



# MOJADELATNOST

BROJ 3

ZIMA 2025/2026.



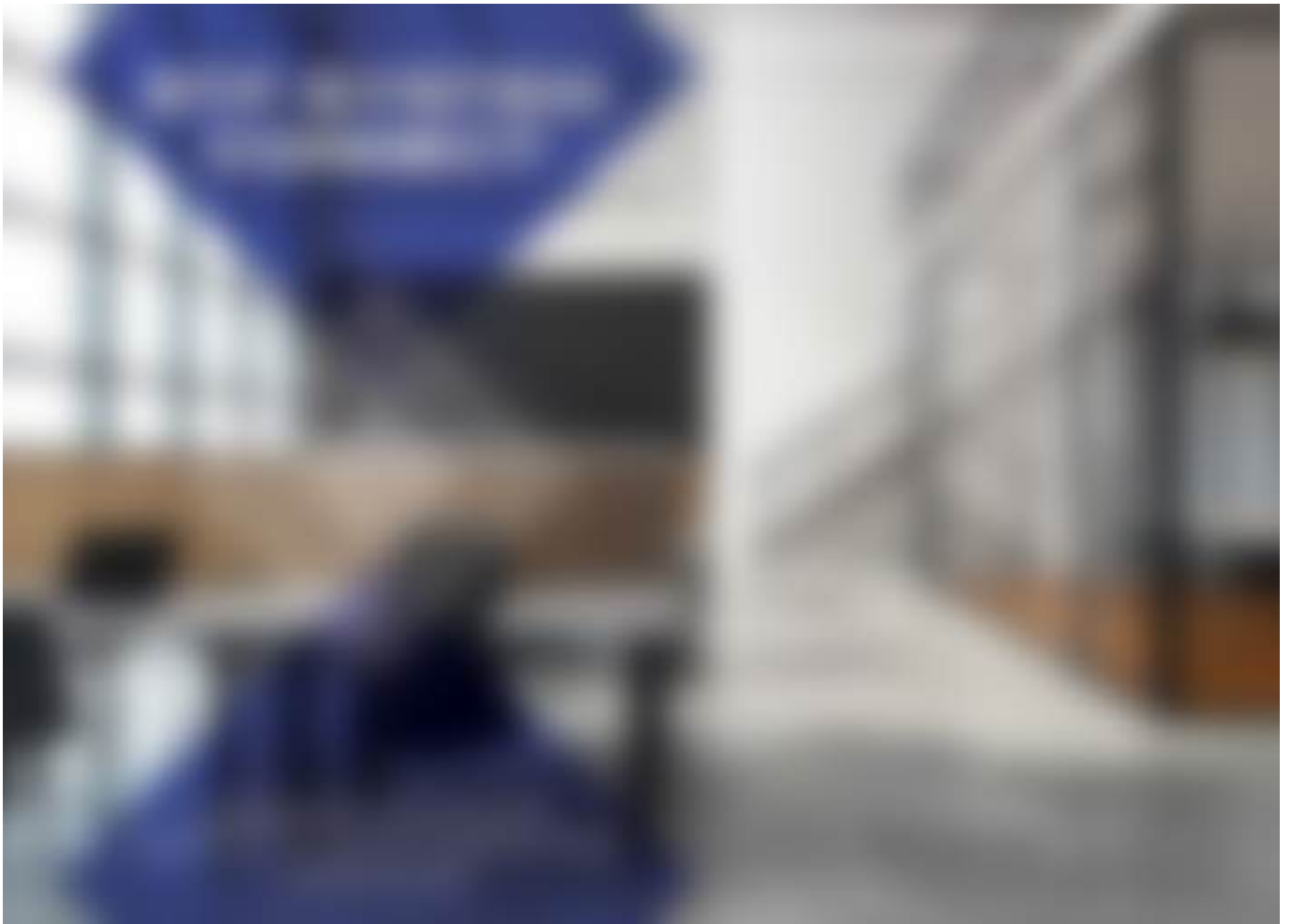
Šta utiče na kancelarije,  
logistiku i industriju?

---

Inflacija menja  
usluge iznutra

---

Srpska poljoprivreda  
između klimatskih izazova i  
subvencione politike



**Izdavač:**

Digital Azut d.o.o.  
Makenzijeva 53,  
11000 Beograd

**Web:**

www.moja-delatnost.rs

**Uredništvo:**

Redakcija Moja delatnost  
Telefon redakcije:  
011 4501 430

**e-mail:**

info@digital-azut.rs

**Marketing:**

tel: 064 8112 309

**e-mail:**

info@moja-delatnost.rs

**Štampa:**

La Mantini d.o.o.  
Sandžačka 9a  
11000 Beograd

**Tekstove pisali:**

Aleksandra Kekić, Nada Matić,  
Miljan Paunović, Julijana Vincan,  
Marko Miladinović, Marko Andrejić,  
Mirjana Vasić Adžić, Ivana Tomić,  
Vesna Živanović Vukmirica

**Fotografija na naslovnoj stranici:**

Freepik

# Srpsko preduzetništvo u 2025 - između izazova i prilika

**P**rva polovina 2025. godine donela je složen mozaik različitih uticaja u srpskoj privredi. Ekonomsko usporavanje postalo je nova realnost, vođeno spoljašnjim i unutrašnjim faktorima. Iako su makroekonomski pokazatelji zabeležili određenu stabilnost, mali i mikro preduzetnici, koji čine kičmu domaće privrede – barem po brojnosti – našli su se pod snažnim pritiscima. Posebno su pogođeni visokom cenom kapitala, rastom troškova poslovanja i neizvesnošću na tržištima, što je kod mnogih dovelo do stagnacije ili čak gašenja aktivnosti.

Jedan od ključnih izazova bili su visoki kamatni troškovi. Monetarna politika, iako usmerena na obuzdavanje inflacije, rezultirala je skupim kreditima i otežanim pristupom izvorima finansiranja. To je najviše pogodilo male firme, jer im nedostaje zaliha kapitala i sigurnosti koja bi ih zaštitila u periodima otežanog poslovanja. Uz to, inflatorni pritisci, iako nešto ublaženi u odnosu na prethodne dve godine, i dalje su opterećivali troškove rada, repromaterijala i energenata.

Najizloženija su bila mikro i mala preduzeća u uslužnim delatnostima, trgovini i pojedinim segmentima proizvodnje.

Pad potrošačke moći i opreznost građana u trošenju odrazili su se na promet malih trgovaca i ugostitelja, dok su zanatske i prerađivačke radionice beležile smanjen obim porudžbina. Slična sudbina zadesila je i deo malih transportnih preduzeća, koja su teško balansirala između rasta operativnih troškova i ograničenog prostora za povećanje cena usluga.

Ipak, nisu svi sektori beležili negativne trendove. IT industrija, naročito segmenti vezani za softverski razvoj, cloud usluge i veštačku inteligenciju, nastavila je da raste uprkos otežanim uslovima. Globalna potražnja za digitalnim rešenjima obezbedila je stabilan izvor prihoda, a manji broj domaćih startupova uspeo je da privuče investicije i probije se na strana tržišta. Takođe, izvezno orijentisana poljoprivreda, naročito u delovima proizvodnje gde je Srbija zabeležila dobre prinose, donela je određeni pozitivan balans u ukupnoj slici.

Zanimljivo je da su pojedina mala preduzeća u kreativnim industrijama pokazala otpornost, prilagođavajući se digitalnim kanalima prodaje i plasiranja proizvoda. Ipak, to je više izuzetak nego pravilo, jer većina mikro firmi nema kapacitet da brzo menja poslovne modele.

Sve u svemu, prva polovina 2025. pokazala je da srpsko preduzetništvo ostaje ranjivo u trenucima kada su finansijski i tržišni rizici izraženiji. Velike kompanije su lakše amortizovale posledice usporavanja zahvaljujući rezervama i boljem pristupu kapitalu, dok su mali privrednici nosili najveći teret. Za mnoge od njih, opstanak u narednom periodu zavisice od mera podrške države, daljeg kretanja inflacije i kamatnih stopa, ali i sposobnosti da pronađu nove tržišne niše ili se udruže kako bi smanjili rizike.

Prvi deo godine potvrdio je staru lekciju da je preduzetništvo u Srbiji vitalno, ali istovremeno i fragilno, naročito u najnižim slojevima privrede. Dokle god sistemski problemi ostanu nerešeni, mala i mikro preduzeća biće prva linija udara u svakoj ekonomskoj turbulenciji, ali i ključni pokazatelj koliko domaća ekonomija ima snage da izdrži nove izazove.

# Sadržaj

---

3 Uvodna reč

## Industrija i zanatstvo

- 10 Energetska efikasnost i teška industrija u Srbiji
- 13 Prepreke i potencijali za izvoz zanatskih proizvoda iz Srbije
- 16 Digitalni alati u službi savremenog zanatlije

## Trgovina i usluge

- 22 Kako da uspešno uplovite u franšizne vode?
- 24 Inflacija menja usluge iznutra
- 26 Uloga tržišnih centara u savremenom urbanom razvoju

## Zdravlje i medicina

- 34 Prevencija kao stub savremene zdravstvene politike
- 37 Telemedicina u Srbiji: Da li smo spremni za novu eru zdravstvene zaštite?

## Auto-moto i transport

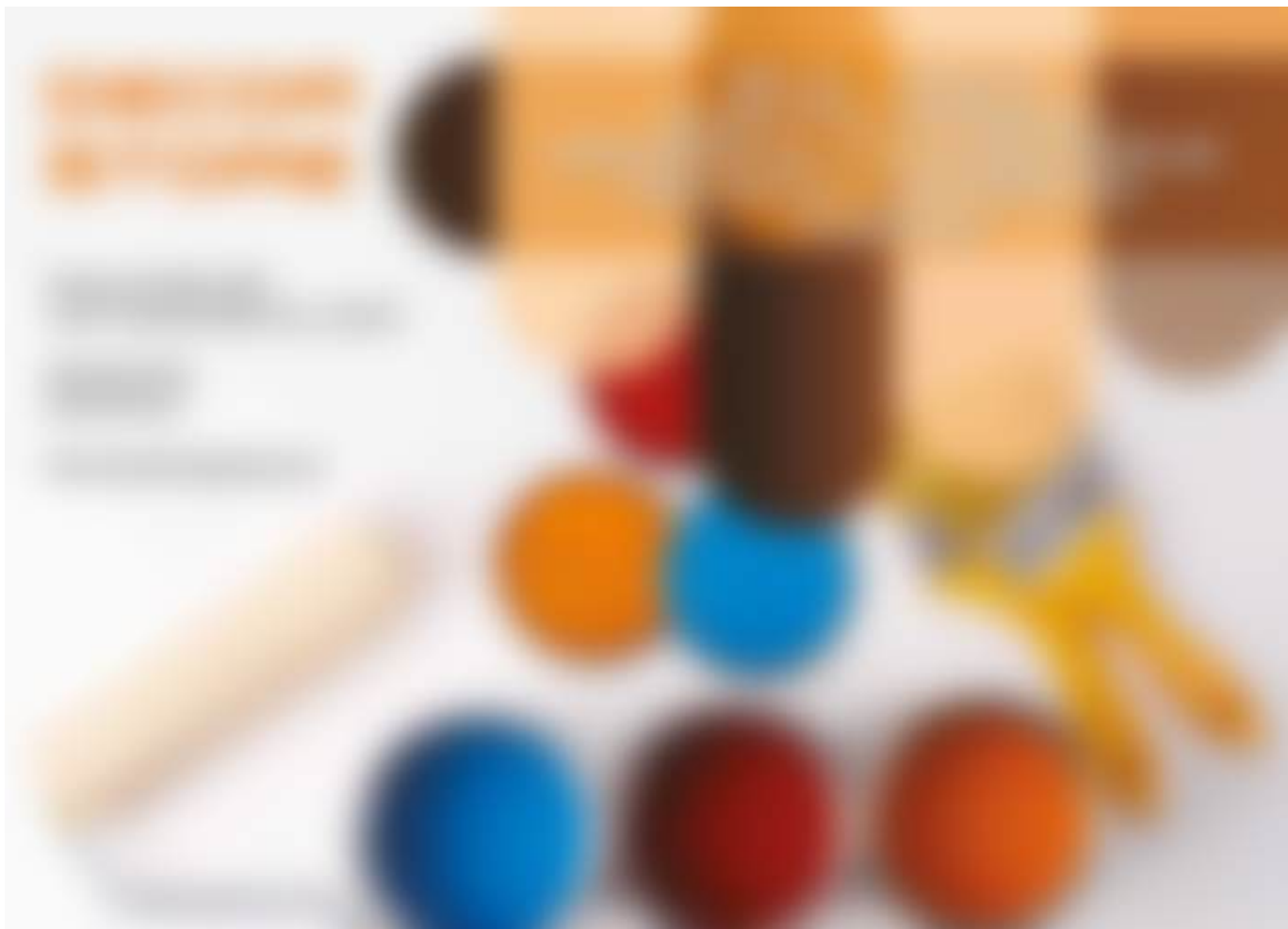
- 42 Zeleni transport ključan za smanjenje emisija i budućnost saobraćaja
- 46 Digitalizacija puteva vredna stotine miliona evra, da li je Srbija spremna za pametne saobraćajnice?
- 50 Srbija ima šansu da pojača proizvodnju delova za e-vozila, sve zavisi od njihove prodaje u EU

## Građevinarstvo i nekretnine

- 56 Šta utiče na kancelarije, logistiku i industriju?
- 60 Cena kvadrata u Beogradu najskuplja u regionu, Severna Makedonija i Albanija nova hit tržišta
- 62 Izazovi divlje gradnje i zagušenosti gradova

## Kultura, umetnost i obrazovanje

- 72 Da li se umetnost može izvoziti?
- 76 Višestruka korist od organizovanja festivala



---

## Pravo i finansije

- 82 Kako generativni alati menjaju profesiju

## Turizam i ugostiteljstvo

- 88 Efekti državnih kampanja za promociju turizma  
91 Perspektive razvoja agroturizma u Srbiji

## Ustanove i organizacije

- 98 Transparentnost i odgovornost javnih institucija u Srbiji – uloga budžetskog i revizorskog nadzora

## Poljoprivreda

- 104 Srpska poljoprivreda između klimatskih izazova i subvencione politike  
107 Pametna poljoprivreda između potencijala i prepreka  
109 Porodična gazdinstava gube trku sa korporacijama i uvoznicima

## Tehnika i internet

- 114 Digitalizacija računovodstva u Srbiji pod uticajem AI i cloud tehnologija

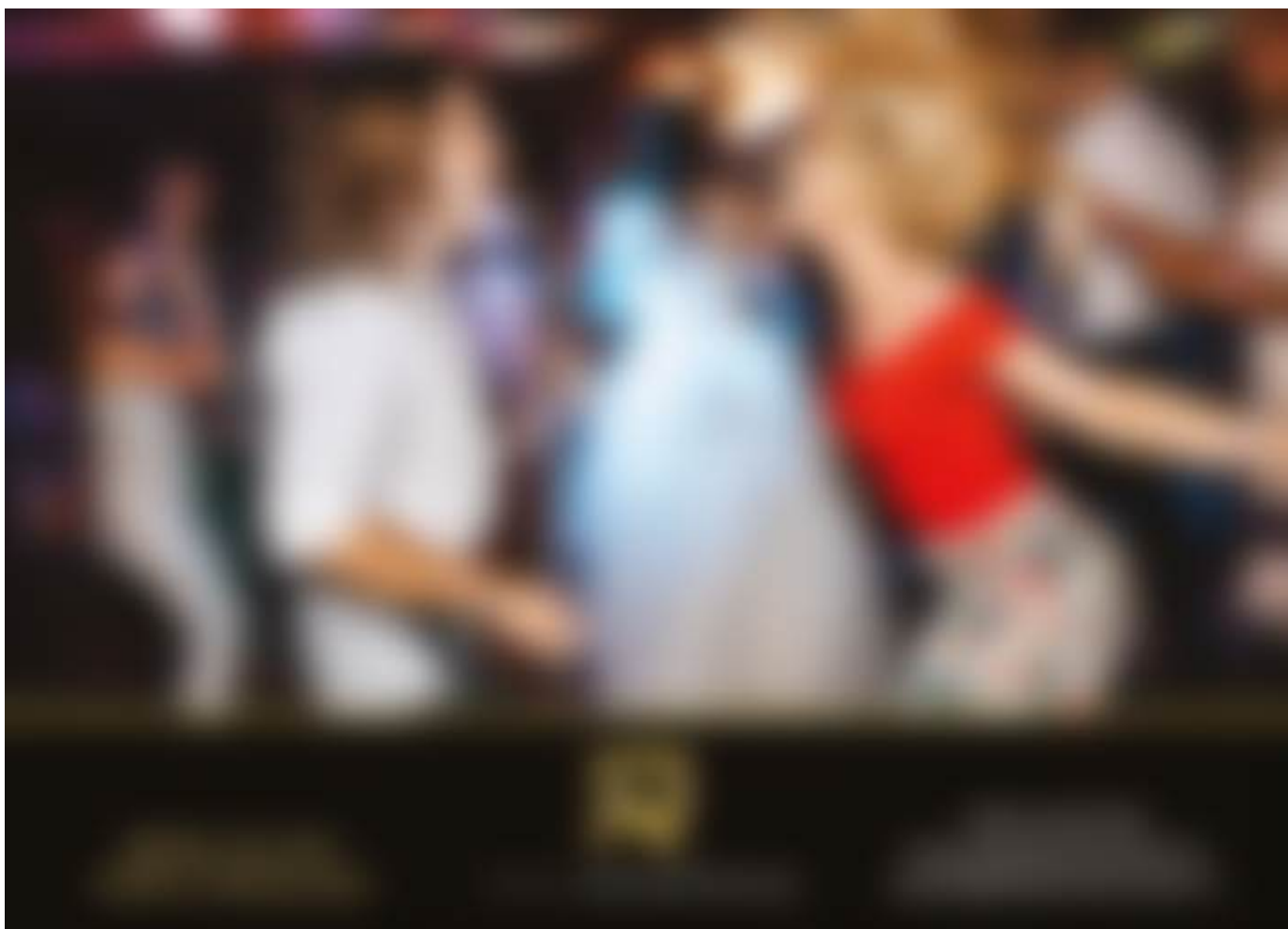
## Sport i rekreacija

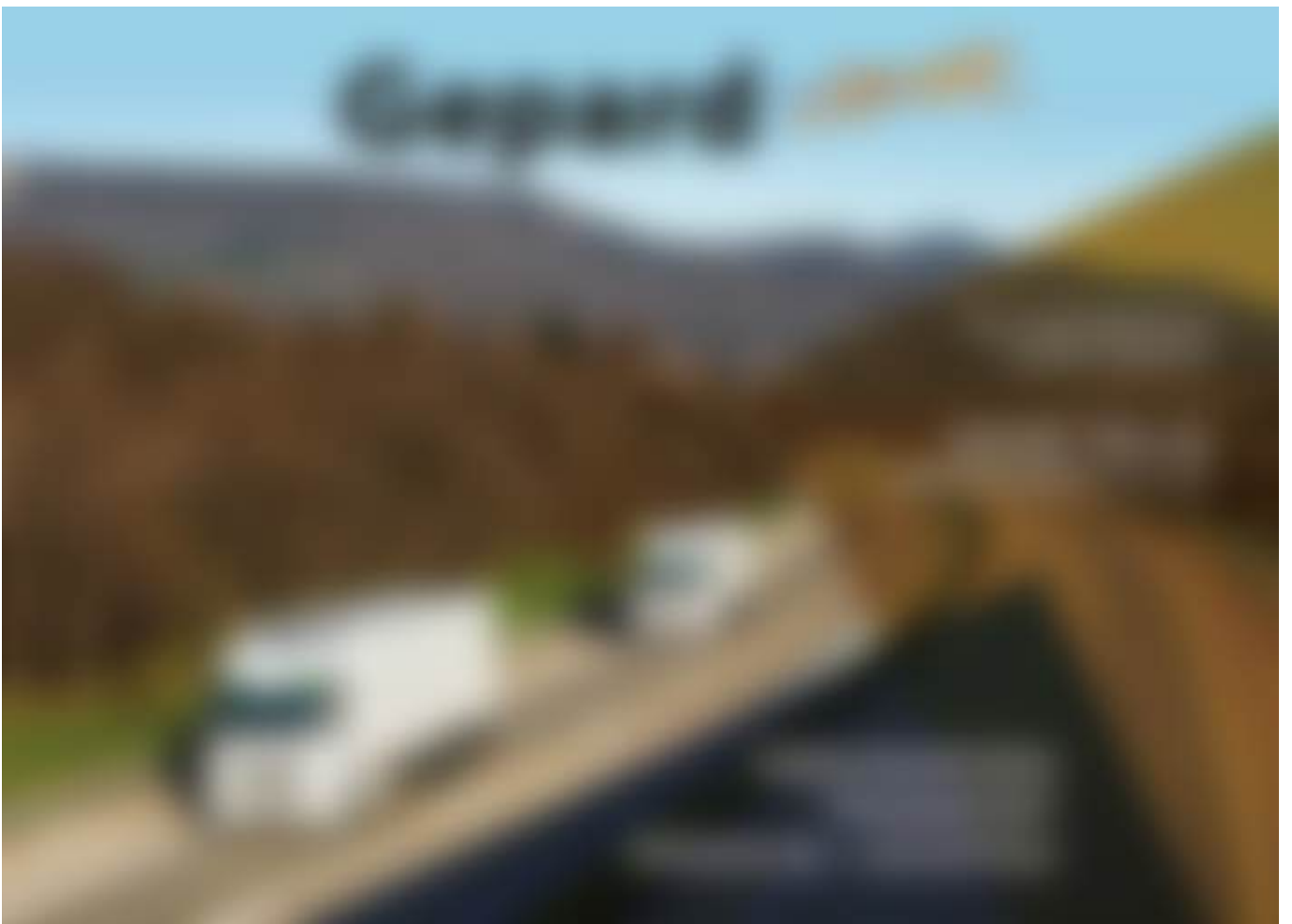
- 120 Industrija sporta u Srbiji: Trka s preponama

## Lepota i nega

- 124 Estetski tretmani u doba digitalnog imidža: Nova era kozmetičkih usluga









**MOJADELATNOST**  
[www.moja-delatnost.rs](http://www.moja-delatnost.rs)



# INDUSTRIJA I ZANATSTVO

# Energetska efikasnost i teška industrija u Srbiji

**T**eška industrija u Srbiji, naročito sektor proizvodnje čelika, cementa, prerade nafte, rudarenja i energetske proizvodnje, spada među najveće potrošače energije i najznačajnije emitere gasova sa efektom staklene bašte.

S jedne strane, domaći energetski sistem i industrija trpe pritisak zbog potrebe za povećanjem proizvodnje i održavanjem konkurentnosti, a s druge ciljevi dekarbonizacije i evropski integracijski proces nameću potrebu za ozbiljnim merama smanjenja emisija i povećanja energetske efikasnosti. Pitanje je kako postići balans između te dve potrebe.

## Regulatorni okvir i nacionalne strategije

Srbija je još 2017. godine ratifikovala Pariski sporazum, što je u narednim godinama rezultiralo dopunama energetskog zakonodavstva i ambicioznijim ciljevima. Do kraja 2020. godine, zemlja je imala instaliranih više od 500 megavata (MW) obnovljivih izvora energije. Iste godine kapacitet je porastao na 537 MW, što je doprinelo da obnovljivi izvori učestvuju sa oko 26 do 27 odsto u konačnoj potrošnji energije.

Istovremeno, od 2012. godine funkcioniše Regionalni program energetske efikasnosti (REEP - Regional Energy Efficiency Programme), koji podržava modernizaciju javnih objekata, ugradnju solarnih panela i implementaciju gotovo nulte energetske potrošnje u zgradarstvu (NZEB - Nearly Zero-Energy Buildings). Prema planu, više od 35 javnih objekata trebalo bi da dobije ovu tehnologiju.

Od 2024. godine, uveden je obavezan sistem emisijskih dozvola i praćenja emisija gasova sa efektom staklene bašte (greenhouse gases - GHG) za privredne subjekte uključujući termoelektrane, rafinerije, fabrike čelika, cementa i prerade aluminijuma. Emisije moraju da se mere, prijavljuju i potvrđuju putem digitalne platforme e-GHG, što predstavlja prvi korak ka usklađivanju sa sistemom Trgovine emisijama Evropske unije (EU Emissions Trading System - EU ETS), i uspostavljanju principa „zagađivač plaća“.

## Elektrane i Elektroprivreda Srbije

Elektroprivreda Srbije (EPS) je u poslednje dve decenije investirala više od 500 miliona evra u modernizaciju proizvodnih postrojenja. To uključuje

ugradnju elektrostatističkih filtera, sistema za odsumporavanje poznatih kao Flue Gas Desulphurization (FGD) i smanjenje emisija azotnih oksida. Učinak je bio značajan - emisije čestica prašine smanjene su za devedeset odsto, dok su emisije azotnih oksida 2022. godine iznosile oko 34.000 tona. Istovremeno, razlog za optimizam je i poslednja investicija – blok B3 u Kostolcu, čija tehnološka efikasnost iznosi približno 37,3 odsto, što je u skladu sa ekonomskim i ekološkim standardima Evropske unije.

Međutim, kritičari poput Hristine Vojvodić iz Instituta za obnovljive izvore energije i zaštitu životne sredine, upozoravaju da je Srbija „zapela“ u ekonomskom modelu zasnovanom na uglju, te da se planovi i strategije često ne sprovode u praksi. EPS je obećao redukciju uglja do 2050. godine, ali prema njenim rečima „odluke ne prate reči“.

Stručnjaci poput Mirka Popovića iz regulatornog Instituta za obnovljive izvore i životnu sredinu poručuju da EPS godišnje emituje oko 26 miliona tona ugljen-dioksida, a uvođenje kazni u EU ETS sistemu po ceni od 65 evra po toni moglo bi EPS da košta i 1,6 milijardi evra godišnje – što za sobom vuče i pitanje realnosti tranzicije.

## Rafinerija u Pančevu

Naftna industrija Srbije (NIS) je u Rafineriji u Pančevu sprovela modernizaciju u nekoliko faza, koja je rezultirala značajnim smanjenjem zagađenja. Emisije sumpor-dioksida smanjene su za 98,8 odsto, emisije čestica prašine za 50 odsto, dok su emisije azotnih oksida pale za deset odsto. Uspostavljeni su sistemi koji drastično smanjuju koncentraciju sumpora ispod deset delova na milion (ppm) nakon 2012. godine.

## Proizvodnja čelika u Smederevu

Kompanija HBIS Srbija uložila je oko 300 miliona evra u prelazak sa tradicionalnih procesa na korišćenje reverznog gasa (redukovanog gasa sa

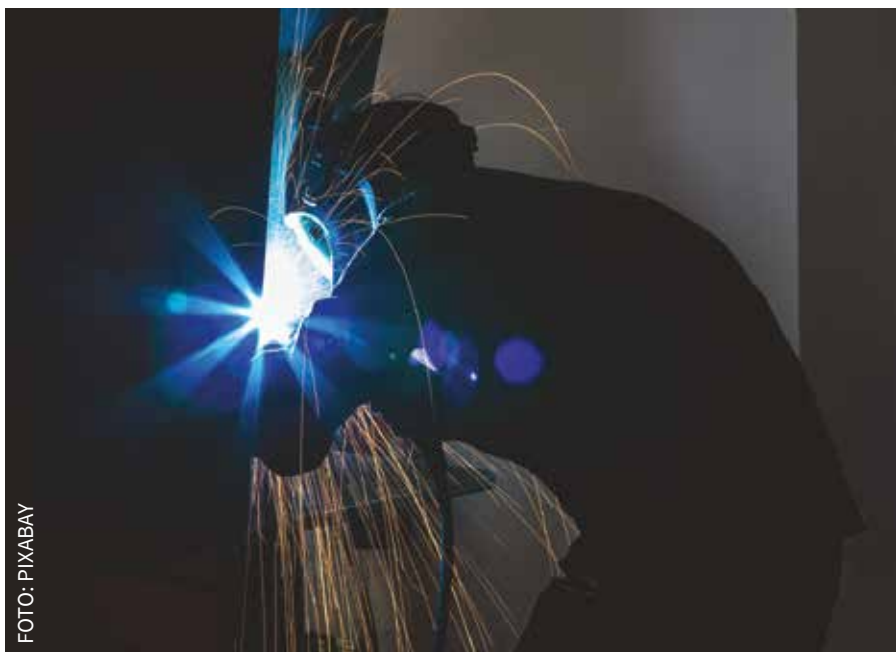


FOTO: PIXABAY



FOTO: PIXABAY

nižim sadržajem CO<sub>2</sub>) i sistem sinter linija, što je smanjilo emisije ugljen-dioksida po toni čelika sa 2,8 na 2,3 tone. Takođe, uvedene su uštede uključujući smanjenje potrošnje koksa za 18 kilograma po toni gvožđa. Tokom naredne decenije planira se prelazak na tzv. „zeleni čelik“ – tehnologije zasnovane na vodoniku i obojenoj energiji.

### Rudarski kompleks Kolubara

Koristeći kredite Evropske banke za obnovu i razvoj (EBRD) i Nemačke razvojne banke KfW sprovedene su investicije usmerene na uniformnost kvaliteta lignita i smanjenje čestičnih i gasnih emisija. Projekat „Environmental Improvement“ iz 2011. godine obuhvatao je mehanizaciju, konsolidaciju kopova i uvođenje kontrola kvaliteta uglja i emisija.

### Mali i srednji industrijski korisnici

Preko inicijative pod nazivom „energetski izviđači“, koju su pokrenuli Nemačko-srpska privredna komora i Ministarstvo rudarstva i energetike, obučeno je 127 stručnjaka, a sprovedeno je ukupno 57 projekata ušteda, čime je postignuto 28.000 megavat-časova (MWh) i smanjenje emisija od 29.000 tona ugljen-dioksida. Ovaj model koristi energetske performansne ugovorne

formu (Energy Performance Contracting - EPC), sistematske energetske revizije i upravljanje energijom (Energy Management Systems - EMS).

### Kritike stručnjaka i ozbiljni izazovi

Stručnjaci su više puta isticali da je prelaz na obnovljive izvore i zelenu industriju ne samo neophodan, već i ekonomski isplativ. Profesor Nikola Rajaković sa Građevinsko-tehničkog fakulteta u Beogradu ukazao je da su fotonaponski sistemi pristupačni, brzi za izgradnju i sa minimalnim uticajem na životnu sredinu, te da su termoelektrane na uglj sve skuplje za održavanje, što potvrđuje da je „neadekvatna dekarbonizacija skupa, a ona koja se kasno sprovodi – previše skupa“. Istovremeno, on predlaže hibridni miks koji uključuje obnovljive izvore, prirodni gas i vodonik kao tranzicione opcije.

Na Privrednom forumu u maju 2024. godine, eksperti su upozorili da bi uvođenje evropske karbonske carine (CBAM – Carbon Border Adjustment Mechanism) moglo ozbiljno da pogodi ključne izvozne sektore Srbije, kao što su cement, čelik, aluminijum i mineralna đubriva. Ako Srbija ne uvede sopstveni sistem naplate emisija ugljen-dioksida, proizvodi iz ovog sektora će se tretirati kao „prljavi“ i dodatno oporezivati pri ulasku na EU

tržište. Direktori velikih industrijskih kompanija naglasili su da je hitno potrebna pravna i regulatorna usklađenost sa EU standardima, jer bez nacionalnog mehanizma za određivanje cene ugljenika, domaći proizvodi gube konkurentnost i mogu biti izloženi nepravедnim ekonomskim pritiscima.

Prema istraživanju objavljenom u međunarodnom naučnom časopisu „Energies“, u Srbiji je obnovljiva biomasa dovoljno raspoloživa (preko 12 miliona tona otpada od drveta godišnje), ali strateški dokumenti i implementacija izostaju. Do 2020. godine tek 0,4 odsto toplotne energije u sistemu daljinskog grejanja bilo je iz biomase, iako bi kapaciteti trebali biti značajno veći. Strateški programi iz 2010, 2018. i 2022. su podbacili, što ukazuje na institucionalnu neusklađenost i političku inertnost.

Nenad Spasojević iz Centra za kreiranje politika i strategije upozorava na rizičnu zavisnost od lignita i potrebu za hitnim donošenjem i primenom zakona usklađenih s klimatskim i energetske obavezama u okviru Energetske zajednice i EU.

### Trendovi inovacija i cirkularne tehnologije

Projekti proizvodnje energije iz otpada (Waste-to-Energy) i prelazak toplana na biomasu već postoje u

planovima, ali njihova realizacija napreduje sporo. Ipak, pojedini pozitivni primeri pokazuju potencijal ovih rešenja. Tako je Međunarodna finansijska korporacija (IFC) obezbedila kredit od 106 miliona evra fabrici Drenik u Beogradu, za izgradnju kogeneracijskog postrojenja na biomasu snage osam megavata. Ova elektrana ne samo da proizvodi struju, već i visokoefikasnu paru za industrijske procese, što značajno smanjuje zavisnost fabrike od elektroenergetske mreže i potrošnju prirodnog gasa.

Tehnologije za reciklažu otpadne toplote, kao što su sistemi sa slojevitim punjenjem (packed bed), sve više dobijaju pažnju u naučnoj zajednici, što potvrđuju i značajne studije objavljene na platformi ArXiv tokom 2023. godine. Ipak, njihova primena u industrijskoj praksi u Srbiji još uvek je ograničena, što ukazuje na potrebu za većim ulaganjem u istraživačko-razvojne kapacitete i transfer tehnologije.

Kompanija Metalfer iz Sremske Mitrovice postala je jedan od pionira „zelenog čelika“ u Srbiji, zahvaljujući uvođenju električnih peći koje koriste energiju iz obnovljivih izvora. Time je uspela da smanji emisije ugljen-dioksida na manje od 0,5 tone po toni proizvedenog čelika, što je značajno ispod globalnog proseka od 1,8 do 2,2 tone. Predstavnici kompanije zalažu se za uvođenje mehanizama poput prekograničnog usklađivanja cene ugljenika (CBAM) i u Srbiji, kako bi se obezbedili ravnopravni uslovi na tržištu za domaće proizvođače koji ulažu u održive tehnologije.

### **Koraci ka smanjenju emisija uz rast proizvodnje**

Za postizanje balansa između industrijskog rasta i smanjenja emisija

gasova sa efektom staklene bašte, Srbija mora preduzeti set međusobno povezanih strateških i regulatornih koraka. Ključni je uvođenje tržišta emisija ugljen-dioksida po ugledu na evropski EU ETS sistem, kao i domaće karbonske takse. Time bi se obezbedio jasan signal tržištu i stimulisali investitori koji ulažu u zelene tehnologije i procese niske emisije.

Uporedo sa regulatornim reformama, neophodno je otvoriti dodatne izvore finansiranja. Kroz bolje korišćenje sredstava iz evropskog Modernizacionog fonda, Fonda za pravednu tranziciju (Just Transition Fund) i izdavanje zelenih obveznica, moglo bi se omogućiti subvencionisanje kapitalno zahtevnih tehnoloških promena u industriji. Takav pristup bi umanjio finansijski rizik za preduzeća i podstakao bržu tranziciju.

Podrška mora obuhvatiti i implementaciju tehnologije sa niskom emisijom ugljen-dioksida, kao što su sistemi za proizvodnju zelenog čelika uz korišćenje vodonika, rešenja za skladištenje toplote, te kogeneracione elektrane koje koriste biomasu ili otpad. Ova rešenja omogućavaju prelazak ka cirkularnoj ekonomiji, uz smanjenje zavisnosti od fosilnih goriva.

Paralelno, važno je promovisati energetske poslove unutar malih i srednjih preduzeća, kroz širenje programa energetske revizija, ugovora o energetskej efikasnosti (EPC) i sistema upravljanja energijom (EMS), posebno u lokalnim zajednicama i javnim institucijama.

Ljudski kapaciteti čine temelj uspešne tranzicije, pa je povećanje broja obrazovanih energetskej stručnjaka, menadžera i inženjera kroz akreditovane programe ključna karika u

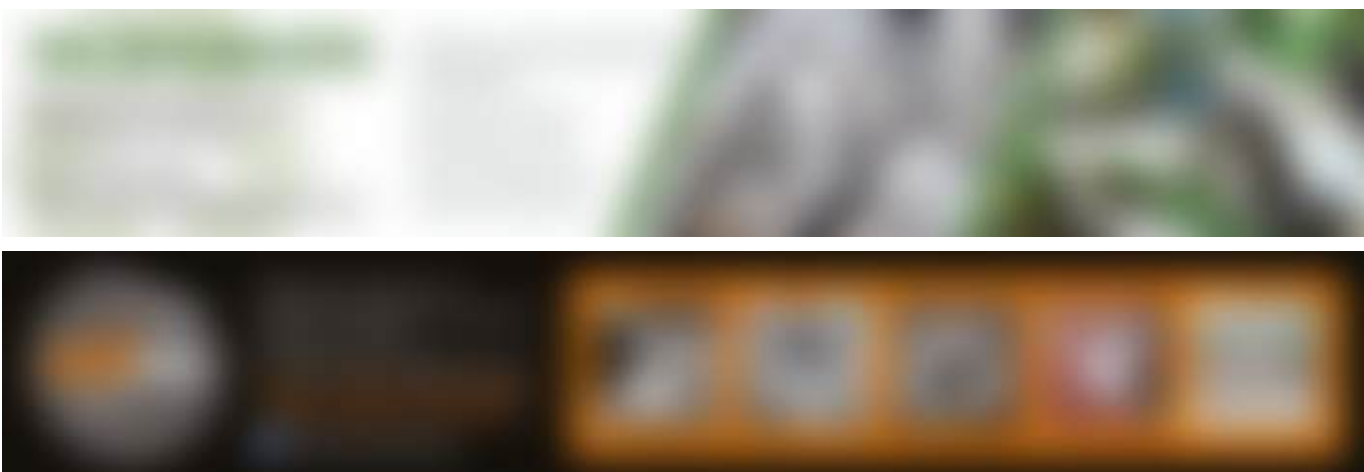
ovom procesu. Istovremeno, razvoj domaćih inovacija i ulaganje u istraživačke projekte iz oblasti Industrije 4.0, digitalizacije i ekspert sistema za energetske optimizacije doprineće konkurentnosti srpske privrede u globalnim okvirima.

Na kraju, ne sme se zaboraviti ni širi strateški okvir – regionalna i ekološka saradnja. Ukidanje moratorijuma na nuklearnu energiju i nastavak dijaloga sa susedima, poput Slovenije, mogli bi ostaviti prostor za razmatranje uvođenja nuklearnih elektrana u Srbiju posle 2040. godine, čime bi se dodatno stabilizovao energetskej miks u skladu sa evropskim klimatskim ciljevima.

U strukturi energetske tranzicije Srbije vidljivi su značajni pomaci – sistemska ulaganja u elektrane i rafinerije, inicijative za zelenu proizvodnju čelika i modeli efikasnosti za MSP. Ipak, prelazak na održiv industrijskej sistem zahteva puno više. Strateški cilj mora biti stvaranje modela koji neće podržavati stalnu zavisnost od fosilnih goriva, već će koristiti cirkularne, niskougljenične i obnovljive tehnologije u čijem su središtu ekonomski i ekološki održiv razvoj.

Krajnji cilj je jasan - smanjiti emisije, povećati proizvodnju i konkurentnost, a sve uz društveni konsenzus da ekonomski razvoj treba biti održiv, a ne destruktivan. To podrazumeva partnerski angažman javnog, privatnog i akademskog sektora, uz stalno praćenje i evaluaciju uspeha. Samo takav pristup garantuje da Srbija ostane pri vrhu evropskih i globalnih trendova, a da pritom ne žrtvuje ni industrijskej rast ni javno zdravlje.

J.V.



# Prepreke i potencijali za izvoz zanatskih proizvoda iz Srbije

**Z**anatski proizvodi iz Srbije nose sa sobom autentičnost, tradiciju i umeće koje se prenosi s kolena na koleno. Rukotvorine, prirodna kozmetika, proizvodi od drveta, keramike, tekstila i metala, pa čak i gastronomski specijaliteti izrađeni na tradicionalan način – sve to čini bogatu ponudu malih proizvođača širom zemlje.

Ovaj sektor nije samo kulturno blago već i potencijalno značajan izvozni resurs. Međutim, put od radionice u Pirotu, Užicu ili Vršcu do tržišta u Berlinu, Parizu ili Tokiju nije ni lak, ni jednostavan. Iza potencijala krije se niz prepreka koje male zanatske firme moraju da savladaju kako bi se probile na zahtevna međunarodna tržišta.

## Globalna potražnja za autentičnim i održivim

Tržište zanatskih proizvoda u svetu beleži konstantan rast, pogotovo u kon-

tekstu rastuće svesti o održivosti, etičkoj proizvodnji i podršci malim proizvođačima. Prema podacima Konferencije UN o trgovini i razvoju (UNCTAD) i Međunarodnog trgovinskog centra (ITC), vrednost globalnog izvoza rukotvorina raste iz godine u godinu, a tržišta poput Sjedinjenih Američkih Država, Kanade, Japana i članica Evropske unije beleže snažan porast potrošnje u ovom segmentu. Potrošači sve češće biraju proizvode koji imaju priču, koji dolaze iz lokalnih zajednica i koji nisu masovno proizvedeni.

Srbija, kao zemlja bogate kulturne baštine, raznolikih rukotvorina i još uvek živih zanatskih tradicija, ima sve preduslove da se pozicionira kao autentičan i konkurentan izvor takvih proizvoda. Međutim, da bi se to desilo, potrebno je prevazići brojne prepreke, od logistike i standardizacije, do institucionalne podrške i međunarodnog marketinga.

## Mali proizvođači na velikom tržištu

Zanatlije i mali proizvođači u Srbiji najčešće rade u malim porodičnim radionicama, često bez pristupa savremenim tehnologijama ili znanja o izvoznim procedurama. Njihova proizvodnja je ograničenog kapaciteta, što dodatno otežava plasman na inostrana tržišta koja zahtevaju pouzdanost, kontinuitet i standardizovan kvalitet.

Jedan od glavnih izazova sa kojima se suočavaju jeste nepoznavanje regulatornog okvira izvoza. To uključuje razumevanje carinskih procedura, poreza, zahteva za deklaraciju proizvoda, sanitarnih i fitosanitarnih sertifikata, kao i pravila pakovanja. Većini zanatlija to je potpuno nepoznato područje, a stručna podrška u ovom segmentu gotovo da ne postoji.

Logistika je još jedna ozbiljna prepreka. Slanje proizvoda u inostran-



FOTO: PIXABAY

stvo, posebno kada su u pitanju manji paketi, često je neisplativo zbog visokih troškova kurirskih službi i složene procedure izvoza. Za razliku od velikih proizvođača koji imaju ugovore sa logističkim partnerima i osigurane količine za transport, mali proizvođači često moraju da se oslone na skupe pojedinačne pošiljke.

### Nedostatak brendiranja i digitalne vidljivosti

Mnoge zanatske radionice u Srbiji nemaju ni najosnovnije prisustvo na internetu, a još ređe funkcionalne veb-prodavnice ili profile na međunarodnim platformama kao što su Etsy, Amazon Handmade ili NotOnTheHighStreet. Bez digitalne pismenosti, mali proizvođači ostaju isključeni iz savremenih kanala distribucije, koji su ključni za izvoz.

Brendiranje je još jedan slab deo priče. Proizvodi koji iza sebe nemaju jasno oblikovan identitet, priču i vizuelni jezik teško mogu da se izdvoje u moru konkurencije na globalnom tržištu. Da bi uspeali, zanatski brendovi moraju da komuniciraju svoje vrednosti – autentičnost, kvalitet, tradiciju, održivost – kroz svaku poruku, ambalažu i komunikaciju sa potrošačima. Bez strateškog pristupa brendiranju i marketingu, potencijal ostaje neiskorišćen.

Mnoge domaće zanatlije još uvek nemaju osnovnu digitalnu infrastrukturu: sajt, e-trgovinu, ili prisustvo na platformama poput Etsy ili Amazon Handmade. Iako digitalni kanali predstavljaju ključnu ulaznicu za globalno tržište, prepreke poput nepoznavanja alata, jezika i digitalnog marketinga ostaju velike. Uvođenjem obuka i mentorskih programa u saradnji sa IT zajednicom, moguće je ubrzati digitalnu transformaciju sektora i povezati zanatlije direktno sa potrošačima u inostranstvu.

### Institucionalne praznine

Na nivou državne i lokalne podrške, izvoz zanatskih proizvoda još uvek nije prepoznat kao strateški pravac. Iako postoje određene inicijative, poput podrške koje dodeljuje Privredna komora Srbije ili učesće na sajmovima u organizaciji pojedinih ambasada, sistemska i održiva podrška praktično ne postoji.

Nema specijalizovanih programa koji bi se bavili izvozom zanatskih pro-

izvoda. Uglavnom se sve svodi na inicijativu samih proizvođača ili na projekte koje finansiraju strane organizacije kao što su USAID, GIZ ili UNDP. Iako su ti projekti dragoceni, oni su vremenski ograničeni i ne obezbeđuju dugoročnu održivost.

Postoji i problem neusklađenosti između različitih nivoa vlasti i institucija. Ministarstva kulture, turizma, privrede i poljoprivrede često rade bez međusobne koordinacije, pa se retko dešava da projekti podrške zanatlijama budu objedinjeni, integrisani i strateški usmereni ka izvozu.

Srpska dijaspora, naročito u Zapadnoj Evropi, Severnoj Americi i Australiji, predstavlja značajno tržište za zanatske proizvode. Ljubav prema domaćim rukotvorinama, tradicionalnim motivima i unikatnosti može se strateški iskoristiti kroz ciljane kampanje i saradnje sa srpskim udruženjima u dijaspori. Zanatlije koje već saraduju sa tim zajednicama beleže visoku stopu lojalnosti i preporuka, što čini ovaj kanal izuzetno vrednim za izvoznu ekspanziju.

### Svetli primeri uspeha

Ipak, i u ovakvom okruženju postoje primeri koji pokazuju da je izvoz moguć. Radionica „Atelje 61“ iz Novog Sada izvozi ručno rađene tapiserije za muzeje i galerije širom sveta. Brend prirodne kozmetike „Herbateria“ iz okoline Arilja izvozi u Holandiju i Austriju. Kreativna zajednica „PiroT Wool“ plasira čilime na tržišta Kanade i Skandinavije.

Ovi primeri pokazuju da, uz dobru pripremu, kvalitet i odgovarajući kanal distribucije, zanatski proizvodi iz Srbije mogu naći svoje mesto na zahtevnim inostranim tržištima. Ključna razlika između uspešnih i onih koji to još nisu postigli najčešće leži u znanju, pristupu tržištu i sposobnosti da se povežu sa pravim partnerima.

### Uloga žena i lokalnih zajednica

Zanatski sektor u Srbiji je u velikoj meri vođen ženama, posebno u ruralnim sredinama. Žene koje se bave tkanjem, vezom, izradom suvenira ili prirodne kozmetike često su stubovi ekonomije svojih domaćinstava, a rad u kućnim radionicama predstavlja jedini izvor prihoda.

Pored ekonomskog, ovakav rad ima i snažan socijalni i kulturni značaj. Očuvanje zanatske tradicije kroz ženski rad predstavlja formu kulturne

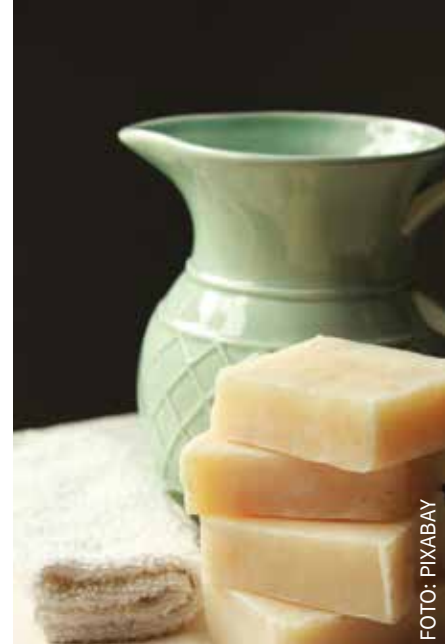


FOTO: PIXABAY

transmisije koja čuva identitet lokalnih zajednica. Zato je podrška ženama u ovom sektoru jedan od najefikasnijih načina da se podstakne i izvoz i društveni razvoj.

