



Crna Gora  
Ministarstvo finansija i socijalnog staranja

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

Broj: 02-03-10706/1

Podgorica, 20.09.2021. godine

**MINISTARSTVO EKONOMSKOG RAZVOJA**  
**-n/r ministru, gospodinu mr Jakovu Milatoviću-**

Poštovani gospodine Milatoviću,

Povodom *Nacrta zakona o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu*, Ministarstvo finansija i socijalnog staranja daje sljedeće

**MIŠLJENJE**

Na tekst Nacrta zakona i pripremljeni Izvještaj o analizi uticaja propisa, sa aspekta implikacija na poslovni ambijent, nemamo primjedbi.

U Izvještaju o analizi uticija propisa navedeno je da, za implementaciju predmetnog Zakona nije potrebno obezbjeđenje dodatnih finansijskih sredstava iz Budžeta Crne Gore.

Shodno navedenom, Ministarstvo finansija i socijalnog staranja, sa aspekta budžeta, nema primjedbi na *Nacrt zakona o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu*.

S poštovanjem,



## IZVJEŠTAJ O SPROVEDENOJ ANALIZI PROCJENE UTICAJA PROPISA

PREDLAGAČ PROPISA	Ministarstvo ekonomskog razvoja
NASLOV PROPISA	Nacrt zakona o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu
<p><b>1. Definisanje problema</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Koje probleme treba da riješi predloženi akt?</b></li> <li>- <b>Koji su uzroci problema?</b></li> <li>- <b>Koje su posljedice problema?</b></li> <li>- <b>Koji su subjekti oštećeni, na koji način i u kojoj mjeri?</b></li> <li>- <b>Kako bi problem evoluirao bez promjene propisa ("status quo" opcija)?</b></li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Donošenju Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu pristupilo se radi dopune odredaba koje se odnose na zahtjev i dokumentaciju potrebnu za procjenu usklađenosti kompetencija potencijalnih korisnika vizuelnog identiteta nacionalnog brenda sa vrijednostima nacionalnog brenda, kao i definisanja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda. Brendiranje Crne Gore (nacionalno brendiranje) omogućava postizanje opipljivih i relevantnih koristi za državu u cjelini, njene građane kao i privredne i ekonomske subjekte koji su činioci ekonomskog i društvenog sistema. Dobro pozicioniran nacionalni brend može doprinijeti i značajno unaprijediti konkurentnost države kao i ekonomske benefite koje u budućnosti očekuje. Nacionalni brend obuhvata jedinstven, privlačan i zanimljiv paket nacionalnih vrijednosti, koji predstavlja značajan faktor konkurentnosti pri ostvarenju ekonomskih ciljeva (povećanja izvoza, veći priliv stranih direktnih investicija, povećanje obima turističkog prometa, privlačenje talenata i sl). Na taj način nastoji se stvoriti konkurentna prednost države i omogućiti njena diferencijacija u odnosu na druge države. Jak nacionalni brend doprinosi kreiranju pozitivne percepcije svijeta o državi te unapređenju ekonomske i političke pozicije zemlje, a posljedično i unapređuje nacionalnu konkurentnost. Samim tim, imidž države koja je izgradila jak nacionalni brend, postaje pozitivan, što direktno utiče na bolju pozicioniranost i promovisanje pojedinačnih brendova koji potiču iz te države, i to se odražava na nacionalnu i poslovnu konkurentnost.</li> <li>- Razlog za donošenje ovog Zakona je izmjena procedure definisanja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda a polazeći od činjenice da se prilikom primjene dosadašnji Zakon pokazao kao neadekvatan. Shodno tome neophodno je bilo izvršiti izmjene i dopune radi uspješnije primjene Zakona.</li> <li>- Imajući u vidu da od dana stupanja na snagu Zakona o nacionalnom brendu nije podnešen nijedan zahtjev sa sticanje prava korišćenja logotipa nacionalnog brenda ukazala se potreba za pojednostavljivanjem procedure sticanja prava korišćenja.</li> <li>- Nepostojanje korisnika vizuelnog identiteta nacionalnog brenda onemogućava stvaranje prepoznatljivosti države i njene lakše pamtljivosti u svijesti inostrane javnosti. Samim tim dolazi do nedovoljne vidljivosti i prepoznatljivosti svih potencijalnih korisnika vizuelnog identiteta predviđenih zakonom (pravnih i fizičkih lica, državnih organa, organa državne uprave, nadležnih organa opštine, organa lokalne uprave, sudova, državnog tužilaštva, privrednih društava u većinskom vlasništvu države koji obavljaju poslove od javnog interesa, diplomatsko-konzularnih predstavništva i institucija i službi čiji je osnivač Crna Gora, odnosno opština, preduzetnika i drugih organizacija i udruženja).</li> <li>- Neusvajanje izmjena i dopuna Zakona o nacionalnom brendu bi predstavljalo prepreku za uspješniju primjenu Zakona i ispunjenje potrebe za pojednostavljivanjem procedure odlučivanja po zahtjevu za sticanje prava korišćenja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda kao i razvoj politike nacionalnog brenda.</li> </ul>	
<p><b>2. Ciljevi</b></p>	

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

- Ciljevi donošenja ovog Zakona su izmjena procedure definisanja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda jer se javila neophodnost izmjena i dopuna radi uspješnije primjene Zakona. Imajući u vidu da od dana stupanja na snagu Zakona o nacionalnom brendu nije podnešen nijedan zahtjev za sticanje prava korišćenja logotipa nacionalnog brenda ukazala se potreba za pojednostavljuvanjem procedure odlučivanja po zahtjevu, kao i definisanja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda.
- Ciljevi usvajanja Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu su u skladu sa strateškim 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 nasljeđa, infrastrukturnog razvoja, podsticaja direktnih stranih investicija i sl. Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu predviđen je Programom rada Vlade za 2021. godinu.

