



**CRNA GORA
MINISTARSTVO FINANSIJA**

Broj: 02-03-9302/1

Podgorica, 11. jun 2018. godine

**MINISTARSTVO EKONOMIJE
- n/r ministarke g-đe Dragice Sekulić -**

Poštovana gospođo Sekulić,

Na osnovu Vašeg akta, broj: 330-9/2017-45 kojim se traži mišljenje na tekst *Predloga uredbe o uslovima, načinu sticanja i korišćenja logotipa nacionalnog brenda u javnom sektoru*, Ministarstvo finansija daje sljedeće

MIŠLJENJE

Povodom dostavljenog Predloga uredbe i pripremljeni Izvještaj o sprovedenoj analizi procjene uticaja propisa, sa aspekta implikacija na poslovni ambijent, nemamo primjedbi.

Predloženom uredbom se uređuju uslovi, način sticanja i korišćenja logotipa nacionalnog brenda u javnom sektoru. Korišćenje logotipa nacionalnog brenda od strane korisnika iz javnog sektora je ključno u cilju sinrhonizovanog djelovanja na pozicioniranju države i prepoznavanje njenih vrijednosti i potencijala od strane inostrane javnosti.

Uvidom u dostavljeni tekst i Izvještaj o analizi uticaja propisa, u dijelu procjene fiskalnog uticaja, utvrđeno je da za implementaciju Predloga uredbe potrebno izdvojiti finansijska sredstva u iznosu od 10.000,00 € iz budžeta Crne Gore, za pripremu promotivnog materijala.

Zakonom o budžetu Crne Gore za 2018. godinu („Službeni list CG“ br.90/17) kod potrošačke jedinice Ministarstvo ekonomije, na programu: Razvoj nacionalnog brenda i zaštita potrošača, na izdatku 4139 – Ostali rashodi za materijal je planiran iznos od 10.000,00 €.

Shodno navedenom, Ministarstvo finansija, daje saglasnost na *Predlog uredbe o uslovima, načinu sticanja i korišćenja logotipa nacionalnog brenda u javnom sektoru*, dok će sredstva neophodna za realizaciju u narednim godinama biti predmet razmatranja prilikom procesa izrade godišnjih Zakona o budžetu.

S poštovanjem,

MINISTAR
Darko Radunović



IZVJEŠTAJ O SPROVEDENOJ ANALIZI PROCJENE UTICAJA PROPISA

PREDLAGAČ PROPISA

Ministarstvo ekonomije

NAZIV PROPISA

Prijedlog uredbe o uslovima, načinu sticanja i korišćenja logotipa nacionalnog brenda u javnom sektoru

1. Definisanje problema

- 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)?

