ministra, gospodina Gorana Đurovića -

Postovani gospodine Đuroviću,

Povodom *Predloga akcionog plana za sprovođenje Strategije razvoja nacionalnog brenda 2022.-2026, za 2023. godinu*, Ministarstvo finansija daje sljedeće

MISLJENJE

Na tekst Predloga akcionog plana i pripremljeni Izvještaj o analizi uticaja propisa, sa aspekta implikacija na poslovni ambijent, nemamo primjedbi.

Uvidom u dostavljeni Izvještaj o analizi procjene uticaja propisa utvrđen je finansijski okvir za implementaciju Akcionog plana za 2023. godinu u ukupnom iznosu od 102.800,00 € od čega: Nacionalni budžet iznos od 26.000,00 € i UNDP 76.800,00.

Sredstva potrebna za sprovođenje aktivnosti koje se finansiraju iz nacionalnog budžeta u ukupnom iznosu 26.000,00 € odnose se na Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma.

Imajući u vidu da su sredstva za realizaciju navedenih aktivnosti u 2023. godini, a koje se finansiraju iz nacionalnog budžeta, planirana Zakonom o budžetu Crne Gore za 2023. godinu, kod Ministarstva ekonomskog razvoja i turizma Ministarstvo finansija, sa aspekta budžeta, nema primjedbi na *Predlog Akcionog plana za sprovođenje Strategije razvoja nacionalnog brenda 2022.-2026, za 2023.godinu*.

Pored navedenog, ukazuje na član 40 Zakona o budžetu i fiskalnoj odgovornosti kojim se uređuje da ugovorene obaveze moraju biti usklađene sa planiranim i odobrenim sredstvima, kao i da je budžetski izvršilac odgovoran za zakonito korišćenje sredstava odobrenih potrošačkim jedinicama, kao i na član 12 predmetnog zakona kojim je precizirano da će se izdaci potrošačkih jedinica koji se finansiraju iz donacija izvršavati u visini njihovog ostvarenja.

Takođe, s obzirom da se radi o udruživanju finansijskih sredstava iz različitih izvora, ukazuje da je implementaciju aktivnosti predviđenih Akcionim planom potrebno uskladiti sa stepenom ostvarenja sredstava iz predviđenih izvora.

S poštovanjem,



OBRAZAC

IZVJEŠTAJ O SPROVEDENOJ ANALIZI PROCJENE UTICAJA PROPISA	
PREDLAGAČ PROPISA	Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma
NAZIV PROPISA	Akcionni plan za implementaciju Strategije razvoja nacionalnog brenda 2022-2026, za 2023. godinu
1. Definisane probleme	
<ul style="list-style-type: none">- Koje probleme treba da riješi predloženi akt?- Koji su uzroci problema?- Koje su posljedice problema?- Koji su subjekti oštećeni, na koji način i u kojoj mjeri?- Kako bi problem evoluirao bez promjene propisa ("status quo" opcija)?	
<p style="text-align: center;">- Koje probleme treba da riješi predloženi akt?</p> <p>Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma je u skladu sa Programom rada Vlade za 2023. godinu pripremlilo Akcionni plan za implementaciju Strategije razvoja nacionalnog brenda 2022-2026, za 2023. godinu. Akcionni plan 2023. godine se nadovezuje na ostvarene rezultate realizovanih aktivnosti iz Akcionnog plana za 2022. godinu i omogućava dalju implementaciju politike nacionalnog brendiranja.</p> <p>Akcionni plan 2023. (AP 2023) obuhvata 3 operativna cilja sa odgovarajućim indikatorima učinka, dodatno sa 13 aktivnosti. U okviru planiranih aktivnosti koje doprinose realizaciji pojedinačnih operativnih ciljeva, definisane su nadležne institucije, indikatori rezultata, datum početka kao i planirani datum završetka aktivnosti, izvori finansiranja i sredstva planirana za sprovođenje aktivnosti u 2023. godini.</p> <p>Akcionni plan definiše i ključne indikatore učinka koji prate realizaciju aktivnosti na nivou operativnih ciljeva koji doprinose realizaciji utvrđenog strateškog cilja Stvaranje jakog nacionalnog brenda koji će unaprijediti konkurentnost i imidž države, iz kojeg proizilaze sledeći operativni ciljevi:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Stvaranje veće prepoznatljivosti i vidljivosti države kroz kreiranje i upotrebu jedinstvene prezentacije države zasnovane na vizuelnom identitetu nacionalnog brenda;2. Unaprijeđenje zainteresovanosti, znanja i informisanosti relevantnih subjekata¹ o nacionalnom brendu kroz informativno-edukativne aktivnosti;3. Obezbeđivanje proaktivne i koordinisane komunikacije vrijednosti nacionalnog brenda. <p>Problemi koji se rješavaju ovim aktom se odnose na nedovoljno jak nacionalni brend, definisanje vizuelnog identiteta nacionalnog brenda, koji omogućava jednostavniju prepoznatljivost Crne Gore i njenu bolju vidljivost na inostranom tržištu, a koji tokom 2022. godine nije mogao biti definisan, zatim problem nedovoljnog znanja i informisanosti potencijalnih korisnika vizuelnog identiteta nacionalnog brenda, kao i nepostojanje unificirane i koordinisane komunikacije vrijednosti nacionalnog brenda, kako bi se umjesto dosadašnjih pojedinačnih strategija komuniciranja i pozicioniranja Crne Gore, obezbijedio jedinstven narativ i poruka, po uzoru na neke od najboljih primjera svjetske prakse.</p> <p style="text-align: center;">- Koji su uzroci problema?</p> <p>Osnovni uzroci problema su ograničen uticaj politika pojedinačnih sektora na pozicioniranje države u cjelosti i stvaranje njene veće vidljivosti i prepoznatljivosti. U tijesnoj vezi sa prethodnim je i</p>	