Inicijative poput Etno mreže ili manifestacija kao što su Etno sajam zanata, Etno dani i Sajam starih zanata u Beloj Crkvi pomažu u umrežavanju, promociji i izlasku na šira tržišta. Ipak, da bi one imale trajniji uticaj, moraju biti podržane konkretnim merama – od finansiranja opreme i sertifikacije do uvođenja mentorstva i programa za digitalizaciju.

### Preporuke za osnaživanje izvoza

Da bi se prevazišle prepreke i iskoristio izvozni potencijal zanatskog sektora, neophodno je delovati na više nivoa istovremeno. Pre svega, potrebna je institucionalna podrška u obliku posebnih programa koji bi obuhvatili edukaciju, mentorstvo, pravnu pomoć, digitalizaciju i promociju na inostranim tržištima.

Povezivanje sa dijasporom može biti važan prvi korak. Ljudi iz Srbije koji žive u inostranstvu često su najverniji kupci proizvoda iz domovine, ali i prirodni ambasadori naših zanatlija. Uz njihovu pomoć, proizvodi mogu dobiti vidljivost i prepoznatljivost, što je prvi korak ka širem izvozu.

Uvođenje oznake „Made in Serbia – Artisanal“ ili neke slične sertifikacije moglo bi dodatno doprineti kredibilitetu i diferencijaciji domaćih proizvoda. Takva oznaka bi garantovala poreklo, kvalitet i autentičnost proizvoda, čime bi se olakšalo pozicioniranje na tržištima koja vrednuju zanatski rad.

Takođe, važno je razvijati domaće digitalne platforme koje bi poveziva-

le male proizvođače sa kupcima u inostranstvu. Uz integrisane opcije za plaćanje, logistiku i promociju, ovakve platforme bi mogle igrati ulogu „mosta“ između radionica i stranih tržišta.

Konačno, bez strateškog pristupa brendiranju na nacionalnom nivou, teško je očekivati proboj. Zanatski izvozni sektor mora biti deo šire strategije promocije Srbije kao zemlje sa bogatom kulturnom tradicijom i savremenim kreativnim potencijalom.

Zemlje poput Litvanije, Slovenije i Hrvatske uspešno su razvile platforme koje okupljaju zanatlije, nude im mentorsku i logističku podršku, ali i kolektivni nastup na međunarodnim sajmovima i platformama. Litvanska inicijativa „Made in Lithuania“ objedinjuje stotine malih proizvođača pod jednim brendom i omogućava lakši izlazak na tržište EU. Sličan model bi mogao da bude uspešno primenjen i u Srbiji.

Globalni trend ka održivoj potrošnji, „slow made“ filozofiji i traženju autentičnih, etički proizvedenih proizvoda ide u prilog srpskim zanatlijama. Ručna izrada, lokalni materijali i transparentnost proizvodnje su upravo ono što savremeni potrošači žele. Ova tržišna pozicija može postati ključna



FOTO: PIXABAY

prednost u izvozu, posebno ka tržištima Zapadne Evrope, Skandinavije i Japana, gde se „made by hand“ i „eco-friendly“ proizvodi traže po višim cenama.

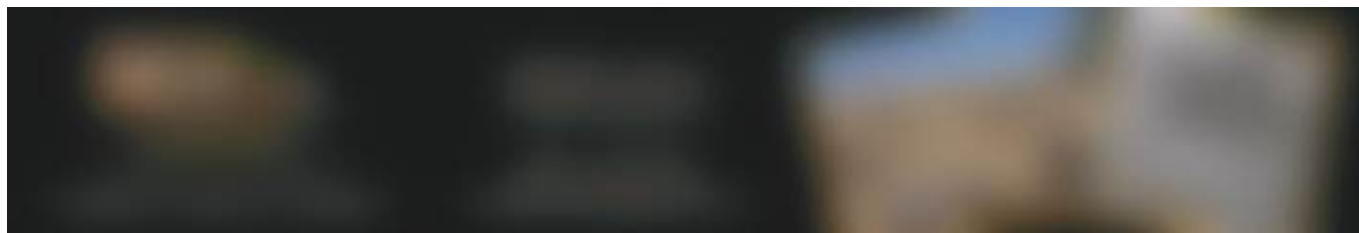
### Zanati kao resurs budućnosti

Izvoz zanatskih proizvoda iz Srbije nije samo pitanje ekonomske koristi, već i šansa za očuvanje tradicije, jačanje lokalnih zajednica i osnaživanje žena. U svetu koji sve više ceni autentičnost, ručni rad i održivost, srpske zanatlije imaju šta da ponude. Potrebno je, međutim, da se tom potencijalu pristupi sistemski, sa vizijom i

podrškom. Tek tada će proizvodi iz radionica širom Srbije postati deo svetских domova, kolekcija i svakodnevnog života – kao ambasadori jednog bogatog kulturnog nasleđa, pretočenog u savremeni izvozni potencijal.

Umesto da pojedinačno pokušavaju da se probiju na tržište, mali proizvođači mogu da se udruže u klustere ili zadruge, kroz koje bi zajednički nastupali, delili troškove logistike, marketinga i promocije. Takav model funkcioniše u mnogim evropskim zemljama i može znatno povećati konkurentnost malih zanatskih firmi iz Srbije.

J.V.



# Digitalni alati u službi savremenog zanatlije

**V**ezom sam počela da se bavim tokom treće godine studija. Kako sam klasična gitaristkinja, rad rukama mi je svakodnevica, pa mi je vez prirodno legao - delovao je meditativno, a istovremeno i izazovno, otkriva Jelena Pavlović koja stoji iza modernog i veoma zanimljivog brenda Vezeri.



FOTO: VEZERI

- Oduvek me je inspirisalo nasleđe koje se prenosi kroz ručni rad, tako da sam odlučila da ga reinterpetiram na način koji će biti bliži današnjim generacijama.

Jelena Pavlović sa svojim Vezerima samo je jedan od primera načina na koje nekada tradicionalne zanate možemo da preselimo, ali i održimo u savremenoj svakodnevici kada se čini da smo gotovo svaki oblik ručnog rada, te kreativnog izražavanja, zamislili - radom na telefonu.

Da bi se opstalo, trendove i promene je ipak potrebno pratiti. Iako, možda, deluju sukobljeno, zanati i di-

gitalizacija i te kako imaju prostora da jedno drugom pruže ruku.

U eri digitalizacije čak i najstarije zanatske veštine dobijaju novu dimenziju zahvaljujući tehnologiji. Umesto da digitalizacija predstavlja pretnju za zanatlije, ona može da im postane moćan saveznik koji im pomaže da unaprede svoje umeće, prošire tržište i efikasnije upravljaju poslom.

S jedne strane, digitalni alati omogućavaju zanatlijama preciznije planiranje i dizajn proizvoda - na primer, softveri za 3D modelovanje i CAD programi pomažu da se ideje pretoče u detaljne nacрте koji smanjuju greške i štede materijal. Time zanatlije mogu da eksperimentišu sa inovativnim formama i funkcijama, zadržavajući autentičnost svog zanata, ali podignutu na viši nivo.

S druge strane, digitalna komunikacija i platforme za prodaju omogućavaju direktan kontakt sa kupcima širom sveta, bez potrebe za posrednicima. Ovo otvara vrata novim tržištima i pomaže zanatliji da izgradi svoj brend i reputaciju. Društvene mreže i onlajn galerije proizvoda služe kao virtualne radnje, gde zanatlije mogu da pokažu svoju kreativnost i privuku pažnju klijenata koji cene ručni rad i jedinstvenost.

Digitalizacija donosi i bolje upravljanje poslovnim procesima - od evidencije materijala i zalih do finansija i zakazivanja poslova. Time zanatlije dobijaju više vremena da se posvete samom zanatu i kreativnosti, umesto da se gube u administrativnim zadacima.

Upravo ta sinergija između tradicije i tehnologije oblikuje savremenog zanatliju, profesionalca koji koristi digitalne alate kao produžetak svojih ruku i uma, čuvajući duh zanatstva, ali istovremeno inovirajući i prilago-



FOTO: VEZERI

đavajući se zahtevima savremenog tržišta.

## Ko su zanatlije 21. veka?

Savremene zanatlije i te kako umeju da pretoče svoje ideje u proizvod koji spaja prošlost i sadašnjost, ali nesumnjivo pripada i budućnosti.

- Moj stil je moderni, odnosno savremeni vez bez puno opterećivanja da li je svaka nit na svom mestu. Ručni rad za mene nije samo dekoracija, već sredstvo komunikacije i izražavanja. Trudim se da kroz većinu svojih radova prenesem bitne poruke i da se bavim temama koje smatram da su važne - objašnjava naša sagovornica.

I upravo u tome i jeste stvar - koristiti zanat kao i svako drugo umetničko delo, odnosno kao svedoka vremena u kome živimo.

Savremene zanatlije su tako inovatori, preduzetnici i kreatori koji svoje tradicionalne veštine kombinuju sa



FOTO: VEZERI

savremenim tehnologijama. Oni razumeju da zanatstvo danas nije samo ručni rad, već i strateško poslovanje koje zahteva znanje iz oblasti dizajna, marketinga i digitalnih komunikacija. Takve zanatlije pristupaju poslu sa željom da stalno uče i unapređuju svoje metode, prihvatajući digitalne alate kao neizostavan deo svakodnevice.

Njihov pristup radu karakteriše spoj pažnje prema detaljima i fleksibilnosti, jer uspeh više ne zavisi samo od tehničke veštine, već i od sposobnosti da se proizvodi prilagode zahtevima modernog tržišta. Moderne zanatlije koriste digitalne platforme kako bi komunicirale sa kupcima, dobijali povratne informacije i gradili lojalnost, dok istovremeno koriste napredne alate za dizajn i proizvodnju.

- Instagram mi je apsolutno nezamenljiv - ne samo kao platforma za promociju, već i kao prostor za razmenu, komunikaciju sa zajednicom i istraživanje. Pored toga, koristim i Canvu za vizuelnu pripremu sadržaja, Lightroom za obradu fotografija, a za inspiraciju često koristim Pinterest - naglašava Pavlovićeva i dodaje:

- Digitalni alati mi pomažu u samoj pripremi dizajna. Ideje uglavnom cr-

tam na iPadu, u čemu mi pomaže program Procreate. Ponekad fotografišem samu površinu na kojoj planiram da vezem (na primer, košulju ili ram), i preko nje ucrtavam probne motive - tako mogu unapred da zamislim kako će sve izgledati. Ipak, konačna odluka se često donosi u trenutku samog veza, jer materijal i konac uvek dodaju neku novu dimenziju koju nijedan ekran ne može da predvidi.

### Kako do kupaca?

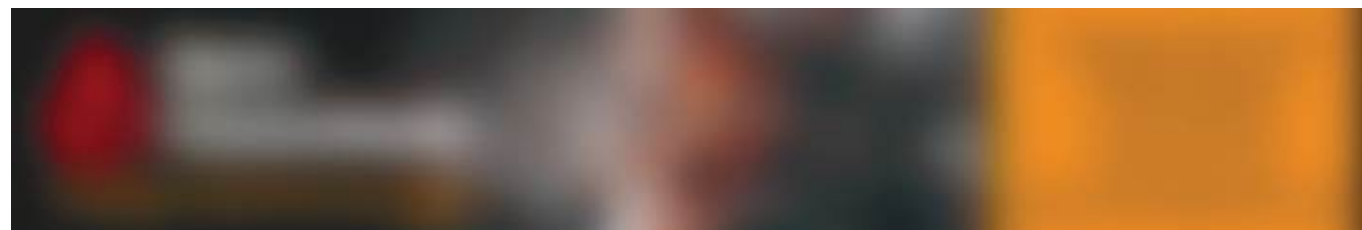
U savremenom svetu, gde su kupci sve zahtevniji i očekuju personalizovan pristup, digitalni alati postaju nezaobilazan most između zanatlije i njegovih klijenata. Savremene zanatlije koriste društvene mreže, specijalizovane onlajn platforme i sopstvene veb-sajtove kako bi izgradili prepoznatljiv brend i prisustvo na tržištu. Kroz pažljivo osmišljene vizuale, priče o proizvodnji i procesima iza scene, oni uspevaju da stvore emotivnu vezu sa svojom publikom i istaknu jedinstvenu vrednost ručnog rada.

- Onlajn prisutnost gradim postepeno i organski već šest godina. Instagram je bio i ostao moja glavna



platforma - tu sam pronašla način da vizuelno pokažem sve što radim. Ključno mi je bilo da ljudi oseće da iza brenda stoji živa osoba, neko ko ima poruku, a ne samo proizvod. Pored Instagrama, koristim i Facebook u manjoj meri, kao i TikTok i Thread. YouTube je platforma kojoj tek planiram da se posvetim - navodi vlasnica brenda Vezeri.

Komunikacija u realnom vremenu putem društvenih mreža, aplikacija za razmenu poruka ili chat funkcija na sajtovima omogućava direktnu i



brzu razmenu informacija. Kupci mogu da postavljaju pitanja, prate napredak svojih porudžbina ili daju povratne informacije, što dodatno gradi poverenje i lojalnost. Ova transparentnost i dostupnost čine da savremeni zanatlija ne bude samo proizvođač, već i partner u kreiranju proizvoda po meri, što je naročito važno u eri kada potrošači traže autentičnost i kvalitet.

- Društvene mreže, posebno Instagram i TikTok, ključne su za vidljivost i razvoj mog brenda. One mi omogućavaju da direktno komuniciram sa ljudima, da podelim ne samo gotove radove, već i proces nastanka, inspiraciju i priče iza svakog rada. Prodaja često dolazi upravo iz te povezanosti - ljudi se prepoznaju u motivima i porukama koje prenosim. Takođe, pomažu mi i da doprem do ljudi van lokalne zajednice - publika se konstantno širi na ceo Balkan, pa i na različite delove sveta, što ne bi bilo moguće bez digitalne prisutnosti.

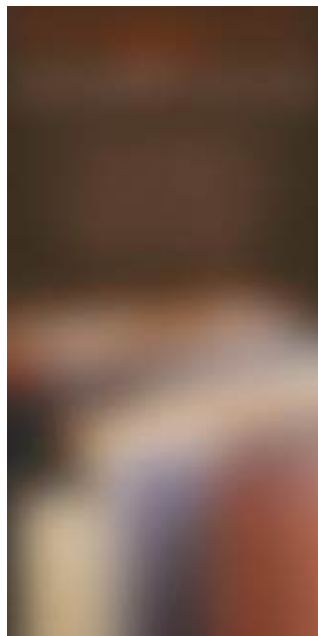
### Budućnost zanatstva u digitalnom dobu

Budućnost zanatstva jasno je isprepletena sa novim tehnologijama poput 3D štampe, proširene stvarnosti (AR) i pametnih uređaja (IoT), koje će omogućiti još veću preciznost, kreativnost i personalizaciju proizvoda. Da bi ostali konkurentni, zanatlije će morati da budu otvoreni za stalno usavršavanje i prihvatanje digitalnih inovacija, ali i da neguju autentičnost svog rada.

- Mislim da tehnologija sama po sebi nije pretnja autentičnosti - sve zavisi od načina na koji je koristimo. Ako zadržimo suštinu, njenu neponovljivost, trag ruke i vreme utkano u svaki detalj, tehnologija zapravo može da bude saveznik tako što će pomoći u istraživanju, dokumentovanju, deljenju znanja i širenju priče o vrednosti zanata - saglasna je Jelena Pavlović.

- Meni lično tehnologija daje dodatnu slobodu - da bolje planiram, eksperimentišem, povežem se s publikom i inspirišem druge. Autentičnost ne nestaje ako je iskrena namera tu - ona se samo seli u novi kontekst.

Dakle, ključ uspeha leži u spajanju tradicionalnih veština sa savremenim alatima, kao i u aktivnoj komunikaciji sa

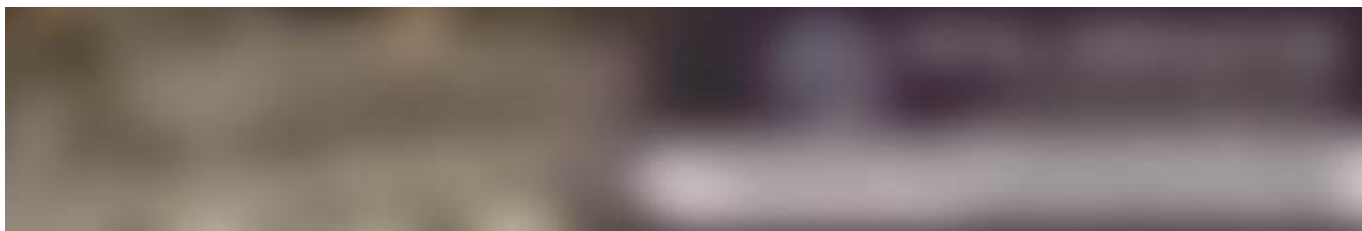


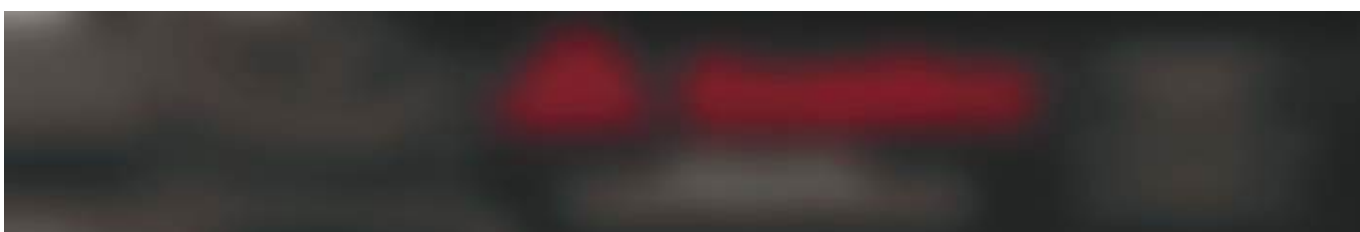
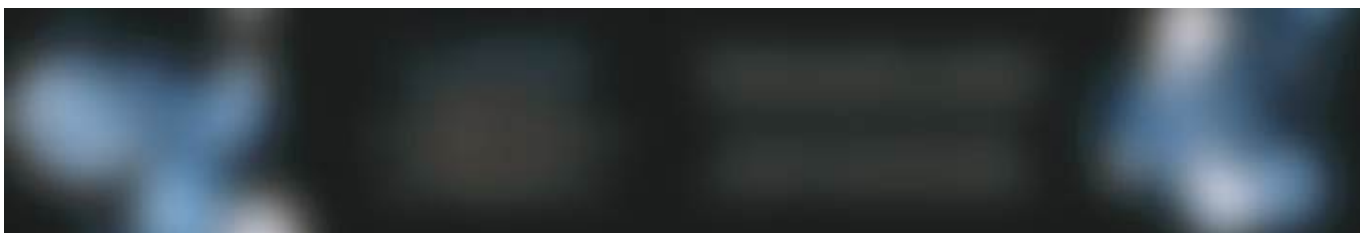
kupcima koji sve više cene unikatne i kvalitetne proizvode u digitalno povezanom svetu. Savremene zanatlije tako postaju most između prošlosti i budućnosti, čuvajući tradiciju, ali je istovremeno i osvežavajući novim idejama i tehnologijama.

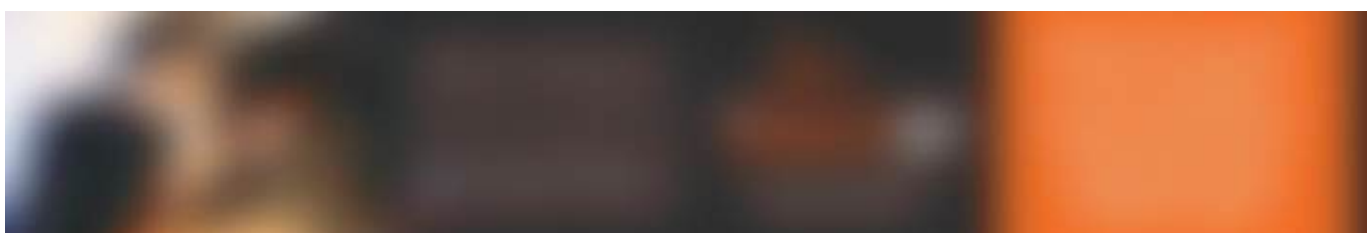
Naša sagovornica je saglasna da je budućnost zanatstva u spoju tradicije i savremenih veština.

- Digitalna pismenost već sada pravi razliku - ne samo u promociji i prodaji, već i u pristupu znanju, umrežavanju i inspiraciji. Zanatlije koje žele da opstanu i razvijaju se u današnjem svetu moraju znati kako da ispričaju svoju priču, predstavljaju svoj rad i povežu se sa širom publikom, a to bez osnovne digitalne pismenosti postaje teško. Ipak, ono što ostaje nezamenljivo jeste sama veština, znanje ruku i osećaj za materijal - tehnologija je tu da to znanje podrži, ne da ga zameni. Zanat će, po mom mišljenju, opstati upravo kroz tu ravnotežu.

I.T.







A woman with dark hair, wearing sunglasses, a red jacket, and a light-colored top, is walking down a glass-enclosed escalator in a shopping mall. She is carrying several shopping bags, including a white one and a brown one. The background shows a brightly lit retail environment with clothing racks and store displays. A large yellow semi-transparent graphic is overlaid on the right side of the image, containing the text 'TRGOVINA I USLUGE'.

# TRGOVINA I USLUGE

# Siguran način započinjanja sopstvenog posla Kako da uspešno uplovite u franšizne vode?

**P**raksa je pokazala da je za ulazak u preduzetništvo kupovina franšize sigurniji način započinjanja sopstvenog posla, jer se na ovaj način obezbeđuje prenos već oprobano, profitno dokazanog sistema poslovanja, znanja, iskustva i veština.

Kako kaže Marica Vidanović, rukovodilac Centra za franšizing Privredne komore Srbije i član UO Srpske franšizne asocijacije, oni koji urade detaljnu analizu dobiće jednostavan odgovor - kroz franšizu se pruža mogućnost da se zaradi više novca, nego da sami pokreću nezavisan posao, a povrat investicije je veći na duži period, uprkos plaćanju početne naknade i procenta od ukupnog prometa.

- Franšizu je najbolje birati u industriji koja vas zaista zanima ili u kojoj već imate iskustva. Potom, istražite reputaciju franšizodavca - koliko dugo posluje, kakve su povratne informacije postojećih franšiznih partnera? Pitajte za stopu neuspeha i uslove izlaska iz franšize", navodi neke od smernica.

Ističe da je važno angažovati advokata specijalizovanog za franšizno pravo, koji će pregledati ugovor. Takođe, potrebno je obratiti pažnju na obaveze, naknade, teritorijalnu ekskluzivu i klauzule o raskidu.

- Analizirajte poslovni plan i projekcije prihoda, odnosno rashoda. Procenite koliko je realno ostvariti profitabilnost u predviđenom roku. Proverite da li franšizodavac nudi kvalitetnu početnu i kontinuiranu obuku, marke-

ting podršku i asistenciju u poslovanju. Razgovarajte direktno sa drugim primaocima franšize da saznate njihovo stvarno iskustvo - savetuje naša sagovornica.

Ističe da je početni kapital jedan od ključnih faktora koji treba da bude realno sagledan, jer određuje koje franšize su uopšte dostupne, utvrđuje koliko dugo možete održavati poslovanje dok ne dođe do očekivanih prihoda, a navodi i da se, osim početne naknade, računa i na obrtna sredstva, zalihe, troškove prostora i osoblja.

## Koje oblasti su profitabilne?

Franšizno tržište je raznovrsno, ali postoje oblasti koje se tradicionalno pokazuju kao profitabilnije. To su:



FOTO: FREEPIK



FOTO: FREEPIK

ugostiteljstvo i brza hrana, maloprodaja i „convenience“ prodavnice, zdravlje, lepota i wellness, obrazovanje i edukativne franšize, logistika, kurirske i servisne franšize, servisi za održavanje doma i vozila.

- Kod procene profitabilnosti potrebno je gledati brzinu povrata investicije, maržu proizvoda ili usluga, stabilnost potražnje, potencijal za širenje i kolika je konkurencija na određenom lokalitetu, gradu ili regionu - navodi Vidanović.

### Kako postaviti biznis plan?

Franšiza može delovati kao privlačan model za ulazak u preduzetništvo, ali postoji nekoliko oblasti poslovanja koje su ostavljene za procenu primaoca franšize, kaže finansijski analitičar Đorđe Ostojić.

- To je, prvenstveno, procena prihoda, jer vrlo lako može doći do situaci-

je da vi kao franšizant poslužete lošije od onoga što je franšizer predvideo. Tako je gotovo uvek prvi i najvažniji zadatak što preciznije proceniti prihode, pogotovo uzimajući u obzir lokaciju na kojoj želite da započnete svoje poslovanje - napominje sagovornik.

Kada procenimo naše prihode i stavimo ih u odnos sa operativnim troškovima, vrlo lako možemo izračunati vreme potrebno za povrat investicije. Problem je što u nekim slučajevima ugovoreno trajanje franšize nije dovoljno dugo da bi se investicija povratila, što će značiti da je za povrat investicije potrebno planirati da će franšizni aranžman biti obnovljen nakon isteka trenutnog ugovora.

- Ovo, naravno, dovodi do neizvesnosti ukoliko ne postoji ekskluzivnost između franšizera i franšizanta, ali i do novih troškova, jer franšizer može za-

htevati neke nove naknade prilikom produženja ugovora - dodaje Ostojić.

Kaže i da preduzetnici koji se odluče da preuzmu ulogu franšizanta najčešće nisu do tada bili u situaciji da moraju da plaćaju određeni procenat prometa na ime naknada, što može dovesti do velikih problema ako ovo nije adekvatno planirano. Najčešće se marketing naknade ili naknade za održavanje franšize plaćaju kao procenat mesečnog prometa, zbog čega će one biti mnogo veće, nego kada bi se računale kao procenat neto dobiti.

### Srpske franšize na globalnoj sceni

Većina domaćih franšiza još uvek posluje isključivo unutar zemlje, ali beleži se sve veći broj franšiznih koncepta koji su ostvarili inicijalne korake ka internacionalizaciji, uglavnom u regionu Balkana.

- Srpski franšizni koncepti imaju prednosti na globalnoj sceni, jer je reč o fleksibilnijim i prilagodljivijim poslovnim modelima, a početni troškovi su niži u odnosu na zapadne franšize. Takođe, tu je i autentična ponuda, posebno u ugostiteljstvu i tradicionalnim specijalitetima, kao i brza digitalizacija i pristup onlajn uslugama (aplikacije, sistemi lojalnosti) - navodi sagovornica.

Kao izazove vidi nedostatak standardizovanih procedura po međunarodnim franšiznim pravilima; ograničenu finansijsku snagu za međunarodnu promociju i podršku; nepoznat brend na inostranim tržištima, odnosno potrebno vreme za građenje reputacije i regulatorne razlike i pravne prepreke po državama.

A.K.

Cena, prostor, dostupnost i  
opstanak malih igrača

# Inflacija menja usluge iznutra

Inflacija u Srbiji, možda, jeste formalno ušla u ciljani okvir Narodne banke Srbije - 3,8 odsto u maju 2025. godine, ali njeni efekti u sektoru usluga daleko prevazilaze statističke okvire. U ovom segmentu koji generiše više od polovine domaćeg BDP-a i zapošljava gotovo polovinu radno sposobnog stanovništva, inflacija se ne meri samo kroz rast cena.

Ona se ogleda u svakodnevnim prilagođavanjima, skraćanju radnog vremena, promenama lokacije, povlačenju iz centara gradova, kompromisima u kvalitetu i sve izraženijem padu dostupnosti određenih usluga. U pitanju nije samo privremeni talas poskupljenja, već dublja transformacija tržišta koja najjače pogađa male preduzetnike i lokalno orijentisane servise.

## Cene usluga rastu brže od inflacije i od primanja

Dok su cene prehrambenih proizvoda i industrijske robe pokazale znake stabilizacije, usluge su nastavile uzlaznom putanjom. Prema poslednjim podacima Republičkog zavoda za

statistiku, indeks cena usluga beleži godišnji rast od 5,1 odsto, što je više od ukupne inflacije, ali i od prosečnog realnog rasta plata, koji trenutno iznosi oko 6,4 odsto.

Najizraženije poskupljenje beleže sektori svakodnevne potrošnje. Ugoštiteljstvo je zabeležilo rast cena od 9,4 odsto, zdravstvene usluge 6,8 odsto, a prevoz i rekreativne aktivnosti između šest i sedam procenata. Posebno zabrinjava skok kod usluga koje su nekada bile pristupačne široj populaciji - frizerske i kozmetičke, privatni časovi jezika, zubarski tretmani i auto-servisi - svi beleže rast cena između 10 i 15 odsto.

Za veliki broj preduzetnika iz sektora usluga inflacija ne počinje kroz energente ili repromaterijal, već kroz prostor. Zakup poslovnih prostora u Beogradu beleži rast od sedam do deset odsto, dok su u Novom Sadu i Nišu cene porasle između pet i osam procenata, posebno u objektima sa modernom infrastrukturom i dobrom saobraćajnom povezanošću.

Posledice su jasne: male firme, saloni, ordinacije i škole jezika sve češće

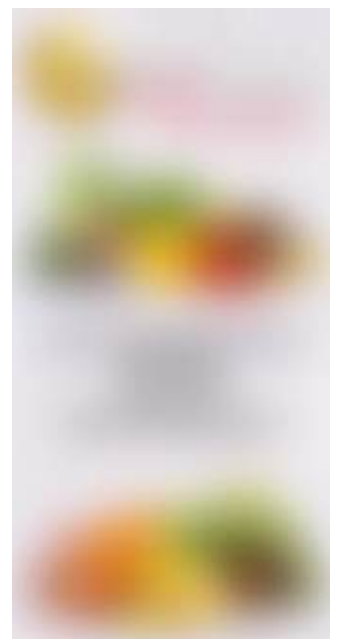
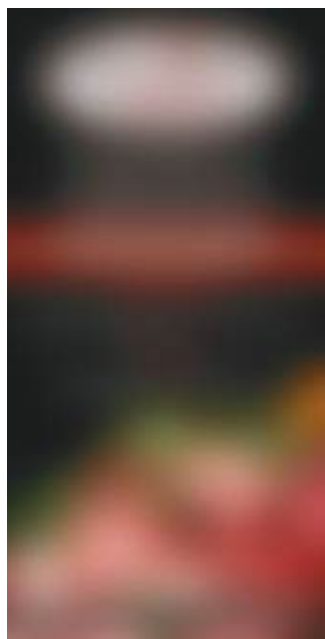
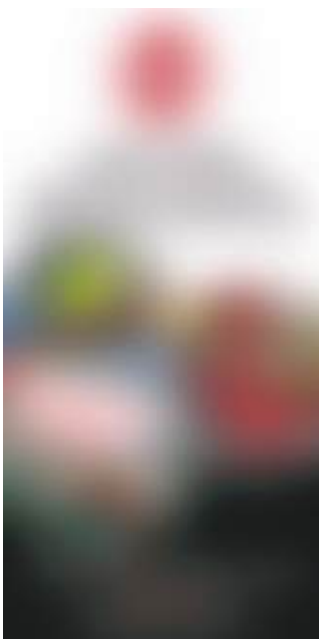
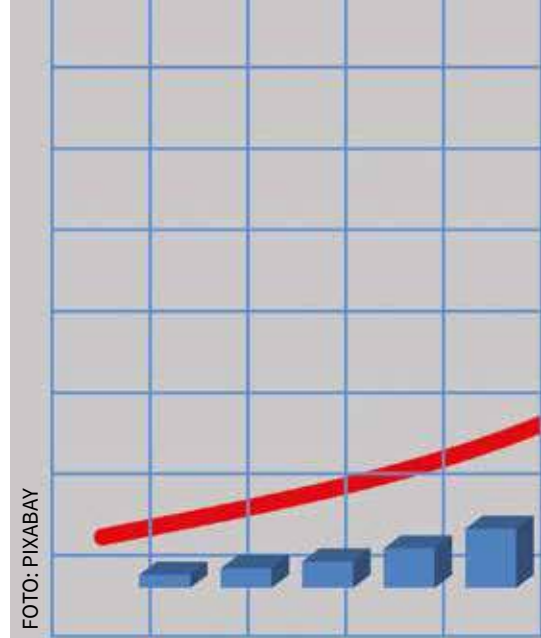
FOTO: PIXABAY

se sele iz centra ka periferiji, skraćuju radno vreme, dele kvadrate sa drugim pružaocima usluga ili se sele u coworking prostore. U nekim slučajevima, prostorno povlačenje znači i postepeni nestanak, jer klijentela ne prati te promene.

U sektoru industrijskih i logističkih usluga rast troškova građevinskog materijala i zakupa dodatno pritiska lance snabdevanja, čineći usluge dostave, skladištenja ili servisiranja skupljim za krajnjeg korisnika.

## Rastuća razlika između gradova i sela - potrošači menjaju navike

Inflacija ne pogađa sve podjednako. Beograd i Novi Sad beleže prosečan rast cena usluga od šest do osam procenata, dok u gradovima poput Niša, Kragujevca ili Subotice taj rast iznosi između četiri i pet odsto. U manjim sredinama i selima nominalna inflacija u sektoru usluga iznosi





tek od dva do tri procenta, ali to nije znak stabilnosti, već rezultat smanjenog obima usluga i pada kvaliteta.

Upravo zato dolazi do geografske redistribucije: usluge se sele sa skupih lokacija ka pristupačnijim delovima grada, poslovnim zonama, pa čak i stambenim četvrtima. Ovo nije samo posledica rastućih troškova, već i pokušaj da se zadrži kupac koji je promenio svoje navike.

Osnovne usluge poput zdravstva, prevoza, obrazovanja dece ostaju netaknute. Ali sve što nije esencijalno, doživljava pad potražnje. Brojevi su jasni - kozmetički tretmani beleže pad potrošnje od 25 odsto, rekreativni kursevi 20 odsto, dok privatni časovi i dodatne edukacije beleže pad od oko 15 procenata.

U restoranima se broj gostiju tokom radne nedelje značajno smanjio. Prosečni računi su niži, a strategije preživljavanja sve kreativnije - „happy hour“, manji obroci, više promotivnih paketa i „loyalty“ programa. Korisnici sve češće biraju „ili-ili“: ili kafa napolju ili ručak kod kuće.

### Usluge u sivoj zoni

Jedan od najopasnijih efekata inflacije jeste jačanje sive ekonomije. Prema procenama zanatskih udruženja, čak svaki treći frizer ili kozmetičar danas pruža usluge bez fiskalne kase. Usluge na crno nude se i do 20 odsto jeftinije u odnosu na legalnu konkurenciju.

Ovakva praksa stavlja legalne firme u gotovo nemoguću poziciju, jer da bi ostale konkurentne moraju smanjiti cene ispod održivog minimuma ili se povući s tržišta. Posledica je narušavanje ravnoteže u sektoru, pad fiskalnih prihoda i dodatni pritisak na one koji posluju u skladu sa zakonima.

Dok mali preduzetnici pokušavaju da prežive, veliki sistemi, franšize, privatne klinike, međunarodni lanci edukacije koriste ekonomiju obima i digitalne alate kako bi ostali konkurentni. Oni mogu ponuditi popuste, investirati u aplikacije, optimizovati procese i amortizovati skok inputa.

U tom smislu, inflacija ne samo da menja tržište, već ga i segmentira: na one koji imaju kapacitete da se prilagode, i one koji nemaju. Mali postaju ranjivi, a veliki otporni. U dugom roku to vodi ka smanjenju tržišne raznolikosti i gubitku lokalnog karaktera sektora usluga.

U ovoj složenoj slici, IT i profesionalne usluge ostaju izuzetak. Sa prihodom od 2,97 milijardi evra i izvozom koji je u 2024. godini porastao za 19 odsto, ovaj sektor ostaje najotporniji na domaće inflatorne pritiske. Devizni prihodi i digitalna priroda rada čine ih elastičnim za razliku od lokalnih frizerskih salona, radionica i kurseva.

Firme iz ove oblasti sve češće prelaze na modele fleksibilnog rada. Kvadratura se smanjuje, a operativni troškovi optimizuju. Inflacija je u ovom segmentu manje udar, a više signal za inovaciju.

### Od kratkoročnog udara do dugoročnog restrukturiranja

Na kratki rok, u narednih šest do 18 meseci, očekuje se nastavak rasta cena usluga u rasponu od tri do deset odsto, uz istovremeni pad potrošnje kod neesencijalnih usluga i gašenje pojedinih firmi koje ne uspevaju da apsorbuju troškove. Na srednji i dugi rok, u horizontu od tri do pet godina, tržište će se konsolidovati. Ostaće snažni sistemi, digitalizovani servisi i oni koji su uspeli da pronađu novu geografsku i cenovnu nišu. Gradovi

će se prostorno preraspodeliti, sa sve izraženijom razlikom između centra kao luksuza i periferije kao poslovne realnosti.

Nekada se na poslovni prostor gledalo kao na neutralan okvir poslovanja. Danas je on aktivni akter, odnosno trošak koji određuje opstanak, faktor koji menja geografiju i oblikuje poslovnu strategiju. Ako male firme ne mogu da izdrže trošak kvadrata u centru, centar prestaje da bude mesto razmene i postaje simbol ekskluzivnosti. To dugoročno menja i samu funkciju gradova.

### Inflacija kao test tržišne otpornosti i socijalne pravde

Uticaj inflacije na sektor usluga u Srbiji nije samo ekonomski, on je i društveni. U pitanju je borba za dostupnost osnovnih servisa, opstanak lokalnih preduzetnika i očuvanje raznolikosti na tržištu.

Da bi se očuvala zdrava konkurencija i pristupačnost usluga, neophodna je ciljana sistemska podrška. To uključuje subvencije za zakupce, poreske olakšice za male pružaoce usluga, podršku za digitalizaciju poslovanja, kao i strategiju prostorne redistribucije. Bez toga, tržište usluga bi moglo ostati još jedna žrtva tihe, ali uporne inflacije – one koja ne menja naglo, ali menja nepovratno.

M.A.



FOTO: PIXABAY





FOTO: PIXABAY

# Uloga tržnih centara u savremenom urbanom razvoju

U srcu velikih gradova Srbije, a postupno i manjih mesta, tržni centri su se uvukli u svakodnevnicu kao neizbežna urbana pojava. Prema dostupnim podacima, trenutno ih ima oko 40 većih, sa više od 220.000 kvadrata modernog prodajnog prostora – a to je samo vidljivi deo onoga što se tek priprema. U naredne dve do tri godine očekuje se još oko 250.000 novih kvadrata, što znači da Srbija, iako kasni u odnosu na region, ubrzava i nadoknađuje.

U Beogradu danas na 1.000 stanovnika dolazi oko 88 kvadratnih metara maloprodajnog prostora. U poređenju sa okruženjem – Budimpešta beleži oko 130, Zagreb preko 150,

dok Varšava prelazi i 200 kvadrata. Evropski prosek ide i do 224 kvadrata na hiljadu ljudi. Kod nas brojke rastu, ali i navike se menjaju. Tržni centri su nekada služili za vikend kupovinu – sada su svakodnevna stanica. Ljudi ne dolaze da kupe, već da provedu vreme, a u prolazu i potroše.

Ta promena nije nastala slučajno. U poslednjih dvadesetak godina, između 2001. i 2020, Beograd je izgubio više od 6.000 malih radnji. Stara dućanska Srbija, ona iz kraja, sa trgovcem koji zna vaše ime, ustupila je mesto korporativnim formatima u zatvorenim, klimatizovanim halama. Iako taj svet deluje sigurnije i čistije, pitanje je šta je zauzvrat izgubljeno.

Zanimljivo je da se razlike između velikih i manjih sredina ogledaju u načinu kako ljudi koriste tržne centre. U Beogradu ili Novom Sadu centar je usputna stanica – za kafu, bioskop, trening, brz ručak. U manjim mestima to je vikend događaj, društveni ritual. Tamo se ne ide samo da bi se nešto obavilo, već da se vidi komšija, da se prepriča radna nedelja, da se deca odvedu u igraonicu, dok se stariji sklope pod stakleni krov.

I to najviše osećaju mladi. Nova generacija – generacija koja je odrasla sa internetom, ali ne odustaje od fizičkog prostora – tržne centre doživljava kao mesto gde počinje društveni život. To je prostor gde izlazak više nije kafana nego „šetnja po radnjama“. Upra-

vo oni, rođeni u vremenu ekrana, danas najviše cene ambijent, atmosferu, kombinaciju prodaje i doživljaja. I sve više, sve češće, oni postaju ciljni potrošač i korisnik – ne sutra, već danas.

I tržni centri su to prepoznali. Sve više se ulaže ne samo u kvadrate, već i u arhitekturu, dizajn, održivost. Zeleni krovovi, solarni paneli, reciklažni sistemi, energetska efikasnost nisu više luksuz, već očekivanje. U Srbiji su počeli da se pojavljuju centri sa BREEAM sertifikatima održivosti, što znači da se i kod nas polako razmišlja o životnoj sredini. To je važno jer grad nije samo ono što se vidi, već i ono što ostaje.

Upravo zbog toga, budućnost tržnih centara nije samo u kupovini. Ona je u integraciji. U mestima koja nisu odvojena od grada, već sa njim rastu. U centrima koji nude prostor za rad, učenje, umetnost, javne usluge, parkove i biciklističke staze. Mesta gde čovek može da dođe bez ideje da potroši – i opet ode zadovoljan. Takvi centri bi mogli postati produžetak grada, a ne njegova senka.

Veliki igrači, domaći i strani, uzimaju najviše. Njihova računica ne zasniva se samo na kvadratu robe, već na svakom centimetru dodatne vrednosti. Osim od trgovine prihoduju i od marketing prostora, iznajmljivanja kioska, ugovora sa bankama, postavljanja bankomata, partnerstava sa aplikacijama za dostavu, kao i brendiranih događaja koji često deluju više kao performansi nego komercijalni sadržaj. U Srbiji više od 30 odsto prihoda trž-

nih centara dolazi iz tih takozvanih ne-trgovinskih izvora – što je znatno iznad evropskog proseka, koji se u mnogim zemljama kreće oko 20 odsto.

To im daje stabilnost u poslovanju i prostor za širenje, ali i dodatnu tržišnu moć. Kada zakup nije primarni izvor prihoda, centar može biti konkurentniji, fleksibilniji i agresivniji na tržištu, što dodatno gura male igrače ka ivici. Tako se stvara model zatvorenog ekosistema: tržni centar nudi sve, drži sve pod kontrolom i postaje sam sebi dovoljan.

No, sve to ima rok trajanja. U svetu prosečan životni vek jednog tržnog centra – od otvaranja do momenta kada potrošači počnu da ga napuštaju zbog novog, modernijeg, boljeg – iznosi oko 15 do 20 godina. Nakon toga sledi stagnacija, pad posete, ili ozbiljna rekonstrukcija ili potpuna promena namene – od trgovine ka stambenom, obrazovnom ili kulturnom prostoru. U SAD, gde je fenomen „mall death“ odavno zapažen, preko 25 odsto centara izgrađenih pre 2000. već je ušlo u tu fazu, a trend se širi i na Evropu.

U Srbiji se još ne oseća taj zamor – većina centara je novijeg datuma, a tržište još nije zasićeno. Ipak, znakovi se pojavljuju. Neki objekti iz ranih dve hiljaditih danas beleže značajno manji promet, prodavnice izlaze, a ulaz traže novi zakupci sa sve nižim cenama kvadrata. Potrošači su neumoljivi – čim se otvori nešto novije, veće, svetlije, prelaze tamo. Loše pozicionirani ili stariji centri polako tonu u senku, bez obzira na nekadašnju slavu.

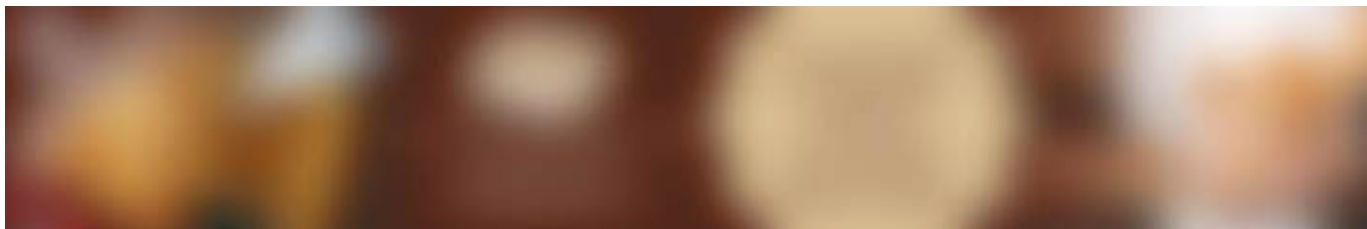
Država i gradovi, sa svoje strane, često se zadovolje kratkoročnim benefitima: otvaranjem radnih mesta, punjenjem budžeta kroz poreze, infrastrukturnim projektima koje finansiraju investitori. Na prvi pogled, to je dobitna kombinacija. Ali retko ko se pita o dugoročnim posledicama: o društvenom raslojavanju, o promeni urbanog identiteta, o nestajanju lokalnih zajednica, ili o tome šta ostaje kada moda prođe, kada promet padne i kada prvi tržni centri ostare.

Jer, kada tržni centar više ne privlači – on postaje arhitektonski leš: ogroman, prazan, skup za održavanje i prevelik da bi se lako reciklirao. A grad tada ostaje sa tišinom staklenih hala i sećanjem na gužvu koja je nekada značila „uspeh“. I to je trenutak kada se, konačno, postavlja pitanje koje je trebalo biti postavljeno na početku: da li je rast bio razvoj – ili samo još jedan potrošački balon, napumpan do pucanja.

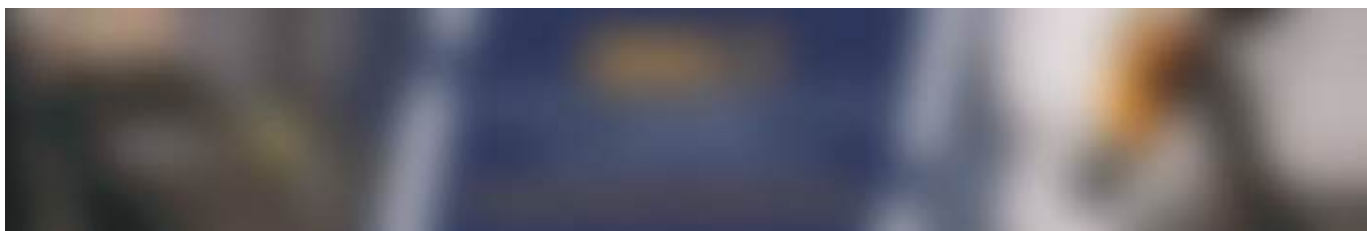
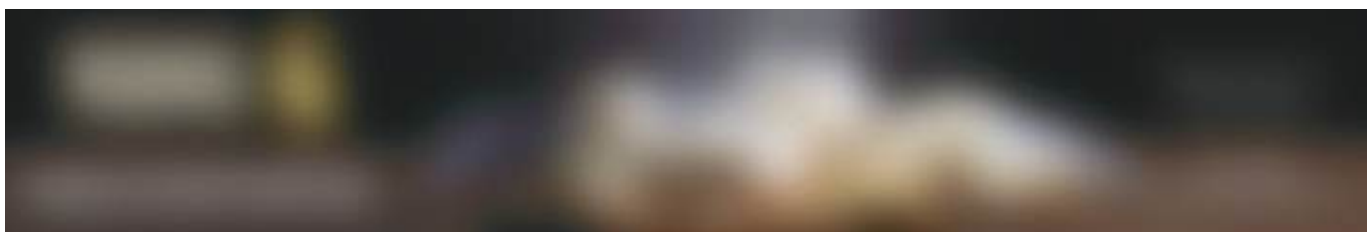
U osnovi, tržni centar je ogledalo društva. On ne formira potrebe – on ih reflektuje i uvećava. U društvu koje sve više meri vrednost kvadratima, potrošnjom i vremenom provedenim u zatvorenom prostoru, on je logičan odgovor na potrebe vremena. I, možda, ne donosi urbanističku poeziju, ali svakako nosi prozaičnu, dnevnu realnost jednog sveta u tranziciji, koji je, hteli to da priznamo ili ne, svoju novu čaršiju pronašao između fast fashiona i fast fooda.