- Predloženom Uredbom o uslovima, načinu sticanja i korišćenja logotipa nacionalnog brenda u javnom sektoru urediće se korišćenje logotipa od strane državnih organa, organa državne uprave, organa opštine, organa lokalne uprave, sudova, državnog tužilaštva, privrednih društava u većinskom vlasništvu države, koja obavljaju poslove od javnog interesa, diplomatsko-konzularna predstavništva i institucije i službe čiji je osnivač Crna Gora, odnosno opština. Uredbom se omogućava da se vizuelni identitet nacionalnog brenda upotrebljava sinhronizovano u javnom sektoru, kao sastavni dio poslovne komunikacije, čime će se stvoriti prepoznatljivost u svijesti inostrane javnosti o Crnoj Gori kroz vizuelni identitet nacionalnog brenda kojim će naša država biti predstavljena. Sa druge strane na ovoj način postavljaju se osnove i gradi prepoznatljivost kojom će se poboljšati pozicioniranje proizvoda, usluga, preduzeća, radne snage i sl. koja potiču iz Crne Gore. Upotreba vizuelnog identiteta nacionalnog brenda u svakodnevnoj komunikaciji javnog sektora sa inostranim partnerima i institucijama, vremenom, stvoriće odgovarajuću percepciju i poznavanje Crne Gore, pa će sve ono što ubuće bude dolazilo iz Crne Gore a ima oznaku nacionalnog brenda biti tretirano kao visokokvalitetno i vrijedno, čime će se poboljšati pozicioniranost crnogorskih proizvoda, usluga, m preduzeća i sl na inostranom tržištu, a što će u krajnjem uticati na veći izvoz domaćih proizvoda, veću domaću proizvodnju zbog povećanje tražnje, ali i stvaranje pozitivne reputacije Crne Gore.
- Crna Gora je obnovila svoju nezavisnost 2006. godine i od tada su usmjereni veliki naponi da se predstavi i pozicionira na način drugačiji od države koja je bila samo dio zajednice sa drugim državama. Upravo zbog toga, sasvim je očekivana njena neprepoznatljivost u svijesti inostrane javnosti, pa je samim tim još i važnije usmjeriti napore na izgradnju i razvoj adekvatnog nacionalnog brenda. Isticanjem njenih potencijala, vrijednosti i konkurentskih prednosti omogućava se kreiranje adekvatne pozicije i stvaranje jedinstvene prepoznatljivosti, čime se onemogućava poistovjećivanje sa drugim državama i stvaranje zabune u pogledu potencijala i konkurentskih prednosti.
- Naime, nerazvijen nacionalni brend, odnosno njegovo nepostojanje, onemogućava stvaranje i isticanje konkurentskih prednosti države. To znači da je država nedovoljno prepoznata i neadekvatno pozicionirana u svijesti inostrane javnosti. Na taj način i svi potencijali države, kao što su domaći proizvodi, usluge, domaća preduzeća, turistički potencijali, prirodni resursi, ljudski

potencijal i dr. ne mogu da konkurišu državama koje imaju razvijene nacionalne brendove, jer inostrana javnost nema dovoljno izgrađenu svijest o našoj državi. To znači da će između ostalog npr. potrošači uvijek rađe kupovati proizvode neke druge države, iako su crnogorski proizvodi možda znatno boljeg kvaliteta. Isti slučaj je i sa uslugama, zapošljavanjem crnogorske radne snage, privlačenjem investicija itd. Prvi korak ka stvaranju prepoznatljivosti tiče se upravo sinhronizovanog djelovanja javnog sektora kako bi se poslala jedinstvena i zajednička poruka kroz upotrebu vizuelnog identiteta nacionalnog Brenda, što će omogućiti podizanje svijesti inostrane javnosti o Crnoj Gori i stvoriti pozitivne percepcije o državi ali i svemu što potiče iz nje.

- Veliki je broj subjekata koji su na direktan ili indirektan način oštećeni zbog nerazvijenog nacionalnog brenda. U prvom planu riječ je o domaćim proizvođačima, čiji proizvodi čak i ako su plasirani na inostrana tržišta nisu dovoljno atraktivni zbog neprepoznatljivosti i neadekvatne pozicioniranosti zemlje porijekla. Isto važi i za usluge koje se pružaju na inostranim tržištima ili na domaćem tržištu, ali inostranim korisnicima. Takva situacija onemogućava da domaća preduzeća konkurišu na pravi način inostranim preduzećima, onima koja potiču iz dobro pozicioniranih i prepoznatih država. Ljudski potencijal takođe zbog neprepoznatljivosti veoma teško može da dođe do izražaja na inostranom tržištu rada. Turistički potencijali su nedovoljno valorizovani, zbog nedovoljne prepoznatljivosti i neadekvatnog pozicioniranja države u inostranstvu, pa je još uvijek velikom broju turista iz najrazličitijih krajeva svijeta Crna Gora nepoznanica, čime se direktno utiče i na subjekte koji se bave turizmom. Isto važi i za strane investitore. Ono što je najalarmantnije jeste da sve prethodno navedeno, do čega dolazi zbog nerazvijenog nacionalnog brenda, utiče na životni standard građana i razvijenost ekonomije, pa su građani veoma oštećeni subjekti zbog nerazvijenog nacionalnog brenda, te je predmetna uredba prvi korak u nizu neophodan da bi se ovaj proces postavio na adekvatne temelje i da bi se potpuno uredila oblast.
- Nepostojanje ove Uredbe onemogućava sinhronizovano djelovanje u predstavljanju Crne Gore kroz jedinstven vizuelni identitet nacionalnog brenda, čime se stvaraju osnove za dalji razvoj i napredak nacionalnog brenda, a samim tim i poboljšanja konkurentnosti države. onemogućilo bi razvoj nacionalnog brenda na adekvatan način, što bi za posljedicu imalo neadekvatnu prepoznatljivost države, neiskorišćenost potencijala i resursa Crne Gore na najbolji mogući način.