### 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**

- Ispunjavanje ciljeva i rješavanje problema moguće je postići jedino izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu. "Status quo" opcija bi podrazumijevala da će problem ostati neriješen.
- Izabrana opcija je neophodna zbog poboljšanja konkurentnosti države, ali i njenog uspješnog pozicioniranja u svijesti inostrane javnosti i izgradnje pozitivnog imidža kao države kandidata za članstvo u EU.

### 4. Analiza uticaja

- **Na koga će i kako će najvjerojatnije 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.**

- Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu će imati direktan uticaj na one subjekte za koje je zakonom predviđeno da mogu biti potencijalni korisnici prava korišćenja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda, sa ciljem podsticanja kvaliteta njihovih proizvoda i usluga na tržištu, a na taj način i povećanje 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 ovog Zakona.
- Primjena propisa neće izazivati troškove za građane i privredu.
- Propis neće stvoriti troškove.
- Propisom se podržava zdrava tržišna konkurencija.
- Usvajanjem Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu se ne stvaraju biznis barijere, već se podstiče konkurentnost, kako privrednih subjekata, tako i crnogorske privrede uopšte. Ovim Zakonom se motivišu privredni subjekti u Crnoj Gori da ispunjavanjem Zakonom

propisanih uslova ostvare pravo na upotrebu vizulenog identiteta nacionalnog brenda, a samim tim obezbijede prepoznatljivost i konkurentsku prednost na tržištu, kako u zemlji tako i u inostranstvu.

#### 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 proistići finansijske obaveze?;
- Da li će se implementacijom propisa ostvariti prihod za budžet Crne Gore?;
- Obrazložiti metodologiju koja je korišćena 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 implementirane u tekst propisa? Obrazložiti.

- Nije potrebno obezbjeđenje finansijskih sredstava iz budžeta Crne Gore za implementaciju propisa.
- Vidjeti prethodni odgovor.
- Implementacijom propisa ne proizilaze međunarodne finansijske obaveze.
- Vidjeti prethodni odgovor.
- Predviđeno je donošenje podzakonskog akta, ali iz kojeg neće proistići finansijske obaveze.
- Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu neće uticati na ostvarivanje prihoda za budžet Crne Gore.
- Nije korišćena posebna metodologija.
- Ne.

#### 6. Konsultacije zainteresovanih strana

- Naznačiti da li je korišćena eksterna ekspertiza 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 Nacrta zakona o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu nije korišćena ekspertska podrška.
- Ministarstvo ekonomskog razvoja je prije pripreme Nacrta zakona o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu sprovelo konsultacije zainteresovane javnosti u cilju prikupljanja predloga i sugestija od značaja za predmetnu oblast. U cilju uključivanja NVO sektora u proces izrade predmetnog propisa, objavilo je i poziv za predlaganje predstavnika NVO sektora za člana radne grupe, ali nije pristigao nijedan predlog. Nakon pripreme Nacrta zakona o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu sprovedena je javna rasprava koja je trajala 20 dana, počev od 07. jula 2021. godine.
- Tokom trajanja konsultacija zainteresovane javnosti, prije izrade Nacrta zakona o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu, nije pristigao nijedan predlog niti sugestija u vezi

predmetnog propisa. Takođe, tokom trajanja javne rasprave nije bilo predloga, primjedbi niti sugestija.

#### **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?**

- Potencijalne prepreke tiču se nedovoljno razvijene svijesti o razvoju nacionalnog brenda i nerazumijevanje pojma nacionalnog brendiranja, kao i benefita koje razvijen nacionalni brend donosi. Takođe nepostojanje unificirane prezentacije države, kao ni koordinisanog i zajedničkog djelovanja svih aktera na nivou države kako bi politika nacionalnog brendiranja bila na pravi način implementirana kao politika od državnog značaja, može biti potencijalna prepreka.
- Ministarstvo ekonomskog razvoja sprovodiće kontinuirane edukacije i prezentacije o nacionalnom brendu, njegovim benefitima i značaju, kao i kontinuirano informisanje svih zainteresovanih subjekata o načinu i proceduri sticanja prava korišćenja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda.
- Broj subjekata koji su podnijeli zahtjev za sticanje prava korišćenja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda i broj subjekata koji su stekli pravo korišćenja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda.
- Za sprovođenje Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu će biti zaduženi: Ministarstvo ekonomskog razvoja, nadležne inspekcije i eventualno nevladine organizacije iz oblasti nacionalnog brendiranja.

Mjesto i datum  
Podgorica, 20. avgust 2021. godine

MINISTAR  
mr Jakov Milatović