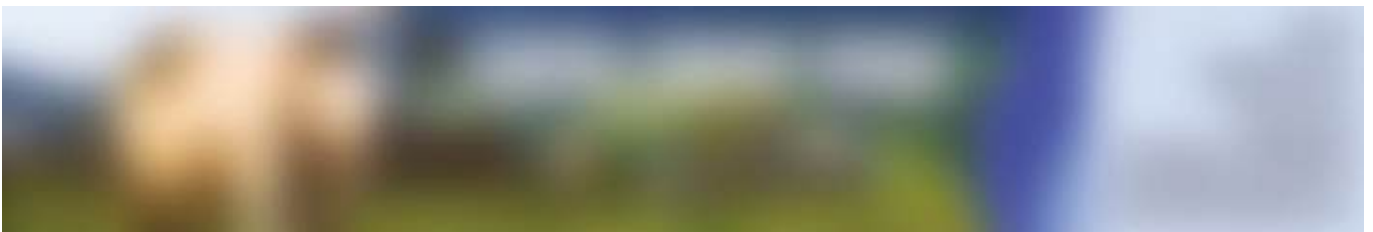
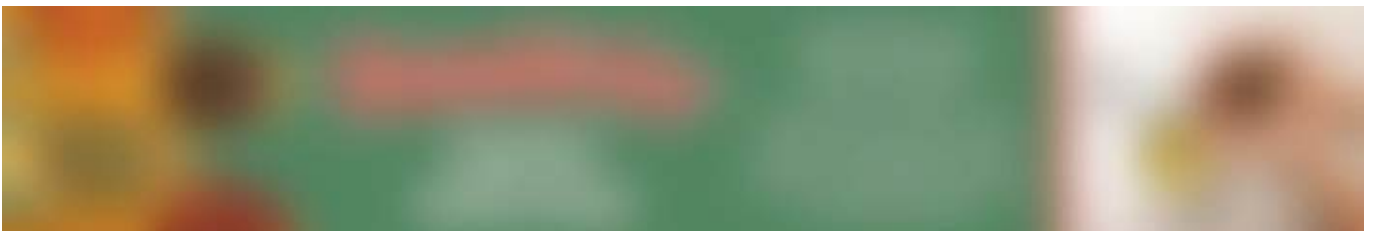
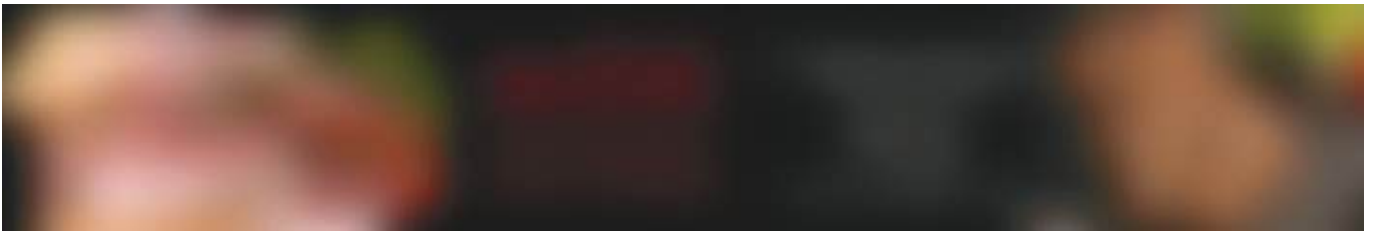
M.A.

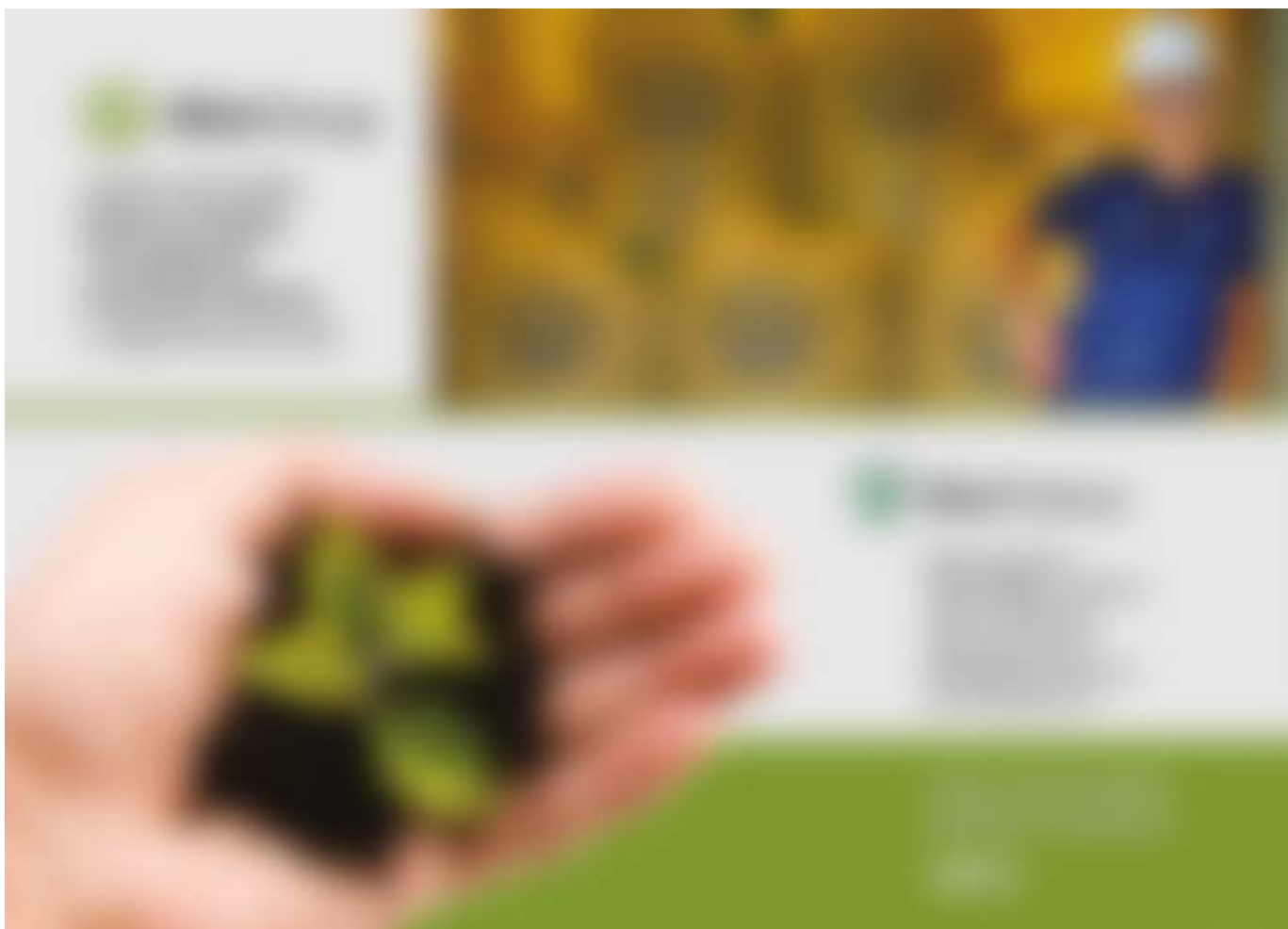












A collection of medical instruments is arranged on a surface. In the foreground, a silver stethoscope with a black chest piece is positioned diagonally. Behind it, a silver blood pressure cuff is visible, with its gauge showing a reading of approximately 120. To the left, a blister pack of white, round pills is partially open. Below the pills, a pink ECG strip with a black waveform is visible. The entire scene is overlaid with a semi-transparent pink gradient.

# ZDRAVLJE I MEDICINA

# Od skrininga do vakcinacije

## Prevenција kao stub savremene zdravstvene politike

**P**revenција u zdravstvu postala je ključna tema tokom 20. veka, kada su zemlje počele da prepoznaju značaj ranog otkrivanja bolesti i promocije zdravih stilova života.

Prve velika ulaganja u prevenciju pojavila su se u Severnoj Americi i Zapadnoj Evropi. Sjedinjene Američke Države su 1965. godine pokrenule Medicare i Medicaid, programe koji su uključivali preventivne zdravstvene usluge. Švedska je još 1970. godine počela da razvija nacionalne strategije za prevenciju hroničnih bolesti, a Velika Britanija je 1980. uvela Nacionalnu zdravstvenu strategiju, koja je uključivala preventivne mere za smanjenje pušenja i poboljšanje ishrane.

Danas, prevencija je sastavni deo zdravstvenih sistema širom sveta, a zemlje poput Kanade, Australije i Nemačke imaju izuzetno razvijene programe ranog otkrivanja bolesti i promocije zdravlja, pa se slobodno može reći da je prevencija stub savremene zdravstvene politike.

Prevremeno delovanje u zdravstvu ima ogroman značaj jer smanjuje rizik od bolesti, povećava kvalitet života i smanjuje troškove zdravstvene zaštite.

Rane intervencije, poput skrininga i vakcinacija, pomažu u ranom otkrivanju i sprečavanju ozbiljnih bolesti. Smanjuje se potrebu za skupim lečenjem i hospitalizacijama, čime se štedi novac pojedinaca i zdravstvenih sistema. Promocija zdravih navika, poput pravilne ishrane i fizičke aktivnosti, doprinosi dužem i kvalitetnijem životu. Smanjuje se broj pacijenata sa komplikacijama i time mogućava bolja dostupnost zdravstvenih usluga. Značajan je i podatak da zemlje

sa jakim programima prevencije beleže duži životni vek i niže troškove lečenja.

Pod pojmom prevencija podrazumevaju se razni oblici i načini sprečavanja razvitka bolesti. Primarna prevencija podrazumeva sprečavanje nastanka bolesti kroz vakcinaciju, zdravu ishranu, fizičku aktivnost i smanjenje faktora rizika (pušenje, alkohol, stres).

Sekundarna prevencija obuhvata rano otkrivanje bolesti putem skrininga, redovnih zdravstvenih pregleda i dijagnostičkih testova.

Tercijarna prevencija znači smanjenje komplikacija kod već obolelih pacijenata kroz rehabilitaciju, terapije i prilagođavanje životnog stila.

Higijenske mere kao što je pravilno pranje ruku, dezinfekcija prostora, kontrola kvaliteta vode i hrane, takođe, spadaju u mere prevencije.

Edukacija i podizanje svesti kroz kampanje o zdravlju, radionice i programe za informisanje građana o prevenciji bolesti mogu dati odlične rezultate.

Treba pomenuti i zakonodavne i ekološke mere koje utiču na regulaciju kvaliteta vazduha, zabranu pušenja na javnim mestima, kontrolu industrijskih zagađenja.

Srbija je, takođe, prepoznala značaj ulaganja u prevenciju i unapređenje zdravlja stanovništva. Strategija javnog zdravlja Republike Srbije od 2018. do 2026. godine koju je donela Vlada Republike Srbije fokusira se na promociju zdravlja, prevenciju bolesti i produženje kvalitetnog života.

Strategija ima za cilj unapređenje zdravlja stanovništva kroz sveobuhvatne mere. Neki od glavnih ciljeva uključuju smanjenje faktora rizika za



FOTO: PIXABAY

nastanak bolesti, uključujući kontrolu pušenja, ishrane i fizičke aktivnosti, unapređenje preventivnih programa, poput skrininga za rano otkrivanje bolesti, jačanje zdravstvenog sistema kroz bolju organizaciju i dostupnost zdravstvenih usluga, poboljšanje životne sredine i smanjenje uticaja zagađenja na zdravlje, kao i sprovođenje edukacije i podizanje svesti o zdravim životnim navikama među građanima.

Takođe, Vlada Srbije planira dodatna ulaganja u zdravstveni sistem, uključujući neonatalne skrininge za oko 40 bolesti i modernizaciju bolnica.

Pored toga, Srbija sprovodi Drugi projekat razvoja zdravstva uz podršku Svetske banke, koji ima za cilj poboljšanje efikasnosti i kvaliteta zdravstvene zaštite. Projekat obuhvata nekoliko ključnih komponenti:

- Unapređenje finansiranja zdravstvenog sistema – uključuje reforme u finansiranju bolnica i primarne zdravstvene zaštite, kao i uvođenje transparentnijih modela plaćanja.
- Poboljšanje pristupa kvalitetnoj zdravstvenoj zaštiti – kroz modernizaciju bolničkih kapaciteta i unapređenje dostupnosti zdravstvenih usluga.
- Jačanje kvaliteta zdravstvene zaštite – uključuje standardizaciju zdravstvenih usluga, kontrolu kvaliteta i sprečavanje bolničkih infekcija.
- Monitoring i evaluacija – praćenje učinka zdravstvenih ustanova i



poboljšanje upravljanja zdravstvenim sistemom.

Projekat je omogućio uvođenje elektronskog recepta, poboljšanje informacionih sistema u bolnicama i jačanje preventivnih programa. Takođe, kroz ovaj projekat, 83 doma zdravlja u Srbiji dobila su bespovratnu finansijsku pomoć.

Centar za prevenciju i kontrolu bolesti, prati epidemiološku situaciju, istražuje zdravstveno stanje stanovništva i sprovodi mere za unapređenje zdravlja, dok akcionalni program za retke bolesti Srbije, usvojen 2019. godine, poboljšava prevenciju, dijagnostiku i lečenje retkih bolesti.

Ipak, prosečni životni vek u Srbiji traje kraće u odnosu na zemlje koje se mogu pohvaliti razvijenim sistemom prevencije, gde je životni vek preko 80 godina. Takođe, podaci o broju obolelih i umrlih žena od raka grlića materice se iz godine u godinu povećava. Nažalost, statistika je surova i kada su u pitanju kardiovaskularne bolesti i broj obolelih od melanoma. Srbija se generalno rangira visoko po stopi smrtnosti od malignih bolesti. Posebno zabrinjava podatak da je Srbija prva u Evropi po smrtnosti od raka pluća. Ove statistike ukazuju na potrebu za jačanjem preventivnih programa i ranom dijagnostikom kako bi se smanjila smrtnost i poboljšalo zdravlje stanovništva. Dakle, prostora za rad i unapređenje zdravstvenog si-

stema kroz prevenciju ima, pitanje je kako ga sprovoditi.

U susjednim zemljama prevencija u zdravstvu se razvija, ali postoje značajne razlike u pristupu i dostupnosti preventivnih programa. Hrvatska ima dobro razvijen sistem skrininga za rak dojke i debelog creva, dok Slovenija prednjači u preventivnim programima za kardiovaskularne bolesti. Bosna i Hercegovina se suočava s izazovima u implementaciji preventivnih mera zbog decentralizovanog zdravstvenog sistema, dok Crna Gora ulaže u programe vakcinacije i prevenciju zaraznih bolesti.

Pored institucionalnih mera, sve više zemalja u regionu ulaže u digitalizaciju zdravstvenih usluga kao deo preventivnih strategija. Elektronski zdravstveni kartoni i mobilne aplikacije za praćenje zdravlja omogućavaju građanima lakši pristup informacijama o preventivnim pregledima i vakcinaciji. Na primer, Hrvatska i Slovenija su implementirale digitalne sisteme koji omogućavaju automatske podsetnike za preventivne preglede, dok Srbija razvija sistem koji će olakšati koordinaciju između pacijenata i lekara. Ove inovacije ne samo da povećavaju dostupnost preventivnih usluga, već i unapređuju efikasnost zdravstvenih sistema u celom regionu.

Pitanje prevencije nije samo stvar finansija, strategije i ulaganja u odre-

đeni segment, često može imati i veze sa doživljajem i osvešćenošću stanovništva po pitanju potrebe za prevencijom.

Uvidom u Zdravstveno-statistički godišnjak Republike Srbije 2023 može se zaključiti da mere koje se sprovedu daju rezultate, ali da bi se postigli bolji rezultati, slični onima u razvijenijim zemljama, potrebno je još ulagati u promenu svesti stanovništva kako bi shvatili značaj prevencije.

Beleži se porast broja preventivnih pregleda, ali i dalje postoji potreba za većom dostupnošću skrining programa. Stopa vakcinacije protiv zaraznih bolesti ostaje stabilna, ali se beleže izazovi u prihvatanju novih vakcina. Programi prevencije kardiovaskularnih bolesti i dijabetesa imaju pozitivan uticaj, ali je potrebno dodatno ulaganje u edukaciju stanovništva. Postoje inicijative za poboljšanje zdravih stilova života, ali je potrebno jačanje kampanja za smanjenje faktora rizika poput pušenja i nezdrave ishrane.

Mnoge bolesti su iskorenjene ili potisnute zahvaljujući merama prevencije tj. redovnoj vakcinaciji celokupne populacije. Jedno od najvećih dostignuća u poslednjoj deceniji je otkriće i primena vakcine protiv nekoliko tipova HPV virusa koji je najčešći uzročnik raka grlića materice.

Republika Srbija je prepoznala značaj dostupnosti ove vakcine u populaciji, zbog čega od juna 2022. godine, troškove vakcinacije za decu i mlade uzrasta od devet do 19 godina snosi Republički fond za zdravstveno osiguranje, što znači da je za njih besplatna. Vakcina se može primiti u tri doze, a za odrasle osobe dostupna je u privatnim klinikama uz plaćanje.

Neke zemlje su postigle izuzetne rezultate u borbi protiv HPV-a zahvaljujući visokim stopama vakcinacije. Australija je često isticana kao lider u ovom području, jer je uspeła da značajno smanji učestalost HPV infekcija i prekanceroznih promena kod mladih žena. Očekuje se da će Australija biti među prvim zemljama koje će isko-



reniti rak grlića materice kao javnozdravstveni problem. Takođe, Velika Britanija i Švedska imaju visoke stope vakcinacije i beleže pad slučajeva HPV povezanih oboljenja. Ruanda je jedna od retkih afričkih zemalja koja je sprovela uspešan nacionalni program vakcinacije, obuhvativši veliki deo populacije.

Pored vakcinacije, redovni skrining-pregledi, takođe, predstvaljaju način da se izbegnu katastrofalne zdravstvene posledice. Da bi se neke bolesti otkrile i lečile u ranim fazama ključno je korišćenje instrumenata i naprednih uređaja za otkrivanje bolesti, kojih je u Srbiji, nažalost, često nedovoljno ili nisu u funkciji.

Dalje unapređenje zdravstvenih programa, povećana dostupnost skrininga i edukacija građana ključni su koraci ka smanjenju broja obolelih. Iskustva mnogih zemalja pokazuju da visok stepen vakcinacije i preventivnih mera može dovesti do potpunog iskorenjivanja nekih bolesti, što bi trebalo da bude cilj i srpskog zdravstvenog sistema.

Ulaganje u prevenciju nije samo zdravstveni, već i ekonomski benefit, jer smanjuje troškove lečenja i poboljšava kvalitet života građana. Da bi Srbija dostigla nivo zemalja sa razvijenim preventivnim strategijama, potrebno je kontinuirano jačanje programa i podizanje svesti o njihovoj važnosti.

Osim institucionalnih programa prevencije, sve veći značaj imaju i individualne inicijative građana koji sami preuzimaju odgovornost za svoje zdravlje. Dostupnost informacija o prevenciji kroz digitalne platforme omogućava ljudima da se edukuju o zdravim životnim navikama, prepoznaju rane simptome bolesti i aktivno učestvuju u očuvanju sopstvenog zdravlja.

Mobilne aplikacije za praćenje zdravlja, online konsultacije sa lekarima i pristup bazama podataka o medicinskim istraživanjima dodatno osnažuju pojedince u donošenju informisanih odluka o svom zdravlju.

Pored toga, multidisciplinarni pristup u prevenciji postaje ključan za dugoročan uspeh. Integracija zdravstvene

politike sa obrazovanjem, socijalnim službama i urbanističkim planiranjem može doprineti stvaranju okruženja koje podstiče zdrav način života.

Na primer, urbanistička rešenja koja podstiču pešačenje i biciklizam, škole koje u nastavu uključuju edukaciju o zdravoj ishrani i psihološkoj dobrobiti, kao i socijalni programi podrške za ugrožene grupe mogu imati veliki uticaj na zdravlje stanovništva. Ovakav holistički pristup osigurava da prevencija nije samo medicinsko pitanje, već i širi društveni cilj.

Pored institucionalnih i individualnih mera prevencije, ključnu ulogu u očuvanju zdravlja ima i saradnja između javnog i privatnog sektora. Privatne kompanije sve više ulažu u programe zdravstvene prevencije za svoje zaposlene, nudeći besplatne sistematske preglede, programe fizičke aktivnosti i edukacije o zdravim životnim navikama. Ovakvi podsticaji ne samo da poboljšavaju kvalitet života zaposlenih, već i smanjuju odsustva zbog bolesti, povećavaju produktivnost i doprinose opštem zdravlju društva.

Iako Srbija prepoznaje značaj preventivnih mera, još uvek postoje izazovi u njihovoj primeni, naročito u podizanju svesti građana o važnosti preventivnih pregleda i zdravih životnih navika. Iskustva sa Zapada pokazuju da kontinuirana ulaganja u prevenciju donose dugoročne koristi, što treba da bude cilj i srpskog zdravstvenog sistema. Nastavak unapređenja preventivnih programa i veća dostupnost skrininga ključni su koraci ka stvaranju zdravijeg društva i smanjenju smrtnosti od ozbiljnih bolesti.

M.V.A.



Lečenje na daljinu

# Telemedicina u Srbiji: Da li smo spremni za novu eru zdravstvene zaštite?



FOTO: DR SRĐAN MARKOVIĆ  
PRIVATNA ARHIVA

**T**elemedicina je pružanje zdravstvenih usluga na daljinu putem digitalnih tehnologija, kao što su video-pozivi, mobilne aplikacije, elektronska pošta ili specijalizovane platforme. Telemedicina omogućava dijagnostiku, konsultacije, praćenje pacijenata i čak određene terapijske intervencije, bez potrebe za fizičkim prisustvom lekara i pacijenta u istoj prostoriji.

Prednosti telemedicine su mnogobrojne, ali kao najznačajnije treba istaći brzu dijagnostiku, bolji nadzor hroničnih bolesti i smanjenje troškova. Takođe, telemedicina omogućava i pacijentima iz udaljenih ili ruralnih oblasti da dobiju medicinsku pomoć bez potrebe da putuju do velikih gradova. Takođe, lekarima obezbeđuje da brzo analiziraju simptome i daju preporuke bez čekanja na fizički pregled.

Sa druge strane ono što se čini kao prednost, u određenim situacijama može biti mana. Komplikovani zdravstveni problemi koji zahtevaju temeljan pregled i gde je neophodan fizički kontakt ili uzimanje uzoraka na analizu, ne mogu se osloniti na telemedicinu. Takođe, uslov za korišćenje mnogih aplikacija je dobra internet konekcija, što u pojedinim situacijama pacijenti nisu u stanju da obezbede.

Pitanje privatnosti i sigurnosti podataka, takođe, je važno pitanje i u zavisnosti od toga koliko su podaci zaštićeni od zloupotrebe, zavisi i odluka pacijenata da koriste ove vrste usluga.

Takođe, nedostatak fizičkog kontakta ne samo da otežava postavljanje dijagnoze, nego i ukida dimenziju

prisnosti, koja je pacijentima neophodna da bi se osećali sigurnije i prijatnije.

Postavlja se pitanje da li treba ulagati u telemedicinu i da li je Srbija spremna za novu eru zdravstvene zaštite. Odgovor je svakako da treba. Telemedicina je moćan alat, ali je važno pronaći balans između tehnologije i tradicionalne medicine.

„Srbija je napravila važne korake ka digitalizaciji zdravstvenog sistema, a pandemija je dodatno ubrzala prihvatanje telemedicine. Iako zakonski i infrastrukturni okvir još uvek nije u potpunosti standardizovan, u kliničkoj praksi vidimo da postoji velika potreba i prostor za razvoj ove vrste zdravstvene zaštite. Kao lekar koji je među prvima integrisao telemedicinu u rad sa pacijentima obolelim od inflamatornih bolesti creva u KBC Zvezdara, mogu reći da su koristi višestruke: brža dostupnost lekara, ušteda vremena, kontinuirano praćenje terapije, kao i bolja kontrola hroničnih stanja“, kaže za Moju delatnost docent dr Srđan Marković, gastroenterolog KBC Zvezdara.

Na pitanje kako reaguju pacijenti kada saznaju za mogućnost lečenja na daljinu i u kojoj meri se odlučuju za takav vid lečenja, Marković odgovara da su reakcije pacijenata izuzetno pozitivne, posebno među mlađom populacijom i onima koji žive van velikih gradova.

„Telemedicina omogućava veću pristupačnost i kontinuitet lečenja, bez potrebe za čestim dolascima u bolnicu. Kod pacijenata sa inflamatornim bolestima creva, koji često imaju potrebu za praćenjem laboratorijskih nalaza i prilagođavanjem terapije, ovaj model pruža dodatnu sigurnost. Na našem portalu [ibdakademija.rs](http://ibdakademija.rs), veliki broj pacijenata je izrazio zadovoljstvo ovom praksom i redovno koristi digitalne forme konsultacija. Lekari koji se bave problematikom inflamatornih bolesti creva apsolutno razumeju potrebu da se ovakav način pružanja usluge implementira u daljem radu“, objašnjava dr Marković.

Dodaje da mu je poznato da lekari pružaju ovakav vid pomoći pacijentima godinama unazad putem

## VEŠTAČKA INTELIGENCIJA

Novo poglavlje u razvoju telemedicine svakako je donela pojava veštačke inteligencije (AI), koja omogućava bržu dijagnostiku, personalizovanu terapiju i efikasniju zdravstvenu zaštitu.

AI analizira medicinske slike, laboratorijske rezultate i simptome pacijenata, pomažući lekarima da brže i preciznije postavljaju dijagnozu. Na osnovu genetskih podataka i zdravstvene istorije, terapija je personalizovana. Četbotovi i AI sistemi pomažu pacijentima u praćenju simptoma, zakazivanju pregleda i dobijanju medicinskih saveta.

Na primer, AI može prepoznati rane znakove bolesti poput raka ili srčanih oboljenja, omogućavajući pravovremenu intervenciju. Ovi sistemi smanjuju opterećenje zdravstvenih radnika i poboljšavaju dostupnost medicinskih usluga. U budućnosti, AI će nastaviti da transformiše telemedicinu, omogućavajući još personalizovaniju zdravstvenu zaštitu i poboljšavajući efikasnost medicinskih usluga širom sveta.

mejlova, sredstava e-komunikacija, tako da ne vidi problem u prihvatanju ovakvog vida pružanja usluga od strane lekara.

„Na lekarima je da prepoznaju situaciju kada je ovakav tip pregleda primenljiv i kada pacijenta treba da poštede bespotrebnog dolaska u zdravstvenu ustanovu. Kada su pacijenti sa inflamatornim bolestima u pitanju, najveći pik oboljevanja je oko 30 godine života. Ovi pacijenti imaju imejl adrese, većina je aktivna na e-komunikacionom mrežama. Istina je da ima pacijenata koji nisu vični elektronskoj komunikaciji i ova-kvoj grupaciji pacijenata ne može biti predložen ovaj tip usluge, jer je za telemedicinski tip pregleda potrebno da pacijent ima aktivnu imejl adresu na koju mu stiže link putem koga se priključuje na video-poziv sa izabranim lekarom”, konstatuje dr Marković.

Važno je istaći da telemedicinski izveštaji koji se generišu putem zvaničnih digitalnih platformi (npr. putem sistema eZdravlje) imaju jednaku pravnu i medicinsku validnost kao i oni izdati tokom fizičkog pregleda, ukoliko su potpisani kvalifikovanim elektronskim potpisom lekara.

„Naša ustanova već više godina izdaje elektronske izveštaje sa QR kodom i e-potpisom, čime se omogućava njihova verifikacija i pravna sigurnost. Utisci pacijenata su zaista odlični. Mnogi od njih nisu iz Beograda, i njima najviše odgovara da naredne preglede obave na ovakav način. Najveći značaj i olakšica je da se pacijenti poštede dolaska u zdravstvenu ustanovu kako bi dobili savet za dalje lečenje, tumačenje nalaza od strane lekara ili zakazali dodatnu dijagnostiku. Pacijenti kojima je predloženo da se kontrolni pregled obavi na ovakav način su u prvom momentu iznenađeni i ovo shvataju na prvom mestu kao napredak u pružanju zdravstvenih usluga, nema nedoumica, strahova, već lako prihvataju nov način komunikacije sa lekarom”, ističe.

Pored prakse koja postoji u KBC Zvezdara pozitivan primer je i Institut

Mnogobrojni su primeri prakse u razvijenim zemljama gde je telemedicina sastavni deo protokola u mnogim zdravstvenim institucijama.

Sjedinjene Američke Države imaju najveći tržišni udeo u telemedicini, sa naprednim tehnologijama poput AI-driven dijagnostike i daljinskog praćenja pacijenata. Kina brzo širi telemedicinske usluge, posebno u ruralnim oblastima, uz podršku državnih inicijativa. Velika Britanija ima snažnu infrastrukturu za telemedicinu, uključujući nacionalne strategije za digitalno zdravstvo. Norveška prednjači u Evropi sa dugogodišnjom praksom teleradiologije i telepsihijatrije. Japan razvija napredne telemedicinske sisteme uz integraciju veštačke inteligencije. Francuska ulaže u telemedicinske platforme i digitalne zdravstvene usluge.

Ove zemlje su uspele da telemedicinu integrišu u svoje zdravstvene sisteme, poboljšavajući dostupnost i efikasnost zdravstvene zaštite.

Svakako da je jedan od razloga za ubrzan razvoj telemedicines i nedostatak stručnog kadra u zemljama zapadne Evrope i SAD. Tako u Velikoj Britaniji na redovnom trudničkom pregledu možete sresti medicinsko osoblje, ali ne i lekara. Kod njega se upućujete, tek ako medicinska sestra proceni da je pacijentu potrebna konsultacija sa specijalistom.

za onkologiju Vojvodine, smatra dr Marković, gde je uvedeno praćenje onkoloških pacijenata putem telekonsultacija. Takođe, Univerzitetski klinički centar Srbije primenjuje video-konzilijume za multispecijalističke slučajeve.

U privatnoj praksi Acibadem Bel Medic nudi video-konsultacije sa lekarima putem Global Digital Clinic platforme, omogućavajući pacijentima da obave pregled iz udobnosti svog doma.

Ove inicijative pokazuju da Srbija postepeno integriše telemedicinu u zdravstveni sistem, ali je potrebno dodatno ulaganje u infrastrukturu i edukaciju medicinskog osoblja.

„U primarnoj zdravstvenoj zaštiti sve je češća praksa digitalnih konsultacija iz oblasti endokrinologije, psihijatrije i dermatologije. No, ostajem pri stavu da je gastroenterologija, a posebno IBD, jedno od najpogodnijih polja za širenje telemedicines — zbog potrebe za dugoročnim praćenjem, edukacijom pacijenata i brzom reakcijom na pogoršanje stanja”, ističe.

U regionu, Hrvatska je među liderima u primeni telemedicines, sa razvijenim sistemima za daljinsko praćenje pacijenata i digitalne zdravstvene kartone. Slovenija je implementirala nacionalne strategije za digitalno zdravstvo, omogućavajući pacijentima lakši pristup medicinskim uslugama. Bosna i

Hercegovina se suočava sa izazovima u primeni telemedicines zbog decentralizovanog zdravstvenog sistema, dok Crna Gora ulaže u digitalizaciju zdravstvenih usluga, posebno u oblasti primarne zdravstvene zaštite.

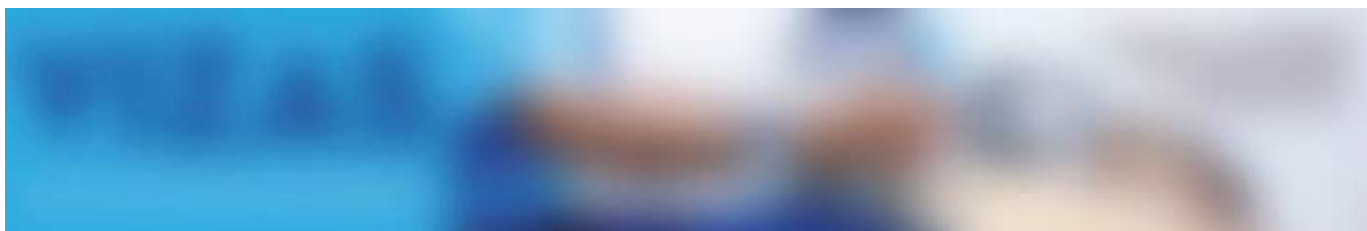
Ovi primeri pokazuju da telemedicina postaje sve značajniji deo zdravstvenih sistema u regionu, ali je njen razvoj neravnomeran. Dok neke zemlje već koriste napredne tehnologije za dijagnostiku i praćenje pacijenata, druge se još uvek suočavaju sa infrastrukturnim i organizacionim izazovima.


„Ministarstvo zdravlja je kroz strategiju digitalizacije zdravstva prepoznalo značaj telemedicines, ali prostor za sistemsku primenu još uvek postoji. Trenutno se razvoj ovih servisa oslanja na entuzijazam i inicijative samih ustanova i lekara. Očekujemo da će u narednom periodu Ministarstvo dodatno regulisati i standardizovati ovaj model kroz konkretne protokole, edukaciju kadra i integraciju sa RFZO sistemom”, konstatuje dr Marković.

Uz odgovarajuće reforme i ulaganja, telemedicina može značajno doprineti modernizaciji zdravstvenog sistema u Srbiji. Primena savremenih tehnologija i edukacija medicinskog osoblja mogla bi omogućiti građanima kvalitetniju i dostupniju zdravstvenu zaštitu.

M.V.A.







# AUTO-MOTO I TRANSPORT

FOTO: FREEPIK

Kompanije gledaju pre svega isplativost prelaska na zelena vozila

# Zeleni transport ključan za smanjenje emisija i budućnost saobraćaja



FOTO: NEBOJŠA MARGETIĆ, PRIVATNA ARHIVA

Izveštaj Evropske agencije za životnu okolinu (EEA) „Održivost evropskih sistema mobilnosti“ objavljen početkom ove godine, pokazuje da je transport značajan izvor emisije gasova staklene bašte (ugljen-dioksida CO<sub>2</sub>), zagađenja vazduha i buke. Ipak, zračak nade da će se situacija promeniti daju projekcije za 2030. godinu, koje i dalje pokazuju neke pozitivne znake, ali ukazuju da su potrebna značajna ulaganja u implementaciju inovativnih rešenja i prelazak na održivije vidove transporta.

Transport igra veoma značajnu ulogu u emisijama CO<sub>2</sub>, a to je u raz-

govoru za Moju delatnost potvrdio i Nebojša Margetić, predsednik udruženja eMobilnost.

„Više od 25 odsto ukupne emisije ugljen-dioksida (CO<sub>2</sub>) otpada na transport, bilo da je to privatni transport odnosno putnički automobili, kamionski transport, brodski, avio-saobraćaj. Neke procene kažu da emisije CO<sub>2</sub> iz sektora transporta idu i do 30 odsto, u svakom slučaju možemo reći da četvrtina emisija CO<sub>2</sub> dolazi iz transporta. Zbog toga je ovo vrlo važno pitanje za regulatore u Evropskoj uniji, ali i svetu. Rešenje je prelazak na čista goriva, sa manjom emisijom CO<sub>2</sub>, poput gasova ( TNG, CNG,

LNG), hibridna vozila, EV i vozila koja koriste vodonik kao gorivo“, kaže naš sagovornik.

Uspesna zelena tranzicija u transportu nezamisliva je bez vozila nove generacije, odnosno onih koji rade na obnovljivim izvorima energije i ne emituju CO<sub>2</sub>. Kako kaže Margetić električna vozila (EV) su pravo rešenje, ali i ona koja koriste vodonik.

„Za uspešnu zelenu tranziciju električna vozila su jedan od ključnih elementa i pravo rešenje. Tu su naravno i plug-in hibridna vozila, koja su deo rešenja, jer kombinuju rad na bateriju i motor, odnosno njihovo kretanje potpomognuto je električnom energijom čime se eliminiše ili smanjuje utrošak fosilnih goriva. Blagi hibridi ili mild hibridna vozila u maloj meri doprinose smanjenju emisije CO<sub>2</sub>, a to su prepoznali i u EU, jer subvencije dodeljuju samo za kupovinu čistih e-vozila. Značajno mesto u budućnosti transporta pripada vodoniku, kao ekološki prihvatljivom, CO<sub>2</sub> potpuno neutralnom energentu. Danas već imamo kombinaciju vodonika sa električnim baterijama (EV) na primeru kompanije Renault. Transport vozilima koja rade na gorive ćelije je budućnost, ali da bi zaživela mora da bude isplativa. Naime, problem sa vodonikom kao gorivom budućnosti je cena njegove proizvodnje. Za sada nije dovoljno jeftin da bi se široko koristio u transportu, ali očekujemo ozbiljan tehnološki pomak u narednom periodu. Vreme punjenja vozila vodonikom znatno je brže nego što je to potrebno bateriji, a na ovu vrstu goriva vozilo može da pređe i 1.200 kilometara“, objašnjava predsednik eMobilnosti.



FOTO: PIXABAY



FOTO: PIXABAY

## Gde se Srbija nalazi u sistemu zelenog transporta?

Zeleni transport ne može zaobići ni našu zemlju, samo je pitanje koliko su igrači na tržištu, ali i vozači, toga svesni. Kompanije nekako stidljivo ili dovoljno neprimetno rade na ozelejnjanju voznog parka.

„Kompanije poput Pošte Srbije rade na zameni svog voznog parka i postepeno prelaze na EV. Oni su dobar primer i kao državna firma pokazuju koliko je važno smanjiti emisiju CO2 prilikom transporta. Pomenuo bih i kurirsku firmu Bex, odličan primer, oni imaju flotu sa više od 100 EV. Napajaju ih uz pomoć energije iz sopstvenih solarnih elektrana, pune vozila tokom noći da bi mogli da ih koriste u dnevnim poslovima. Battery storage odnosno skladište energije je veoma važno da bi biznis mogao da funkcioniše i o tome treba da misle preduzetnici koji bi da pređu na zeleni vozni park. Država i banke (povoljnim kreditima), takođe, bi trebalo da naprave strategiju i pomognu firmama da ubrzaju zelenu

tranziciju, odnosno da je započnu“, ističe Margetić.

Kompanijama je važno da imaju ekonomski benefit da bi zeleni transport bio primaran.

„I kod nas postoji svest o zelenoj tranziciji, ali vrlo je bitno i vozačima i firmama, kompanijama da nađu svoj ekonomski interes. Postoje određene subvencije od strane države za kupovinu EV. Međutim, u svetu postoji još mnogo poticajnih mera koje nisu direktna novčana davanja, a daju značajan podsticaj povećanju broja ekološki prihvatljivih vozila. One su veoma važne, posebno za velike gradove gde su zagađenja veća. Podsetio bih da se u Srbiji još uvek uvoze automobili standarda Euro 3, 4, koji su u EU zabranjeni, a Srbija postaje kao neka deponija za ta vozila“, upozorava naš sagovornik.

## Zeleni transport – budućnost poslovanja kompanija

Kako se preduzeća i industrije razvijaju, održivost postaje ključna komponenta uspeha. Sa platforme za

mobilitnost ZEO, ukazuju na važnost zelenog transporta i na njegove ključne tačke.

„Prelazak na zeleni transport značajno smanjuje emisije ugljenika. Operacije isporuke koje se fokusiraju na optimizaciju rute i korišćenje alternativnih goriva doprinose čistijem vazduhu i zdravijoj planeti. Na duge staze, ovi koraci su od vitalnog značaja u borbi protiv klimatskih promena“, navodi se na ovoj platformi. Dalje se ističe da preduzeća koja optimizuju svoje rute ili koriste energetske efikasna vozila vide smanjenu potrošnju goriva i troškove održavanja.

„Iako bi usvajanje zelene logistike moglo da uključuje troškove unapred, kao što je ulaganje u električna vozila ili zelenu tehnologiju, dugoročne uštede su ogromne“, navodi se.

ZEO podseća da vlade širom sveta primenjuju stroge propise za smanjenje emisija, a da usvajanjem zelenog prevoza, preduzeća ostaju ispred ovih mandata, izbegavajući novčane kazne i kazne i istovremeno doprinoseći širim ekološkim ciljevima.

Podsećaju da su današnji potrošači ekološki svesniji nego ikada, te tako kompanije koje daju prioritet zelenoj logistici uživaju veću lojalnost kupaca, jer se održivost vidi kao odraz odgovorne poslovne prakse.

Uz trenutne i planirane mere politike u državama članicama EU, predviđa se da će se emisije gasova staklene bašte iz transporta smanjiti za oko 14 odsto u 2030. i za 37 procenata u 2050. godini.

## Nafta, za sada, ne gubi bitku

Zeleni transport se može dovesti u pitanje sve dok kompanije lobiraju da nafta, odnosno gorivo, ostane pokretač njihovog voznog parka, što može da bude slučaj u manje razvijenim zemljama. Margetić kaže da su u prošlosti naftne kompanije lobirale za benzin i naftu kao osnovne energente i na taj način gušile razvoj električnih vozila.

„Poznato je da su se prva EV pojavila krajem 19. veka. Prvi automobil koji je probio magičnu granicu brzine od 100 km/h bio je na električni pogon. Ipak razvoj auto-industrije je krenuo u drugom smeru i električna vozila su skrajnuta, zapostavljena i gotovo potpuno potisnuta. Danas bi sve bilo drugačije da je u proteklim

100 godina korišćena energija Sunca za proizvodnju električne energije odnosno za punjene baterija za e-automobile", ističe naš sagovnik.

Margetić kaže da je rast korišćenja e-vozila za transport neminovan, ali da ne znači da će sva ona ići na litijumske baterije.

„Litijum, mineral koji se uglavnom koristi za izradu baterija u ovom trenutku, ima ograničenja u dostupnim količinama i tehnologiji proizvodnje. Očekuje se da će cena baterija u skorijoj budućnosti padati, jer na primer u Kini se sve više proizvode natrijum-ske baterije, na bazi natrijum-hlorida odnosno soli, resursa koga ima neograničeno u morima, ali i u kopnenim rudnicima. Broj EV vozila u svetu prešao je 40 miliona, i očekuje se prodaja novih 15 miliona samo u toku 2025 g. I to je dobro, jer ukazuje na povećanje ekološke svesti vozača i kompanija o nužnosti smanjenja emisije CO2. Taj trend se ne može sada zaustaviti. Kina i daleki Istok mnogo više rade na tome, napredniji su u zelenoj tranziciji od Evrope, koja je dobra teorijski, ali u praksi kasni“, ističe naš sagovornik.

### Nivo efekta staklene bašte za 30 godina porastao 26 odsto

U 2022. godini, emisije gasova staklene bašte iz saobraćaja u Evropskoj uniji bile su za oko 26 odsto veće nego 1990. godine. U odnosu na druge ekonomske sektore, transport je činio oko 29 odsto emisija gasova staklene bašte u EU u 2022. Očekuje se da će se njegov udeo dalje povećavati kako dekarbonizacija evropskog sek-



FOTO: PIXABAY

tora privrede bude brže napredovala u proizvodnji energije, a ne u drugim sektorima, navodi se u izveštaju EEA.

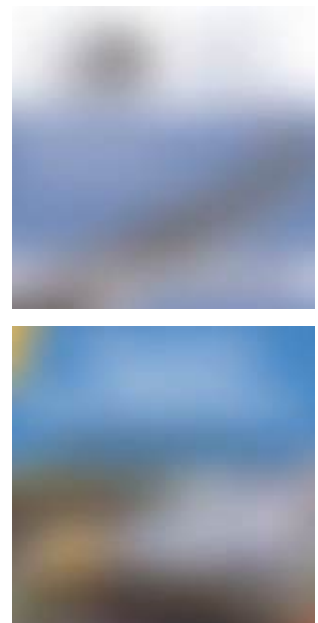
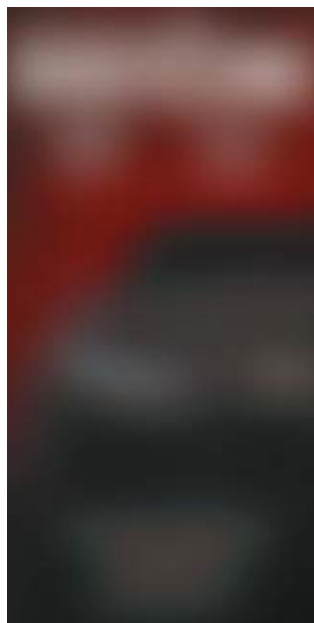
Uz trenutne i planirane mere politike u državama članicama EU, predviđa se da će se emisije gasova staklene bašte iz transporta smanjiti za oko 14 odsto u 2030. i za 37 procenata u 2050. godini, u poređenju sa nivoima iz 2022. godine. Stoga su potrebni snažniji napor da se postigne cilj EU o smanjenju emisija iz transporta za 90 odsto do 2050. godine.

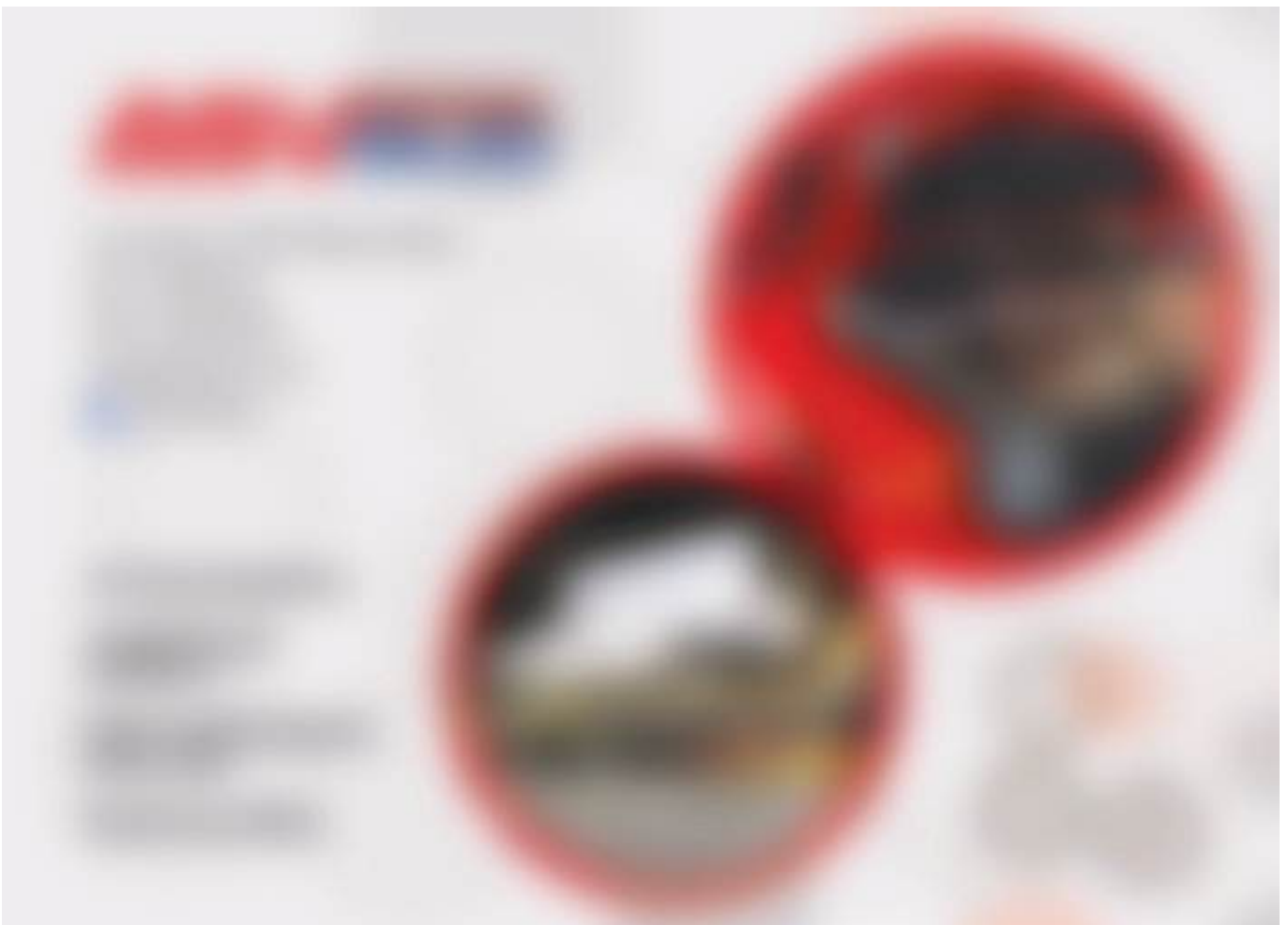
Prosečna emisija CO2 iz svih novih automobila registrovanih u Evropi 2023. nastavila je da opada i bila je

za 1,4 odsto niža nego 2022, prema privremenim podacima koje je objavila EEA. Slično tome, prosečna emisija CO2 iz novih kombija nastavila je da pada i bila je 1,6 odsto niža nego 2022. godine. Smanjenje emisija iz novih automobila i kombija povezano je sa rastućim udelom potpuno električnih vozila.