¹Pravnih i fizičkih lica, državnih organa, organa državne uprave, organa lokalne uprave, sudova, državnog tužilaštva, privrednih društava u većinskom vlasništvu države, koja obavljaju poslove od javnog interesa, diplomatsko konzularnih predstavništava, institucija i službi čiji je osnivač Crna Gora, odnosno opština, preduzetnik a i drugih organizacija i udruženja shodno Zakonu o nacionalnom brendu (Sl. listCG, br. 37/17), član 19.

prezentacija države, bez obzira o kojoj oblasti je riječ, kao i slanje jedinstvene poruke o tome kako se Crna Gora želi pozicionirati u svijesti inostrane javnosti.

2. Unaprijeđenje zainteresovanosti, znanja i informisanosti relevantnih subjekata² o nacionalnom brendu kroz informativno-edukativne aktivnosti- proces nacionalnog brendiranja zahtjeva uključenost svih aktera u društvu, ali naročito nosilaca politike nacionalnog brendiranja (javna uprava) i uživalaca prava korišćenja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda (pravni sektor). Shodno tome neophodno je sprovesti aktivnosti na jačanju znanja i informisanosti pomenutih subjekata, i pratiti ostvareni napredak u godinama realizacije strategije.
3. Obezbjedjivanje proaktivne i koordinisane komunikacije vrijednosti nacionalnog brenda- da bi se obezbijedila potrebna vidljivost nacionalnog brenda i uticalo na percepciju javnosti o državi i njenom nacionalnom brendu, neophodno je kontinuirano sprovesti promotivne aktivnosti koje će osigurati predstavljanje i promovisanje države odnosno njenog nacionalnog brenda. Na taj način nastojaće se djelovati i na motivisanost svih subjekata značajnih za ovaj proces da daju svoj doprinos i aktivno učestvuju u njemu.

- **Navesti usklađenost ovih ciljeva sa postojećim strategijama ili programima Vlade, ako je primjenljivo**

Definisani strateški i operativni ciljevi u potpunosti su u skladu sa svim strateškim dokumentima na nacionalnom nivou kao i prioritetima, ciljevima i obavezama Programa rada Vlade Crne Gore za 2023.godinu. Prilikom utvrđivanja aktivnosti u okviru Akcionog plana 2023., poseban fokus je na horizontalnom usaglašavanju sa drugim relevantnim strategijama/programima kako bi se doprinijelo ostvarenju svrhe i vizije i to: Nacionalnom strategijom održivog razvoja do 2030. godine i Strategijom pametne specijalizacije Crne Gore 2019-2024. godine.

Sa aspekta povezanosti Akcionog plana 2023 sa postojećim strateškim i tematskim dokumentima i politikama, nacionalno brendiranje doprinosi ostvarenju ciljeva pojedinačnih strateških dokumenata, jer je politika nacionalnog brendiranja prožeta kroz sve oblasti i segmente uređene drugim dokumentima.