2. Ciljevi

- Koji ciljevi se postižu predloženim propisom?
- Navesti usklađenost ovih ciljeva sa postojećim strategijama ili programima Vlade, ako je primjenljivo.

- Ciljevi donošenja Uredbe o uslovima, načinu sticanja i korišćenja logotipa nacionalnog brenda u javnom sektoru odnose se na stvaranje uslova za jedinstveno predstavljanje Crne Gore i njenih konkurentskih prednosti kroz vizuelni identitet odnosno logotip koji će pratiti odgovarajući slogan, a čime će se kroz zajedničku upotrebu subjekata iz javnog sektora omogućiti prenošenje jedinstvene poruke do inostrane javnosti. Prenošenjem jedinstvene poruke Crna Gore će se pozicionirati u svijesti inostrane javnosti na način koji će doprinijeti boljoj pozicioniranosti proizvoda, usluga, radne snage, preduzeća i sl. na inostranom tržištu. Ciljevi donošenja Uredbe otpočinje se sa valorizacijom potencijala kojima Crna Gora raspolaže i koji joj mogu obezbijediti komparativnu prednost, kao i bolju vidljivost i prepoznatljivost na globalnom nivou. Dobro pozicioniran nacionalni brend će doprinijeti i značajno unaprijediti konkurentnost države kao i ekonomske benefite. Jak nacionalni brend predstavlja snažan i siguran instrument vanjske politike, te da kao takav inspiriše i podstiče nacionalni ponos, pozitivne asocijacije i osjećanja građana, što će u konačnom rezultirati poboljšanim i relaksiranijim poslovnim i životnim

ambijentom. Efekti primjene ove Uredbe imaju veliki uticaj i na stvaranje dodatne vrijednosti za crnogorske proizvode i usluge, a sve u cilju povećanja izvoza, koji podstiče razvoj nacionalne ekonomije, te na taj način u konačnom i povećanje životnog standarda svih građana Crne Gore.

- Ciljevi donošenja Uredbe su u skladu sa strateškom dokumentima i programima iz oblasti razvoja turizma, regionalnog razvoja, razvoja sektora malih i srednjih preduzeća, razvoja sektora poljoprivrede, razvoja obrazovanja, očuvanja kulturno-istorijskog i prirodnog naslijeđa, infrastrukturnog razvoja, podsticaja direktnih stranih investicija i sl.

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?

- Glavna i neophodna opcija je donošenje predložene Uredbe. Neregulatorna opcija je dobrodošla u smislu sinhronizovanog i zajedničkog djelovanja svih subjekata značajnih za proces razvoja nacionalnog brenda i jačanja svijesti o značaju razvoja nacionalnog brenda, benefita koje razvijen nacionalni brend ima za građane, razvoj privrede i članstvo u Evropskoj uniji i NATO-u.
- Izabrana opcija je neophodna zbog poboljšanja konkurentnosti države, ali i njenog pozicioniranja i imidža kao države kandidata za članstvo u Evropskoj uniji i NATO-u.