Nakon šest godina stabilnog rasta emisija gasova staklene bašte iz transportnog sektora EU, emisije iz transporta su značajno pale u 2020. godini zbog smanjene aktivnosti tokom pandemije.

M.P.





Domaći auto-park ne odgovara zamišljenoj budućnosti srpskih drumova

# Digitalizacija puteva vredna stotine miliona evra, da li je Srbija spremna za pametne saobraćajnice?



FOTO: FREEPIK

**N**ovi auto-putevi i moto-putevi predviđaju digitalizaciju, kako bi saobraćaj proticao bezbedno i kako bi se pored svega smanjile nezgode i nesreće na putevima. Digitalizacija puteva i saobraćaj, podrazumeva nadzor saobraćaja koji se sastoji iz upotrebe kamera, senzora, radara, zatim označavanjem brzine i signalizacijom saobraćajnih tokova, Automatskom obaveštavanju vozača putem promenljivih LED tabli, detekciju nezgoda i kvarova u realnom vremenu, upravljanje tunelima, rampama i naplatom putarine i meteo-stanicama koje mere uslove na putu (magla, led, sneg itd.).

Prema prošlogodišnjim najavama iz Ministarstva saobraćaja, Srbija u narednim godinama može da očekuje više digitalnih, pametnih puteva, a to znači da će automobili „komunicirati“ sa putevima, odnosno da će primati poruke od puta, nezavisno od vozača. Moći će da ukazuju automobilu gde su raskrsnice, gužve, kao i kada treba smanjiti brzinu, dati migavac. Naravno, da bi to funkcionisalo u praksi, i automobili moraju biti

pametni i savremeni, sa naprednim sistemima. Zvuči skoro nemoguće da se to realizuje kod nas, ako znamo da je Srbija na vrhu onih koji uvoze, i voze, najviše polovnih automobila u Evropi, prosečno starih oko 17 godina.

Za sada, Moravski koridor je jedan od onih koji je digitalno opremljen, a to bi isto trebalo da se desi i sa Fruškogorskim koridorom.

Iz JP Putevi Srbije kažu za Moju delatnost da je na auto-putevima i moto-putevima izgrađeno ukupno 498,7 km kablovske kanalizacije, pri čemu je položen optički kabl u dužini od 463,8 km. Trenutno je oko 40 odsto državnih puteva i reda pokriveno optičkom infrastrukturom.

„JP Putevi Srbije pored razvoja i integracije Inteligentnih Transportnih Sistema (ITS) na auto-putevima i moto-putevima, razvija i izgrađuje i telekomunikacionu transportnu mrežu koja treba da omogući bezbednu i visoko pouzdanu komunikaciju Centara za nadzor i upravljanje saobraćajem, inteligentnih transportnih sistema implementiranih (u tunelima, zonama tunela, saobraćajnim petljama, odmorištima i otvorenim deo-

nicama auto-puteva i moto-puteva) i učesnika u saobraćaju. S obzirom da se telekomunikaciona transportna mreža razvija u fazama na pojedinim delovima trasa auto-puteva i moto-puteva izgrađena je kablovska kanalizacija i položen optički kabl, na nekima je izgrađena samo kablovska kanalizacija dok postoje i trase gde nije izgrađena telekomunikaciona infrastruktura“, kažu iz ovog preduzeća.

Izgradnja velikih infrastrukturnih projekata kao što je izgradnja auto-puteva i moto-puteva svakako su jedan od bitnijih projekata „digitalizacije“ putne infrastrukture, a iz JP Putevi Srbije kažu da su u prethodnom periodu realizovali značajne infrastrukturne investicije u oblasti „digitalizacije“ putne infrastrukture kako bi se uspostavila funkcionalnost i interoperabilnost sa državama u okruženju, a posledično i sa državama članicama Evropske unije. Iznos tih investicija nisu naveli.

Projekti digitalizacije saobraćaja se realizuju u skladu sa Direktivama propisanim od strane Evropske komisije za održivi transport ljudi i roba kao i u skladu sa Regulativom koja uređuje



predmetnu oblast, svim standardima i pravilnicima.

„Budućnost naplate putarine na evropskim auto-putevima se ogleda u uspostavljanju standardizovanog sistema elektronske naplate putarine u postpejd i pripejd sistemu. Stav Evropske komisije, odnosno Evropskog komiteta za transport jeste da se budućnost naplate putarine na evropskim auto-putevima ogleda u uspostavljanju interoperabilnog sistema elektronske naplate putarine po pređenom kilometru. Postojeći sistem elektronske naplate putarine u Republici Srbiji ima tehničke mogućnosti da se uključi u sistem Evropske elektronske naplate putarine (EENP), nakon što Vlada RS propiše način uspostavljanja i primene ovog sistema“, navode iz Puteva Srbije.

Najbolji primer međudržavnog povezivanja predstavlja razvoj srpskog centralnog sistema za integrisanu naplatu putarine sa zemljama u regionu, što u praksi znači da sa jednim tagom možete putovati bez zaustavljanja kroz druge naplatne sisteme.

„Prva faza je obuhvatila integraciju sa Severnom Makedonijom, a zatim

sa Crnom Gorom i od 16. maja ove godine i sa Republikom Hrvatskom. U toku je postupak integracije sa naplatnim sistemima Republike Srbije i Grčke. Do sada je registrovano oko 112.000 korisnika nove platforme Toll4All (Toll For All) i ovaj broj se uvećava na dnevnom nivou“, kažu iz Puteva Srbije.

### **Koliko košta izgradnja jednog digitalnog puta?**

Investicija u digitalni auto-put zavisi od više faktora, uključujući nivo digitalizacije (osnovna vs. napredna infrastruktura), postojeća fizička infrastruktura (da li se radi o novom putu ili nadogradnji), zemlja i lokalni troškovi rada/opreme, uključenost 5G, IoT senzora, pametnih saobraćajnih sistema itd.

Prvobitna cena može prilično da naraste, a o tome je pisao Serbianmonitor.com, na primeru Moravskog koridora.

„Prvobitno je ugovoreno 900 miliona evra (745 miliona evra plus 20 odsto), budžet Srbije je već isplatio više od 1,4 milijarde evra. Do kraja avgusta 2024. godine, više od 240 miliona

evra, odnosno 28,2 milijarde dinara, plaćeno je za radove na deonici od 112,3 kilometra od Pojata do Preljine, uz dodatnih 138,2 milijarde dinara plaćenih tokom prethodnih pet godina, što do sada (septembar 2024. prim.aut) iznosi ukupno 166,4 milijarde dinara. Revidirani budžet predviđa manje novca za ovaj auto-put u 2024. godini (38,7 milijardi evra) nego prvobitni budžet (47,2 milijarde evra)“, navodi ovaj portal i dodaje da kako se rokovi produžavaju, troškovi izgradnje rastu, a oni koji su upoznati sa radovima na ovoj deonici procenjuju da će, u najboljem slučaju, ukupni troškovi na kraju biti najmanje dvostruko veći od cene koja je prvobitno dogovorena sa izvođačima radova, američkim Behtelom i turskom Enkom.

### **Šta je platforma Toll4All i koje su njene prednosti?**

Platforma Toll4All predstavlja inovativni servis koji omogućava integraciju elektronske naplate putarine u više različitih država. Vođeni principima integracije i uspostavljanja interoperabilnosti, domaći stručnjaci

su, koristeći savremene tehnologije, razvili jedinstvenu veb-platformu za elektronsku naplatu putarine koja je ponuđena državama u regionu.

Osnovne prednosti Toll4All sistema su online plaćanje - TAG uređaj se veže za platnu karticu korisnika i sredstva za plaćanje putarine se automatski skidaju nakon prolaska kroz naplatnu stanicu, zatim prolazak bez zaustavljanja kroz naplatne stanice u više zemalja bez gotovinskog plaćanja, promena valuta ili dopune TAG uređaja. Dalje, jednostavna registracija novih korisnika putem stranice toll4all.com, potom omogućeno registrovanje postojećih pripejd korisnika TAG uređaja na platformu Toll4All, jednostavnom prekonfiguracijom u ovlašćenim poslovnicama. Toll4All TAG je aktivan 15 minuta nakon registracije, a korisnici u Srbiji ostvaruju popust od šest odsto. Ukoliko korisnik poseduje TAG uređaj koji je u pripejd sistemu, za njegovo korišćenje u integrisanom sistemu naplate potrebno ga je prekonfigurisati, navode iz Puteva Srbije.

M.P.

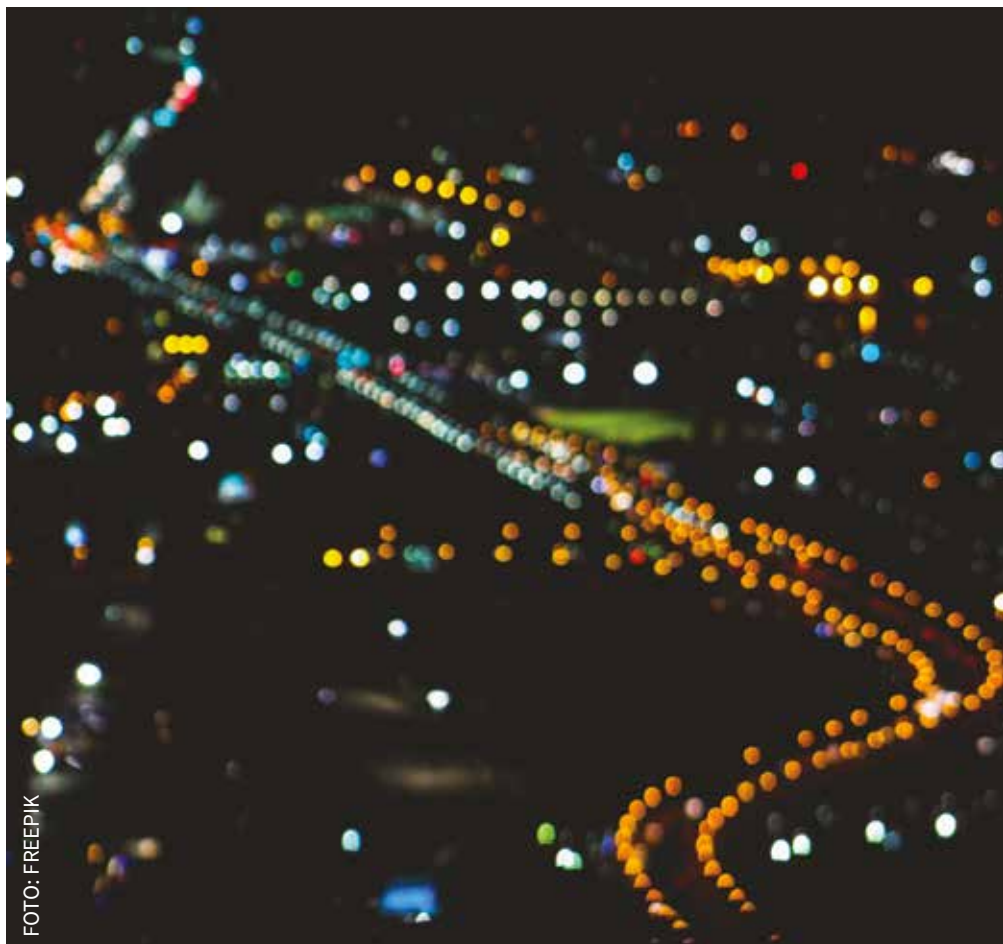
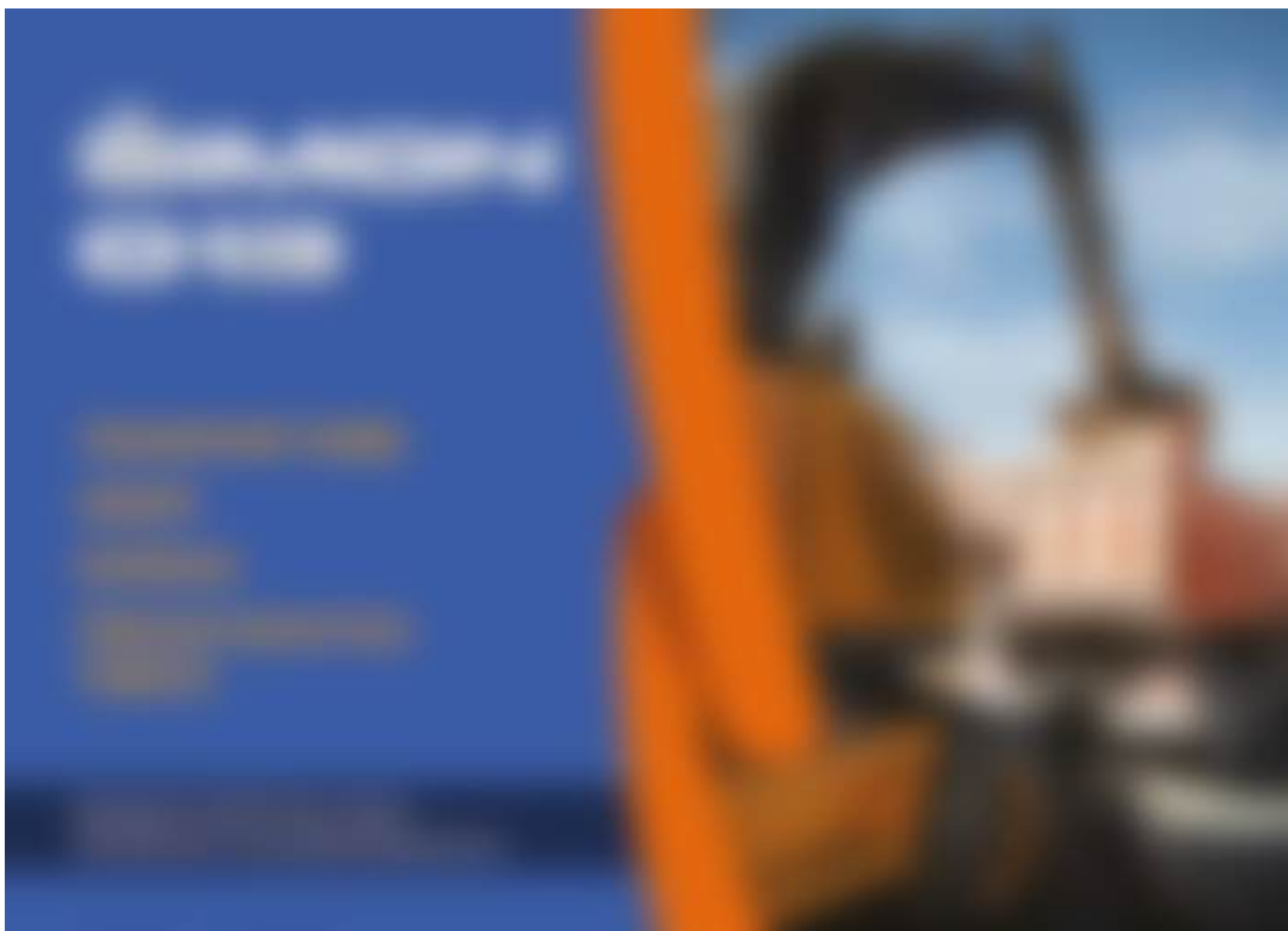
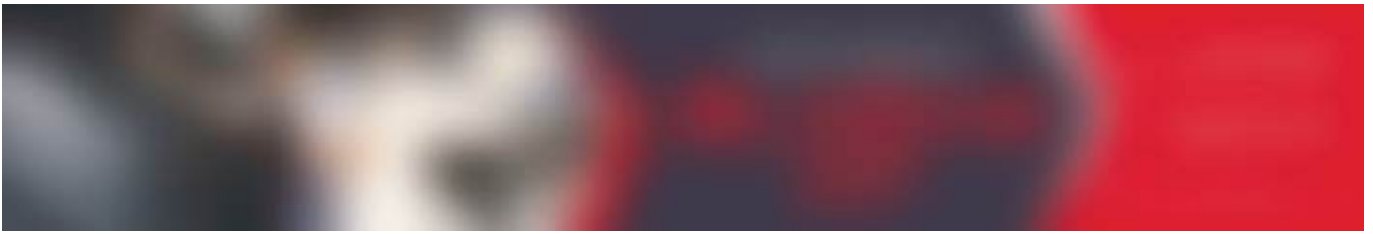
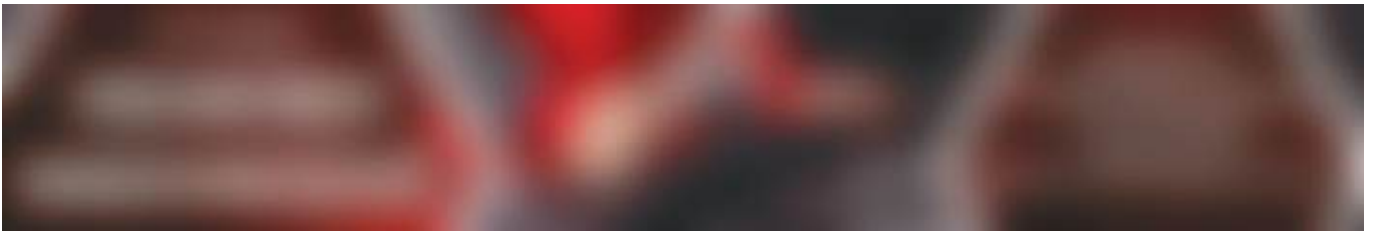


FOTO: FREEPIK





# Iskopavanje litijuma mač sa dve oštrice Srbija ima šansu da pojača proizvodnju delova za e-vozila, sve zavisi od njihove prodaje u EU

**K**ada se pomenu komponente za električna vozila, najčešće se pomisli na bateriju, koja je najodgovornija za rad EV, zapravo bez nje e-vozilo ne bi moglo da se pokrene. Druga asocijacija je litijum (barem ovde u Srbiji), jer se najčešće govori o litijum-jonskim baterijama, a tu nekako dolazimo i do aktuelnog pitanja proizvodnje ovog minerala zarad potrebe pravljenja novih e-vozila.

U Srbiji ima kompanija koje proizvode delove za EV (pa i baterije), i na taj način naša zemlja je deo evropskog, ali i svetskog lanca proizvodnje.

„Nije sve tako crno u Srbiji kada govorimo o proizvodnji komponenta za EV, i ne radi se samo o 'motanju kablova' kako pojedini mediji predstavljaju ovaj sektor. Doduše, bez kablova nema ni EV, samo je problem

što ima mnogo manuelnog rada, a male dodate vrednosti, pa su plate niske. Međutim, zarade su prestige one iz Afrike, te se tamo sele firme, jeftinija je radna snaga, što je jedan od ozbiljnih problema za našu auto-industriju, pa i proizvodnju delova za EV“, kaže za Moju delatnost Igor Vijatov, direktor Automobilske i mobilnosti klastera Srbije.

Vijatov podseća da u Srbiji imamo proizvodnju električnog Fiata Pande i Citroena C3 u Kragujevcu, a koliko se jedinica proizvodi, da li su ljudi srećni zbog toga i koliko kupuju te automobile ne može da precizira, ali čini mu se da to ne ide baš najbolje, te se osvrće na proizvođače komponenti za EV.

„Imamo velike evropske proizvođače delova za EV, nemačke Continental, ZF, Brose i Bosch, oni su veliki sistemski dobavljači, bili su i za

automobile sa unutrašnjem sagoravanjem, a sada su i za EV. Continental razvijaju instrument tablu koja je digitalna, imaju i razvojni centar u Novom Sadu i tu se prave softveri koji daju razne novitete poput međusobne komunikacije vozila, zatim usavršavanje digitalne instrument table, gde će sve projektovati na šoferšajbni. ZF u Pančevu pravi električni turbo motor, Brose pojedine delove - sklopove razne vrste, Bosch je počeo sa brisačima, ali imaju svoj razvojni centar za elektromotore, dosta su zatvoreni, rade na novim tehnologijama i ne govore puno unapred“, ističe Vijatov.

Takođe, u Srbiji radi i jedan domaći proizvođač elektro-punjača firma Union, a tu je i ABB, velika firma koja ih ovde prodaje. Naš sagovornik kaže da ima i manjih preduzeća koja bi došla da posluju kod nas i proizvede ovaj važan eksterni element EV.

„Sve zavisi od potreba, tako će se razvijati i ovaj segment, za sada ide vrlo sporo, ali to nije samo u Srbiji, već i u čitavoj Evropi, od prošlog leta je nastao zastoje, koji su iskoristili Kinezi. Njihovi automobili su skoro upola jeftiniji nego evropski, i tu je velika borba ko će zavladata tržištem“, ističe Vijatov.

Naglašava da je domaća fabrika baterija ElevenEs iz Subotice veoma značajna za proizvodnju komponenta u Srbiji, i dodaje da, takođe, imamo manjih i većih IT kompanija koje razvijaju softvere, rade na njihovom usavršavanju, posluju za velike auto-kompanije poput Volkswagena ili BMW-a.

Naš sagovornik veruje da će se u jednom trenutku sve pokrenuti, mada i uz stimulaciju države za kupovinu EV ne primećuje se neki veliki pomak.

„Ovo pitanje nije samo lokalno, već je na evropskom nivou, šta i



FOTO: FREEPIK

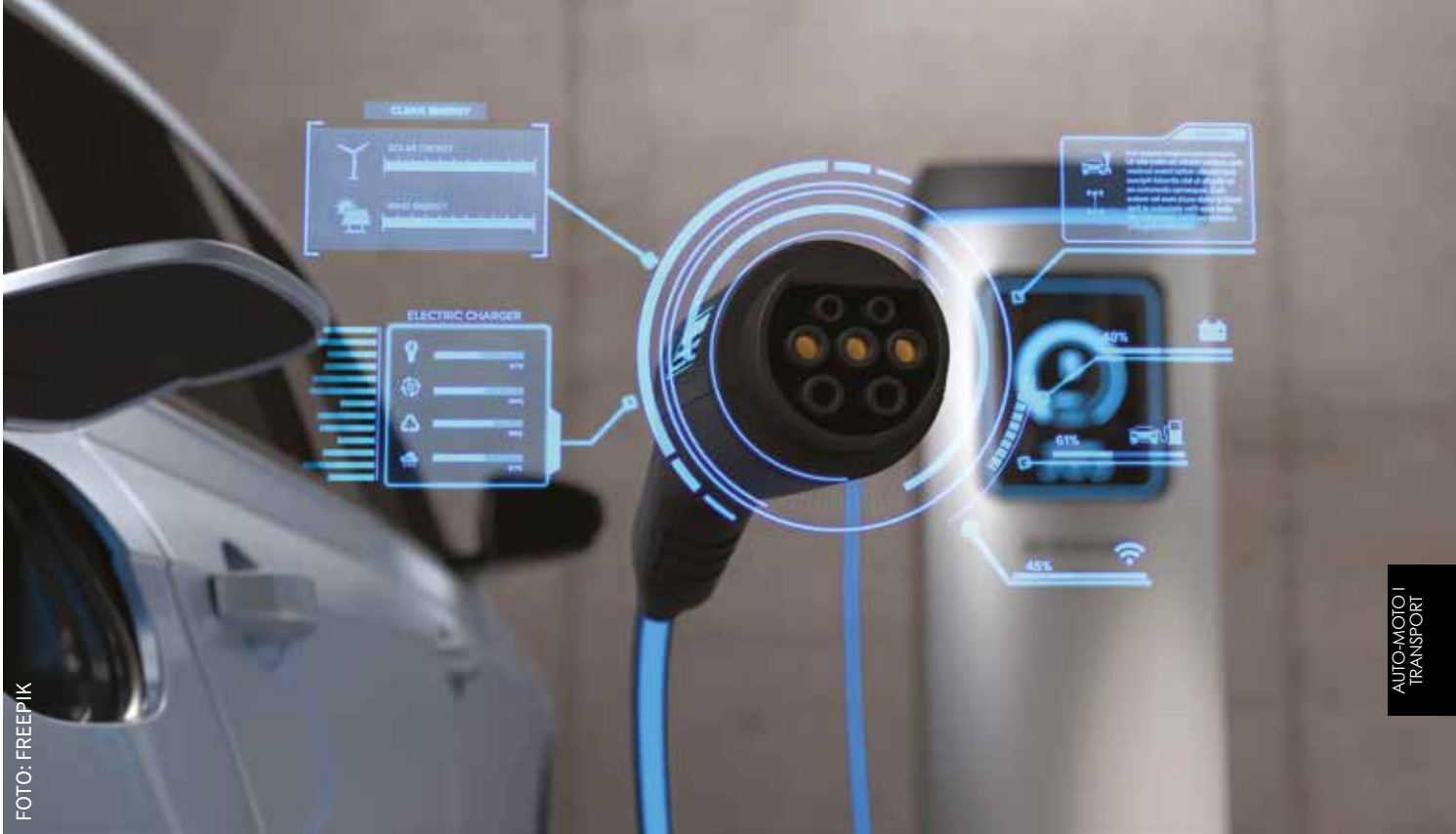


FOTO: FREEPIK

AUTO-MOTO I  
TRANSPORT

kako uraditi da krene kupovina EV, jer kada počnu da se kupuju ovi automobili, razviće se i veća proizvodnja. Ne bi bilo dobro da se uvode neke dodatne takse na dizel i benzin vozila, to ne bi valjalo, jer sve će se promeniti kada ljudi shvate da im je EV isplativiji. I proizvodnja jednom mora postati jeftinija, a pitanja su kako i kada će se to desiti. Evropa mora da pronade način da se odupre kineskoj proizvodnji, oni su mnogo napredovali, njihova vozila lepo izgledaju i tehnološki su dobra“, kaže naš sagovornik i ističe da je za proizvođače delova kod nas bitno što će BYD imati fabriku u Segedinu, jer to otvara mogućnosti za naše dobavljače.

Da ne zaboravimo da su i pneumatici veoma važna stavka kod EV, a fabrika LingLong Tires proizvodi gume koje su pogodne za električna vozila (EV). Ove gume su razvijene uzimajući u obzir specifične zahteve električnih vozila, kao što su niža potrošnja energije, veća efikasnost i smanjenje buke.

### **E-baterija šansa za Srbiju, ali smrt za ekologiju?**

Analize pokazuju da je moguće proizvoditi baterije za električna vozila, koje su ključni element svakog električnog vozila, a kao što smo na početku naveli, Srbija ima potencijal za ovu vrstu proizvoda zbog litijuma (s druge strane visoki rizik od nemara ukoliko se donese odluka o radu

„Imamo velike evropske proizvođače delova za EV, nemačke Continental, ZF, Brose i Bosch, oni su veliki sistemski dobavljači, bili su i za automobile sa unutrašnjem sagorevanjem, a sada su i za EV“

rudnika Jadar). Nedavno je Evropska komisija označila ovaj projekat kao jedan od 13 strateških projekata sa kritičnim sirovinama izvan Evropske unije (EU), a iz kompanije Rio Tinto, koja bi trebalo da ga sprovede, rekli su da revidiraju troškove projekta, u slučaju da bude realizovan, on bi mogao da zadovolji 90 odsto sadašnjih potreba Evrope za litijumom. Ali demonstranti u Srbiji prete da će blokirati puteve i pruge ako projekat bude nastavljen, preneo je Reuters.

Kako navode ljudi iz auto-industrije, litijum je potencijalna šansa, ali ekološki je sve pod znakom pitanja, niko ne može da garantuje se Drina neće izliti, niko ne može da predvidi šta tu može sve da se desi.

Pomenuti srpski proizvođač baterija ElevenEs završava projekat izgradnje megafabrike koja će proizvoditi litijum-gvozdene fosfatne (LFP) baterije u Subotici, a to je potvrdio generalni direktor Nemanja Mikać polovinom marta ove godine.

„ElevenEs tim već radi na povećanju proizvodnih kapaciteta i 2026. će biti ključna za razvoj kompanije. Naša megafabrika u Subotici predstavljaće značajan korak za rast našeg poslovanja, kao i srpske industrije ba-

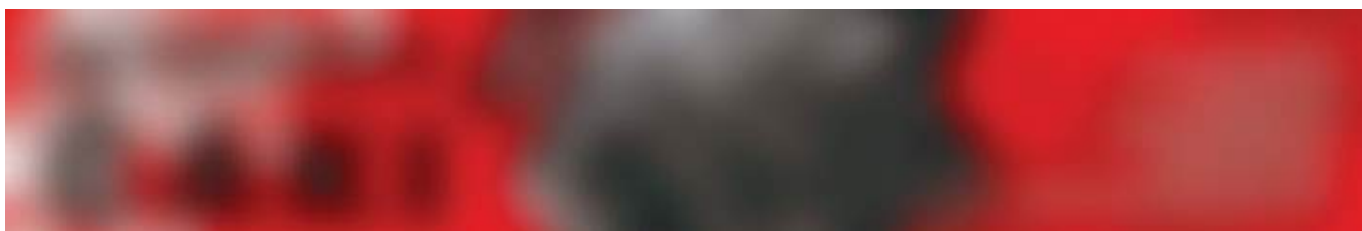
terija“, rekao je Mikać u intervjuu za SeeNews.

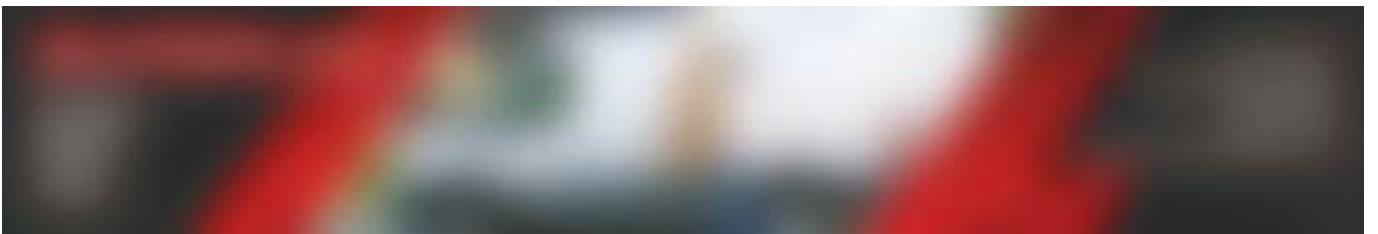
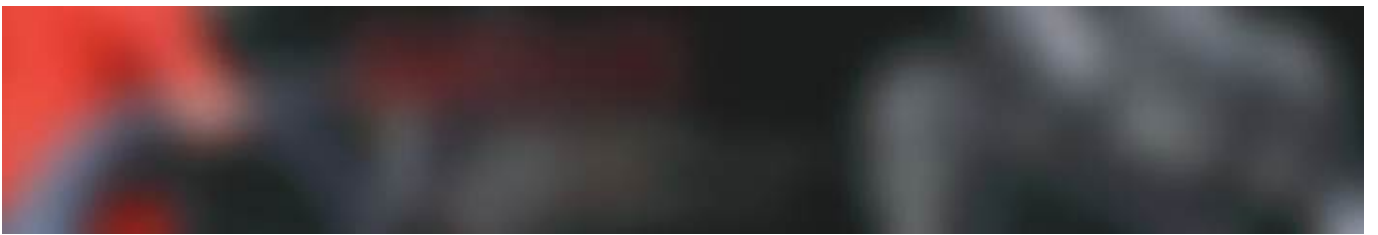
ElevenEs je otvorio prvi evropski R&D LFP centar u Subotici 2021. godine i razvio prvu LFP bateriju proizvedenu u Evropi 2023, takođe, ima za cilj postizanje godišnjeg kapaciteta skladištenja energije od jednog GWh u planiranoj subotičkoj megafabrike. Nakon investicije u megafabrike, ElevenEs planira i izgradnju gigafabrike.

„Gigafabrika je sledeći korak posle megafabrike u strategiji rasta i razvoja ElevenEsa. Kapacitet gigafabrike bio bi osam GWh. Predstavljaće značajno veći proizvodni objekat i omogućiće nam da dostignemo proizvodne kapacitete koji će biti konkurentni na globalnom nivou“, rekao je Mikać i dodao da je širenje u regionu deo njihove dugoročne strategije.

„Verujemo da postoji veliki potencijal za razvoj industrije baterija u regionu i želimo da budemo deo tog rasta. U budućnosti planiramo da proširimo naše proizvodne kapacitete i uspostavimo saradnju sa partnerima u regionu. Međutim, naš glavni fokus na evropskom tržištu je trenutno u razvoju i konsolidaciji u Srbiji“, istakao je on.

M.P.









# GRAĐEVINARSTVO I NEKRETNINE



## Trendovi u poslovnim nekretninama u Srbiji Šta utiče na kancelarije, logistiku i industriju?

**T**ržište poslovnih nekretnina u Srbiji ulazi u novu fazu razvoja, u kojoj se jasno primećuju razlike među njegovim ključnim segmentima. Prvi kvartal 2025. godine obeležili su istovremeno stabilnost i usporavanje u kancelarijskom sektoru, dok logistički i industrijski objekti nastavljaju da beleže dinamičan rast. Ova divergentna kretanja odražavaju dublje promene u načinu rada, proizvodnje, kao i u globalnim tokovima robe i kapitala.

Promene koje su do juče bile percipirane kao postpandemijski prelazni trend - poput hibridnog rada, e-trgovine i zelenih gradilišta - danas su po-

stale strukturne tačke oslonca tržišta. U tom kontekstu, Srbija koristi svoju geografsku i troškovnu prednost kako bi se pozicionirala kao sve značajnije čvorište za logistiku, proizvodnju i regionalno upravljanje kapitalom.

### **Kancelarijski prostor se prilagođava novoj normalnosti**

Ukupna bruto zakupna površina modernog kancelarijskog prostora u Beogradu iznosi 1,39 miliona kvadratnih metara. Takav obim ukazuje na zrelost tržišta koje više ne raste samo kvantitativno, već se postepeno transformiše u pravcu kvaliteta i funkcionalnosti. Tokom 2025. godine planiran je dodatak od oko 80.000 kvadrata

novih kapaciteta, pretežno u klasi „A“ i savremenim coworking prostorima koji se prilagođavaju novim modelima korišćenja.

Transakciona aktivnost u prvom kvartalu donela je 38.500 kvadratnih metara zakupa, raspoređenih kroz 57 ugovora. U poređenju sa prethodnim kvartalima ovo predstavlja blago usporavanje, ali i dalje potvrđuje postojanje osnovne, stabilne potražnje, posebno od strane IT firmi, profesionalnih usluga i shared services centara.

Sve veći broj zakupaca danas ne traži isključivo kvadratne metre, već fleksibilnost i tehničku opremljenost. Kancelarije postaju mesto saradnje, identiteta i zadržavanja kadrova, što



znači da se vrednuju kvalitet vazduha, prirodno osvetljenje, pristup javnom prevozu i opšti dizajn prostora. Tehnološka integracija – uključujući pametne sisteme kontrole i IT infrastrukturu – takođe, postaje sve važniji faktor u donošenju odluka.

### **Transformacija funkcije prostora: od mononamenskog ka multifunkcionalnom**

Uočava se sve izraženiji trend rekonfiguracije tradicionalnih poslovnih zgrada u multifunkcionalne prostore koji pored kancelarija obuhvataju i sadržaje poput maloprodaje, ugostiteljstva, pa čak i kulturnih programa. Takav razvoj prati globalnu tendenciju ka „mixed-use“ konceptima, koji omogućavaju urbanistički održiviji razvoj i bolju funkcionalnu iskoristivost zemljišta.

Ovaj pravac nije samo rezultat promenjenih navika zaposlenih, već i težnje gradova i developera da optimalno koriste ograničene resurse, naročito u centralnim gradskim zonama. Time se ne samo smanjuje pritisak na zelene površine, već i revitalizuju zapuštene urbane zone.

### **ESG standardi prestaju da budu opcija**

Jedan od najvažnijih strukturnih pomaka u ponašanju zakupaca jeste sve veći uticaj ESG kriterijuma na donošenje odluka o zakupu. Istraživanja pokazuju da je čak 62 odsto zakupaca u 2024. godini biralo isključivo poslovni prostor sa sertifikatima održivosti kao što je BREEAM. Energetska efikasnost, kvalitet materijala, uticaj na okolinu i društvena odgovornost više nisu dodaci – oni definišu investicione odluke.

Novi propisi, poput Zakona o energetske svojstvima zgrada koji se primenjuje od 2024. godine, dodatno ubrzavaju ovu tranziciju. ESG faktori sve češće predstavljaju i ključnu razliku na tržištu kada je reč o atraktivnosti objekta i njegovom potencijalu za iznajmljivanje ili preprodaju.

### **Logistički i industrijski sektor kao motor tržišnog rasta**

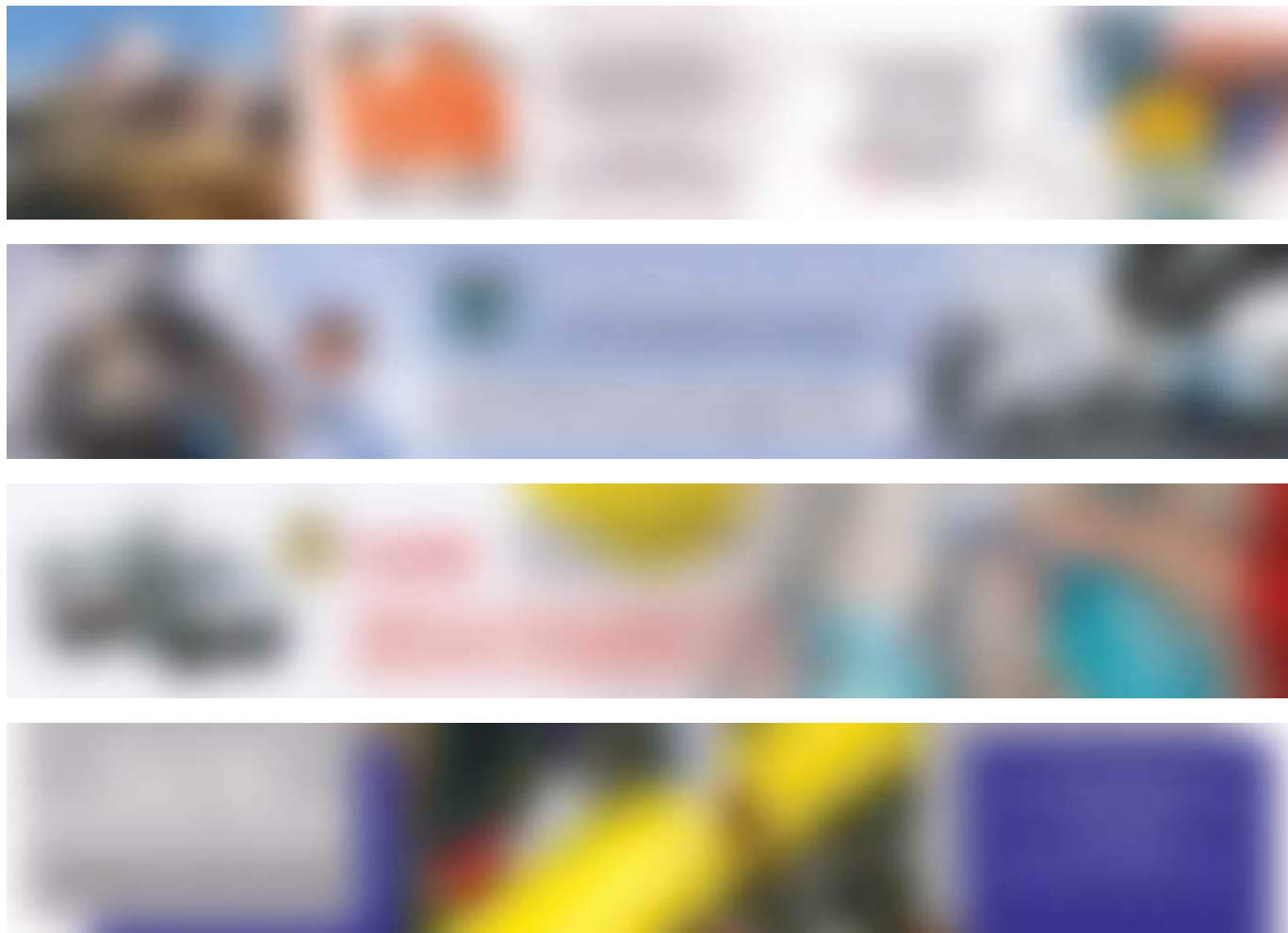
Logistički i industrijski prostor beleže najdinamičniji razvoj u sektoru. Tokom prvog kvartala 2025. godine realizovano je 52.450 kvadratnih metara

zakupa u ovom segmentu. Stopa slobodnih površina se stabilizovala na 6,5 odst, što ukazuje na zdrav odnos između ponude i potražnje.

U 2024. godini izgrađeno je čak 243.000 kvadratnih metara novih objekata, dok je izdato više od 130 građevinskih dozvola u drugoj polovini godine, najavljujući kontinuitet investicionog zamaha.

Kao glavni faktori rasta izdvajaju se tri pravca: nearshoring strategije evropskih i globalnih kompanija, eksplozija e-trgovine i rast specijalizovanih potreba iz sektora kao što su farmacija, IT i prehrambena industrija. Srbija sve više zauzima poziciju baze za distribuciju i finalnu montažu u okviru šireg evropskog tržišta.

U poređenju sa regionalnim konkurentima, Beograd zadržava značajnu prednost kada je reč o ceni logističkog prostora. Prosečna cena zakupa iznosi oko 5,3 evra po kvadratnom metru, dok je u Budimpešti cena viša za 1,4 evra, a u Zagrebu za 0,9 evra. Ova razlika u ceni, u kombinaciji sa modernizacijom saobraćajne infrastrukture, čini srpsku prestonicu atrak-



ktivnom destinacijom za regionalne centre distribucije.

Makroekonomski okvir signalizira povoljne uslove za nastavak rasta. Očekivano sniženje kamatnih stopa tokom 2025. godine već stimuliše investicione aktivnosti. Najveća pažnja investitora trenutno je usmerena na logističke i hotelske kapacitete, dok je kancelarijski sektor u zoni opreza zbog promena u radnim navikama i slabije predviđivosti povraćaja investicija.

Srbija svoju stratešku poziciju između EU i Azije dodatno osnažuje infrastrukturnim ulaganjima u železničke i drumske koridore. To čini domaće projekte sve privlačnijim međunarodnim developerima i fondovima.

### Održivost i tehnološka rešenja

Savremeni investitori više ne razmišljaju isključivo u terminima kvadrature i lokacije. U obzir se uzimaju klimatski rizici, energetska efikasnost i dugoročna održivost objekata. Izveštaji kompanije CBRE ukazuju na rast interesa za objekte otporne na klimatske promene, sa zelenim sertifikatima, pametnim sistemima upravljanja energijom i obnovljivim izvorima.

Posebno su traženi objekti sa zelenim krovovima, vertikalnim baštama, sistemima za reciklažu vode i pametnim sistemima upravljanja koji omogućavaju nadzor i optimizaciju potrošnje u realnom vremenu. Sve ove inovacije smanjuju operativne troškove i doprinose konkurentnosti.

Industrijski razvoj sve češće ide ka decentralizaciji. Gradovi poput Šapca, Zrenjanina, Leskovca i Vranja postaju nove tačke privlačenja investicija. Niži troškovi rada i zemljišta, kao i podrška lokalnih samouprava, doprinose ovom trendu koji ima pozitivan uticaj na ravnomerni regionalni razvoj.



FOTO: PIXABAY

Paralelno s tim, raste broj inicijativa za adaptaciju napuštenih industrijskih kompleksa u moderne, multifunkcionalne prostore. Takva rešenja ne samo da su održivija, već i revitalizuju urbane sredine i omogućavaju bolju iskorišćenost postojeće infrastrukture.

### Rast, ali uz izazove

Do kraja 2025. godine očekuje se razvoj do 350.000 kvadratnih metara novih skladišnih kapaciteta, dok će kancelarijski sektor nastaviti da se razvija umerenim tempom, sa naglaskom na kvalitet, lokaciju i fleksibilnost. Industrijske hale najverovatnije će nastaviti da se šire po Vojvodini i centralnoj Srbiji, posebno u domenu automobilske industrije i prerade hrane.

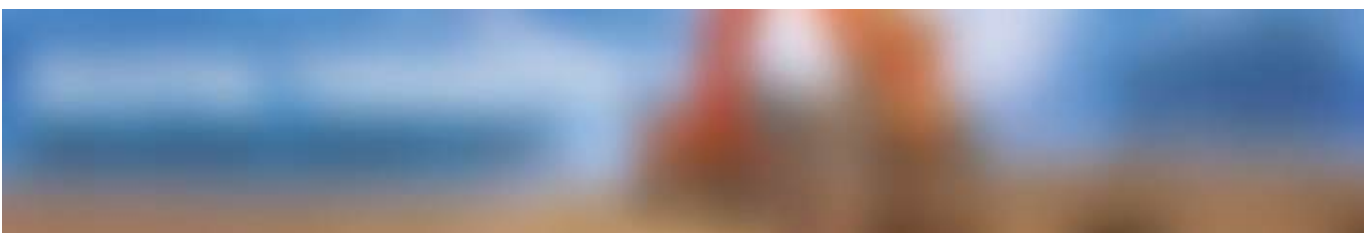
Međutim, tržište se suočava i sa izazovima. Među ključnim rizicima su neusklađenost regulative, infrastrukturna zagušenja, nedostatak kvalifikovane radne snage, fragmentacija ponude i sve izraženiji klimatski pritisci.

Geopolitička nestabilnost, iako zasad pod kontrolom, i dalje je faktor rizika za strane investitore.

Tržište poslovnih nekretnina u Srbiji ušlo je u fazu u kojoj investicije više nisu samo pitanje kvadrata i cena, već dugoročnog planiranja, održivosti i uloge prostora u stvaranju vrednosti. Uspeh na ovom tržištu zavisice od sposobnosti svih aktera – od javnih institucija do privatnih investitora – da usklade regulatorne, infrastrukturne i društvene faktore sa potrebama savremenog poslovanja.

Srbija ima šansu da postane lider u regionu, ali će to zavisiti od spremnosti da se preduzmu odlučni koraci u pravcu zelene gradnje, digitalne infrastrukture, obrazovanja radne snage i podrške decentralizovanom razvoju. Kvadrat poslovnog prostora danas više nije pasivni resurs – on je deo identiteta modernog, funkcionalnog i konkurentnog grada.

M.A.



# Gde je najpovoljnije kupiti stan? Cena kvadrata u Beogradu najskuplja u regionu, Severna Makedonija i Albanija nova hit tržišta



FOTO: PIXABAY

**T**ržište stanova u Srbiji zabeležilo je porast aktivnosti u odnosu na 2023. godinu, mereno rastom broja kupoprodajnih ugovora od 12,8 odsto i rastom vrednosti tržišta od 21,1 odsto. Takođe, umeren rast cena stanova obeležio je celu 2024. sa godišnjom stopom rasta od oko pet odsto, navedeno je u izveštaju Republičkog geodetskog zavoda.

Prosečna cena stana u starogradnji u 2024. godini iznosila je 1.675 evra po metru kvadratnom, što je za 14 odsto više u odnosu na prethodnu

godinu, dok je cena za starogradnju bila 1.750 evra po kvadratu - tri odsto više. Prosečno najjeftiniji kvadrat u starogradnji bio je u Prokuplju - 644 evra, a u novogradnji u Zaječaru - 725 evra po metru kvadratnom. Najskuplju prosečnu cenu kvadrata u starogradnji beleži beogradska opština Stari grad - 3.367 evra, a Savski venac u novogradnji - 4.508 evra.