3. Opcije

- **Koje su moguće opcije za ispunjavanje ciljeva i rješavanje problema? (uvijek treba razmatrati "status quo" opciju i preporučljivo je uključiti i neregulatornu opciju, osim ako postoji obaveza donošenja predloženog propisa).**
- **Obrazložiti preferiranu opciju?**

- **Koje su moguće opcije za ispunjavanje ciljeva i rješavanje problema?**

Sa aspekta prepreka i identifikovanih izazova za razvoj nacionalnog brenda i analize ostvarenog rezultata realizacije Akcionog plana za 2022. godinu, kao i ostvarenja dostupnih indikatora učinka, utvrđene su ključne preporuke za definisanje i realizaciju Akcionog plana za 2023. godinu, na nivou strateškog cilja, odnosno operativnih ciljeva sa akcentom na aktivnosti koje se nisu realizovale u 2022.godini u planiranom obimu ili je pak došlo do njihovog prolongiranja za 2023.godinu. Date

²Pravnih i fizičkih lica, državnih organa, organa državne uprave, organa lokalne uprave, sudova, državnog tužilašta, privrednih društava u većinskom vlasništvu države, koja obavljaju poslove od javnog interesa, diplomatsko konzularnih predstavništava, institucija i službi čiji je osnivač Crna Gora, odnosno opština, preduzetnik a i drugih organizacija i udruženja shodno Zakonu o nacionalnom brendu (Sl. listCG, br. 37/17), član 19.

- **Na koga će i kako će najvjerojatnije uticati rješenja u propisu - nabrojati pozitivne i negativne uticaje, direktne i indirektne.**

Propis se tiče sljedećih subjekata: javnog sektora (Vlada, resori javne službe, državne agencije, uprave i organizacije, lokalna samouprava, preduzeća u većinskom vlasništvu opštine, odnosno države, druge organizacije i institucije), civilnog sektora (građani, dijaspora, potencijalni doseljenici), privatni sektor (domaće kompanije, mala i srednja preduzeća, preduzetnici), mediji, uticajne ličnosti (naučnici, umjetnici, renomirani stručnjaci, sportisti, itd...), obrazovne institucije (škole, fakulteti i univerziteti), korisnici crnogorskih proizvoda i usluga (inostrani studenti, turisti (poslovni i privatni) i inostrani kupci). Vlada Crne Gore odnosno njeni resori (Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma kao nosilac politike razvoja nacionalnog brenda i ostali resori kao ključni akteri u implementaciji same politike) su ona zainteresovana strana koja ima visok nivo moći i interesovanja za razvoj predmetne politike, a samim tim i pozitivan uticaj. Lokalna samouprava je u prethodnom periodu pokazala visok stepen interesovanja za nacionalno brendiranje i podržala aktivnosti ministarstva koje su za cilj imale predstavljanje politike nacionalnog brenda, njegovog obuhvata i značaja. Naime, građani imaju veliki interes za implementaciju predmetne politike, jer im to omogućava ostvarivanje određenih benefita koji proizilaze iz nacionalnog brendiranja, a najvažnije je stvaranje boljih uslova za život i rad i obezbjeđivanje boljeg životnog standarda. Diaspora takođe ima veliki interes jer razvijen nacionalni brend utiče i na percepciju ljudi koji iz te države potiču, a naročito u pogledu zaposlenja, uspostavljanja određenih poslovnih veza i sl, te je uticaj i u ovom slučaju pozitivan. Privatni sektor, mala i srednja preduzeća, preduzetnici i ostali akteri privrede imaju ogroman interes od implementacije predmetne politike, jer im nacionalno brendiranje donosi najviše direktne koristi zbog čega su oni akteri sa visokim nivoom interesovanja za razvoj ove oblasti, jer imaju najveće koristi. Mediji predstavljaju zainteresovane strane neophodne za afirmaciju i adekvatno pozicioniranje ove oblasti. Propis će pozitivno djelovati i na uticajne ličnosti i omogućiti im bolje pozicioniranje u svijesti inostrane javnosti. Obrazovne institucije su veoma važne sa aspekta implementacije same politike koji će imati pozitivan uticaj posebno u dijelu stvaranja veće atraktivnosti ovih institucija sa aspekta privlačenja inostranih studenata.

- **Koje troškove će primjena propisa izazvati građanima i privredi (naročito malim i srednjim preduzećima).**

Za implementaciju Akcionog plana 2023. predložen je finansijski okvir u od 102.800,00 €

- Nacionalni budžet – 26.000,00 € (Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma)
- UNDP - 76.800,00 €

Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma je nosilac svih planiranih aktivnosti, nije bilo potrebe da druge institucije obezbijede sredstva.

- **Da li pozitivne posljedice donošenja propisa opravdavaju troškove koje će on stvoriti.**

Propis će doprinijeti poboljšanju konkurentnosti privrede, odnosno boljem životnom standardu građana.