4. Analiza uticaja

- Na koga će i kako će najvjerovatnije uticati rješenja u propisu - nabrojati pozitivne i negativne uticaje, direktne i indirektne.
- Koje troškove će primjena propisa izazvati građanima i privredi (naročito malim i srednjim preduzećima).
- Da li pozitivne posljedice donošenja propisa opravdavaju troškove koje će on stvoriti.
- Da li se propisom podržava stvaranje novih privrednih subjekata na tržištu i tržišna konkurencija.
- Uključiti procjenu administrativnih opterećenja i biznis barijera.

- Uredba će imati indirektni uticaj na proizvodne i uslužne privredne subjekte i njihovo poslovanje, a sve sa ciljem podsticaja kvaliteta njihovih proizvoda i usluga na tržištu, a na taj način i povećanja njihove konkurentnosti na inostranim tržištima, što će za rezultat imati mnoge pozitivne efekte u vidu povećanja izvoza, smanjenja spoljno-trgovinskog deficita, rasta BDP-a per capita, smanjenja nezaposlenosti, porasta životnog standarda stanovništva, poboljšanja ambijenta za poslovanje i sl. Ne postoji negativan uticaj uredbe.
- Nema troškova za privredu i građane.
- Nema troškova za privredu i građane.
- Nema uticaja, odnosi se na javni sektor.

5. Procjena fiskalnog uticaja

- Da li je potrebno obezbjeđenje finansijskih sredstava iz budžeta Crne Gore za implementaciju propisa i u kom iznosu?
- Da li je obezbjeđenje finansijskih sredstava jednokratno, ili tokom određenog vremenskog

perioda? Obrazložiti.

- Da li implementacijom propisa proizilaze međunarodne finansijske obaveze? Obrazložiti.
- Da li su neophodna finansijska sredstva obezbijeđena u budžetu za tekuću fiskalnu godinu, odnosno da li su planirana u budžetu za narednu fiskalnu godinu?
- Da li je usvajanjem propisa predviđeno donošenje podzakonskih akata iz kojih će proisteći finansijske obaveze?
- Da li će se implementacijom propisa ostvariti prihod za budžet Crne Gore?
- Obrazložiti metodologiju koja je korišćenja prilikom obračuna finansijskih izdataka/prihoda.
- Da li su postojali problemi u preciznom obračunu finansijskih izdataka/prihoda? Obrazložiti.
- Da li su postojale sugestije Ministarstva finansija na nacrt/predlog propisa?
- Da li su dobijene primjedbe uključene u tekst propisa? Obrazložiti.

- Ne.

- Ne.

- Implementacijom propisa ne proizilaze međunarodne finansijske obaveze.

- Dio neophodnih finansijskih sredstava je obezbijeđen u budžetu za tekuću godinu, a biće planiran i u budžetu za narednu.

- /

- Uredba ne utiče na ostvarivanje prihoda.

- /

- Ne.

- Pogledati prethodni odgovor.

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. Obrazložiti.

- U izradi Uredbe nije korišćena ekspertska podrška.

- Nije bilo konsultacija

- /

7: Monitoring i evaluacija

- Koje su potencijalne prepreke za implementaciju propisa?
- Koje će mjere biti preduzete tokom primjene propisa da bi se ispunili ciljevi?
- Koji su glavni indikatori prema kojima će se mjeriti ispunjenje ciljeva?
- Ko će biti zadužen za sprovođenje monitoringa i evaluacije primjene propisa?

- Glavna prepreka odnosi se na nedovoljno razvijenu svijest o razvoju nacionalnog brenda i nerazumijevanje pojma nacionalnog brendiranja, kao i benefita koje razvijen nacionalni brend donosi.
- Ministarstvo ekonomije sprovodiće kontinuirane edukacije i prezentacije o nacionalnom brendiranju, njegovim benefitima i značaju. Kontinuirano informisanje i angažovanje svih relevantnih subjekata. Priprema odgovarajućih priručnika i kontinuirana saradnju sa subjektima iz javnog sektora.
- Za sprovođenje Uredbe biće zaduženo: Ministarstvo ekonomije.

Datum i mjesto

06.05.2018. godine

Podgorica

Starješina

MINISTARKA

Dragica Sekulić