Najskuplji kvadrat stana prodat je po ceni od 11.811 evra u Beogradu na vodi, dok je najveća suma izdvojena za stan u Beogradu iznosila 2.575.000 evra.

Najveći deo ukupne vrednosti prometa na tržištu nepokretnosti investiran je u stanove, sa iznosom od 4,1 milijarde evra i udelom od 55,6 odsto ukupno prometovane vrednosti.

Beograd dominira u ukupnoj vrednosti prometovanih stanova sa udelom od 54 odsto. U većim gradovima zabeležen je porast u broju ugovora o kupoprodaji stanova, kao i vrednosti tržišta stanova u odnosu na 2023. U Nišu je broj ugovora porastao za 48 odsto, a vrednost 97 odsto, u Kragujevcu broj ugovora 40 odsto - vrednost 87 odsto, u Novom Sadu broj ugovora 30 odsto - vrednost 53 odsto, dok je u Beogradu rast broja ugovora iznosio osam odsto, a vrednost tržišta stanova devet odsto.

Trend koji je prisutan u Srbiji od početka ove godine je smanjenje broja građevinskih dozvola, a licencirani procenitelj nekretnina Milić Đoković navodi da će se to odraziti i na tržište.

- Ako nema dovoljno stanova, ako nema građevinskih dozvola, ako nema dovoljno novogradnje, naravno, da će stanovi da pokupe.

## Kako se kreće cena kvadrata u regionu?

Kada je reč o regionu, najskuplji kvadrat beleži Slovenija. Prema analizama iz ove zemlje, prosečna cena kvadrata prvi put je premašila 3.000 evra i dostigla 3.075 evra, što je se-



FOTO: PIXABAY



dam odsto više nego u drugom kvartalu ove godine i 15 odsto više nego u istom periodu prošle godine. Prosečna cena kvadratnog metra stana u Ljubljani u trećem kvartalu ove godine iznosila je 4.287 evra, što je za nekoliko evra manje nego u drugom kvartalu (4.306 evra) i skoro osam odsto više nego u istom periodu prošle godine.

Kvadratni metar novogradnje u Hrvatskoj dosegao je 2.600 evra, u Zagrebu gotovo 3.000, a ima stanova koji se prodaju i po 6.000 evra. U ostatku zemlje cena se kreće oko 2.350 evra. Prosečna cena kvadratog metra prodatog novog stana u Hrvatskoj u 2024. godini iznosila je 2.504 evra.

- U Hrvatskoj se dešava prebacivanje kupaca iz gornjeg dela Evrope,

pre svega iz Skandinavije, koji imaju tendenciju da dolaze u toplije krajeve - kaže Milić Đoković.

Podaci Monstata govore da je prosečna cena kvadratnog metra stana u novogradnji u Crnoj Gori u prvom kvartalu 2025. godine iznosila 2.158 evra, u Podgorici 2.066 evra, u primorskom regionu 2.328 evra, u središnjem regionu 1.050 evra, dok je u severnom regionu iznosila 1.209 evra.

- Dolazi smena ukrajinskih i ruskih kupaca, dolaze Turci, Izraelci, pa se malo i kod njih komplikuje situacija - navodi naš sagovornik.

U Rumuniji, tačnije u Bukureštu, kombinovana prosečna cena novih i starih stanova u martu 2025. je iznosila 1.963 evra po kvadratnom metru,

što je devet odsto više u odnosu na mart 2024. Stari stanovi su u proseku bili 21 odsto skuplji u odnosu na mart 2024. godine, sa prosečnom cenom od 2.140 evra po kvadratu, dok su cene novih stanova porasle za svega jedan odsto i dostigle vrednost od 1.835 evra po metru kvadratnom.

Izveštaj Eurostata pokazao je da su u trećem kvartalu 2024. godine najveće godišnje poskupljenje stanova zabeležili Bugari - 16,5 odsto. Prema poslednjim podacima agencija za nekretnine i onlajn platformi, prosečna cena nekretnine u Sofiji početkom 2025. godine varira između 1.500 i 1.900 evra po kvadratu, u zavisnosti od površine, vrste izgradnje i stanja nekretnine.

U Bosni i Hercegovini prosečna cena prodatih novih stanova po kvadratu u prvom kvartalu 2025. godine iznosi 3.073 konvertibilnih maraka (oko 1.500 evra) i veća je za 4,8 odsto u odnosu na godinu pre, navodi se u saopštenju Agencije za statistiku BiH.

Albanija se pozicionirala kao novo atraktivno tržište za ulaganja u luksuzne nekretnine na Mediteranu, pa su cene ovde od 2.500 do 5.000 evra. Kada je reč o Tirani, cene variraju od 1.500 do 3.000 evra. U najskupljim delovima grada dostižu cenu i do 5.000 evra.

Severna Makedonija je jedna od najboljih zemalja za ulaganje u nekretnine u Evropi 2025. godine, prema izveštaju kompanije William Russell. Od pandemije cene postepeno rastu, pa su u pojedinim delovima Skoplja stanovi skuplji i za 40 odsto. Prošle godine cene su se kretale od 1.000 do 2.500 evra po kvadratu.

A.K.

# Izazovi divlje gradnje i zagušenosti gradova

Srbija se poslednjih decenija suočava sa ubrzanom urbanizacijom, ali bez strateškog i sistemskog pristupa. Rezultat je gradnja koja često ignoriše osnovne principe urbanizma – funkcionalnost, održivost i javni interes. U praksi to znači prenatrpene gradske četvrti, zatrpane saobraćajnice, nedostatak parkinga, kolaps komunalne infrastrukture i urbanistički haos koji pogađa i privredu i svakodnevni život građana.

Od nelegalne gradnje u „Beogradu na vodi“ pre nego što je projekat formalno počeo, preko višespratnica u uskim uličicama Pančeva, do planiranja bez kanalizacije u prigradskim naseljima Novog Sada – primere divlje ili neplanske gradnje nalazimo u svakom delu Srbije. Gradovi rastu, ali bez jasnog reda. U tom rastu, nestaju zelene površine, opterećuju se postojeći resursi, a kvalitet života rapidno opada.

## Infrastruktura pod pritiskom

U mnogim urbanim sredinama, posebno u Beogradu, Novom Sadu, Nišu i Kragujevcu, postojeća infrastruktura jednostavno nije projektovana da

primi toliki broj novih stanara i vozila. Vodovodne i kanalizacione mreže pucaju pod pritiskom, škole i vrtići su prebukirani, a domovi zdravlja postaju nedostupni.

Uz to, saobraćajna zagušenost postaje hronična. Gradovi se šire horizontalno, bez uvođenja efikasnog javnog prevoza i biciklističke infrastrukture. Time se povećava zavisnost od automobila, što dodatno opterećuje saobraćajnice i povećava zagađenje vazduha.

## Urbanistički planovi – forma bez sadržine

Jedan od ključnih problema jeste nedostatak ažuriranih i poštovanih urbanističkih planova. I kada oni postoje, često se brzo menjaju u korist investitora. Planski dokumenti, umesto da budu okvir za održivi razvoj, često postaju sredstvo za legalizaciju stihijske i politički motivisane gradnje.

Kontrola nad sprovođenjem planova je slaba ili selektivna. Urbanistički nadzor se u praksi svodi na reagovanje nakon izgradnje, umesto da bude preventivna i proaktivna funkcija lokalne vlasti. To otvara prostor za ko-

rupciju, klijentelizam i narušavanje poverenja građana u institucije.

## Tržište nekretnina – balon na klimavim temeljima

Neplanska urbanizacija direktno utiče i na tržište nekretnina, koje poslednjih godina beleži ubrzan rast cena – često bez realnog osnova u kvalitetu stanovanja ili infrastrukturi. Mnoge novogradnje se prodaju po cenama koje pariraju evropskim metropolama, iako se nalaze u naseljima bez osnovnih uslova za život.

Investitori koriste činjenicu da potražnja i dalje postoji – kako zbog unutrašnje migracije ka gradovima, tako i zbog dijaspore koja ulaže u stanove kao vid investicije. U toj trci za kvadratima, često se žrtvuju svi elementi dugoročne održivosti – od kvaliteta gradnje do planskog pozicioniranja objekata.

Zbog toga raste i nepoverenje kupaca. Ugovori su često nedovoljno jasni, infrastrukturni problemi se prikrivaju, a zakonska zaštita potrošača je slaba. Tako se tržište nekretnina pretvara u prostor visokog rizika, gde krajnji kupac najčešće snosi posledice neadekvatne regulative.



## Investitori i javni interes – tenzija koja raste

Jedna od najvećih tenzija u urbanističkom sistemu Srbije jeste odnos privatnih investitora i javnog interesa. Iako su investicije važne za razvoj gradova, u praksi često dominira logika profita, dok se javne potrebe zanemaruju.

Gradske uprave neretko izlaze u susret privatnim interesima tako što menjaju urbanističke planove „na zahtev“, odobravaju povećanu spratnost, smanjuju zelene površine ili dozvoljavaju gradnju na mestima zaštićenim zakonima. Time se narušava osnovni balans između investicionog razvoja i prava građana na kvalitetan životni prostor.

Javni interes se ne može svesti samo na broj izgrađenih kvadrata. On uključuje i dostupnost javnih usluga, zaštitu životne sredine, kulturni identitet prostora, kao i dugoročnu funkcionalnost naselja. Potrebno je da lokalne samouprave razviju kapacitete da pregovaraju sa investitorima iz pozicije snage, štiteći širu zajednicu.

## Uloga lokalnih samouprava – između pritiska i odgovornosti

Lokalne samouprave igraju ključnu ulogu u planiranju urbanog razvoja, ali su često rastrzane između realnih ograničenja (budžet, kadrovi, politički pritisci) i sve većih potreba stanovništva. U mnogim opštinama nedostaju urbanisti, geodeti, pravnici i inženjeri koji bi mogli da sprovedu kvalitetne planove i nadzor.

Bez obzira na izazove, lokalna vlast mora da bude nosilac promena. Uvođenje transparentnih procedura, javnih rasprava, digitalnih alata i konsultacija sa građanima ne mora da bude skupo, ali može značajno da poveća poverenje u sistem.

Kada građani imaju osećaj da učestvuju u oblikovanju svog okruženja, raste i odgovornost zajednice za njegovo očuvanje. A to je naposljetku najvažniji kapital svakog urbanog prostora – osećaj da grad pripada onima koji u njemu žive.

## Konkretno posledice neplanske gradnje

Jedan od najvidljivijih problema neplanske urbanizacije u Srbiji ogleda se u lošoj i često nepostojećoj komunalnoj infrastrukturi. Mnoge novogradnje, posebno u prigradskim naseljima i turističkim centrima poput Zlatibora, Kopaonika ili Fruške gore, nemaju priključke na kanalizacionu mrežu, niti odgovarajuće rešenje za upravljanje otpadnim vodama. Kao rezultat toga, otpad često završava direktno u rekama, jezerima i podzemnim vodama, ugrožavajući i ljude i biodiver-

zitet. U Vrnjačkoj Banji, recimo, tokom letnjih sezona sistem kanalizacije redovno kolabira, jer nije projektovan za toliki broj ljudi.

Zelene površine, koje bi trebalo da čine pluća gradova i amortizuju uticaj zagađenja, postale su kolateralna šteta gradnje bez reda. Prema zvaničnim podacima, Beograd godišnje izgubi više od deset hektara zelenih površina zbog novih stambenih i poslovnih objekata. Na Novom Beogradu, nekada poznatom po širokim bulevarima i parkovima, svaka nova zgrada niče na račun drvoreda i igrališta. Time se narušava mikroklima, povećava temperatura tokom leta i smanjuje kvalitet vazduha, što direktno utiče na zdravlje stanovništva.

Subotica je primer grada koji ima urbanistički plan, ali nedovoljno političke volje da ga dosledno sprovodi. Iako su u poslednjoj deceniji izrađeni kvalitetni prostorni planovi koji predviđaju zaštitu određenih zona, mnogi objekti se ipak grade mimo tih planova – često uz „privremene“ dozvole koje se kasnije legalizuju. Posledica su saobraćajni kolapsi, zagušena mreža vodovoda i kanalizacije, te narušena



kulturno-istorijska celina grada. Stanovnici često ne znaju kome da se obrate, jer se nadležnosti prepliću i razvodnjavaju.

Ekstreman primer neplanske gradnje je Zlatibor, koji se iz planinskog sela pretvorio u mini-metropolu bez saobraćajne infrastrukture, kanalizacije i adekvatnog upravljanja otpadom. Umesto pejzaža, posetioce danas dočekuju višespratnice, kranovi i betonski zidovi. U trci za profitom, zaboravlja se osnovna svrha takvih mesta – da budu zona odmora, tišine i prirodnog balansa. Umesto toga, dobijamo urbanu zagušenost na 1.000 metara nadmorske visine.

### Kopenhagen planira za ljude, ne za profit

Danska prestonica Kopenhagen često se navodi kao primer uzornog urbanog razvoja. Ovaj grad je decenijama unazad pažljivo ulagao u održivu infrastrukturu, biciklističke staze, zelene površine i ekološku gradnju. Svaka nova stambena jedinica mora biti povezana s javnim prevozom, a minimalno 25 odsto površine mora biti ostavljeno za zajednički, zeleni prostor.

Kanalizacija i sistem za odvod kišnice planiraju se zajedno sa svakim kvartom, ne kao naknadna investicija. Poseban akcenat stavlja se na participativno planiranje — građani su aktivno uključeni u sve faze urbanističkog odlučivanja. Kopenhagen pokazuje da gradovi mogu da rastu, ali da pri tom ne moraju da postanu neregulirani kaos — već funkcionalni, zdravi, lepi prostori za život.

### Neophodna reforma

Urbanističko planiranje nije samo birokratski proces – to je vizija o tome kako želimo da živimo. Uređeni gradovi imaju dugoročne strategije koje predviđaju rast populacije, promenu klime, održivi prevoz i zelene površine. Nove zgrade se ne projektuju samo po tržišnim zahtevima, već i po kriterijumima ekološke održivosti i dostupnosti infrastrukture. U idealnom slučaju, svaki objekat je deo šire celine, a ne sam za sebe.

Stanovnici imaju pravo da znaju kako se gradi oko njih, da učestvuju u odlučivanju i da žive u bezbednom, zdravom i funkcionalnom prostoru. Pravo na grad podrazumeva više od

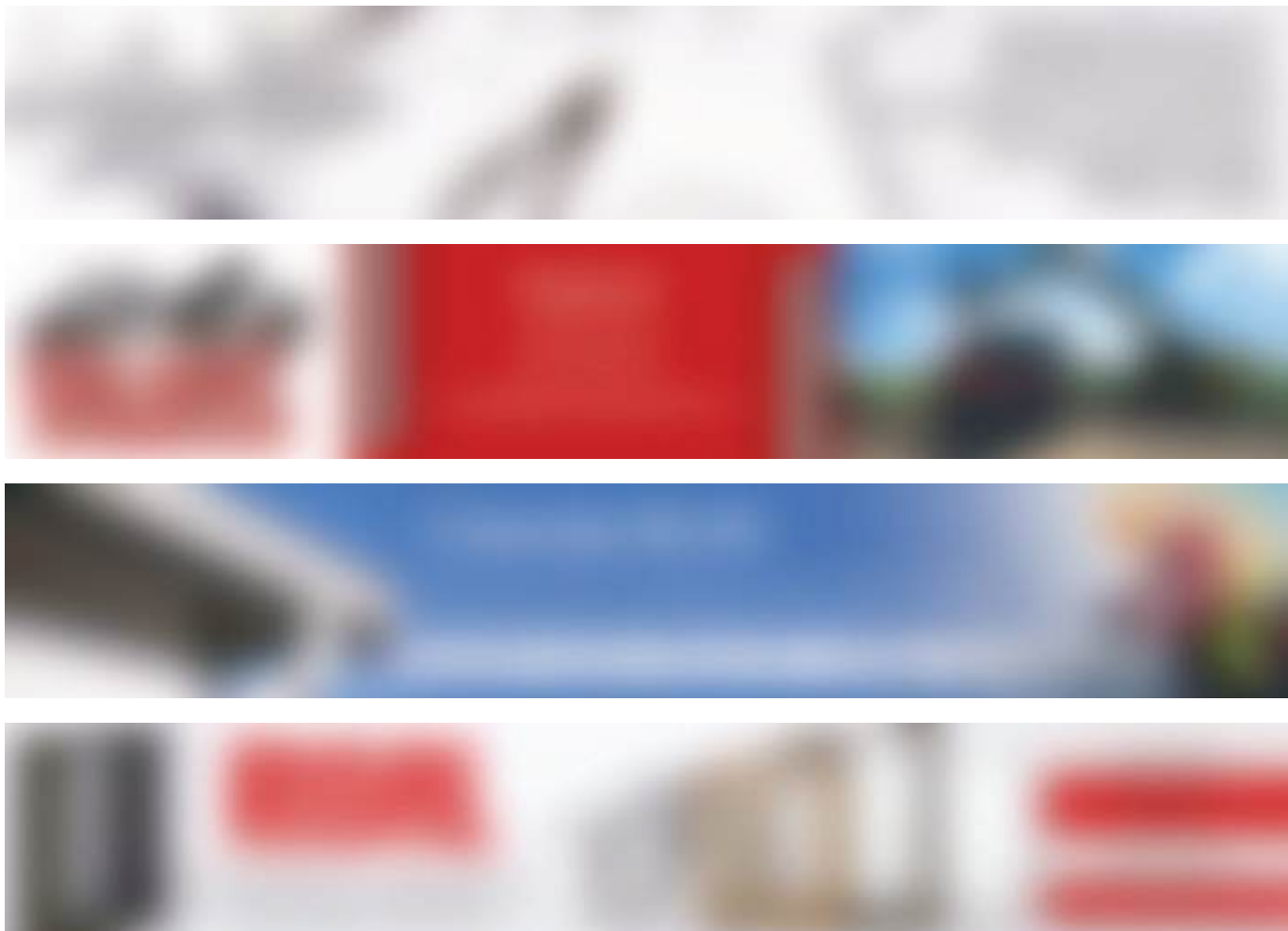
kvadrature stana – to je pravo na čist vazduh, javni prevoz, kanalizaciju, zelene površine i transparentnu upravu. Bez toga, urbani razvoj postaje izvor krize, a ne napretka.

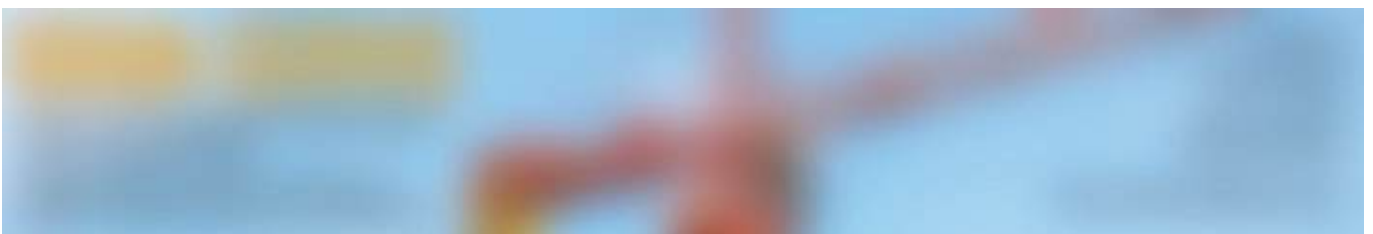
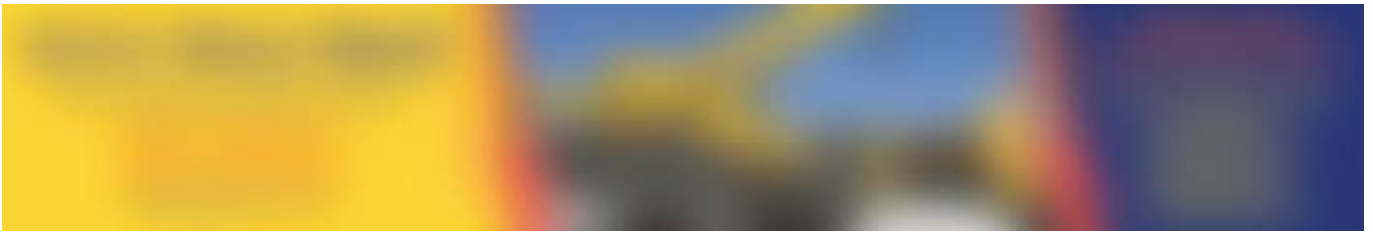
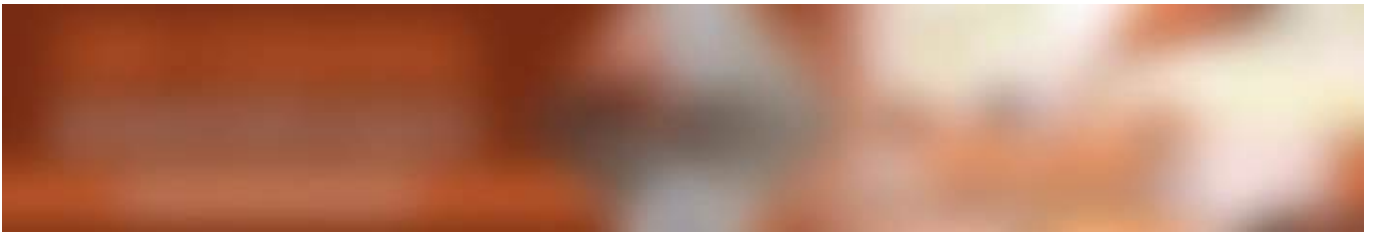
Rešenje problema neplanske urbanizacije zahteva sveobuhvatan pristup. Potrebna je reforma sistema urbanističkog planiranja, pooštavanje kontrole nad investitorima, unapređenje infrastrukture i jačanje institucija lokalne samouprave.

Digitalizacija urbanističkih procedura, obavezne javne rasprave i veća participacija građana mogu pomoći u vraćanju kontrole nad razvojem gradova. Uz to, važno je razvijati mehanizme odgovornosti – kako za investitore, tako i za javne službenike koji krše propise.

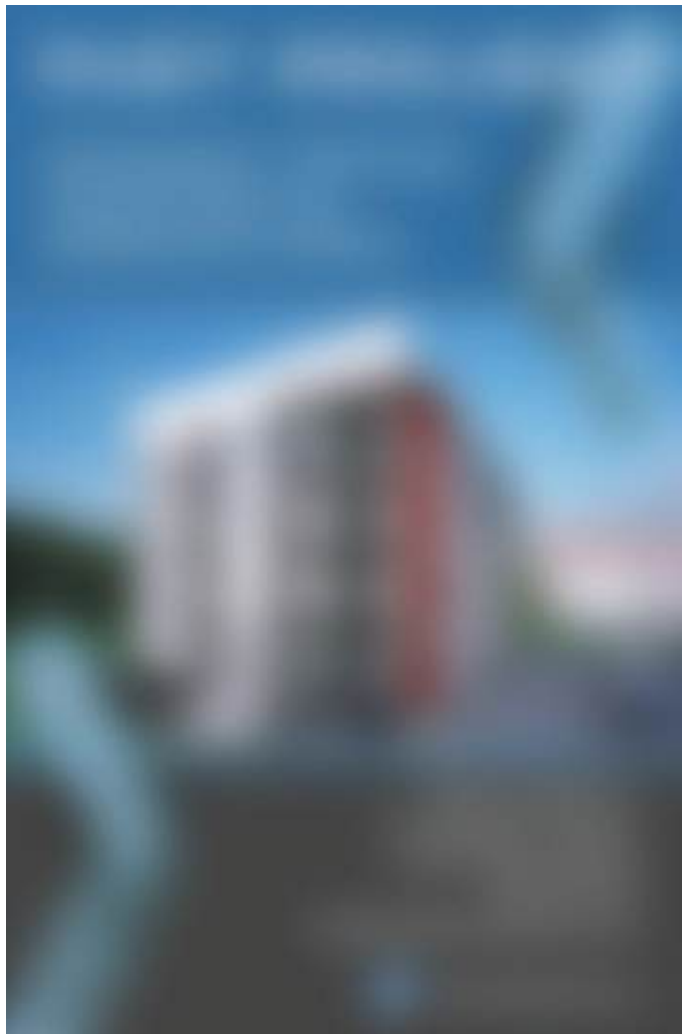
Urbanizacija nije sama po sebi problem – ona može biti prilika za modernizaciju i unapređenje kvaliteta života. Ali bez plana, pravila i odgovornosti, postaje generator tenzija, zagađenja i društvenih nejednakosti. Srbiji je hitno potrebna urbanistička politika koja ne služi profitu pojedinca, već interesu zajednice.

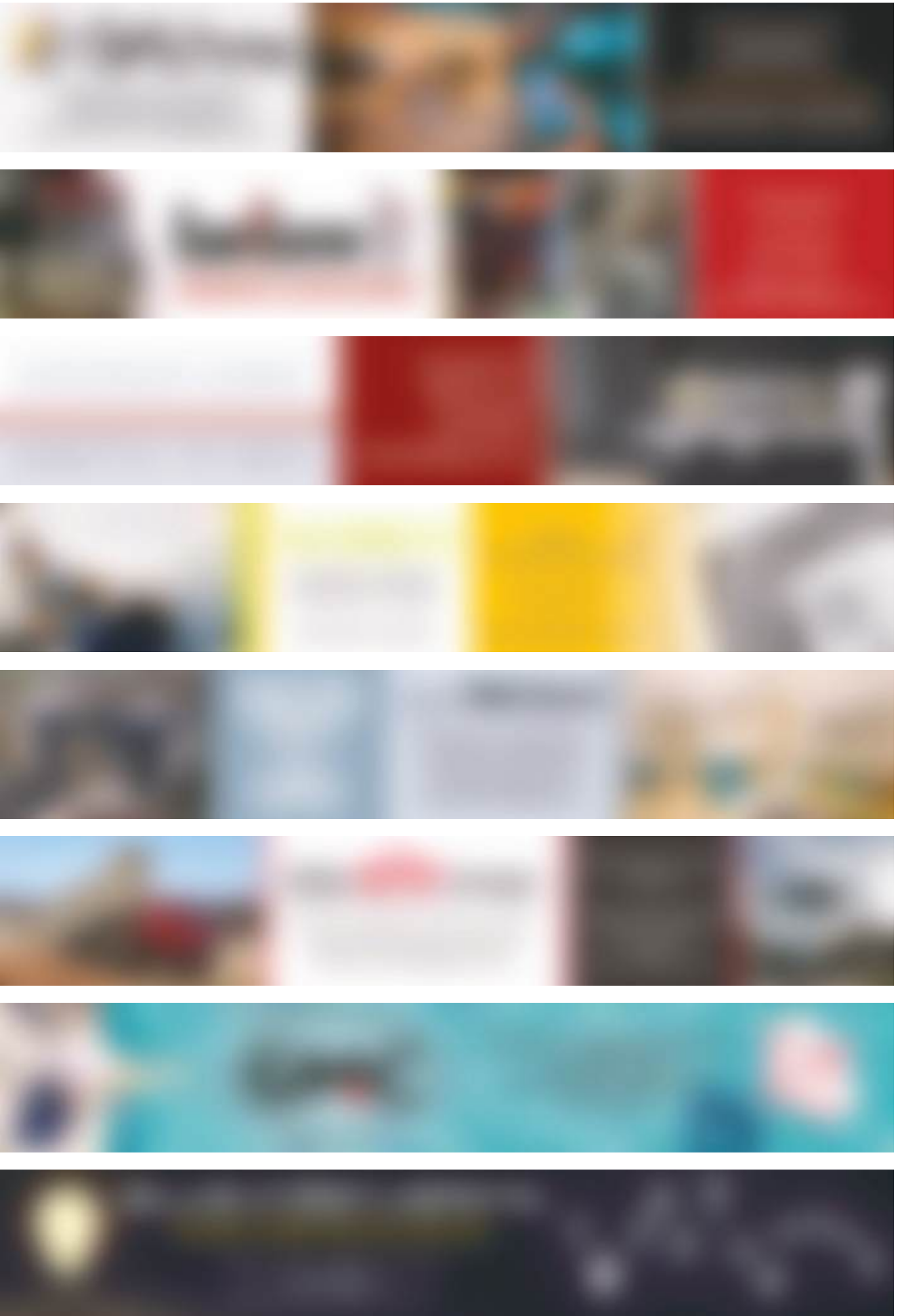
J.V.



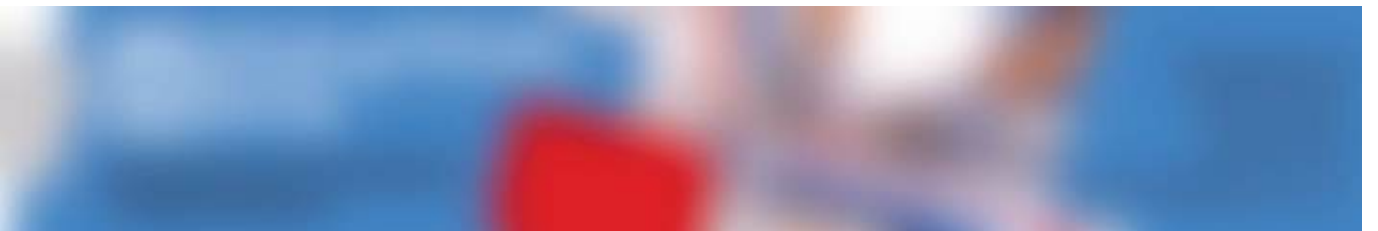
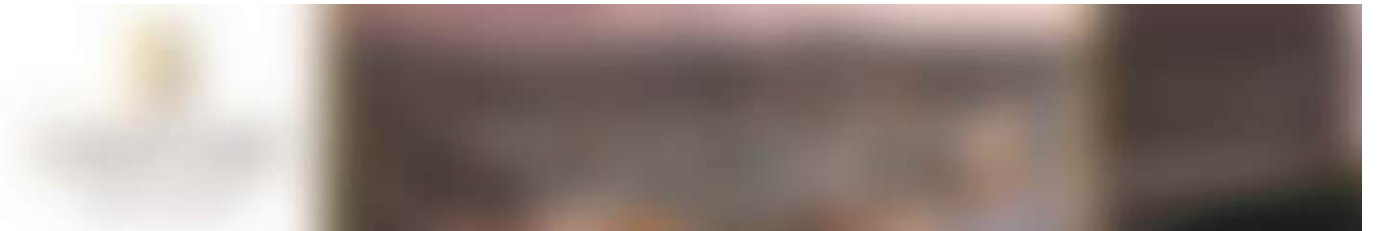
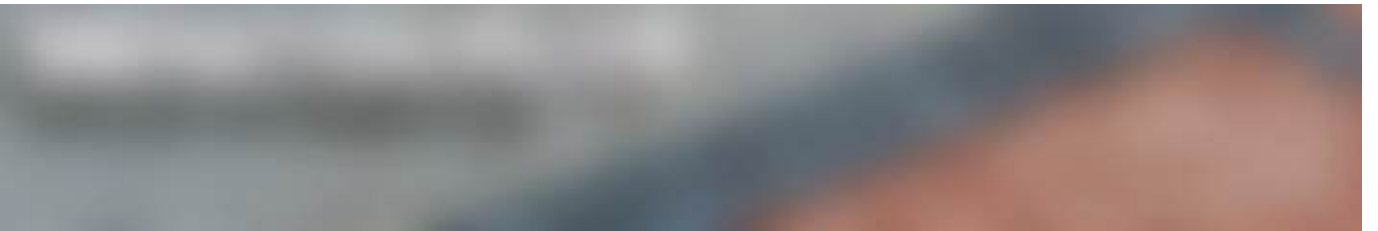
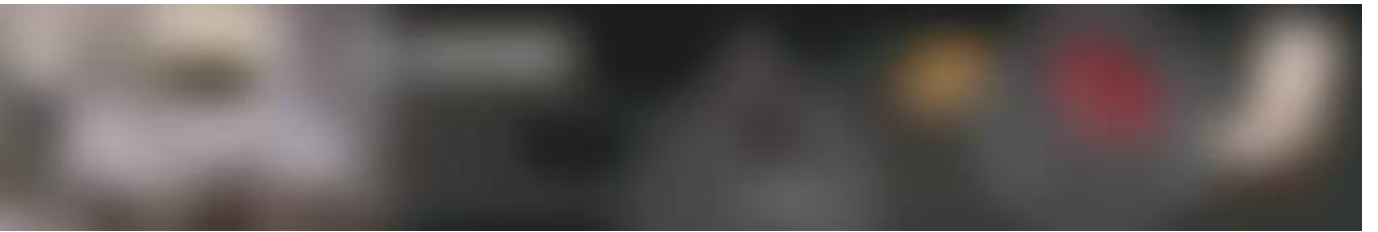
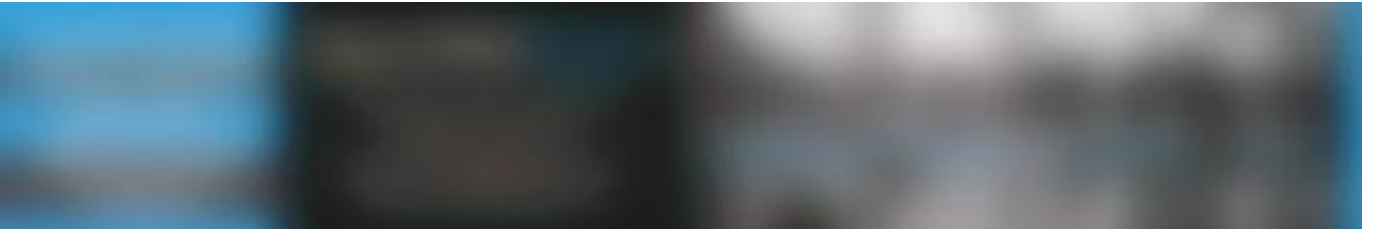














KULTURA,  
UMETNOST I  
OBRAZOVANJE

# Perspektive kulturne ekonomije

## Da li se umetnost može izvoziti?

**U**svetu u kome informacije, proizvodi i usluge svako-dnevno prelaze granice, umetnost se sve više posmatra ne samo kao izraz lične i kolektivne emocije, već i kao izvozni potencijal. Slika, mozaik, instalacija, performans, digitalni rad - sve su to oblici izražavanja koji ne pripadaju isključivo mestu nastanka. Oni mogu (i treba) da pronađu svoj put do galerija u Njujorku, sajмова u Bazelu, kolekcionara u Seulu ili virtuelnih prostora dostupnih publici širom sveta. Međutim, da li je to zaista tako - naročito u Srbiji?

- Iako za svet kažu da je 'globalno selo', kulture su po svojoj prirodi hermetične, one finansijski moćnije su suverene i štite svoje umetnike kao i drugu svoju 'robu', centri moći svojim uticajem teže da se preliju i ka periferiji, kapilarno, zato ne verujem mnogo u 'probijanje' na tržištu. Motivishe me znanje da je snaga umetničkog dela akumulirana, samoobnovljiva i opstaje nezavisno, lokalno obojena tradicijom i ima ekspanzivni potencijal u sferama gde vulgarni zakoni tržišta ne dopiru - mišljenja je Bisenija Tereščenko, akademska slikarka i mozaičarka.

Iza srpske umetnice mnogo je samostalnih i grupnih izložbi kako u našoj zemlji tako i u inostranstvu, a njeni autorski radovi krase brojne sakralne građevine, ali i javne objekte.

- Moja dela kod publike izazivaju zanimanje i pohvalu na izložbama, bilo da je to strana ili domaća publika. Sam pojam „tržište“ obuhvata zakone ponude i potražnje, robno-novčane razmene. Mozaik je jako skupa tehnika, sporo se radi, nije egzistencijalno neophodan, a po današnjoj modi

nije ni statusni simbol. Pojam mozaik je jako širok, i pod njega potpadaju i banalni konfekcijski plastični šabloni do najfinijeg umetničkog izraza. Malo je ljudi koji razlučuju finese, koji bi mogli sebi da priušte mozaik i koji imaju i jaku motivaciju da to učine. Potrebno je dublje poznavanje tradicionalnih tehnika i ljubav prema njima da bi se čovek sa apetitom opredelio da poseduje mozaik - objašnjava Bisenija Tereščenko i dodaje:

- U mom radu nema takozvane poslovne politike i propagande, jer reklama podrazumeva manipulaciju i kompromise koje ja ne mogu sebi da priuštim dok fokusirano stvaram. Kupci dolaze iznenada, sudbinski, u trenucima njima jako važnim, kao što je dar za crkvu, izrada specifičnog poklona za najvažnije događaje kao što je obeležavanje jubileja, izuzetnog umetničkog doprinosa privatnom prostoru... Naručilac i ja tom saradnjom ostajemo povezani zauvek jer sama realizacija predstavlja svojevrstu avanturu u koju se upuštamo svako sa svoje strane. Reče se desi da prodam neki rad koji sam radila nenamenski, neki svoj izložbeni hir. Naručioc mozaika kao da žele da činom kupovine budu integralni deo ostvarenja.

Ukoliko umetnost sagledavamo na ovaj način - kako bi ona uopšte mogla da se izvozi, naročito u zemljama koje još uvek grade svoju poziciju na globalnoj kulturnoj mapi?

### Kada se susretnu umetnost i tržište

Kulturna ekonomija je pojam koji opisuje spoj kreativnog izražavanja i tržišnog funkcionisanja. U njenom



okviru nalaze se vizuelne umetnosti, muzička i filmska industrija, dizajn, arhitektura, izdavaštvo, ali i nova digitalna forma kao što su NFT-ovi i interaktivni umetnički projekti. Ove industrije nisu samo „lepe i zanimljive“ - one generišu prihode, zapošljavaju milione ljudi širom sveta i značajno doprinose BDP-u mnogih zemalja.

Prema izveštajima UNESCO-a i Svetske banke, kreativne industrije čine između tri i sedam odsto globalnog BDP-a. U nekim državama, poput Ujedinjenog Kraljevstva, taj procenat je još i viši. Kulturni sadržaji postaju strateški resursi - ne samo za ekonomiju, već i za razvoj „meke moći“ zemlje, njenog međunarodnog ugleda, turizma i kulturne diplomatije.

- Mozaik je spora i skupa tehnika, ne prati dinamiku buržoaske ekspanzije u kojoj preduzimači radi efikasnosti nameću luksuznu ili manje luksuznu konfekciju. Mozaik je zbog toga na periferiji tržišne dinamike, ali je zato sam po sebi uvek deo nekog velikog, svečanog događaja. Negujem svoju izložbenu aktivnost gde komuniciram neposredno sa suptilnijom publikom, bez razmišljanja o prodaji jer je mo-



FOTO: BISENIJA TEREŠČENKO,  
PRIVATNA ARHIVA

zaik po ceni manje pristupačan. Sa druge strane primenjena, najčešće crkvena umetnost mi daje priliku da zaradim za životnu egzistenciju - navodi umetnica.

U mnogim zemljama su izvoz umetnosti i kulturna politika usko povezani. Francuska ima razgranatu mrežu kulturnih instituta koji promovišu savremenu umetnost. Južna Koreja je zahvaljujući strateškom ulaganju u pop kulturu stvorila globalni talas interesa za svoj jezik, estetiku i identitet. Japan, Brazil, Kanada - svi imaju modele u kojima država direktno pomaže umetnicima da se predstave van granica, bilo kroz finansije, logistiku, edukaciju ili promociju.

Za manje zemlje i mlade umetnike, takva podrška može da bude presudna. Pitanje koje se postavlja jeste može li Srbija da razvije sličan sistemski pristup?

- Slažem se principijelno sa stavom da društvo i zajednica, u organizacionom smislu umetnost treba da doživljavaju kao nekomercijalnu oblast rasta, da ona ne bi trebalo da nosi na sebi teret tržišnih, špekulativnih zakona. Dopada mi se praksa ili bar

pokušaj da se umetnička, duhovna nadgradnja društva podrži iz budžeta i da država umetnicima otkupljuje dela da bi društvo kroz umetnike krepilo i gradilo sopstveni umetnički identitet. Sada kada je tehnologija potisnula tradicionalnu likovnu umetnost iz oblasti koju je imala kada je jedina imala ulogu vizuelnog identiteta i oplemenjivanja društvenog i duhovnog života, uloga države kao regulatora vrednosti bila bi od velikog značaja - potvrđuje naša sagovornica.

- Relikti plemenite, socijalističke prakse, odražavaju se u tome da je moguće steći status samostalnog umetnika u nekom od umetničkih udruženja gde odabrani umetnici dobijaju socijalno i zdravstveno osiguranje iz budžeta, minimalno, ali paradigmatično za ideju da o tome da umetnost po svojoj ulozi i važnosti nadilazi oblast komercijalnog. Smatram, u idealnom smislu, da bi umetnici trebalo da rade spontano i odgovorno da se u konačnici umetnost, kroz identitet cele nacije, „izvozi“ udruženim snagama. Zapadni centri moći na sličan način formiraju svoju kulturnu politiku „mekog“ pritiska. Značajni umetnički poduhvati bi mo-

rali biti imperativno poveravani samo domaćim umetnicima koje neguju naši univerziteti. U tome je uloga države (galerije i kustosi su podizvođači) u idealnom smislu, a samo idealima možemo i stremiti i za njih se boriti, neidealne stvari su nužni i gorki kompromisi.

### Kako se izvozi umetnost

Za razliku od klasičnih izvoznih sektora, umetnost se ne transportuje samo u fizičkom smislu. Ona putuje i kroz ideje, priče, narative, kao kulturni sadržaj koji reflektuje vrednosti, identitet i vreme u kojem nastaje.

- Domaće tržište mozaika je najviše posvećeno crkvenoj umetnosti i oslanja se na pojedince, donatore, etnopsihološki koloritne koji imaju potsticaj ne samo u pojmu 'imati umetničko delo' nego biti darodavac, deo istorije i tradicije srpskog naroda. Ako kupuju mozaičku ikonu to čine i zbog pokolenja da utvrde porodičnu lozu, drže je na okupu, uvezuju. Kada sam imala par narudžbina iz Italije motivi su bili slični, ljudi su želeli da predstavim portrete bližnjih - ističe Bisenija Tereščenko.

Ipak, iza ovako apstraktnog sloja kriju se vrlo konkretni mehanizmi koji omogućavaju da umetničko delo, bilo fizičko ili digitalno, stigne do inostrane publike.

Jedan od najčešćih puteva izvoza umetnosti su međunarodni umetnički sajmovi, poput Art Basela, Frieze Londona ili Viennacontemporary, gde galerije i umetnici imaju priliku da predstave radove kolekcionarima, kustosima i institucijama iz celog sveta. Da bi došli do takvih pozicija, mnogi umetnici najpre ostvaruju saradnju sa galerijskim zastupnicima koji ih predstavljaju na tržištu i vode pregovore o prodaji, izlaganju i distribuciji.

Značajnu ulogu imaju i rezidencijalni programi, koji omogućavaju umetnicima da stvaraju i izlažu u inostranstvu, povezujući se sa lokalnom scenom i otvarajući vrata ka novim tržištima. Tu su i međunarodni konkursi i bijenali, poput Venecijanskog bijenala ili Manifeste, koji mogu značajno

da doprinesu profesionalnom profilu umetnika.

U digitalnom dobu onlajn platforme su otvorile nove pravce izvoza - bez posrednika i bez geografskih ograničenja. Platforme poput Saatchi Art, Artsy, Etsy, Behance, ali i društvene mreže poput Instagrama, postale su digitalne galerije u kojima umetnici sami izlažu, prodaju, umrežavaju se i grade svoj vizuelni identitet. U nekim slučajevima digitalni prostor je prvi i jedini kontakt koji umetnik ima sa međunarodnim kolekcionarima, a direktna komunikacija putem imejla ili poruka sve češće zamenjuje tradicionalne pregovore preko galerija.

Ne treba zanemariti ni ulogu kulturnih instituta, ambasada i fondova za savremenu umetnost, koji pomažu umetnicima da izlažu van zemlje kroz stipendiranje, organizaciju izložbi, umrežavanje sa inostranim partnerima i logističku podršku.

Umetnici iz Srbije i regiona sve češće nalaze svoje mesto na međunarodnoj sceni, ali to retko dolazi spontano. Neki od njih grade karijere kroz klasične galerijske sisteme i institucionalnu podršku, dok drugi koriste isključivo digitalne alate - sajtove, portfolije, društvene mreže, newslettere i e-trgovinu - kao sredstvo za širenje svoje vidljivosti.

U oba slučaja, zajednički imenitelj ostaje isti: umetnik postaje ne samo



FOTO: PIXABAY

stvaralac, već i preduzetnik - neko ko aktivno upravlja sopstvenom vidljivošću, pozicioniranjem i pristupom tržištu. Izvoz umetnosti, dakle, nije samo pitanje pakovanja i slanja dela preko granice - već proces dugotrajnog pozicioniranja unutar kompleksnog međunarodnog kulturnog sistema.

### **Barijere i prepreke izvoza**

Iako umetnost ima potencijal da postane snažan izvozni resurs, put ka međunarodnom tržištu često je znatno složeniji nego što se na prvi pogled čini. Mnogi umetnici suočavaju se sa brojnim izazovima, kako logističkim, tako i sistemskim i društvenim.

Na prvom mestu je komplikovana birokratija: izvoz umetničkih dela iz mnogih zemalja zahteva posebne dozvole, procene vrednosti, plaćanje taksi ili takozvanih „kulturnih izlaznih dozvola“ koje se izdaju sporo ili uz mnogo administrativnih prepreka. Čak i kada postoji volja umetnika da svoje delo pošalje u inostranstvo ili da ga fizički izloži često dolazi do problema sa transportom, carinom i papirologijom. Umesto da sistem podstiče kulturnu mobilnost, on je često sputava.

Drugi važan faktor je nedostatak institucionalne podrške. Mnoge zemlje u tranziciji, uključujući Srbiju, nemaju razvijenu i stabilnu strategiju kulturne diplomatije, ni sistemsku infrastrukturu koja bi omogućila umetnicima kontinuirano i dugoročno prisustvo na stranim tržištima. Kulturne politike se često menjaju u skladu sa političkim prioritetima, dok podrška savremenoj umetnosti zavisi od kratkoročnih projekata i pojedinačnih entuzijasta unutar institucija.

Jedan od dubljih problema je nepostojanje jasne strategije kulturne promocije države. Umetnici i kulturni radnici često funkcionišu izolovano, bez sinergije sa turizmom, privredom, diplomatijom ili obrazovanjem - sektorima koji bi mogli zajednički da grade kulturni identitet zemlje u inostranstvu. U takvom okruženju umetnici postaju svojevrsni „kulturni ambasadori“ bez ambasade - pojedinci koji sami pokušavaju da stvore veze, umesto da budu deo šireg sistema.

Tome treba dodati i društveni otpor ka tržišnom posmatranju umetnosti. I dalje je prisutna romantična predstava umetnika kao „boema“ koji stvara iz lične potrebe, daleko od tržišnih za-

## **BISENIJA TEREŠČENKO O SVOM UMETNIČKOM PUTU**

- Dubinsku građu našeg života, naša stremjenja i ostvarenja, određuju naši talenti. Put kojim idemo nas mami i navodi onoliko koliko ga sami krčimo i osvajamo. Slikanje i mozaik kao jedna od slikarskih tehnika su glavni koridori kojima se odvija moj život. Likovni način izražavanja nije odvojen od opuštajućeg dela svakodnevice umetnika već se sa njim prepliće, krasí ga i obogaćuje. Najlepši deo odmora mi je kada slikam.

Sva deca crtaju kada im se pruži prilika, ali oni talentovani još tada svojim crtežima skreću na sebe širu pažnju drugova, učiteljice, nastavnika likovne kulture... Time spontano započinje definisanje njihove samosvesti o svojoj ulozi u društvenom smislu. Talentovano dete još kolektivno školskog odeljenja svesno doprinosi u prilikama kada mu se poveravaju ozbiljniji zadaci u vezi likovnog izražavanja i ukrašavanja. Tako je bilo i sa mnom.