- **Da li se propisom podržava stvaranje novih privrednih subjekata na tržištu i tržišna konkurencija.**

Propisom se podržava zdrava tržišna konkurencija.

- **Uključiti procjenu administrativnih opterećenja i biznis barijera.**

Sredstva su planirana Zakonom o budžetu za 2023. godinu.

- **Da li je usvajanjem propisa predviđeno donošenje podzakonskih akata iz kojih će proisteci finansijske obaveze?**

Usvajanjem propisa nije predviđeno donošenje podzakonskih akata iz kojih bi proistekle finansijske obaveze.

- **Da li će se implementacijom propisa ostvariti prihod za budžet Crne Gore?**

Neće se ostvariti prihod za budžet Crne Gore.

- **Objasni metodologiju koja je korišćena prilikom obračuna finansijskih izdataka/prihoda.**

Za obračun izdataka konsultovan je Respin Metodološki vodič za obračun troškova strategija Vlade.

- **Da li su postojale sugestije Ministarstva finansija na nacrt/predlog propisa?**

Nakon prikupljenih saglasnosti da su sredstva za realizaciju predloženih aktivnosti opredijeljena budžetom Ministarstva/institucije za 2023.godinu, sa preciznim pregledom budžetskih pozicija i opredijeljenim iznosom za realizaciju programskih aktivnosti, donijete se Mišljenje od strane nadležnog Ministarstva finansija.

- **Da li su dobijene primjedbe uključene u tekst propisa? Objasni.**

Dobijene primjedbe će biti uključene u tekst propisa, nakon obavljenih konsultacija sa Ministarstvom finansija.

6. Konsultacije zainteresovanih strana

- **Naznačiti da li je korišćena eksterna ekspertska podrška i ako da, kako.**
- **Naznačiti koje su grupe zainteresovanih strana konsultovane, u kojoj fazi RIA procesa i kako (javne ili ciljane konsultacije).**
- **Naznačiti glavne rezultate konsultacija, i koji su predlozi i sugestije zainteresovanih strana prihvaćeni odnosno nijesu prihvaćeni. Objasni.**

- **Naznačiti da li je korišćena eksterna ekspertska podrška i ako da, kako.**

Za pripremu Akcionog plana za 2023. godine nije korišćena eksterna ekspertska podrška, već je dokument pripremljen od strane nadležnih lica u Direkciji za razvoj nacionalnog brenda, Ministarstva ekonomskog razvoja i turizma, na bazi višegodišnjeg iskustva u pripremi akcionih planova i strateških dokumenata.

- **Naznačiti koje su grupe zainteresovanih strana konsultovane, u kojoj fazi RIA procesa i kako (javne ili ciljane konsultacije).**

S obzirom da se Akcioni plan 2023 uglavnom odnosi na aktivnosti koje nisu u potpunosti ili uopšte realizovane u 2022. godini, nije bilo posebnih konsultacija zainteresovane javnosti.

Konsultacije su obavljene sa Privrednom komorom Crne Gore, u cilju utvrđivanje predloga aktivnosti iz njihove nadležnosti koje bi mogle biti predložene u AP za 2023. godinu, s obzirom da one planirane u 2022. godini nisu realizovane. Privredna komora Crne Gore je predložila da se predmetna aktivnost iz 2022. godine realizuje u 2024. godini.

U skladu sa planom implementacije i monitoringa Strategije razvoja nacionalnog brenda 2022-2026, Akcioni plan za 2023. pripremljen je od strane nadležnog Ministarstva ekonomskog razvoja i turizma. S timu vezi, operativni tim Ministarstva je zadužen za proces monitoringa implementacije Akcionog plana 2023, i isti će kreirati godišnji izvještaj o implementaciji Akcionog plana za 2023.

Evaluacija predmetnog strateskog dokumenta biće sprovedena ex post i od strane eksternih eksperata zbog složenosti i obuhvata, ali i zbog obezbjeđivanja većeg stepena objektivnosti. Sredstva za sprovođenje biće obezbijeđena budžetom Ministarstva. Planirano je da ovaj proces otpočne u martu 2026. godine i bude završen do oktobra iste godine, kako bi se pravovremeno obezbijedili nalazi evaluacije, koji će biti predstavljeni u završnom izvještaju o realizaciji predmetne Strategije, ali i u cilju obezbjeđivanja adekvatnih osnova za kreiranje potencijalno novog strateškog dokumenta.

Datum i mjesto: 16.06.2023. godine, Podgorica

Starješina organa:

Goran Đurović
ministar