Kasnije sam svoj talenat nastavila da usavršavam klasičnim, institucionalnim putem, na Fakultetu likovnih umetnosti u Beogradu gde sam diplomirala i kasnije magistrirala na predmetu zidno slikarstvo. Proces zvanične legitimizacije mog stvaralačkog bića još traje time što sam upisala doktorske studije na Fakultetu primenjenih umetnosti u Beogradu. Iako sam svesna da se uči ceo život, kroz rad, radujem se danu kada ću se osloboditi rokova i troškova koje nameće obrazovni sistem danas. Odabrala sam i za doktorski umetničko-istraživački rad mozaičku tehniku iz istog razloga iz kog me je u toku studija slikarstva privukla.

U toj tradicionalnoj tehnici umetnik barata specifičnim materijalom koji nije samo esencija i polazište kao što su pigmenti i medijum već koji ima svoju geološku biografiju, dostojanstvo, samostalnost. Ujedno, kamen ima i volju da se potčini upornom umetniku - istraživaču, da ga obrađuje svojim postojanjem i da se povinuje obradi koja ga čini delom jednog novog duha i estetike kojom zrači stvaralački proces i gotovo umetničko delo.

konitosti. U tom okviru, ideja da umetničko delo ima cenu, da se može reklamirati ili prodavati često se doživljava kao kompromis sa „pravim“ umetničkim vrednostima. Takav pristup obeshrabruje umetnike da se ozbiljno posvete razvoju svog poslovnog modela i sprečava formiranje održive umetničke scene.

Poseban problem predstavljaju nedostatak edukacije i informacija. Umetnici često ne znaju kako da postavite cenu svog rada, kako da napišu ugovor, kako da zaštite autorska prava, vode evidenciju o prodaji ili pregovaraju sa galerijama. U manjim sredinama o ovim temama se gotovo uopšte ne govori - formalno obrazovanje retko uključuje komponente koje se tiču poslovnih aspekata umetničke profesije, a neformalni programi su sporadični i mahom nedostupni.

Kao rezultat svega navedenog, umetnici su često prepušteni sami sebi. Bez mentora, bez jasnog puta i bez sistemske podrške, oni grade svoje međunarodne karijere oslanjajući se na intuiciju, sreću, lične kontakte i digitalne alate koje sami uče da koriste. I dok su neki u tome uspešni, veliki broj njih ostaje nevidljiv - ne zbog manjka talenta, već zbog manjka pristupa znanju, resursima i institucionalnoj zaštiti.

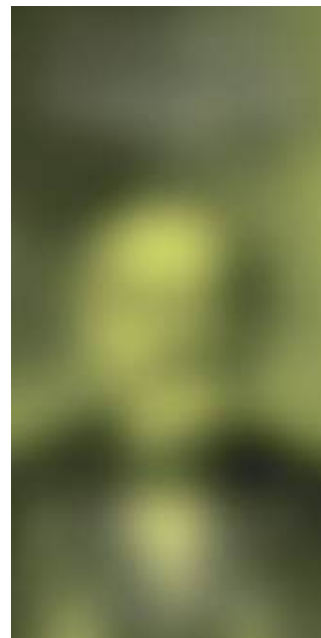
U tom smislu, izvoz umetnosti nije samo pitanje umetničkog kvaliteta, već i infrastrukture, obrazovanja, mentaliteta i političke volje. Sve dok se o umetniku ne bude razmišljalo kao o preduzetniku u kulturnom sektoru, a o umetničkom radu kao o kulturnoj i ekonomskoj vrednosti izvozni potencijal umetnosti ostaće delimično neiskorišćen.

## Umetnost kao resurs budućnosti

Umetnost nije luksuz. Ona je resurs - i duhovni, i identitetski, i ekonomski. Potrebno je redefinisati način na koji kao društvo posmatramo umetnike: ne kao usamljene stvaraoce, već kao aktivne učesnike u jednoj važnoj grani savremene ekonomije.

Izvoz umetnosti nije samo posao za one „koji znaju nekog u inostranstvu“. To može i treba da bude deo strateškog plana razvoja, obrazovanja i kulturne politike. Jer svaki umetnički rad koji pređe granice nosi sa sobom i delić kolektivne vrednosti zemlje iz koje dolazi.

Zato je neophodno ulagati ne samo u umetnike, već i u infrastrukturu koja ih podržava - od obrazovanja i kulturnih centara, do fondova, savetovališta i međunarodnih partnerstava. Kada se umetniku otvore



vrata ka svetu, otvara se i mogućnost da svet bolje razume zemlju iz koje on dolazi. U tom susretu tržišta i stvaralaštva, umetnost prestaje da bude elitistički simbol, a postaje most između jezika, ljudi, kultura i ekonomija.

I.T.



FOTO: PIXABAY

## Uloga kulturnih manifestacija u razvoju lokalnih zajednica

# Višestruka korist od organizovanja festivala

**B**rojne i raznovrsne manifestacije održavaju se u svim krajevima Srbije, a bilo da je reč o velikim i popularnim ili onim manje poznatim u malim mestima, sve imaju značajan uticaj na lokalni razvoj. Turizam na lokalnu poskoči u tih nekoliko dana, a to je onda točak koji zakotrlja ostale sfere, naročito u manje razvijenim sredinama. Na jednom mestu okupe se svi - organizatori, učesnici, posetioci i domaćinima donesu novi elan, zaradu, poslovne prilike. U lancu svi učestvuju i svi su na dobitku - ugostitelji, zanatlije, kreativci, kulturne ustanove, trgovine, proizvođači...

Kulturni festivali i smotre nude bogate sadržaje i okupljaju ljubitelje pozorišta, filmova, muzike, igre, likovne umetnosti, jezika, starih zanata. Na taj način obogaćuju kulturni život lokalnih zajednica, doprinose očuvanju tradicije, ali i afirmaciji savremenih umetnika.

U Srbiji se najveće kulturne manifestacije koje okupljaju najviše posetilaca održavaju uglavnom u većim gradovima, poput Festa, Bifea, Festivala igre i Sajma knjiga u Beogradu, Exita i Sterijinog pozorja u Novom Sadu, Arsenal festa u Kragujevcu, Filmskih susreta u Nišu. Njihov uticaj na

razvoj ovih gradova jeste ogroman i višeslojan, ali se u manjim sredinama uticaj kulturnih manifestacija daleko više primeti i oseti. Neka manja mesta upravo festival brendira i nadaleko o njima ponese glas. Tako je asocijacija na Ivanjicu postala čuvena Nušićijada, Zaječar je proslavila Gitarijada, maleni Sopot festival Sofest, a Mionincu Mišičevi dani. Ova mesta žive za festival, mesecima se pripremaju, željno iščekuju goste, za njih je to mnogo više od nekoliko festivalskih dana.

Bez obzira na vrstu manifestacije, uz glavni program često se organizuju i izložbe, radionice za decu i odrasle, nastupi lokalnih umetnika, ali i prodajni bazari. Upravo oni su veoma važni za lokalno stanovništvo, jer je to prilika da predstavi svoje autentične proizvode, umeće, talente, ali i hobije. Često je baš to prilika za male domaće proizvođače da prvi put ponude svoju robu i na taj način promovišu svoj biznis i dobiju prvu reklamu.

Za lokalno stanovništvo održavanje ovakvih manifestacija važno je i zbog razvijanja lokalnog identiteta i pripadnosti, samopoštovanja i, naravno, imidža samog mesta. To dalje vodi razvoju još važnijih društvenih vrednosti - povećanju međusobnog

razumevanja i saradnje u zajednici. Sa ekonomskog aspekta povećava se samoodrživost mesta, a boljitku doprinose i eventualna infrastrukturna poboljšanja za potrebe festivala koja ostaju na korist lokalnom stanovništvu.

### Vukov sabor održava se više od devedeset godina

Najstarija kulturna manifestacija u Srbiji Vukov sabor održava se u Loznici i Tršiću, rodnom mestu Vuka Stefanovića Karadžića. Sećanjem na Vukovu ličnost i delo organizatori se trude da šire prosvetiteljske ideje, neguju i čuvaju jezik i narodnu baštinu, kao i da podstiču razvoj književnosti i narodnog stvaralaštva. Nastala je pre više od devet decenija, kada je rekonstruisana Vukova spomen-kuća, a sadržaj je vremenom postajao sve bogatiji, pa od 1970. godine traje nedelju dana.

- Veliku korist od održavanja manifestacije pre svega imaju grad Loznica i Centar za kulturu, guslarska i folklorna udruženja koja učešćem u programu predstavljaju svoja dostignuća i umeća. Takođe, naša manifestacija je važna i za različite ustanove kulture u Srbiji i regionu, kao i za Slaviste iz drugih zemalja koji učešćem na Saboru

usvajaju nova znanja iz srpskog jezika i kulture – poručuju iz Centra za kulturu Vuk Karadžić iz Loznice, koji Sabor organizuje uz podršku Grada Loznice i Ministarstva kulture.

Kako navode, rodno mesto reformatora srpskog jezika ima veliku korist od ove manifestacije, pre svega lokalno stanovništvo Tršića i Korenite, jer se u ova mesta neprestano ulaže radi očuvanja, zaštite i unapređenja prisutnih prirodnih i stvorenih vrednosti, kao i u unapređenje uslova života u ovim naseljima.

- Samo prisustvo Spomen kuće u Tršiću ima veliki uticaj na održivo ulaganje, kao i drugih objekata narodnog graditeljstva u ovom mestu. Vukovu spomen kuću godišnje poseti oko 50.000 ljudi – navode organizatori Sabora koji je 2012. godine upisan u Nacionalni registar nematerijalnog kulturnog nasleđa Srbije.

### **Exit i Guča pune lokalne budžete**

Popularni muzički festivali okupljaju veliki broj učesnika i masovnu publiku, što je za lokalni budžet pravo blago. Godinama jedan od najboljih evropskih muzičkih festivala i jedan od naj-

## **SPOJ HRANE I KULTURE JE DOBAR RECEPT ZA OČUVANJE TRADICIJE**

Razne „ijade”, popularno nazvane manifestacije poznate po hrani koje postoje u gotovo svakom kraju naše zemlje, nisu samo gastronomske smotre, već istovremeno i važni kulturni događaji koji afirmišu tradiciju i običaje lokalnih zajednica. Najpoznatije su leškovačka Roštiljijada, Kupusijada u Futogu, valjevska Čvarkijada, Kobasicijada u Turiji, Slaninijada u Kačarevu...

Paralelno uz glavni gastronomski program odvijaju se nastupi lokalnih umetničkih trupa i pojedinaca, književni susreti, različite izložbe, takmičenja, promocije, a ponegde i koncerti muzičkih zvezda. Neizostavni deo gotovo svih manifestacija su prodajni bazari sa štandovima na kojima se prodaje najrazličitija roba – od hrane, suvenira i kreativnih radova, do tekstila, pokućstva i alata. Svima je to prilika da dobro zarade.

boljih brendova Srbije - Exit festival gradu Novom Sadu donese milionske prihode. Kako se navodi na sajtu ovog festivala, od svog osnivanja do sada ekonomski doprinos privredi Novog Sada i Srbije u ukupnom zbiru prešao je 270 miliona evra. Samo prošle godine doneo je 23,7 miliona evra.

Nadaleko čuveni festival trube u Guči svake godine okupi preko 200.000 posetilaca, što tokom nekoliko letnjih dana u dragačevskoj oblasti dovede do pravog ekonomskog uzleta, jer za razliku od Novog Sada nije reč o destinaciji toliko popularnoj tokom cele godine.

### **ARLEMM pokrenuo pozitivne promene u Arilju**

Već 16 godina u Arilju se tokom jula održava kulturno-edukativna manifestacija ARLEMM koja okuplja umetnike, profesore i predavače iz oblasti klasične, duhovne, tradicionalne i džez muzike. Ideja festivala jeste da se deci i mladima, ali i ostaloj publici, približe prave kulturne vrednosti.

U ovom malenom mestu živi oko 6.500 stanovnika, a tokom trajanja ARLEMM-a poseti ga između 8.000 i 10.000 gostiju i učesnika. Pored publike iz Srbije, svake godine domaćini beleže i dolazak gostiju iz inostran-



stva, najčešće iz regiona i dijaspore, ali i iz zemalja Evrope i Azije. Najavljuju posebno veći broj učesnika iz Rusije na ovogodišnjem festivalu.

- ARLEMM ima snažan pozitivan uticaj na lokalnu zajednicu. Direktnu korist imaju ugostitelji, vlasnici privatnog smeštaja, proizvođači domaćih proizvoda, zanatlije, kao i kulturne i turističke ustanove. Indirektno korist ima i cela zajednica kroz promociju Arilja kao destinacije koja neguje kulturu, tradiciju i prirodne lepote. Festival okuplja i volontere, decu i mlade, što dodatno doprinosi razvijanju zajedništva i podizanju kvaliteta života u lokalnoj sredini, na šta smo posebno ponosni kao organizatori – navodi Milka Mladenović, član organizacionog tima festivala.

ARLEMM donosi značajan priliv sredstava lokalnoj privredi, pre svega kroz povećan broj noćenja, potrošnju u ugostiteljskim i trgovačkim objektima, ali i kroz zakup prostora i angažovanje lokalnih dobavljača i izvođača. Najveći deo sredstava za realizaciju festivala obezbeđuje se iz sponzorstava i donacija, ali i kroz podršku Ministarstva kulture i lokalne samouprave.

- ARLEMM je pokrenuo brojne pozitivne promene u Arilju. Pre svega verujemo da se svest stanovništva po pitanju klasične muzike, umetnosti i kulture u celini znatno promenila. Kada je pre 16 godina festival nastao, pojedina deca iz grada i okoline nisu



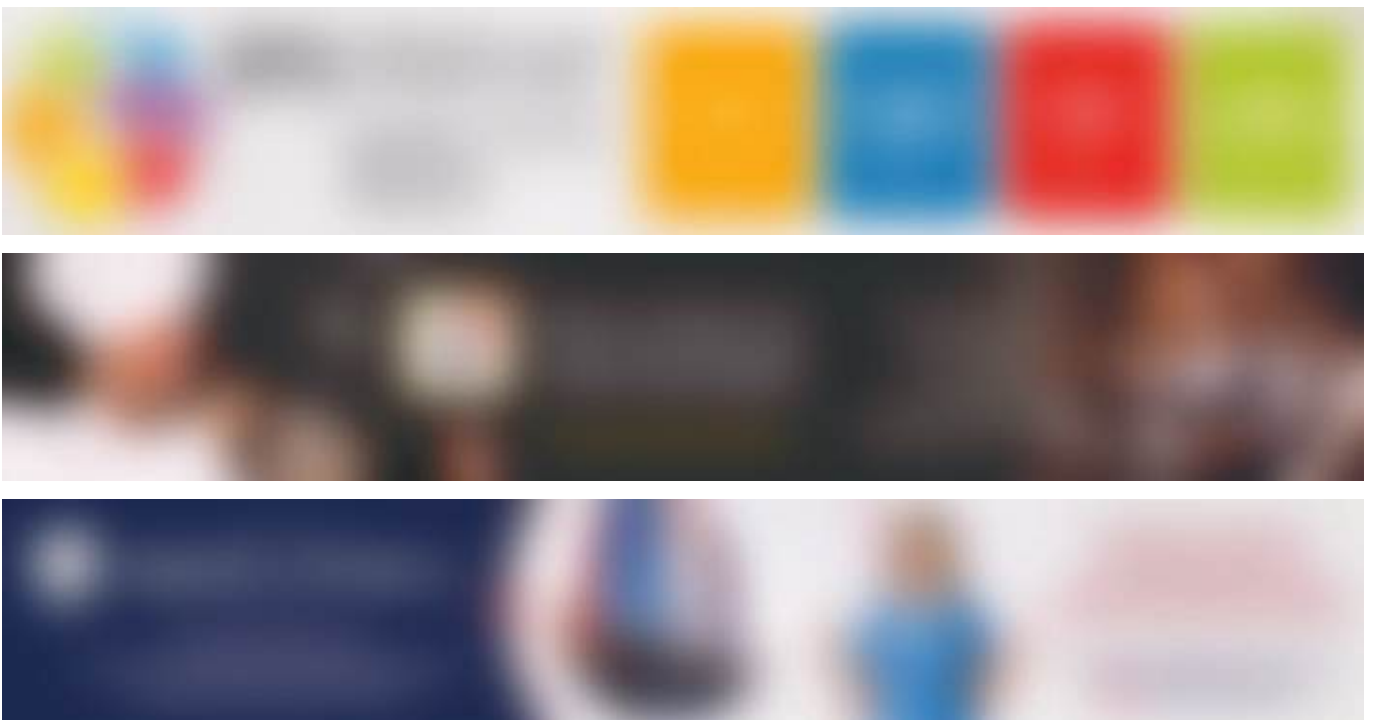
FOTO: PIXABAY

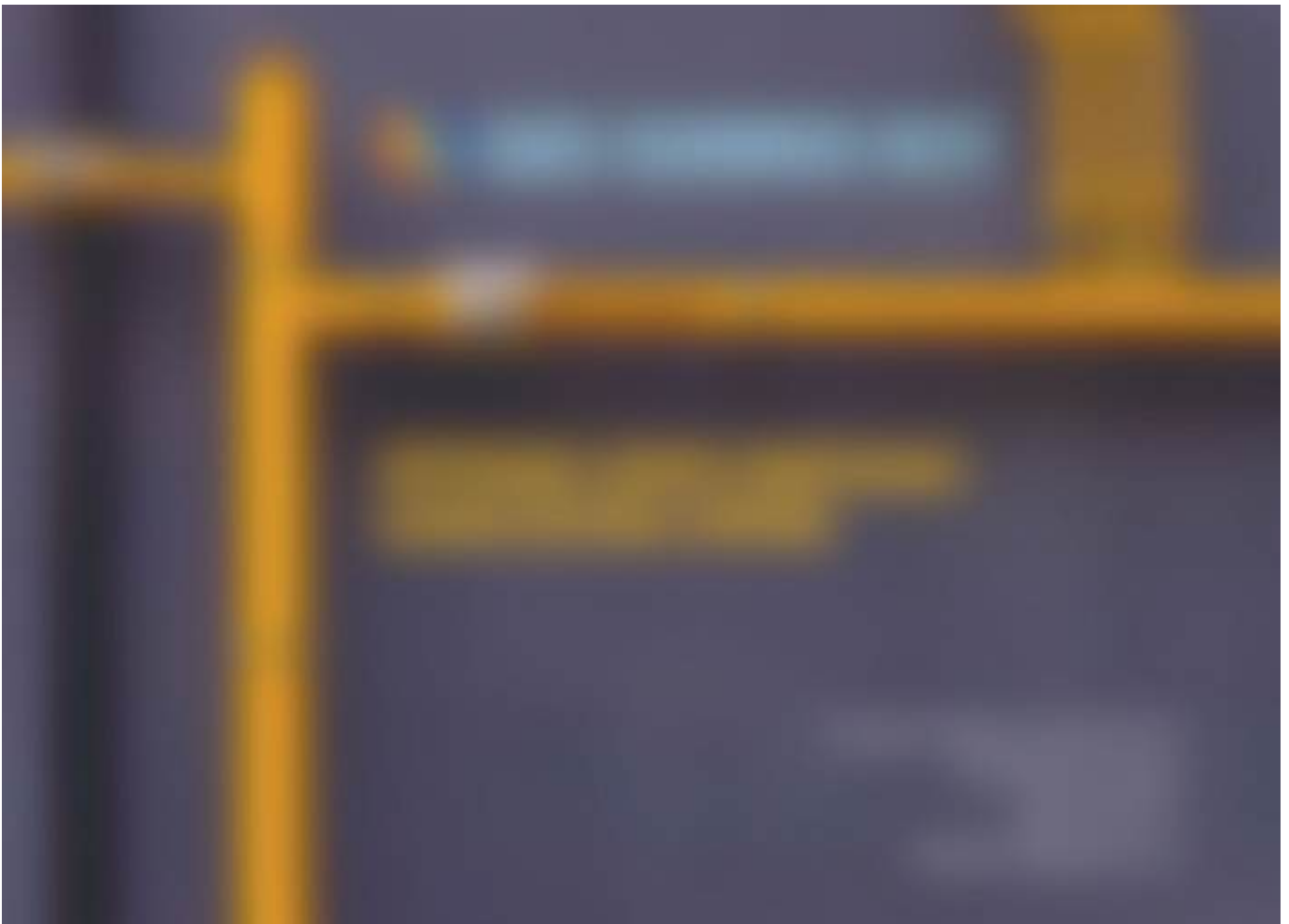
nikada u životu ni videla instrument uživo, a posebno nisu imali mogućnost da sviraju ili pohađaju muzičku školu u svom gradu. Mi kao organizacija nismo učestvovali u otvaranju muzičke škole u Arilju, ali na posredan način smo uticali da opštinski čelnici ocene da je vreme da Arilje ima svoju muzičku školu – ponosno ističe Mladenovićeve i dodaje da je pove-

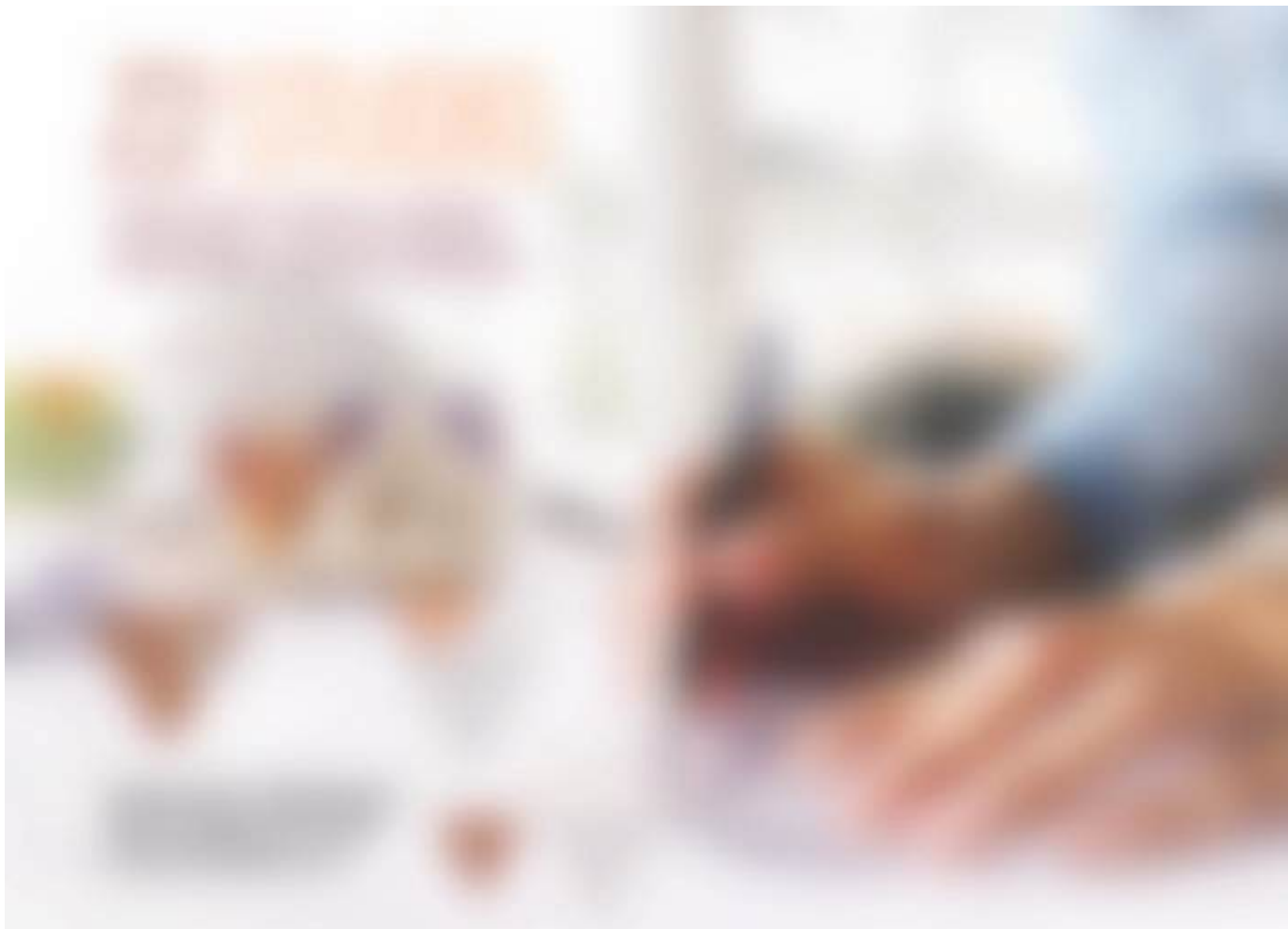
ćana poseta tokom festivala uticala i na otvaranje novih smeštajnih kapaciteta.

Arilje je sada sve prisutnije na turističkim mapama Srbije i regiona, a kako zaključuje naša sagovornica, ne više samo zbog maline i tekstilne industrije, već i zbog kulture.

V.Ž.V.







The image depicts a hand interacting with a futuristic, multi-layered digital interface. The interface is composed of numerous overlapping panels and windows, each displaying different types of financial data. On the left, there are several candlestick charts and line graphs. In the center, a hand is shown touching a panel that features a bar chart and a pie chart. To the right, a prominent panel lists stock tickers: WWAZ, TVRZ, TTAW, CCAD, HAEW, and MAS. Each ticker is accompanied by a small line graph and numerical values, such as '11151' and '9331' for WWAZ. Below this, another panel shows a grid of data points with country codes like EU, US, JP, CH, SE, TH, SG, PH, NO, CN, and IN. The overall aesthetic is clean and modern, with a color palette dominated by warm oranges, yellows, and greys. The background is a soft, out-of-focus view of a person's hand on a laptop keyboard, suggesting a real-world application of the digital interface.

# PRAVO I FINANSIJE

Digitalne inovacije u vođenju poslovnih knjiga

# Kako generativni alati menjaju profesiju

Svakodnevno svedočimo digitalnoj revoluciji koju sprovodi veštačka inteligencija (AI). Za relativno kratko vreme, tačnije od 2023. godine, kada je širem auditorijumu postala dostupna kroz besplatne platforme, pošlo joj je za rukom da se uvuče u gotovo sve pore poslovnog sveta menjajući iz korena tradicionalne modele rada i tržište. Nastaju nova zanimanja u čijem središtu interesovanja je što bolje poznavanje i primena svih dostupnih generativnih alata da bi se unapredilo poslovanje i ostvarili rezultati (i prihodi), a ispoštovali principi vremenske efikasnosti.

Kao protivteža, postavlja se pitanje šta je sa poslovima koji zavise od „papira i olovke“, odnosno posmatrano kroz ekonomski diskurs - gde su računovođe i knjigovođe u vreme ubrzane digitalizacije? Da li im AI olakšava svakodnevni rad ili je sve samo borba sa vetrenjačama?

Etički aspekt primene veštačke inteligencije, iako bi trebalo da bude jedna od nasušnih tema današnjice, ostavljamo za drugu priliku. Iz poslovne vizure, ovaj napredni oblik mašinskog učenja je postao podrazumevan širom sveta u mnogim oblastima, među kojima je računovodstvo jedan od pionira. Kompanije implementiraju AI u svoje kadrovske službe i strateške planove. Prema pisanju BBC-a, 73 odsto donosilaca odluka oseća potrebu da usvoji AI u radu. Dakle, sve je veći broj poslodavaca, i u svetu i kod nas, koji više ne dovode u pitanje samo uvođenje, već se pitaju kako izvući najbolje iz toga kroz razne aplikacije, programe i druge proizvode koje plasiraju na tržište, poput AI agenta i sličnih tehnoloških kreacija.

Suviše je dobro da bi bilo istinito, oprezno pomišljaju mnogi. Podaci iz

gorepomenutog izvora pokazuju da 43 odsto menadžera još nije započelo svoje AI poslovanje. Moglo bi se reći da se poslovni svet ipak još uvek klacka uprkos brojnim agendama o upotrebi veštačke inteligencije. Gotovo hamletovska dilema - „da li ostati na starom modelu rada ili izmeniti se kroz AI, potencijalno napredovati“ dominira snažno i u svetu računovodstva.

## Koje su prednosti upotrebe AI u računovodstvu i knjigovodstvu

U najkraćem - jedan se bavi evidencijom, unosom podataka, te praćenjem prihoda, pisanjem izveštaja, a drugi analizom, savetovanjem, procenom, ima ovlašćenje, visoko obrazovanje i tako dalje. Dakle, ako se posmatra sama priroda posla koji obavljaju računovođa i knjigovođa, može se videti da je osnovna prednost primene AI ili klauz modela za skaliranje u bržoj obradi velikog broja podataka za šta je čoveku potrebna „večnost“. Zami-



FOTO: PIXABAY

slite hrpe papira na radnom stolu koje morate da pregledate do ponedeljka, a dobili ste ih u petak...



FOTO: PIXABAY



Veštačka inteligencija odrađuje dosadni deo posla, na primer obradu faktura, evidenciju transakcija, pisanje dokumentacije i slično. Sistemi na bazi generativne veštačke inteligencije mogu se koristiti za slanje, modifikovanje i generisanje izveštaja. Korišćenje Excel tabele za svodjenje mesečnih rezultata može se obaviti mnogo funkcionalnije i uz manji procenat pogrešnih brojki. Već postoje brojni softveri koji služe za usklađivanje na kraju meseca, praćenje troškova i drugih funkcija povezanih sa poslovanjem (na primer plate, upravljanje projektima, upravljanje odnosima s klijentima) koje pomažu u automatizaciji rutinskih zadataka, piše jedan specijalizovani sajt.

Dakle, automatizuju se rutinske radnje koje u praksi oduzimaju dragocene sate i minute ovim stručnjacima. Napredna analitika omogućava baratanje enormnom bazom informacija i sve to daleko preciznije. Mo-

gućnost greške se svodi na minimum. Grunberg.co.uk ističe da sve to vodi ka „poboljšanom kvalitetu revizije“. AI može identifikovati obrasce i detektovati anomalije koje bi mogle proći nezapaženo ljudskom oku, potvrđuje i Reuters, i dodaje da AI može označiti potencijalne poreske neusaglašenosti, pružiti preporuke za izbegavanje pravnih posledica i predvideti prekršaje pre nego što se dogode.

BBC piše da izveštaj američkog Odbora za nadzor javnih kompanija (PCAOB) utvrdio je da četiri od deset revizija koje su sprovele globalne računovodstvene firme imaju značajne greške, i da se taj procenat brzo povećava. U međuvremenu, kako preciziraju, regulator za računovodstvo u Velikoj Britaniji, Financial Reporting Council (FRC), sproveo je 19 istraga u fiskalnoj 2022/2023. godini, izričući kazne u iznosu od 40,5 miliona funti. Sve to ukazuje da je preciznost drugo ime računovodstva i da ju je neophodno

obezbediti. Tačnost jednako kvalitet usluge.

Zaposleni sada mogu da se posvete kompleksnijim i važnijim poduhvatima. Zato se u stručnim krugovima često ističe da je, pored same profesije, veštačka inteligencija redefinisala i ekspertizu računovodstvenih stručnjaka. Ne u smislu umanjenja, nego u smislu promene i nadogradnje znanja u skladu sa najnovijim naučnim dostignućima.

Sve veći značaj pridaje se samim veštinama baratanja podacima koje je AI obradila iz pomenutih hrpa papira i donošenju odluke na osnovu njih. Znanja iz tehnološkog sveta (engl. data science) postaju obavezna. Upotebiti, primera radi, Gemini ili Chat GPT u strateške svrhe postaće ultimativna veština. Konsultantska delatnost računovođa tako dobija primat jer se, na kraju dana, delikatne odluke ne mogu doneti bez čoveka. Suptilno razumevanje problematike,

planova, projekcija i njihovih posledica po poslovanje nije moguće bez ljudskog faktora. Uprkos tome što se timovi smanjuju, to bi moglo da bude ohrabrujuće. Bojazan od mašina, iako opravdana, ipak bi se mogla okrenuti u korist ove struke kroz „kulturu kontinuiranog učenja i inovacija“, bar tako smatraju AI entuzijasti. Kao rezultat toga, objašnjava Forbs, ova sinergija između ljudske stručnosti i mašinske inteligencije stvara novu vrstu računovodstvenih profesionalaca, odnosno računovođa 21. veka - u punom smislu tog izraza.

Trebalo bi da se, kao takvi, fokusiraju na proaktivno, a ne na reaktivno delovanje. Njihova uloga, recimo, u odlučivanju o uzimanju kredita može da bude odlučujuća ako naprave dobar „prediktivni uvid“ u finansije klijenta, pa pokažu dobre smernice i pruže adekvatan savetodavni okvir. Uloga poslovnog savetnika je sledeći nivo. Tako će se najbolje pokazati i njihova tehnološka pisemnost i akademska stručnost.

Inkluzivni pristup, kako ga definiše Forbs, još je jedna prednost digitalne ispomoći. Alati nisu dostupni samo za one korporacije sa velikim budžetom, već i male firme mogu unaprediti bilanse korišćenjem tehnoloških resursa ako u tome vide korist za sebe.

### Druga strana medalje

Ne možemo razvijati dobre strane bilo čega, a da prethodno nismo svesni loših. Fenomen veštačke inteligencije za šire mase je i dalje bunar kojem se ne vidi dno dok se mi radujemo kofama vode koju uzimamo iz njega. Mogli bismo izvojiti tri ključna izazova ili mane.

Već smo pomenuli gubitak radnih mesta zbog smanjenog obima po-

sla koji su nekad obavljali, uslovno rečeno, niži činovnici u sektoru. Broj slobodnih radnih mesta u računovodstvu porastao je tokom prošle godine za četvrtinu, prema anketi platforme za automatizaciju DataSnippe, koju je preneo BBC.

Sa druge strane, postoji paradoksalna situacija u kontekstu zapošljavanja. U svetu kompanije ne mogu da nađu kadar jer se dešava da neki kandidati ni ne žele da rade za poslodavca koji nije implementirao neki oblik AI, klouda, autosorsinga... Taj primer je opisan u više tematskih časopisa. Korisno je pomenuti podatke da se 86 odsto revizorskog osoblja složilo da AI pomaže u smanjenju vremena provedenog na repetitivnim zadacima – i 83 odsto je reklo da bi bili skloniji da ostanu u kompaniji koja ima AI inicijative.

Dvostrukost nastaje zbog toga što je proces digitalne tranzicije još uvek u toku, različiti delovi sveta implementiraju inovacije drugačijim tempom, u skladu sa svojim stepenom razvoja i percepcijom veštačke inteligencije.

Kibernetička bezbednost je ozbiljna stvaka u sprovođenju digitalne revolucije. Pojedinci moraju biti svesni pretnji koje sa sobom nosi izlaganje ličnih podataka četbotovima. Kompanije takođe. One moraju ulagati u bezbednosne programe i stručnjake za informacionu tehnologiju jer bez toga sav rad računovođa (kao i celog kolektiva) pada u vodu. Korisno je da organizuju edukativne radionice zaposlenima u računovodstvenom sektoru kako bi unapredili svoja znanja u ovom domenu.

Trebalo bi imati u vidu da je takozvana veštačka inteligencija prvenstveno „samo“ mašinski model podložan greškama. Svedoci smo

halucinacija koje ima čedo kompanije Sema Altmana Chat GPT, na primer. Zato se još uvek ne može sasvim pouzdati u ovaj vid pomoći, već krajnja dokumenta ipak treba da prolaze kroz revizorske prste.

### Veštačka inteligencija i srpsko računovodstvo

Videli smo kakav je stav stručnih krugova na globalnom nivou, ali kakva je situacija na podnivou zvanom Srbija? Digitalizacija i automatizacija sistema i usluga je u velikoj meri prisutna u domaćoj privredi i ekonomiji, ali prostora za napredak i te kako ima, smatra i naš sagovornik Aleksander Segedi. Na pitanje koje su, prema njegovom mišljenju, prednosti, a koje mane primene AI alata u računovodstvu za same računovođe, odnosno zaposlene u tom sektoru, a koje za građane zanimljivo odgovara:

- Smatram da neke naročite prednosti nema, kao ni mane, ni za jednu od navedenih strana, jer je koncept AI, po mom mišljenju, još uvek daleko od primene u srpskom računovodstvu – jasan je on.

Što se tiče uticaja tehnologija poput AI i klouda na promenu profesije, kaže da ako pođemo od toga da je „kloud u stvari samo tuđi računar“ - i tako dođemo, u najboljem slučaju, do toga da je „AI samo tuđ zaposleni“ - time eventualno možemo doći do smanjenja cene usluga.

- No, dok sam zagovornik toga da jedan knjigovođa/agencija uradi autsors IT dela, ipak sam protivnik autsorsovanja zaposlenih; jer knjigovodstvo zahteva i 'lični pečat' u okviru usluge.

Kada je reč o digitalizaciji računovodstva, uprava, registara u Srbiji, Segedi smatra da smo na dobrom putu.



- Stoji da kasnimo za razvijenim zemljama Zapada, ali moramo imati na umu i da smo mi i dalje zemlja u tranziciji. Jedan od najvećih problema vezanih za digitalizaciju je taj što zakonodavac u Srbiji kasni sa donošenjem zakona, a zatim kreće sveopšta panika zbog prekratkog roka. To izjednačavam sa vožnjom 'pun gas, pa kočnica do patosa na metar od semafora', dok smo za sve to vreme mogli lepo da isplaniramo vožnju da bude bez naglih trzaja - slikovito objašnjava.

Kaže da se plašimo kritike i neuspeha, pa pita zašto onda moramo da budemo prvi? Kako kaže, tu pre svega misli na sistem elektronskih faktura, misli da bismo bolje prošli da smo jednostavno više učili na tuđim greškama, ali onda ne bismo bili prvi.

Koje su najveće prepreke za digitalizaciju u računovodstvu, da li je to infrastruktura, regulativa ili nešto treće?

- Računovodstvo - čak i u Srbiji - je već uveliko digitalizovano! Ono što u Srbiji nije digitalizovano ili dovoljno digitalizovano je birokratija. I premda birokratija utiče i na knjigovodstvo i računovodstvo - samo računovodstvo je na izuzetno visokom stepenu digitalizacije. Naravno, i dalje ima mesta poboljšanjima, ali skoro svako poboljšanje jednostavno zahteva umanjene birokratije, podvlači naš sagovornik.

U kom sektoru su digitalizacija i primena AI najbolje sprovedeni? Gde kod nas ima prostora za dalji rad u tom pogledu?

- U sekcijama 'pitanja i odgovori' na internet prezentacijama različitih kompanija koje rade sa širokim publikumom. Ponekad se mnogo brže sporazumem sa četbotom nego sa operatorom tehničke podrške, no to je pre svega zbog velikog procenta autorsovanja u toj sferi.

Ipak, AI nije dobrodošao svuda (još uvek). Upitali smo gde nikako nije potreban upliv AI kada je reč o računovodstvu?

- Parafraziraću jednu misao koju sam pročitao na internetu: nisam ja želeo da se AI bavi umetnošću, dok ja ribam kuću - ja sam želeo AI koji mi riba kuću, dok se ja bavim umetnošću! U tom smeru zaista smatram da je AI nesposoban da dā lični pečat u ovoj materiji; zamislite AI koji pokušava da objasni nešto poreskom inspektor!

O uticaju na radnja mesta u budućnosti Segedi kaže da bi se uticaj najviše, možda, mogao osetiti u onom delu gde je obična operativa i dodaje da već danas obična automatizacija i integracija procesa čine da je potreba za kadrom sve manja i manja. Ali, u višim sferama - ne veruje.

Već smo objasnili zašto je važno kontinuirano usavršavanje računovođa da bi uhvatili korak sa tehnološkim razvojem, ali koliko su zapravo

trenutni kadrovi spremni da primene nove alate?

- U smislu ubrzanja zadataka koji se ponavljaju? Tu već imamo automatizaciju. U smislu davanja mišljenja - mislim nikad. Lično sam svedok da je osoba pitala AI za mišljenje (vezano za poreze) i da je AI odgovorila sa brojem mišljenja resornog ministarstva - i to nepostojećim! Tu dolazimo i do pitanja: a ko plaća kaznu ako AI pogreši - kreator, AI ili računovođa koji ga je 'uposlio'? Otprilike slična diskusija se vodi i u sferi autorskih prava, a vezano za AI generisane umetnine - ističe Segedi etičku problematiku.

Od ubrzanja smo počeli, a time i zatvaramo krug. Naime, Segedi dodaje da su novi alati svakako dobrodošli, a posebno oni koji štede vreme. Evo šta on izdvaja:

- Računovodstvo i knjigovodstvo su zanimanja koja su stara milenijumima, starija čak i od novca (tokom barter razmene je ipak upisivano 'ko kome koliko'), sve platforme koje ubrzavaju procese (čuveni Excel, kao primer zamene za običan digitron - ali magnitudama brži, zbog paralelizacije i automatizacije) su veoma dobrodošle - kaže on.

- Zatim, razmena podataka u mašinski čitljivim formatima (čuveni XML i JSON) čine da se prepis podataka sa platforme na platformu ubrzavaju, a istovremeno i smanjuju mogućnost greške operatera (ali se ponekad ipak provuče i greška - pre svega greška dizajnera ili pisca koda aplikacije) i, naravno, i aplikacije koje omogućavaju da klijent i računovođa imaju komunikaciju, ali i saradnju, a da nisu nužno u istoj prostoriji (od Zooma pa sve do klaud razmene fajlova) - sve su to rešenja koja će pozitivno uticati na računovodstvo, ali i na sam biznis, u globalu - zaključuje.

Poručuje da za one koji kvalitetno rade u sektoru „nema zime“: Ali čak i da mašine preuzmu svet - i dalje je potreban čovek da ide okolo sa kanticom ulja i da te iste mašine podmazuje da rade!

N.M.



**OZARJE**  
doo

DRUŠTVO ZA ZASTUPANJE  
U OSIGURANJU

Sarajevska 25, 11000 Beograd, Savski Venac  
011/ 361 7753, 063/ 331 585

- životno osiguranje
- neživotno osiguranje
- putno siguranje

✉ ozarjedoo@gmail.com





A scenic view of a mountain valley. In the foreground, there are several traditional wooden houses with steeply pitched, shingled roofs. The houses are built on a hillside. In the background, there are rolling hills and mountains covered in dense green forests. The sky is filled with large, dark, dramatic clouds, suggesting an overcast or stormy day. The overall atmosphere is rustic and natural.

# TURIZAM I UGOSTITELJSTVO



# Efekti državnih kampanja za promociju turizma

**T**urizam u Srbiji poslednjih godina beleži rekorde. Stalan rast broja gostiju i prihoda od turizma rezultat je više faktora, a brojne mere i kampanje osmišljene od strane resornog ministarstva i turističkih organizacija donose odlične rezultate.

Ukupan devizni priliv od turizma u Srbiji je 2024. godine iznosio 2,833 milijardi evra, što je čak za 11 odsto više nego prethodne godine, pokazuju zvanični podaci Turističke organizacije Srbije. To je Srbiju svrstalo u top pet odsto zemalja koje imaju tako izražen rast u turizmu.

Trend se nastavio i u ovoj godini, pa je već tokom prvog meseca, kako je zabeležio Republički zavod za statistiku, broj dolazaka turista porastao za 16 odsto u odnosu na januar prethodne godine. I februar je bio beriče-

tan, pa podaci Narodne banke Srbije ukazuju da je devizni priliv od turizma u tom mesecu bio 231 milion evra, što je neverovatan rast od 34 odsto u odnosu na februar lane.

Ministar turizma i omladine Husein Memić ocenio je nedavno da su to zapravo rezultati mera i strategija koje ovo ministarstvo sprovodi za unapređenje turističke ponude i promocije Srbije, a da veći devizni priliv od turizma donosi više investicija, podsticaja i novih radnih mesta.

Osim velikih brojki, uspešan rezultat strateških kampanja i poteza potvrđuje i pohvala Srbiji koja je u maju stigla od strane prestižnog američkog magazina InsideHook. U tekstu posvećenom turističkoj ponudi naše zemlje navodi se da Srbija nudi mnogo, a da su Srbi izuzetno gostoljubiv narod.

- U vreme kada su nepoznate desti-

nacije i neotkriveni dragulji popularniji nego ikad, gotovo je pravo čudo što je Srbija ostala ispod radara na međunarodnoj sceni – ističe se u tekstu i dodaje da glavni grad Srbije savršeno spaja staro i novo, istorijsko i moderno.

Direktorka Turističke organizacije Srbije Marija Labović ocenila je tim povodom da su bile potrebne godine ozbiljnog i neprekidnog rada i truda kako bi se izgradila reputacija kakvu Srbija sada ima kao sve poželjnija turistička destinacija. Prema podacima RZS-a, gosti iz SAD zauzimaju 12. mesto među stranim turistima u Srbiji.

## **Korona oživila ruralni turizam**

Pandemija je napravila pravi bum po pitanju domaćeg turizma. Usled ograničenog kretanja i izbegavanja masovnije posećenih destinacija,



FOTO: PIXABAY

odmori u prirodi – na planinama, u selima, banjama postali su veoma popularni, a taj trend se nastavio i nakon pandemije.

Tokom prve godine pandemije TOS je promotivnom kampanjom pod sloganom „Izaberi svoju avanturu, vidi Srbiju“ pozvala građane da odmor provedu na destinacijama u našoj zemlji. Kampanja se nastavila i naredne godine pod sloganom „Biram Srbiju“ kako bi se domaćim turistima približile lokalne lepote i naveli da makar deo odmora provedu u zemlji.

Podrška razvoju i promociji domaćeg turizma stigla je i od strane EU kroz projekat #EUzaTEBE Kulturno nasleđe i turizam koji se odnosi na promociju istočne Srbije i donjeg Podunavlja kao atraktivne kulturne i turističke destinacije. Lider projekta Aleksandar

Bec isticao je na početku projekta da je EU ubeđena da turistički sektor u Srbiji ima potencijal da bude pokretač ekonomskog razvoja i da stvara nova radna mesta, posebno u ruralnim sredinama. Takođe, naglasio je da Srbija sa svojim kulturnim nasleđem i prirodnim lepotama doprinosi mnogo da Evropa ostane svetska turistička destinacija broj jedan.

Prošle jeseni predstavljeni su rezultati ovog petogodišnjeg projekta vrednog 24 miliona evra u okviru kojeg su rekonstruisani značajni kulturno-istorijski objekti i podržan razvoj turističkih potencijala zaposlenih u turizmu. Izgrađen je Centar za posetioce kod Feliksa Romulijane, izvedeni važni radovi u tvrđavi Fetislam u Kladovu, u Rajačkim pinnicama kod Negotina, u Golubačkoj tvrđavi i Topoli. Projekat je podržao mala i srednja i porodična preduzeća koja se bave turizmom i ugostiteljstvom, kao i veće učešće žena i mladih u toj oblasti. Ukupno 184 privatnika su dobila bespovratna sredstva, ali i asocijacije, opštine, institucije i udruženja čiji projekti se odnose na razvoj turističke ponude.

### Konkretno mere i podsticaji države

Kad je reč o seoskom turizmu, Vlada Srbije je za podsticaj razvoja i unapređenje ruralnog turizma i ugostiteljstva prošle godine izdvojila više od 250 miliona dinara, dok je ove godine predviđeno 150 miliona dinara. Popularni vaučeri za subvencionisani odmor u Srbiji više godina značajno doprinose domaćem turizmu. Prošle godine sto hiljada građana dobilo je vaučere u vrednosti od 10.000 dinara, prethodne čak 200.000 njih, a u tekućoj godini do sada je podeljeno 30.000 vaučera i najavljuje se još. Ove subvencije rezultate daju odmah - povećan broj turista i produžen boravak na destinaciji.

### Sajmovi – najbolje mesto za promociju

Turistička organizacija Srbije je ovog proleća bila veoma aktivna na

brojnim važnim međunarodnim sajmovima turizma. U okviru intenzivne promocije naše zemlje na kineskom tržištu učestvovala je na prestižnoj konferenciji „C Talk“ i Međunarodnom sajmu turizma, a TOS je u Šangaju organizovala i poslovnu radionicu u cilju produbljivanja saradnje između srpske i kineske turističke industrije, što je bilo prilika za direktno umrežavanje srpskih i kineskih partnera, odnosno susrete predstavnika hotela, rizorta i turističkih agencija.

Kina jeste jedno od strateški najvažnijih tržišta za Srbiju, a tri direktne avio-linije između Beograda i kineskih gradova značajno utiču na skok turističkog prometa. Osim letova za Peking i Guangdžou nacionalna avio-kompanija Air Serbia od januara ove godine čak dva puta nedeljno ima direktne letove između Beograda i Šangaja. Prema zvaničnim podacima Republičkog zavoda za statistiku kineski turisti ostvarili su 93.624 noćenja u Srbiji u prva tri meseca ove godine, što je čak 68 odsto više u odnosu na prvi kvartal prošle godine. Rast nije prisutan samo u Beogradu, već i u Vrnjačkoj Banji i na Zlatiboru.

Takođe, u kineskom gradu Ningbou krajem maja je otvoren Serbian Business Technology & Tourism HUB, prostor koji će biti važno mesto za sve kompanije iz Srbije koje započinju nastup na kineskom tržištu i, između ostalog, pružiti priliku za izgradnju veza sa kineskim turističkim sektorom.

U maju ove godine Kongresni biro Beograda, koji je deo TOB-a, na najvećoj kongresnoj berzi u Evropi IMEH predstavio je Beograd i kao atraktivnu kongresnu destinaciju kroz široku ponudu hotela i njihovih kongresnih kapaciteta, renoviranog kongresnog Sava centra, direktnih letova nacionalne avio-kompanije Air Serbia, ali i bogatu kulturnu ponudu grada i gastronomiju. Posebno je istaknuta svetska izložba EXPO 2027 čiji će Beograd biti domaćin.

Na Međunarodnom sajmu turizma u Berlinu ovog proleća na zajedničkom štandu pored Srbije i Beograda predstavile su se i TO Vojvodine, Novog Sada, Kraljeva, Zlatibora, Niša, Subotice, Regije Zapadne Srbije i Banje Koviljače, zatim nacionalna avio-kompanija Air Serbia, turističke agencije i hoteli.

I aktuelna kampanja TOS-a „Srbija doživi“ ima cilj da domaćim i stranim

### RASTE INTERESOVANJE ZA LICENCE TURISTIČKIH VODIČA I PRATILACA

Novi turistički vodiči i pratioci nedavno su dobili licence nakon uspešno položenih ispita za sticanje ovog zvanja. Njih skoro 200 značajno će doprineti unapređenju turističkog sektora u Srbiji u kadrovskom smislu, jer se ukupan broj licenciranih vodiča i pratilaca u našoj zemlji približio cifri od 2.400. Brojke pokazuju da iz godine u godinu vlada sve veće interesovanje za ovu profesiju, kao i da na tržištu raste potreba za kvalifikovanim stručnjacima.



FOTO: PIXABAY

gostima približi bogatstvo turističke ponude Srbije. Direktorka TOS-a Marija Labović istakla je prilikom predstavljanja ove kampanje da se u letnjem periodu očekuje još veći broj gostiju i da su aktivan odmor i boravak u prirodi prioritet kod turista koji biraju Srbiju. Sve goste koji žele da deo odmora provedu u Srbiji pozvala je da odaberu neki od naših planinskih centara ili banja, kao i seoska domaćinstva.

### Ogroman priliv gostiju sa istoka

Poslednjih godina gosti iz Turske su među najbrojnijima u Srbiji. Početkom 2015. godine Turistička organizacija Beograda dobila je počasnu nagradu za uspešan sajamski nastup na ovogodišnjem Međunarodnom sajmu turizma EMITT u Istanbulu. Direktor TOB Miodrag Popović naglasio je tada da se uspešna promocija Beograda najbolje vidi u statističkim

podacima koji beleže da su u prošloj godini turisti iz Turske na ubedljivom prvom mestu.

- U 2024. godini turski turisti su ostvarili gotovo pola miliona noćenja u Beogradu i oko 200.000 dolazaka, sa daljom tendencijom rasta - naveo je on. Na nivou cele Srbije u 2024. godine zauzeli su drugo mesto po ukupnom broju stranih gostiju, sa skokom od 15 odsto u odnosu na raniju godinu. Tome doprinosi i veći broj direktnih letova za turske gradove, ne samo iz Beograda, već i iz Niša i Kraljeva.

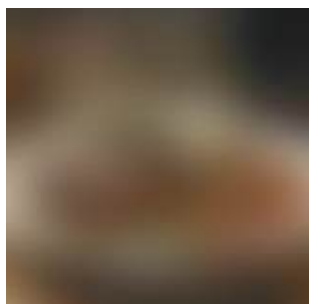
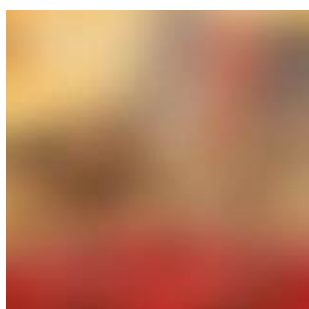
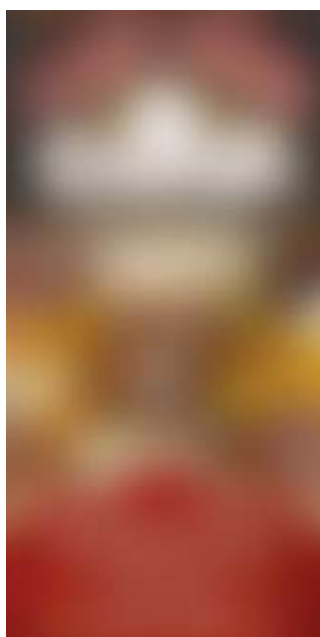
Ministar turizma i omladine Husein Memić razgovarao je sa kolegama iz Egipta o konkretnim načinima za unapređenje turističke razmene, o potrebi za uspostavljanjem direktnih avio-linija i ukidanju viza, promociji zdravstvenog, verskog i kongresnog turizma Srbije, ali i rečnim krstarenji-

ma. U prvom kvartalu ove godine broj noćenja egipatskih turista u Srbiji porastao je za oko 150 odsto u odnosu na isti period lane.

### EXPO - Velika nada za Srbiju

Najveći planovi, izazovi i očekivanja Vlade Srbije i turističkog sektora u narednim godinama usmereni su na održavanje specijalizovane izložbe EXPO 2027 u Beogradu. Zvaničnici se nadaju da će to biti prekretnica za razvoj Srbije, koja će doprineti rebrandiranju zemlje i pozicioniranju Beograda i Srbije u središte globalnih zbivanja. Očekuje se da će događaj privući ogroman broj posetilaca iz celog sveta, što će biti prilika za razvoj turizma, privlačenje stranih investitora, kao i promociju kulturnih i ekonomskih potencijala Srbije.

V.Ž.V.



# Turizam na selu

## Perspektive razvoja agroturizma u Srbiji

**K**ao zemlja sa prelepom prirodom Srbija poslednjih godina doživljava procvat seoskog turizma. Želja za povratkom u prirodu, rastuće zagađenje u gradovima, mirnije i zdravije okruženje, sve više poslova na daljinu... doveli su do razvoja turizma u seoskim sredinama. A onda je pandemija sve dodatno ubrzala.

Agroturizam je posebna vrsta seoskog turizma koja se odnosi na boravak u seoskim domaćinstvima, gde se gosti mogu upoznati sa tradicionalnim načinom života i isprobati aktivnosti koje odlikuju dnevni život ljudi na selu – lagane radove u poljoprivredi poput branja voća i povrća, pripremu obroka, zimnice... Takođe, agroturizam podrazumeva i upoznavanje sa starim predmetima, oruđima, običajima, kao i zanatima koji su izumrli. Degustacija tradicionalne hrane je nezaobilazni deo ponude. Sve to predstavlja deo kulturnog nasleđa i približava ga gostima, što opet doprinosi očuvanju lokalne tradicije. Nekada je upravo tako izgledao svakodnevni život ogromne većine stanovništva Srbije, pre industrijalizacije i masovne selidbe u gradove. Danas plaćamo da samo malo budemo seljani, da se vratimo korenima i prirodi, tačnije da se kroz autentična iskustva u prirodi vratimo sebi.

Ovakav turizam se lako kombinuje i sa aktivnostima poput šetnji u prirodi, biciklizma, planinarenja, poseta farmama, safari vožnji, jahanju konja. Porodicama je naročito privlačan, jer deca mogu da se upoznaju i igraju sa domaćim životinjama.

Puno je prednosti ovog turističkog koncepta - fizička aktivnost u selu daje priliku za opuštanje i povezivanje s prirodom, razvija svest o važnosti ekosistema, a lokalnu zajednicu

približava gostima iz drugih krajeva. Važan aspekt je i edukacija gostiju – bilo da je reč o veštinama pripreme rakije, pekmeza ili izrade rukotvorina, ideja da se na odmoru nauči nešto novo, neobično i korisno svakom gostu može biti primamljiva.

U Srbiji je seoski turizam najrazvijeniji na području Tare, Zlatibora, Šumadije, ali i Vojvodine. Upravo su bački i banatski salaši na neki način utirali put seoskom turizmu. Savršena kombinacija hrane i pića, smeštaja, tradicije, flore i faune, lokalne umetnosti i šarma ponudila je pravi užitek. Pre dvadesetak godina, kada su počela da se otvaraju etno-sela, skoro svako je bilo poznato, jer ih je bilo malo. Ubrzo su počela da niču u svakom kraju i to sada nije samo ugostiteljski objekat, već mesto za potpuni doživljaj, a upravo je doživljaj ono što turizam danas zahteva - hrana koja ostavlja bez daha, ambijent u kojem putujemo kroz vreme, domaćini koji nas zapljuskuju srdačnošću, zanimljive životinje sa kojima se možemo družiti, domaći prirodni i zdravi proizvodi koje možemo kupiti.

### **Puno mogućnosti za dodatnu zaradu**

Kada je reč o dobrobitima za seosko stanovništvo, ovaj oblik turizma je vrlo podsticajan za lokalnu ekonomiju. Gosti kupuju domaće proizvode, što predstavlja važan izvor dodatnih prihoda za poljoprivredna gazdinstva.

Osim što naplaćuju smeštaj i ishranu gostiju, domaćinstva mogu da zarađuju od prodaje suvenira, naplate dodatnih ulaznica za turističke posete i obilaske farmi i plantaža, organizacije radionica sa različitim temama ili plaćenih degustacija vina i proizvoda. Sve to direktno ili indirektno pomaže razvoj sela, zapošljava lokalno stanovništvo i zaustavlja njegov odliv



FOTO: PIXABAY



FOTO: SHUTTERSTOCK

u gradove. Svoju budućnost u tome mogu videti i kuvari, sobarice, zanatlije, posla će biti i za veterinare, trenere, vozače, turističke vodiče.

### Aktivnost za turiste – priprema zimnice

Pre petnaestak godina na obroncima planine Rudnik otvorena je etno-kuća Moj Zavičaj sa željom da se očuva duh i tradicija šumadijskog sela Trudelj. Mir i pitoma priroda samo stotinak kilometara udaljeni od Beograda pružaju izuzetan odmor od gradskog užurbanog života. Smeštaj za ukupno 12 osoba ima kategoriju četiri zvezdice i ocenu gostiju 9,8. Domaćin Marko Mišić objašnjava da odmor ovde ne mora biti samo pasivan, već da u svojoj ponudi imaju niz zanimljivih aktivnosti.

- Gostima nudimo zanimljivo iskustvo spremanja zimnice sa nama. U bašti mogu da skupljaju plodove, beru voće i povrće, da svi zajedno pripremamo domaću hranu i tra-

dicionalna jela karakteristična za ovaj deo Srbije. Takođe, imamo i domaće životinje sa kojima se gosti mogu družiti - koke, ovce, guske. A za potpuno uživanje imamo bazen, saunu i đakuzi. Sve to se može kombinovati i sa šetnjama po okolnim brdima i šumama – naglašava naš sagovornik.

Ranije su, kako kaže, u Moj zavičaj dolazili uglavnom domaći gosti, a nakon pandemije krenula je prava ekspanzija stranih turista i sada ih ima podjednako. U tom smislu ocenjuje da su mogućnosti za razvoj agroturizma u našoj zemlji zaista velike.

- Najviše gostiju imamo vikendom. Dostupni smo na Bookingu, ali imamo i svoj onlajn sistem za rezervaciju smeštaja. Kod nas dolaze samo gosti koji prethodno rezervišu, što znači da omogućavamo i potpunu privatnost - ističe Mišić.

Finansijsku podršku države ocenjuje kao vrlo korisnu, jer su koristili sredstva iz programa za podsticaj seoskog tu-

rizma i to im je dosta značilo za investicione radove na objektima.

### Seoski turizam oživljava ruralne sredine

Vlada Republike Srbije usvojila je u martu ove godine Uredbu o finansiranju ruralnog turizma u 2025. godini sa ciljem razvoja i unapređenja ovog oblika turizma i ugostiteljstva. Prošle godine je ukupno 256 miliona dinara posvećeno ovom sektoru, dok je budžetom za ovu godinu predviđeno 150 miliona dinara. Ministar turizma i omladine Husein Memić ocenio je da ove investicije potvrđuju važnu ulogu ruralnog turizma u ekonomskom razvoju Srbije, očuvanju kulturne baštine i zaštiti životne sredine.

Jedan od osnovnih uslova za prijavu za dodelu sredstava bila je registracija domaćinstva kao seoskog turističkog domaćinstva. Zaduženi za turizam u Vladi Srbije ističu uverenost da će ovaj sektor u narednim godinama biti ključan za oživljavanje ruralnih sredina i privlačenje većeg broja domaćih i stranih turista.

Broju turista u selima delom će doprineti i vaučeri za subvencionisani odmor u Srbiji u trajanju od najmanje pet noćenja. Ovog aprila podeljeno je ukupno 30.000 vaučera u vrednosti od 10.000 dinara. Pravo na ovu vrstu subvencije imali su penzioneri, studenti, nezaposleni, vojni invalidi, korisnici prava na dodatak za pomoć

## TRŠIĆ, RUDNO I BISTRICA U TRCI ZA SVETSKI IZBOR NAJBOLJEG SELA ZA TURISTE

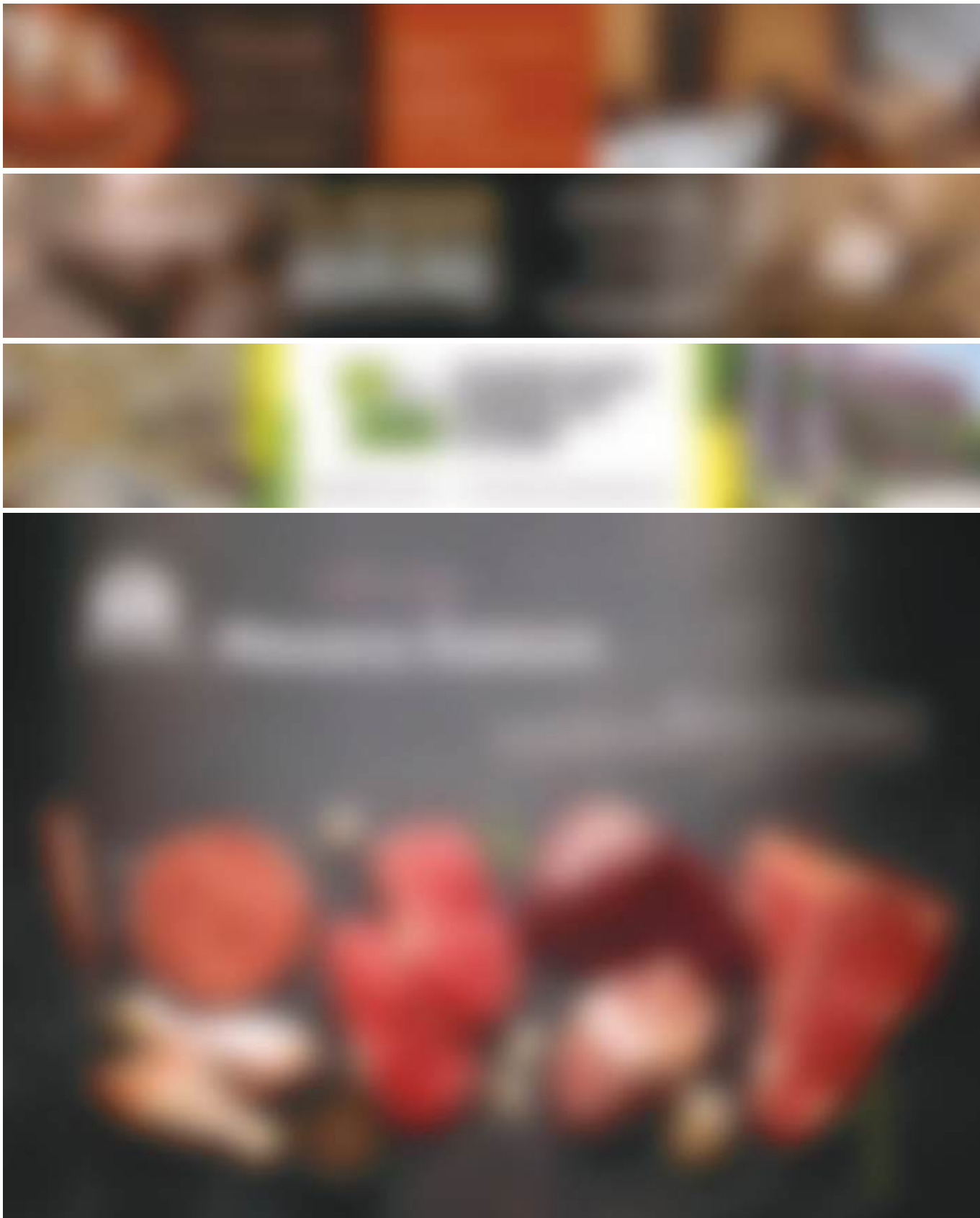
Na ovogodišnjem konkursu Svetske turističke organizacije Ujedinjenih nacija za izbor „Najbolja turistička sela 2025“ Republika Srbija je kandidovala tri sela – Tršić kod Loznice, Rudno kod Kraljeva i selo Bistrica kod Petrovca na Mlavi. Ova inicijativa afirmiše sela koja se ističu kao izuzetna turistička destinacija sa priznatim kulturnim i prirodnim dobrima, koja neguju i promovišu proizvode, vrednosti i način života.

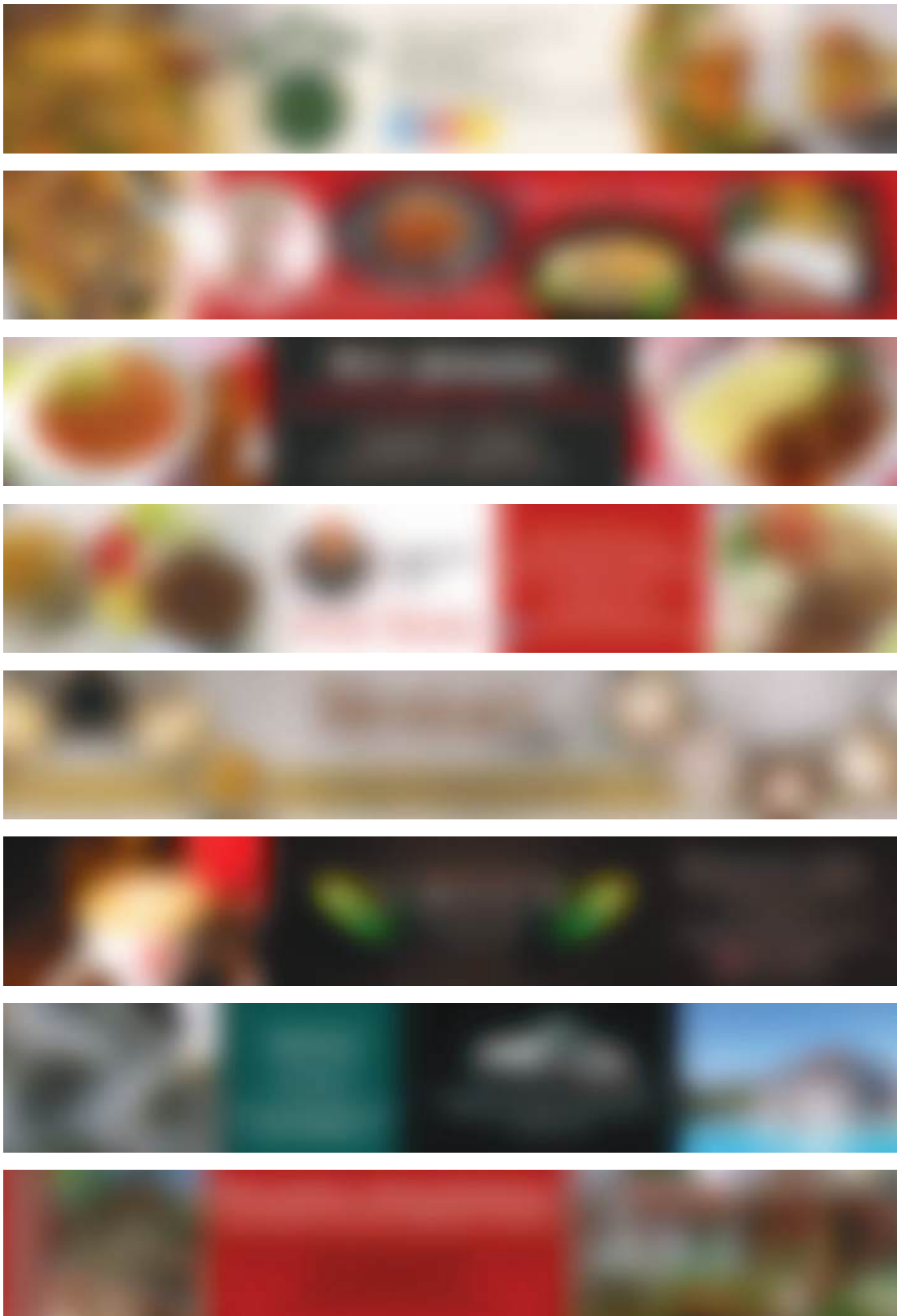
## ŠIŠANJE OVACA – TURISTIČKA ATRAKCIJA U ŠPANSKIM SELIMA

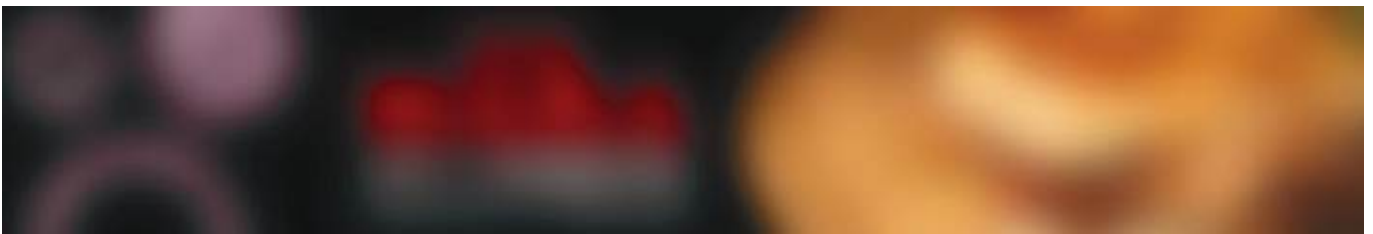
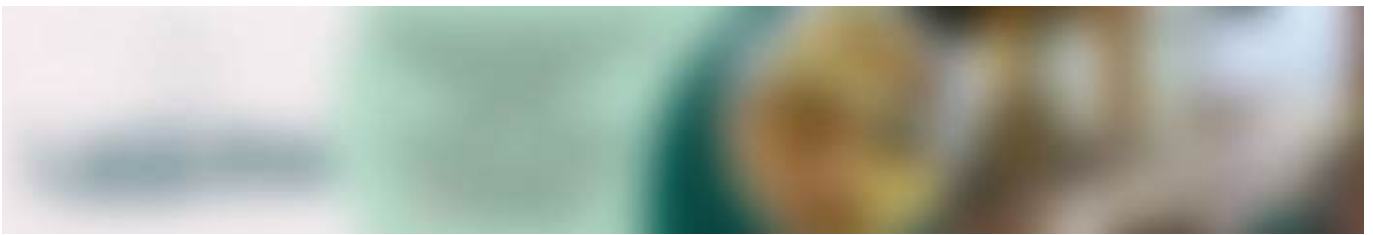
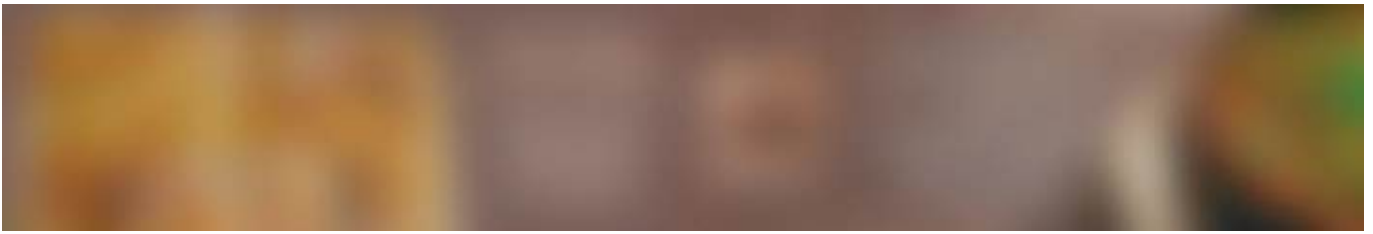
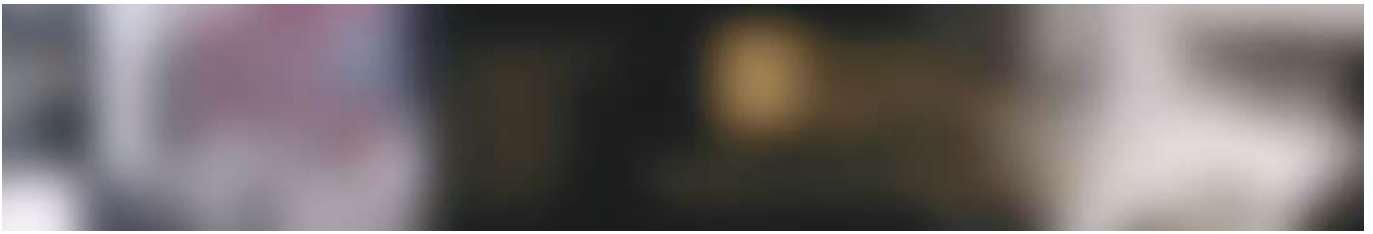
Uzor Srbiji u razvoju agroturizma može biti Španija koja ima vrlo bogatu ponudu za zainteresovane goste. Tamošnja prebogata turistička paleta obuhvata i gazdinstva u selima gde možete hraniti životinje, pomusti krave, čak i šišati ovce. U baštama se beru plodovi, zalivaju biljke, a potom prave džem, sir, jogurt, med, aromatična ulja i, naravno, vino. Neizostavne su i radionice izrade grnčarije i keramičkih ukrasa. A na čuvenoj Ibici nisu samo žurke mamac za goste, već i vođene ture na poljoprivrednim imanjima i farmama.

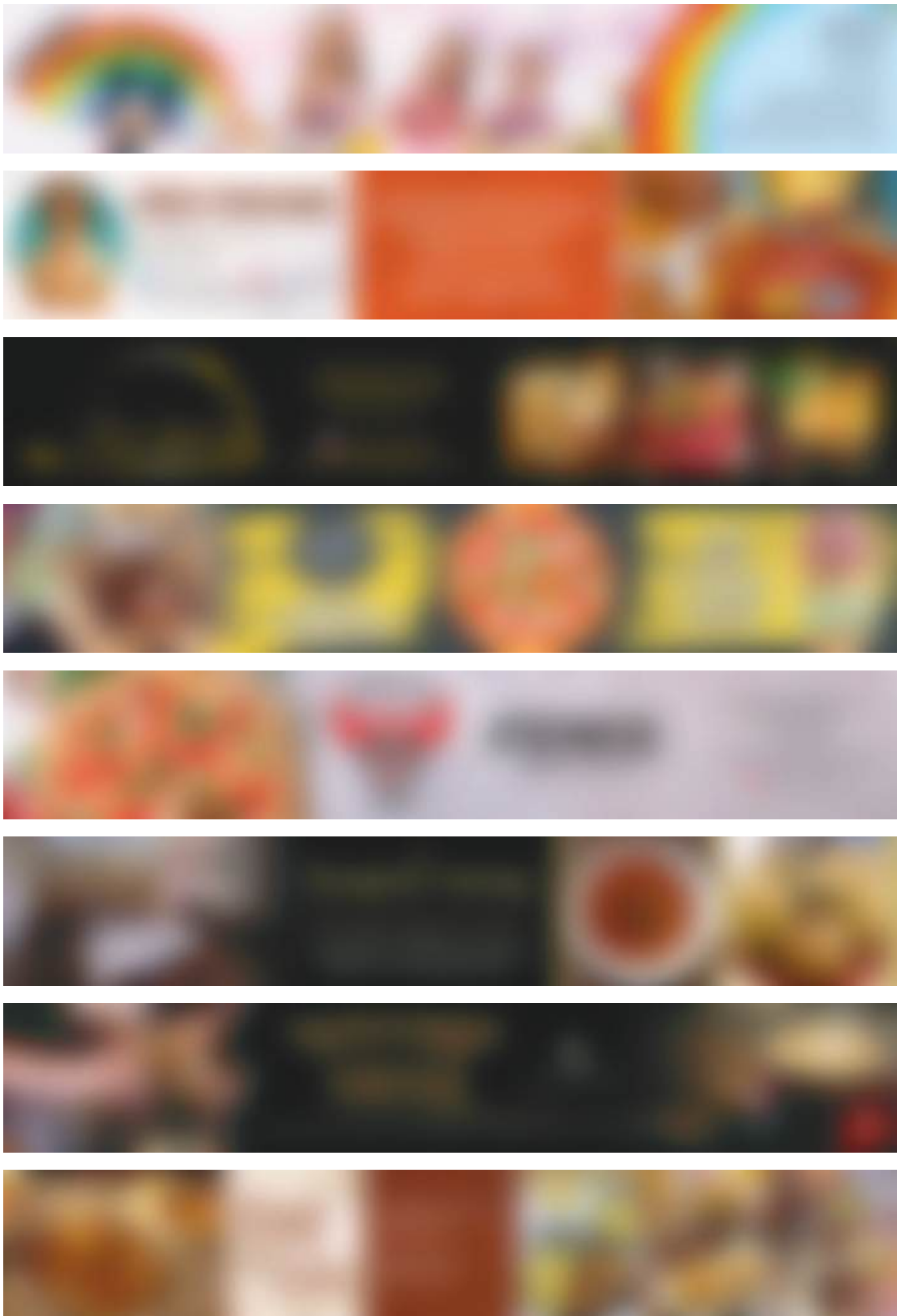
i negu drugog lica, nosioci poljoprivrednog gazdinstva, lica starija od 65 godina koja ne ostvaruju pravo na penziju, kao i zaposleni sa primanjima do 80.000 dinara mesečno. Prošle godine je građanima bilo dostupno 100.000 vaučera.

V.Ž.V.









A wooden gavel with a textured head and a handle with a tassel, resting on a stack of books. The books have dark red and brown covers. The background is a gradient from white to blue.

# USTANOVE I ORGANIZACIJE

# Transparentnost i odgovornost javnih institucija u Srbiji – uloga budžetskog i revizorskog nadzora

U vremenu kada je poverenje građana u institucije sve krhkije, a borba protiv korupcije i neefikasnosti sve nužnija, pitanje transparentnosti i odgovornosti javnog sektora postaje ključno za funkcionisanje demokratskog društva. Srbija, kao zemlja sa razvijenim institucionalnim okvirom, ali i brojnim izazovima u njegovoj primeni, nalazi se u procesu stalnog balansiranja između deklarativne posvećenosti reformama i stvarne institucionalne prakse.

U tom kontekstu, budžetski i revizorski nadzor postaju jedan od najvažnijih mehanizama putem kojih se može obezbediti odgovorno upravljanje javnim sredstvima. Ova dva aspekta nadzora ne deluju izolovano – oni su deo šire arhitekture dobrog upravljanja, čija je srž u sposobnosti da obezbedi da svaki dinar iz javnog budžeta bude potrošen svrsishodno, zakonito i u interesu građana.

## Odakle dolazi pravo građana da znaju?

Pitanje odgovornosti institucija počinje jednim jednostavnim, ali snaž-

nim principom – pravo građana da znaju kako se troši njihov novac. Javne institucije ne raspolažu sopstvenim sredstvima, već novcem koji dolazi iz poreza, такси i drugih javnih prihoda. Otuda proističe obaveza države da stvori sistem u kojem će svaki trošak moći da se prati, proceni i – ukoliko je potrebno – sankcioniše.

Na tom putu, budžetski sistem predstavlja polaznu tačku. Svaka država, pa tako i Republika Srbija, godišnje usvaja budžet kao najvažniji finansijski dokument, kojim se projektuju prihodi i rashodi. Ali budžet nije samo zbir brojki – on je izraz političkih prioriteta, ekonomske strategije i društvenih vrednosti. Kada građani nemaju uvid u to kako se budžet formira i troši, stvaraju se uslovi za neefikasnost, neracionalno upravljanje i u najgorem slučaju – zloupotrebe.

## Budžetski proces u Srbiji: između transparentnosti i prakse

U teoriji, budžetski proces u Srbiji je jasno definisan zakonskim okvirima – od predloga koji Vlada upućuje Skupštini, preko rasprave u odborima, pa

do konačnog usvajanja. Međutim, u praksi se proces neretko svodi na formalnost. Javne rasprave su ograničenog dometa, rokovi često skraćeni, a javnost sa planovima i izmenama upoznata kad je već prekasno.

U izveštajima Fiskalnog saveta i organizacija kao što je Transparentnost Srbija, redovno se ukazuje na potrebu unapređenja budžetske transparentnosti – kako u fazi planiranja, tako i u fazi izvršenja. Jedan od ključnih problema jeste nedovoljna razrada rashodnih stavki, posebno kod tzv. „transfera drugim nivoima vlasti“ i „posebnih projekata“, što ostavlja prostor za arbitrarno trošenje sredstava bez jasnog uvida u njihovu namenu.

## Uloga Državne revizorske institucije

Dok budžetski sistem postavlja pravila, revizija je ta koja proverava njihovu primenu. U Srbiji, glavna odgovornost za reviziju javnih finansija pripada Državnoj revizorskoj instituciji (DRI). Ona ima zadatak da kontroliše da li su javni resursi korišćeni zakonito, efikasno i u skladu sa propisima.



FOTO: RAWPIXEL

DRI funkcioniše kao nezavisni državni organ, čiji su nalazi javni i dostupni svakom građaninu. Izveštaji revizora često ukazuju na ozbiljne nepravilnosti – neadekvatnu evidenciju troškova, nepoštovanje procedura javnih nabavki, neblagovremeno izvršavanje ugovornih obaveza. Ipak, problem nastaje u dometu posledica tih izveštaja. Iako su mediji često prenosioci revizorskih nalaza, sankcije su retke, a institucije često ostaju bez obaveze da javno objasne kako su otklonile uočene nepravilnosti.

### **Uloga interne kontrole i finansijskog menadžmenta**

Iako se spoljašnji nadzor, poput rada državnih revizora, često smatra glavnim mehanizmom kontrole, ključno je da nepravilnosti budu sprečene već unutar samih institucija. Zbog toga je važno da ministarstva, javna preduzeća i ustanove imaju efikasan sistem interne kontrole i upravljanja javnim sredstvima.

Strategija reforme javnih finansija predviđa jačanje organizacionih jedinica za finansijsko upravljanje i kontrolu (tzv. FMC jedinice), kao i interne revizije. Međutim, ove jedinice i dalje često rade sa manje od polovine potrebnog kadra. Bez dovoljno obučених zaposlenih i modernih alata, unutrašnji sistem kontrole ostaje slab, čime raste verovatnoća da spoljašnja revizija otkrije propuste tek kada je šteta već načinjena.

### **Širenje mandata na reviziju učinka**

Državna revizorska institucija poslednjih godina sve češće sprovodi revizije učinka (performance audits), odnosno analize koje ne ispituju samo da li su sredstva potrošena zakonito, već i da li su ciljevi postignuti na ekonomičan i efikasan način.

Takvi nalazi imaju veću težinu u javnoj debati jer povezuju brojeve sa rezultatima koje građani vide: kilometri puta, broj renoviranih škola, skraćeno čekanje u domovima zdravlja. Što se više ovakvih revizija pretoči u parlamentarne rasprave i medijske analize, to revizorski posao postaje snažnije oruđe demokratizacije.

### **Odgovornost izvan papira - šta posle revizije?**

Jedan od ključnih izazova u Srbiji jeste pretvaranje institucionalne kontrole u stvarnu odgovornost. Revizorski izveštaji su formalno snažni alati – ali bez političke volje i pravosudne podrške, oni ne mogu sami da obezbede promene. Istraživanja pokazuju da veliki broj preporuka DRI ostaje neispunjen, a čak i kada se nepravilnosti utvrde, retko dolazi do krivičnog ili disciplinskog postupka.

To stvara začarani krug – institucije formalno odgovaraju, ali faktički ostaju bez posledica. Građani, s druge strane, gube poverenje i u nadzorne mehanizme i u samu ideju odgovorne vlasti.

### **Uloga civilnog društva i medija**

Jedna od retkih efikasних brana institucionalnom samozadovoljstvu

jeste pritisak spolja – pre svega od strane organizacija civilnog društva i nezavisnih medija. Upravo su oni ti koji neretko analiziraju budžetske podatke, upućuju zahteve za pristup informacijama od javnog značaja i pokreću širu javnu debatu o trošenju javnog novca.

Portali poput „Pitajte državnog revizora“, inicijative kao što su „Otvoreni budžet“ i istraživanja organizacija kao što su Biro za društvena istraživanja (BIRODI) i Centar za istraživanje, transparentnost i odgovornost (CRTA) pokazali su da javni pritisak može uticati na promene. Kada mediji, civilno društvo i građani uporno postavljaju pitanja – institucije, s vremenom, postaju otvorenije.

### **Digitalni alati u službi transparentnosti**

Srbija je poslednjih godina napravila određene iskorake u digitalizaciji



FOTO: PIXABAY

javne uprave – od portala eUprava do budžetskog informacionog sistema. Međutim, prava snaga digitalnih alata nije samo u automatizaciji, već u dostupnosti i upotrebljivosti podataka. Transparentan sistem nije onaj koji samo formalno objavljuje PDF dokumente, već onaj koji omogućava građanima da u nekoliko klikova dođu do informacija o tome koliko je njihova lokalna samouprava potrošila na škole, zdravstvo ili komunalne usluge.

U tom smislu, iskustva zemalja poput Estonije i Švedske pokazuju da su otvoreni podaci ključ za kreiranje participativnog društva, u kojem građani ne učestvuju samo na izborima, već i u svakodnevnom nadzoru vlasti. Srbija, iako još uvek na putu ka toj praksi, ima sve više tehničkih kapaciteta da takve sisteme razvije.



### Međunarodni standardi i srpski skor na PEFA skali

Kada se Srbija, kroz PEFA metodologiju (Public Expenditure and Financial Accountability), uporedi sa državama Organizacije za ekonomsku saradnju

i razvoj (OECD), najveći zaostatak beleži u dubini budžetske analitike i transparentnosti vanbudžetskih fondova.

Poslednji izveštaji pokazuju poboljšanje u planiranju prihoda, ali i dalje nisku ocenu za budžetske izmene tokom godine, koje se često usvajaju po hitnom postupku. U praksi to znači da parlament i javnost dobijaju manji prozor za kontrolu i argumentovanu raspravu o novim zaduživanjima ili preusmeravanjima rashoda.

### Rodno i programsko budžetiranje – još neiskorišćen potencijal

Iako je Srbija uvela obavezu rodno odgovornog budžetiranja, svega trećina budžetskih korisnika precizno prikazuje kako njihovi programi utiču na žene i muškarce. Slično je i sa programskim budžetiranjem – ciljevi su često široko formulisani („unapređenje infrastrukture”), pa je teško meriti učinak.

Precizniji pokazatelji uspeha kao što su na primer, „broj kilometara lokalnih puteva sa sertifikatom otpornosti na poplave”, omogućili bi i DRI-ju i građanima da jasnije vide da li se obećano i ostvaruje.

### Elektronske javne nabavke i „open contracting”

Od januara 2020. godine sve državne nabavke u Srbiji vode se putem portala e-Nabavke, što je prema oceni Svetske banke prepolovilo prosečno trajanje postupka i smanjilo troškove administracije. Ipak, samo objavljivanje dokumentacije nije dovoljno.

Globalni pokret „open contracting” podrazumeva da se sirovi podaci objavljuju u mašinski čitljivom formatu. Kad bi Srbi-

ja prešla na taj standard, istraživači, mediji i civilno društvo mogli bi da prate cene i dobavljače u realnom vremenu, ubrzavajući detekciju kartela i „nameštenih” tendera.

### Lokalni nivo – slaba karika

Poseban izazov predstavlja lokalni nivo vlasti, gde je budžetska transparentnost često niža nego na republičkom nivou. Lokalne samouprave su zadužene za značajan deo javne potrošnje, uključujući obrazovanje, socijalnu zaštitu i infrastrukturu. Međutim, u mnogim opštinama i gradovima izveštaji nisu ažurni, budžetski planovi su šturi, a revizorski nadzor retko obuhvata lokalne vlasti.

Upravo tu se vidi potreba za decentralizacijom nadzora – za osnaživanjem lokalnih organizacija civilnog društva, lokalnih medija i građanskih inicijativa koje mogu da traže odgovore i na tom nivou.

### Ka kulturi odgovornosti

Na kraju, transparentnost i odgovornost ne smeju da ostanu puki zahtevi iz strategija i zakona – one moraju postati norma političke kulture i refleks javne uprave. Tek kada se institucije ne plaše nadzora, već ga prihvataju kao osnovu svog legitimiteta, Srbija će napraviti iskorak iz formalne u stvarnu demokratiju. To znači i da građani ne pristaju na neodgovornost, već je smatraju neprihvatljivom.

Da bi se to desilo, potrebna je kombinacija – snažni zakoni, nezavisne revizorske institucije, hrabri mediji, aktivni građani i, možda najvažnije, politička volja da se odgovornost ne percipira kao teret, već kao osnova poverenja.

J. V.





A close-up photograph of a green wheat ear, showing the developing grains. The image is overlaid with a digital network of white lines and nodes, suggesting a connection between agriculture and technology. The background is a soft, out-of-focus green with bokeh light effects.

# POLJOPRIVREDA

# Srpska poljoprivreda između klimatskih izazova i subvencionirane politike

**P**oljoprivreda čini značajan deo srpske privrede – zapošljava 13-14 odsto stanovništva i doprinosi oko četiri odsto bruto domaćeg proizvoda. Ipak, kao nosilac ruralne ekonomije, sektor se suočava s dubokim izazovima u kombinaciji klimatskih promena, neravnomerne politike subvencionisanja i strukturnih slabosti. Da bi domaća poljoprivreda opstala i napredovala, neophodan je uravnotežen pristup – onaj koji će olakšati adaptaciju farmerima, a istovremeno podsticati konkurentnost, održivost i pristup tržištima EU i šire.

Srbija je među regionima koji su najosetljiviji na klimatske ekstreme – poplave, suše, grad, toplotne talase i požare. Poplave iz maja 2014. godine prouzrokovale su direktne gubitke u

poljoprivredi procenjene na oko dve milijarde evra. Suše su u 2021. godini dovele do novih šteta, dok julske i avgustovske vrućine 2023. godine dodatno smanjuju prinose. Dugoročni trendovi hladnoće sve jasnije pokazuju pomeranje vegetacionog perioda – većeg rizika od štetočina i bolesti. Takvi klimatski šokovi prete prihodima porodica, ugrožavaju bezbednost hrane i utiču na ruralni razvoj.

## **Subvencije formalno važne, ali nedovoljno efikasne**

U Srbiji je sistem državnih subvencija u poljoprivredi decenijama oblikovan tako da se podrška dodeljuje po hektaru obradive površine ili količini proizvedene robe. Takav pristup favorizuje količinu, ali ne nužno i kvalitet – niti otpornost na sve ozbiljnije

klimatske izazove. Drugim rečima, poljoprivrednici se podstiču da seju i gaje što više, ali ne i da unapređuju sisteme za navodnjavanje, zaštitu od suše i grada, modernu mehanizaciju ili ekološki prihvatljive metode uzgoja koje bi povećale otpornost njihovih gazdinstava.

Prema izveštajima Svetske banke, čitav region Zapadnog Balkana karakteriše sličan model tzv. „vezanih subvencija“ – što znači da se novac dodeljuje isključivo na osnovu konkretnih rezultata (npr. broj grla stoke ili površina zemljišta), bez šireg uvida u održivost proizvodnje ili njen uticaj na životnu sredinu. U praksi to znači da većina sredstava ide ka proizvodnji po svaku cenu, dok se premalo ulaže u edukaciju, modernizaciju ili zaštitu resursa poput zemljišta i vode.



Takođe, iako Srbija formalno ima pristup evropskim fondovima za razvoj poljoprivrede – prvenstveno kroz tzv. IPARD program (Instrument za pretpristupnu pomoć u oblasti ruralnog razvoja), njihova stvarna iskorisćenost je niska. Razlozi su višestruki – administrativna komplikovanost, slaba edukacija potencijalnih korisnika, ali i činjenica da IPARD program u aktuelnoj fazi ne dozvoljava avansna plaćanja, što male i srednje farme stavlja u nepovoljan položaj jer nemaju inicijalni kapital da investiraju pre nego što povrate sredstva iz fonda. Takođe, sertifikacioni sistemi koji bi trebalo da omoguće izvoz i konkurentnost (npr. organske sertifikacije) došli su prekasno i nisu sistematski implementirani.

Uprkos tome, pozitivni pomaci postoje. Organizacije poput Organizacije za hranu i poljoprivredu Ujedinjenih nacija (FAO) i Evropske banke za obnovu i razvoj (EBRD) pokrenule su niz inicijativa koje imaju za cilj da pomognu Srbiji u prelasku ka modernoj, tzv. klimatski pametnoj poljoprivredi. Ovaj pristup – poznat globalno kao „climate-smart agriculture“ – podrazumeva upotrebu savremenih tehnologija za optimizaciju proizvodnje u uslovima klimatskih promena, ali i zaštitu prirodnih resursa.

Tokom 2023. i 2024. godine, FAO je u saradnji sa Ministarstvom poljoprivrede Srbije, pokrenuo projekat pod nazivom „Ubrzavanje održive i klimatski pametne agrobiznis prakse“. Ovaj projekat povezuje državne institucije, lokalne savetodavne službe i same poljoprivrednike kroz zajednički rad na unapređenju pristupa preciznoj poljoprivredi (korišćenje senzora i digitalnih alata za optimizaciju proizvodnje), agroekološkim metodama (prirodno očuvanje zemljišta i biodiverziteta), kao i boljem sistemu navodnjavanja i zaštite useva. Takođe, kroz ovaj projekat se razvijaju „mapirani putevi primene“ za nacionalne ciljeve u borbi protiv klimatskih promena – što znači konkretni koraci koje Srbija mora da preduzme kako bi svoje poljoprivredne politike uskladila sa međunarodnim standardima.

Sve ovo ukazuje na važnu tranziciju – od subvencija koje podstiču samo „više“ – ka subvencijama koje podstiču „bolje“. Da bi ova tranzicija zaživela, biće potrebni jasniji kriterijumi, bolja koordinacija ministarstava, edukacija farmera i jače uključivanje



FOTO: PIXABAY

domaćih naučnih i stručnih institucija. Samo tada će poljoprivreda postati ne samo izvor hrane i prihoda – već i stub klimatske otpornosti i dugoročne održivosti cele ekonomije.

### **Investicije koje spajaju klimu, poljoprivredu i održivi razvoj sela**

Jedan od najvećih izazova savremene poljoprivrede u doba klimatskih promena jeste pronalaženje održivog balansa između proizvodnje hrane, očuvanja prirodnih resursa i ekonomskog opstanka sela. Izveštaj Svetske banke iz 2023. godine ukazuje na to da bi zemlje Zapadnog Balkana, uključujući Srbiju, morale da ulažu između 0,4 i 0,6 odsto svog bruto domaćeg proizvoda (BDP) svake godine – što za Srbiju iznosi oko 9,5 milijardi dolara tokom naredne decenije – kako bi izbegle drastične ekonomske posledice koje bi mogle nastupiti usled klimatskih katastrofa. Ako se ti koraci ne preduzmu, predviđa se pad BDP-a do 2050. godine od najmanje 15 procenata, što bi pogodilo sve sektore, a najviše one koji su već ranjivi – poput poljoprivrede.

Ovaj sektor je posebno osetljiv jer ne trpi samo posledice klimatskih promena – suše, poplave, toplotni talasi, pomeranje vegetacionih ciklusa – već je i sam njihov veliki uzročnik. Globalno gledano, poljoprivreda i šumarstvo čine gotovo trećinu ukupnih emisija gasova sa efektom staklene bašte. Ipak, od ukupnih svetskih fondova namenjenih borbi protiv klimatskih promena, poljoprivreda prima samo četiri odsto sredstava. Ova neusklađenost predstavlja ozbiljan problem – bez ulaganja u transformaciju

poljoprivrede, klimatski ciljevi ostaju van domašaja.

Uprkos ograničenim resursima i birokratskim barijerama, Srbija u poslednjih nekoliko godina pokazuje znake napretka. Podstiču se inicijative koje integrišu digitalne alate u poljoprivredu – poput senzora za vlagu u zemljištu, dronova za nadgledanje useva i softvera za upravljanje gazdinstvima. Takođe, sve više se ulaže u modernizaciju poljoprivrednih škola i obrazovnih programa kako bi budući agronomi i proizvođači ovladali znanjima o tzv. preciznoj i klimatski pametnoj poljoprivredi.

Ove aktivnosti se odvijaju u okviru Nacionalno određenih doprinosa (NDC) i Nacionalnog akcionog plana za prilagođavanje na klimatske promene (NAP) – strateških dokumenata koji definišu kako se Srbija planira boriti protiv klimatskih rizika u poljoprivredi. Iako je implementacija još u ranoj fazi, pozitivan pomak je u tome što se poljoprivreda više ne posmatra samo kao grana privrede koja treba pomoć – već kao ključni akter u očuvanju ekološke ravnoteže i održivog razvoja ruralnih područja.

Ako se nastavi ovim putem – uz bolje korišćenje međunarodnih fondova, veću transparentnost subvencija i edukaciju proizvođača – postoji realna šansa da srpska sela, umesto da budu simbol zaostalosti i odlaska mladih, postanu prostor inovacije, ekološke otpornosti i pametnog ulaganja u budućnost.

### **Koje mere zaista osnažuju poljoprivredu?**

U kontekstu sve izraženijih klimatskih pretnji i neizvesnosti na tržištu, moder-

na poljoprivreda mora se temeljiti na otpornosti, znanju i održivim praksama. Da bi se to postiglo, neophodno je uvesti čitav niz sistemskih mera koje prevazilaze tradicionalni model finansiranja po hektaru i kilogramu.

Prvi i najvažniji korak jeste uvođenje nacionalne strategije za tzv. klimatski pametnu poljoprivredu – koncept koji podrazumeva planirano navodnjavanje, efikasnu zaštitu useva od vremenskih i bioloških nepogoda, i precizno upravljanje zasadima uz pomoć novih tehnologija. Takva strategija bi morala biti operativna, zasnovana na podacima i dostupna svim proizvođačima – od malih domaćinstava do velikih sistema.

Zatim sledi reforma subvencionog sistema. Umesto postojećih podsticaja koji uglavnom nagrađuju kvantitet – broj hektara ili količinu proizvedenog mleka, mesa ili žitarica – neophodno je preći na sistem koji favorizuje otpornost, održivost i ekološke metode uzgoja. To znači više novca za proizvođače koji ulažu u organsku proizvodnju, koriste obnovljive izvore energije, štite zemljište i vodu, i uče kako da se prilagode klimatskim promenama.

Poseban izazov za Srbiju jeste nedovoljno korišćenje fondova Evropske unije, pre svega programa IPARD (Instrument za pretprištopnu pomoć u oblasti ruralnog razvoja). Nedostatak mogućnosti za avansno finansiranje i ograničeni administrativni kapaciteti Ministarstva poljoprivrede čine ovaj mehanizam teškim za domaće proizvođače. Potrebno je unaprediti tehničku podršku, pojednostaviti procedure i omogućiti bržu isplatu sredstava, kako bi ovaj potencijal postao stvarni alat ruralnog razvoja.

Bolja koordinacija između institucija je, takođe, od suštinskog značaja.

Ministarstvo poljoprivrede, lokalne samouprave, savetodavne službe i sami poljoprivrednici često deluju fragmentisano, bez zajedničke platforme za razmenu znanja, planova i resursa. Preporuka Organizacije za hranu i poljoprivredu Ujedinjenih nacija (FAO) jeste uspostavljanje institucionalnih mreža koje povezuju sve aktere – kroz digitalne platforme, radionice, zajedničke projekte i stalne analize potreba i rezultata.

Podsticanje partnerstva između javnog i privatnog sektora je još jedna važna tačka. Savremena poljoprivreda zahteva pristup tehnologijama koje su često skupe – sistemi za navodnjavanje kap po kap, solarne pumpe, dronovi, softver za mapiranje zemljišta, bioinsekticidi. Država može igrati ulogu katalizatora, nudeći povoljne garancije, zelene kredite i poreske olakšice za one koji ulažu u takve inovacije.

### Evropski model i regionalne lekcije za Srbiju

U poređenju sa članicama Evropske unije, srpska poljoprivreda zaostaje u ključnim segmentima – od veličine gazdinstava do nivoa tehnološke opremljenosti. Prosečno domaće gazdinstvo raspolaže sa pet do šest hektara, dok EU prosek iznosi oko 16 hektara. Još zabrinjavajuće je što gotovo polovina srpske proizvodnje dolazi iz tzv. samodovoljnih domaćinstava – onih bez realnog tržišnog potencijala.

Međutim, iskustva zemalja kao što su Litvanija, Poljska i Bugarska pokazuju da je moguće preokrenuti ovaj trend. One su EU fondove iskoristile ne za pasivnu pomoć, već za modernizaciju – uvođenje naprednih agrotehničkih praksi, unapređenje stočarstva,

digitalizaciju i izgradnju prerađivačkih kapaciteta. Umesto da subvencije nagrađuju kvantitet, korišćene su kao alat za transformaciju.

U istom smeru idu i preporuke iz strateških izveštaja poput CCDR-a (Country Climate and Development Report), koji naglašavaju modernizaciju sistema navodnjavanja, digitalne alate za planiranje i osiguranje od klimatskih rizika – kao osnovu, a ne luksuz. Srbija, ako želi da sačuva selo, proizvodnju hrane i ekonomsku nezavisnost, mora što pre da usvoji ovu novu paradigmu: poljoprivreda više nije samo tradicija – ona je tehnologija, održivost i klimatska politika u praksi.

### Trostruka dobit od klimatske akcije

Transformacija srpske poljoprivrede ka otpornosti na klimatske promene nije samo nužnost – već i strateška prilika. Pravilno usmerene investicije, reformisane subvencije i klimatski pametne inovacije mogu istovremeno – zaštititi prihode, osnažiti ruralne zajednice i povećati izvozni potencijal. Uvođenje zelenih standarda i smanjenje emisija ubrzaće integraciju Srbije u EU i postaviti je kao aktivnog aktera u globalnoj borbi protiv klimatskih promena.

Sušтина ove promene leži u pametnoj kombinaciji strateških ulaganja, dostupnih znanja, efikasnog upravljanja fondovima i povezivanja nauke sa praksom. Kada poljoprivrednici počnu da posmatraju klimatske izazove ne kao prepreke, već kao prostor za inovaciju i razvoj – tada će srpska poljoprivreda postati oslonac nove, održive ekonomije. Ne samo hrana – već i nada, znanje i budućnost sela.

J.V.

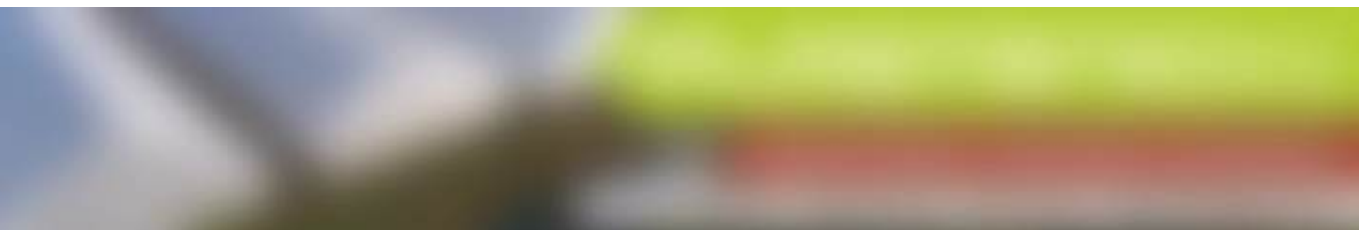




FOTO: FREEPIK

## Digitalizacija sela

# Pametna poljoprivreda između potencijala i prepreka

Uprkos dubokim korenima tradicionalnog pristupa u srpskoj poljoprivredi, u poslednjih nekoliko godina sve je izraženiji interes za uvođenje digitalnih tehnologija u seoskim sredinama. U vreme kada klimatski izazovi, rast cena inputa i manjak radne snage sve više pritiskaju poljoprivredne proizvođače, digitalna transformacija sela sve češće se postavlja kao mogući odgovor.

Međutim, pitanje koje se i dalje nameće glasi - da li digitalizacija sela u Srbiji ima realnu šansu da zaživi kao održiv model, ili će ostati u domenu pilot-projekata, subvencionisanih inicijativa i konferencijskih zaključaka?

Iako je pojam pametne poljoprivrede često vezivan za futurističke slike dronova koji lete iznad oranica, stvarnost je daleko složenija - i znatno prizemnija. U osnovi, precizna ili pametna poljoprivreda podrazumeva korišćenje digitalnih alata koji omogućavaju preciznije, efikasnije i racionalnije upravljanje resursima.

To uključuje GPS navođenu mehanizaciju, IoT senzore za merenje vlažnosti zemljišta, automatske sisteme za navodnjavanje, satelitsko praćenje rasta useva, ali i softverske platforme koje omogućavaju analizu podataka, planiranje setve i optimizaciju troškova. U savremenim uslovima proizvodnje informacija postaje resurs - onaj koji štedi i novac i vreme.

Upravo zbog toga ova tehnologija nije rezervisana samo za velika gazdinstva. Naprotiv, njena uloga je potencijalno najznačajnija upravo u manjim sistemima koji nemaju „lufta“ za greške i gubitke.

### Statistika otkriva potencijal, ali i ogoljava realnost

Prosečna veličina poljoprivrednog gazdinstva u Srbiji iznosi svega 5,4 hektara, pokazuju podaci Republičkog zavoda za statistiku. U poređenju sa prosekom u EU koji prelazi 16 hektara jasno je da većina domaćih proizvođača posluje u okvirima skromnih kapaciteta. Uz to, više od 50 odsto

ukupne poljoprivredne površine koristi se na gazdinstvima manjim od deset hektara.

Ovakva struktura otežava kapitalna ulaganja u skupu opremu i tehnologiju. Međutim, globalni trend rasta cena veštačkog đubriva, semena, goriva i radne snage, kao i sve izraženiji klimatski poremećaji, teraju proizvođače da traže održivije i predvidivije modele proizvodnje.

FAO procenjuje da primena precizne mehanizacije može povećati prinose za 15-20 odsto, dok istovremeno omogućava uštedu u vodi od 40 odsto, a u pesticidima do 30 procenata. Ipak, prema istraživanju BioSens Instituta iz 2023. godine, svega šest odsto gazdinstava u Srbiji koristi bilo kakav oblik digitalne tehnologije u proizvodnji. Podaci obećavaju, ali istovremeno opominju.

### Infrastruktura kao preduslov: internet kao voda i struja

Bez stabilnog pristupa internetu, digitalizacija ostaje neostvariv koncept. Zbog toga je značajno što je



## POTREBAN JE SISTEM, NE ENTUZIJAZAM POJEDINACA

Da bi pametna poljoprivreda postala stvarnost u Srbiji potrebno je povezati tehnološke inovacije sa realnim kapacitetima ruralnih zajednica. Kao što je naveo Marko Marić iz NAL-LED-a: „Bez sinergije države, lokalnih samouprava i privatnog sektora, digitalizacija sela ostaće na nivou pilot-projekata.“

IPARD III fondovi Evropske unije nude značajan finansijski potencijal za modernizaciju, ali se mnogi proizvođači suočavaju sa komplikovanim procedurama, zahtevima za dokumentacijom i manjkom savetodavne pomoći. Zato je edukacija, kako korisnika, tako i institucija, jednako važna kao i ulaganje u mrežu ili subvencionisanje opreme.

Ministarstvo informisanja i telekomunikacija najavilo ulaganje od oko 2,6 milijardi dinara u proširenje širokopoljasne mreže u ruralnim krajevima u toku 2025. godine. Time bi više od 700 sela trebalo da dobije pristup internetu brzine dovoljne za rad savremenih digitalnih sistema.

Pored fizičke infrastrukture, digitalna transformacija zahteva i funkcionalnu edukaciju korisnika, dostupne alate i podršku za njihovu implementaciju. Internet ne donosi promenu sam po sebi, potrebno je znanje, motivacija i institucionalna podrška da bi tehnologija zaista zaživela.

U praksi primera uspešne primene pametne tehnologije u Srbiji već ima, iako su oni još uvek malobrojni. U selu Mošorin, zadruga Agro Mošorin koristi pametne senzore za merenje vlažnosti zemljišta i automatizovano navodnjavanje. Prema rečima predsednika zadruge, troškovi vode smanjeni su za 35 odsto, dok je prinos soje porastao za gotovo petinu.

Slično iskustvo ima i mladi poljoprivrednik Nenad Petrović iz okoline Kraljeva, koji koristi dronove za nadgledanje malinjaka. Rano prepoznavanje bolesti i štetočina pomoglo mu je da uštedi oko 500 evra po hektaru prošle godine.

Ovi primeri pokazuju da digitalna rešenja mogu imati direktan finansijski efekat - ne samo u pogledu prinosa, već i kroz optimizaciju troškova i radne efikasnosti.

### Selo danas: izazovi dublji od tehnologije

Iako tehnologija nudi potencijal, stanje na terenu jasno pokazuje da su problemi sela u Srbiji sistemski i duboko ukorenjeni. Prema poslednjem popisu, čak 86 odsto sela ima negativan prirodni priraštaj. Više od 1.200 sela ima manje od 100 stanovnika, a prosečna starost nosioca gazdinstva prelazi 60 godina. Mlađe generacije sve ređe ostaju na selu, a još ređe vide poljoprivredu kao profesiju budućnosti.

Osim demografskih, tu su i strukturni problemi. Ogromna većina gazdinstava koristi mehanizaciju staru više od tri decenije. Sezonska radna snaga postaje sve teže dostupna, posebno u voćarskim i stočarskim delatnostima. Klimatske promene donose češće suše, grad i mrazeve, a pristup tržištu ostaje ograničen - proizvođači su često prepušteni otkupljivačima ili posrednicima.

Komplikovane procedure za subvencije i birokratizovani sistem dodat-

no otežavaju uvođenje inovacija. U takvom okruženju, digitalizacija se ne može posmatrati kao magično rešenje, već kao deo šire, integrisane politike ruralnog razvoja.

Uprkos izazovima, digitalni alati mogu postati snažno sredstvo za revitalizaciju sela. Automatizacija određenih poslova može delimično ublažiti manjak radne snage, a precizna proizvodnja može omogućiti bolje upravljanje rizicima vezanim za klimu. Takođe, digitalna tržišta i platforme za prodaju (e-commerce za poljoprivredne proizvode) mogu proizvođačima omogućiti direktan kontakt s krajnjim kupcem, čime se povećava zarada i smanjuje zavisnost od otkupljivača.

Jedan od primera domaće prakse je platforma Moj Dnevnik, koja omogućava proizvođačima da vode precizne evidencije o proizvodnji, troškovima i planiranju. Nekada komplikovani procesi koji su zahtevali papirnu dokumentaciju i posete administraciji sada se obavljaju uz pomoć mobilnog telefona.

Digitalizacija ne mora da bude neprijatelj tradicije. Naprotiv, može biti sredstvo za njeno očuvanje - ali u održivijem, efikasnijem obliku.

M.A.



# Mali proizvođači pod pritiskom u novim uslovima

## Porodična gazdinstava gube trku sa korporacijama i uvoznicima

**P**oljoprivrednici u Srbiji deцениjama trpe različite pritiske. Mali proizvođači i porodična gazdinstva su posebno osetljiva kategorija i ugroženi u trci sa velikim proizvođačima i još većim uvoznicima. Zakonski propisi, nelojalna konkurencija, vremenske neprilike, nedostatak adekvatne podrške, kašnjenja u isplati subvencija i tržišne prilike koje vrlo često nisu fer otežavaju opstanak gazdinstava koja žive od poljoprivrede.

Pre svih, proizvođači svinjskog mesa žale se na ogromnu štetu koju im nanose uvoznici mesa, ali i trgovci ovom namirnicom. Neuporedivo niža cena uvoznog mesa na našem tržištu toliko je potisnula iz konkurencije domaće, da je uzgoj svinja u Srbiji alarmantno opao. Procene poljoprivrednika upozoravaju da je fond svinja u našoj zemlji sada manji za čak 70 odsto nego pre samo nekoliko godina.

Ovako nepovoljna situacija ne pogoduje malim, ali ni velikim proizvođačima. Sa druge strane, odgovara klanicama i trgovcima koji od velikog prometa jeftinog uvoznog mesa dobro zarađuju. A kako tržište i kupci uvek traže nižu cenu i potražnja za takvim ne manjka, mali proizvođači nemaju



FOTO: PIXABAY

mnogo šanse ni za zaradu, ni za opstanak. U toj trci kvalitet je ostao u drugom planu, a upravo je kvalitet ono što oni mogu da ponude. Kod manjih gazdinstava proces uzgoja je poznat, a informacije o poreklu tog mesa jasne. Uvozno meso dolazi iz masovne proizvodnje, iz zemalja koje mogu imati i drugačije standarde od naših propisa.

### Nova pravila

Od početka naredne godine poljoprivredne proizvođače očekuje i novi Zakon o službenim kontrolama hrane kako bi se poboljšao nivo bezbednosti, ali i kontrole čitavog procesa i lanca od njive do trpeze. Zakonske izmene su neophodne, jer zaštita zdravlja potrošača nije moguća bez

efikasnog sistema službenih kontrola koji će važiti kako za hranu domaćeg porekla, tako i za uvozne proizvode.

Ono što u aktuelnom Zakonu o inspekcijском nadzoru mora da se menja jeste pravilo da kontrole moraju biti najavljene najmanje tri dana unapred, a to je direktno u suprotnosti sa evropskim pravilima i uredbama koje propisuju da službene kontrole moraju biti nenajavljene. Tako bi ovaj Zakon trebalo da spreči prevare u vezi sa kvalitetom i sastavom hrane koje bi se mogle desiti prilikom najavljenih kontrola.

Novi zakon će, u skladu sa pravilima EU, obuhvatati i sfere hrane za životinje, zdravlja životinja i bilja, zaštite bilja, organske proizvodnje, GMO, geografskih oznaka i tradicionalnih specijaliteta, navodi se u obrazloženju Nacrta ovog zakona.

A nova pravila u proizvodnji mleka, koja nas očekuju od naredne zime, uticaće značajno i na sve proizvođače. Naime, od 1. decembra u Srbiji će granica za dozvoljeni nivo aflatoksina u mleku sa sadašnjih 0,25 mikrograma po kilogramu biti spuštena na 0,05 za sirovo mleko, termički obrađeno i mleko za proizvodnju proizvoda na bazi mleka.

## PODRŠKA ŽENAMA PREDUZETNICAMA NA SELU

Kad je reč o podsticajima iz budžeta, u ovoj godini Vlada Republike Srbije opredelila je 135 miliona dinara za subvencije u okviru Programa podrške razvoju preduzetništva, od čega je 50 miliona dinara namenjeno za podršku ženama na selu. Sredstva su bespovratna, oslobođena od prinudne naplate i odnose se na nabavku nove opreme za skladištenje, preradu i pakovanje poljoprivrednih proizvoda, kao i repromaterijala, koji će direktno unaprediti proizvodnju u oblasti prerade hrane.

To znači da žene preduzetnice, zadruge i mikro privredna društva, gde je vlasništvo i rukovodstvo u većinskom ili potpunom ženskom sastavu mogu dobiti najmanje 300.000 dinara, a najviše pola miliona.

Aktuelni propisani nivo aflatoksina u našoj zemlji je pet puta veći od evropskog standarda, što sa jedne strane predstavlja problem u usklađivanju sa propisima EU, ali i postavlja pitanje zdravstvene ugroženosti korisnika takvih mlečnih proizvoda.

Malim farmerima će svakako biti potrebna pomoć za usklađivanje sa EU standardima, kako bi ovu tranziciju izveli što bezbolnije po svoje poslovanje i opstanak.

### Prazne košnice širom Srbije

Ove sezone najveće muke u poljoprivredi zadesile su pčelare. Nezapamćen pomor pčela odneo je u nekim krajevima i do 90 odsto medonosnih pčela. Masovnom uginuću ovih životinja najviše je doprinela prošlogodišnja suša i manjak polena

u biljkama, ali i neadekvatna upotreba pesticida, prisustvo različitih parazita i bolesti.

Posledice su višestruke – prazne košnice, neizvesnost oko saniranja i stvaranja novih pčelinjih društava, oskudna proizvodnja meda, što potom vodi do skoka cene ovog proizvoda. A na tržištu je već prisutna ogromna količina falsifikovanog meda koji godinama dovoljno ugrožava pčelarsku delatnost.

Ipak, najdalje posledice ovaj pomor mogao bi da donese u procesu poljoprivredne proizvodnje, jer pčele imaju najvažniju ulogu u oprašivanju biljaka – povrća, voća i ostalih. Od oprašivanja zavisi rod, a hoće li biti roda i po kojoj ceni pokazaće nastupajuće sezone. Srbija ima oko 20.000 registrovanih pčelara i 1,6 miliona košnica.



## Bolje informisanje

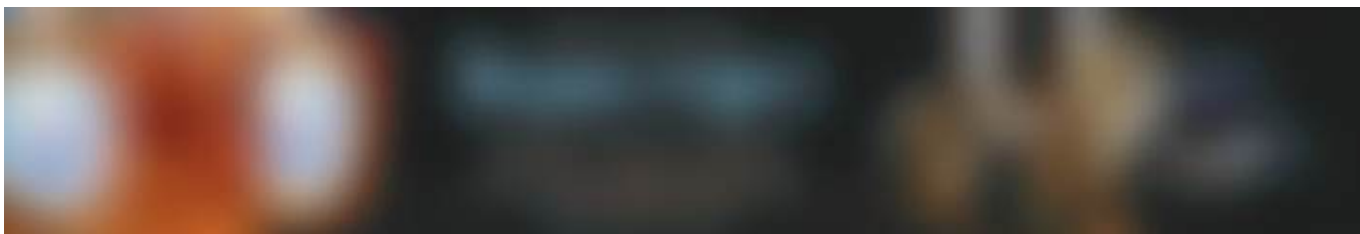
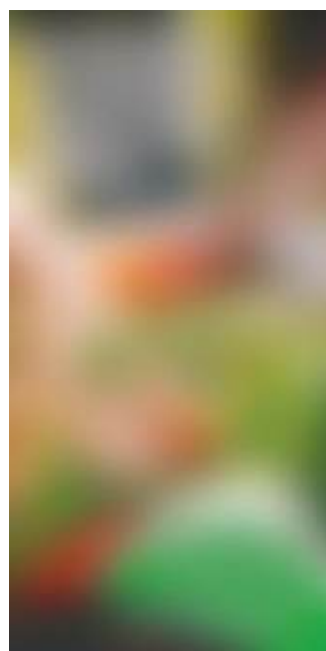
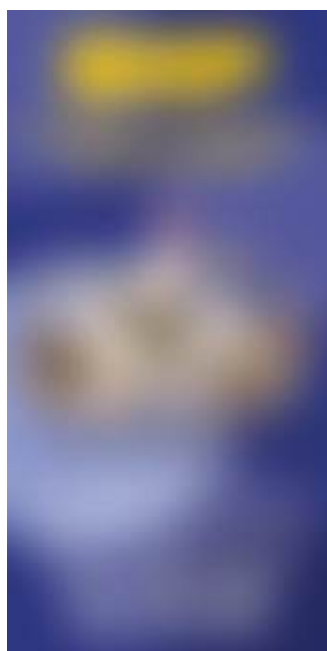
Poljoprivrednici u Srbiji dobili su ovog proleća Centar za informisanje o podsticajima u poljoprivredi koji bi trebalo da poboljša komunikaciju sa poljoprivrednicima i olakša dostupnost informacija tokom procesa dodele podsticaja. Korisnicima nudi informacije putem mejla i call centra, ali i stručne savete i pomoć kroz direktan kontakt sa službenicima Uprave za agrarna plaćanja. Posebno će biti od koristi starijim poljoprivrednicima u lakšem snalaženju prilikom korišćenja platforme eAgrar.

V.Ž.V.

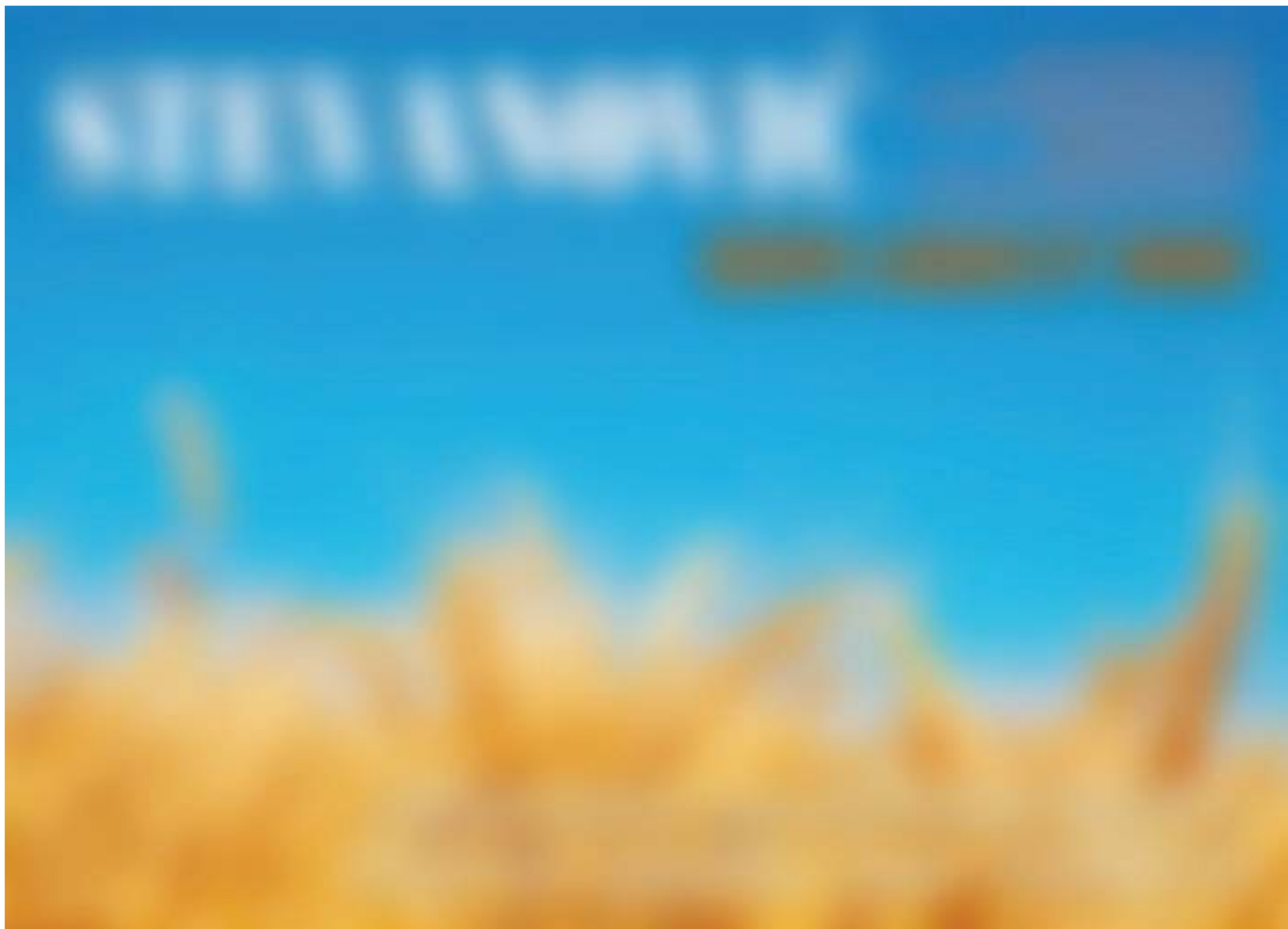


FOTO: PIXABAY

FOTO: FREEPIK



POLJOPRIVREDA



A hand holding a glowing sphere with a network overlay. The background is a dark blue gradient with a complex network of white lines and nodes, some of which are glowing. The hand is positioned on the left side, holding a glowing sphere that is partially obscured by the network lines. The overall theme is technology and connectivity.

# TEHNIKA I INTERNET

# Digitalizacija računovodstva u Srbiji pod uticajem AI i cloud tehnologija

FOTO: PIXABAY



**R**ačunovodstvo je tradicionalno smatrano jednom od najvažnijih, ali i najsloženijih poslovnih funkcija u privredi. U Srbiji, kao i širom sveta, ova profesija danas prolazi kroz duboku transformaciju, usled ubrzanog razvoja digitalnih tehnologija koje rad računovodstvenih službi čine efikasnijim, preciznijim i dostupnijim.

Tehnologije poput veštačke inteligencije (AI), automatizacije i cloud rešenja već sada transformišu način na koji računovođe obavljaju svoje zadatke, donoseći promene koje će dugoročno uticati na ekonomiju, poslovni ambijent, ali i na samu prirodu rada u ovoj profesiji.

## Digitalna transformacija kao odgovor na rastuće zahteve tržišta

U savremenom poslovanju, brzina i tačnost finansijskih podataka postaju ključni faktori uspeha. Pored toga, sve veća regulacija i zahtevi za transparentnošću nameću računovodstvu visok standard preciznosti i dostupnosti informacija. Tradicionalni, manuelni sistemi vođenja knjiga i dalje su dominantni u mnogim firmama u Srbiji, posebno kod manjih preduzeća i preduzetnika, ali oni se suočavaju sa ograničenjima u smislu efikasnosti i mogućnosti integracije sa modernim poslovnim sistemima.

Računovodstvene platforme zasnovane na cloudu, koje se u Srbiji sve više koriste, omogućavaju pristup finansijskim podacima u realnom vremenu sa bilo koje lokacije i bilo kog uređaja. Ova tehnologija donosi ne samo brzinu i mobilnost, već i sigurnost kroz česte bekapove i sofisticirane sisteme zaštite podataka.

Primer takve digitalne transformacije jeste uvođenje servisa kao što su „Knjigovodstvo24“ i „Minimax“, koje su osvojile tržište omogućavajući preduzetnicima da sami prate svoje finansije, a računovođama da u realnom vremenu rade na podacima svojih klijenata.

## Veštačka inteligencija i automatizacija

AI tehnologije donose revolucionarne promene u oblasti automatizacije rutinskih i repetitivnih zadataka, kao što su unos i verifikacija faktura, usklađivanje plaćanja, izrada poreskih prijava i izveštaja. Softveri koji koriste mašinsko učenje mogu da prepoznaju obrasce u finansijskim podacima, identifikuju nepravilnosti, pa čak i predlažu korektivne mere. Ove mogućnosti značajno smanjuju mogućnost ljudske greške, ali i vreme potrebno za završetak kompleksnih procesa.

U regionu, zemlje poput Hrvatske i Slovenije već duže vreme primenjuju AI alate u računovodstvu. Na primer, u Hrvatskoj je pokrenut projekat digitalne fiskalizacije koji omogućava automatsko slanje fiskalnih računa poreskoj upravi u realnom vremenu. Ovakve prakse ubrzavaju proces obračuna poreza i smanjuju mogućnost poreskih prevara. Srbija je u fazi intenzivnog usklađivanja svojih sistema sa EU regulativama, a primena AI i automatizacije u računovodstvu postaje neizbežan korak u tom pravcu.

## Izazovi digitalizacije – bezbednost i edukacija

Ipak, prelazak na digitalno računovodstvo nosi sa sobom i značajne izazove. Finansijski podaci su izuzetno

osetljivi i predstavljaju metu sajber napada i zloupotreba. Zato je zaštita podataka postala prioritet za sve kompanije, ali i regulatorne institucije. Srbija je u tom smislu učinila važne korake u primeni zakona o zaštiti podataka (usklađenih sa evropskim GDPR-om) i u edukaciji preduzetnika o važnosti IT sigurnosti.

Pored tehničkih prepreka, jedan od najvećih izazova jeste i ljudski faktor – potrebna je edukacija računovođa i menadžera o novim tehnologijama. U Srbiji se u poslednjih nekoliko godina beleži porast brojnih kurseva, sertifikacionih programa i stručnih seminara koji se bave digitalnim alatima i veštinama potrebnim za savremeno računovodstvo. Primer uspešne inicijative je program koji sprovodi Udruženje računovođa Srbije u saradnji sa obrazovnim institucijama, koji je namenjen podizanju digitalnih kompetencija u struci.

## Regulatorni okvir i podrška države

Država Srbija aktivno radi na digitalizaciji poreskih i finansijskih servisa, što direktno podržava i računovodstvenu profesiju. Uvođenje elektronske fiskalizacije, elektronskih poreskih prijava i servisa za automatizovanu razmenu podataka sa poreskom upravom značajno smanjuje administrativne



barijere i troškove poslovanja. Primer za to je sistem e-PDV koji omogućava bržu i efikasniju kontrolu poreskih obaveza.

U poređenju sa zemljama Zapadne Evrope, Srbija je u fazi ubrzanog hvatanja koraka, ali ipak zaostaje u potpunoj integraciji digitalnih sistema. U zemljama poput Nemačke i Holandije digitalizacija računovodstva je već standard, gde se gotovo sav rad obavlja kroz cloud platforme sa integrisanim AI alatima, a propisi su detaljno prilagođeni digitalnom dobu. Srbija, međutim, ima priliku da brzo usvoji najbolje prakse i tako unapredi svoje poslovno okruženje.

### **Evolucija računovodstvene profesije**

Možda i najvažnija promena koja dolazi sa digitalizacijom jeste redefinisavanje uloge računovođa. Dok su se nekada fokusirali uglavnom na tehničku stranu knjigovodstva, danas postaju poslovni savetnici i analitičari. Digitalni alati im omogućavaju da u mnogo kraćem roku izvuku vredne uvide iz podataka, da pomognu menadžmentu u donošenju strateških odluka i u optimizaciji troškova.

U tom smislu, računovođa budućnosti mora imati znanja ne samo iz oblasti finansija, već i tehnologije i analitike podataka. To podrazumeva

da obrazovni sistem i strukovne organizacije u Srbiji treba da prilagode svoje programe kako bi pripremili kadrove za ovu novu realnost.

### **Promena odnosa klijenta i računovođe**

Digitalizacija je značajno promenila i dinamiku odnosa između klijenata i računovođa. U tradicionalnom modelu, klijent je povremeno donosio dokumentaciju, a računovođa je obrađivao podatke sa vremenskim zakašnjenjem. Danas, zahvaljujući digitalnim platformama, saradnja je kontinuirana, zasnovana na deljenju podataka u realnom vremenu. Time se otvara prostor za proaktivno savetovanje, a ne samo reaktivno izveštavanje, što računovođu pozicionira kao ključnog strateškog partnera, a ne samo administrativnu podršku.

### **Rast tzv. „no-touch accounting” pristupa**

U najnaprednijim zemljama sveta razvija se koncept tzv. „no-touch accounting”, u kome se većina računovodstvenih procesa odvija potpuno automatski, bez potrebe za ručnim unosima. Sistemi skeniraju fakture, automatski ih prepoznaju, knjiže, kategorizuju i arhiviraju, dok softveri u oblaku pružaju automatske izveštaje i analize. Iako je Srbija još daleko od

pune primene ovakvih rešenja, sve više IT kompanija razvija alate sa sličnim funkcijama, prilagođene domaćem zakonodavnom okviru.

### **Primeri iz prakse u velikim sistemima**

U većim domaćim kompanijama, naročito u bankarskom i telekom sektoru, digitalizacija računovodstva je već standard. Na primer, neke banke koriste interne AI module za predikciju kašnjenja u plaćanjima i automatizovanu klasifikaciju rashoda. Telekom operateri primenjuju napredne ERP sisteme (sistemi za planiranje resursa preduzeća) koji integrišu finansije, nabavke i ljudske resurse, čime se stvara holistički pregled poslovanja. Ova praksa polako se širi i na srednja i manja preduzeća, posebno onima koji žele da ostanu konkurentni.

### **Uloga startap scene u razvoju alata za digitalno računovodstvo**

Startapi u Srbiji sve češće razvijaju rešenja za mikro i mala preduzeća, koja nemaju resurse za implementaciju velikih ERP sistema. Primeri su aplikacije koje koriste OCR tehnologiju (optičko prepoznavanje znakova) za skeniranje računa, automatizovano vođenje putnih naloga ili automatsko usklađivanje prometa sa bankovnim izvodima. Ovakvi alati predstavljaju



FOTO: PIXABAY

„meki ulaz“ u digitalizaciju za brojne firme koje tek započinju svoj put ka modernijem poslovanju.

### Poreske inspekcije i digitalni tragovi

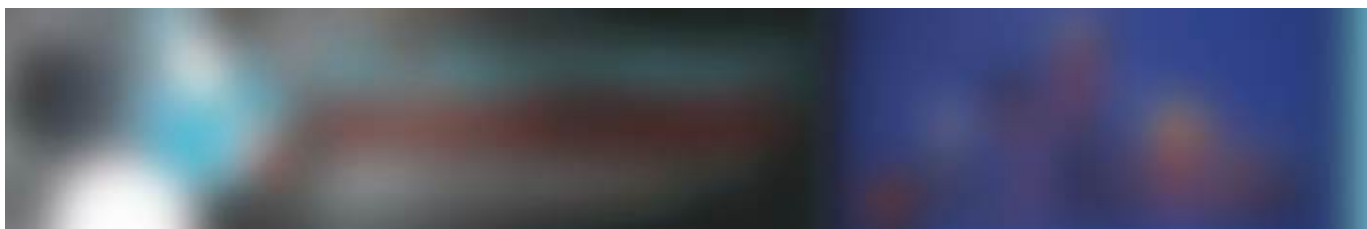
Digitalizacija uvodi i veću odgovornost – svaka transakcija ostavlja

digitalni trag koji je daleko lakše proverljiv. Poreske inspekcije sve više koriste analitiku i automatske alate kako bi otkrile nepravilnosti. To zahteva od firmi da vode mnogo uredniju i transparentniju evidenciju. Ujedno, to podiže i opštu kulturu poreske discipline, jer je lakše identifikovati potencijalne

zloupotrebe, ali i nagraditi one koji posluju u skladu sa zakonom.

### Poređenje sa Istočnom Evropom

U zemljama poput Estonije, koja se često navodi kao lider digitalne transformacije, celokupno finansijsko poslovanje firme može se obaviti putem



interneta u roku od nekoliko minuta – od osnivanja do prijave poreza. Iako je Srbija još daleko od tog nivoa, pravac kretanja je sličan. Ulaganje u elektronsku upravu, e-potpise i integraciju baza podataka predstavlja osnov za digitalizaciju računovodstva, i Srbija već prepoznaje taj potencijal kroz projekte digitalne transformacije javne uprave.

### **Utjecaj digitalizacije na konkurentnost sektora računovodstva**

Sa sve većom automatizacijom, računovodstvene agencije u Srbiji suočavaju se sa rastućom konkurencijom, ne samo međusobno, već i u odnosu na inostrane platforme koje nude usluge na daljinu. To motiviše domaće agencije da unaprede svoje usluge, uvedu konsultantski pristup, specijalizuju se za određene sektore (npr. IT, poljoprivreda, e-trgovina) i investiraju u sopstvene digitalne alate. Oni koji prvi prihvate ove promene, stižu jasnu prednost na tržištu.

### **Digitalizacija kao pokretač konkurentnosti i rasta**

Digitalizacija računovodstva u Srbiji predstavlja ključni element modernizacije celokupnog ekonomskog sistema. Primena AI, cloud tehnologija i automatizacije ne samo da povećava efikasnost i smanjuje greške, već i

otvara prostor za inovacije i rast. Time računovođe postaju ključni akteri u jačanju konkurentnosti domaćih preduzeća, naročito u kontekstu sve zahtevnijeg globalnog tržišta.

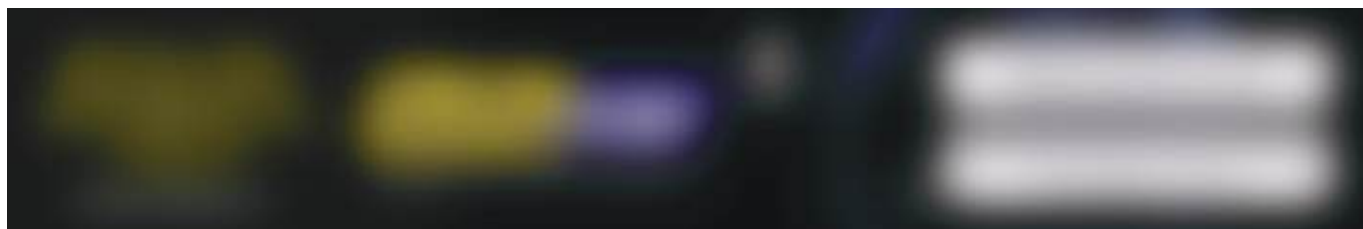
Srbija, kao zemlja sa snažnim ambicijama za članstvo u EU i privlačenje stranih investicija, mora nastaviti da

ulaže u digitalnu transformaciju poslovnog sektora, ali i u razvoj ljudskih kapaciteta. Samo tako računovodstvena profesija može ostati relevantna, inovativna i strateški značajna za budući ekonomski razvoj.

J.V.



FOTO: PIXABAY







# SPORT I REKREACIJA

# Industrija sporta u Srbiji: Trka s preponama

U sektoru sporta, mala i mikro preduzeća suočavaju se sa specifičnim izazovima. Visoki troškovi opreme, održavanja objekata i nedostatak infrastrukture otežavaju im konkurentnost. Dodatno, nepostojanje stabilnih prihoda i zavisnost od sezonskih aktivnosti čine poslovanje nestabilnim.

Nasuprot njima, velika sportska društva, poput Crvene zvezde i Partizana, uživaju značajnu državnu podršku, koja nije samo finansijske prirode. Država često sklapa sponzorske ugovore sa velikim klubovima, čime se dodatno osigurava stabilnost njihovog poslovanja. Ovakva praksa mogla bi biti opravdana s obzirom na značaj ovih klubova za promociju sporta i zemlje na međunarodnoj sceni, da s druge strane ne guši konkurenciju i mogućnost kreiranja šireg tržišta na domaćem terenu.

Povoljno poslovno okruženje u ovoj oblasti suštinski se ne razlikuje od onog u ostatku realne privrede – ono podrazumeva olakšice u pogledu poreza i administrativnih procedura, kao i podršku u pristupu tržištu, koja u ovom slučaju pak izostaje. Važno je razvijati i modele saradnje između malih preduzeća i velikih sportskih organizacija, kako bi se stvorila sinergija i zajednički doprinosilo razvoju sporta.

Mala preduzeća imaju potencijal da doprinesu ovom razvoju, ali im je potrebna adekvatna podrška i povoljan poslovni okvir. Državna podrška velikim sportskim društvima možda je nekada bila opravdana samom njihovom veličinom i istorijom, ali sada je važno da se pre svega stvore uslovi za razvoj sporta na svim nivoima, a tu su pomenuti klubovi suštinski kočnica razvoja. Samo tako će srpski sport moći da se razvija na zdrav i održiv način.

## Individualni fitness i teretane cvetaju u velikim gradovima

Industrija fitnesa i teretana u Srbiji beleži kontinuirani rast, ali se suočava

s izazovima koji otežavaju poslovanje najmanjih preduzetnika. Iako postoji interes za zdrav način života, konkurencija je prevelika, a početni kapital često nedostaje.

Za one pojedince koji žele da postanu personalni treneri, postoji jasno definisana edukacija i sertifikacija, i oni se u APR-u registruju kao preduzetnici (PR). Za obavljanje sportskih delatnosti, uključujući fitnes i teretane, preduzetnici mogu registrovati delatnosti kao što su sportsko i rekreativno obrazovanje (šifra 8551), delatnost sportskih objekata (9311), delatnost fitnes klubova (9313) ili ostale sportske aktivnosti (9319). Međutim, važno je napomenuti da preduzetnik u oblasti sporta ne može koristiti reč „klub“ u svom poslovnom imenu. Takođe, registrator prilikom registracije ne proverava ispunjenost uslova za obavljanje sportskih delatnosti; tu proveru vrši sportski inspektor u postupku redovnog inspekcijuskog nadzora.

Pomenuti visoki troškovi opreme, održavanja objekata i plata zaposlenih predstavljaju značajan finansijski teret. Dodatno, tržište je često zasićeno. Mnogi klijenti traže povoljne cene, što može dovesti do smanjenja marže i otežati ostvarivanje profita. Pored toga, sezonske fluktuacije u broju članova mogu dodatno destabilizovati prihod.

Zaključak je da je za uspešno poslovanje ključno adekvatno planiranje, ulaganje u kvalitetnu opremu i stalno usavršavanje. Edukacija i sertifikacija personalnih trenera igraju ključnu ulogu u obezbeđivanju kvalitetnih usluga i zadovoljstva klijenata. Sa pravim pristupom i strategijom, moguće je ostvariti uspeh u ovoj industriji.

## Mali klubovi kao zamajac za dobre rezultate

Sportski klubovi i udruženja u Srbiji koji se bave treniranjem dece, bilo da je reč o borilačkim veštinama, stonom tenisu, fudbalu ili košarci, funk-



FOTO: PIXABAY

cionišu u vrlo specifičnom okruženju, koje kombinuje sportski entuzijazam i ograničene finansijske resurse.

Oni su registrovani kao neprofitna udruženja ili sportski klubovi i, za razliku od komercijalnih fitnes centara, oni ne posluju radi profita, već se fokusiraju na razvoj sporta, edukaciju i bavljenje decom. Članarina i lokalne subvencije čine glavni izvor finansiranja. U registraciji moraju jasno definisati delatnost i formirati organ upravljanja, obično predsednika i upravni odbor, što je zakonski zahtev za neprofitne organizacije. Neki klubovi, ako žele da posluju kao komercijalna preduzeća (npr. kroz naplatu treninga), mogu registrovati delatnost kao sportski centar ili školu sporta.

Prihod takvih klubova uglavnom dolazi iz nekoliko izvora: članarine roditelja, lokalne samouprave i sportskih saveza, sponzorstava malih preduzeća, donacija i povremenih manifestacija ili turnira. Za mnoge klubove članarina pokriva samo osnovne troškove, dok su troškovi održavanja sale, nabavke rekvizita i opreme visoki.

Subvencije lokalnih samouprava često su ograničene i fokusirane na popularne sportove (fudbal, košar-



ka), dok borilački sportovi i stoni tenis ponekad dobijaju minimalnu podršku. Klubovi se često oslanjaju na entuzijazam trenera i volontera kako bi pokrili manjak finansijskih sredstava. Najveći troškovi su zakup sala, transport do takmičenja, oprema i uniformi za decu, kao i nadoknade za trenere. Zbog toga što se radi o deci, zakonski su prisutne i obaveze vezane za bezbednost, osiguranje i zdrav-

stvene preglede, što dodatno opterećuje budžet.

U malim klubovima treneri često rade po kombinaciji honorara i volonterskog angažmana. Profesionalna licenca za rad sa decom u sportu je obavezna u nekim disciplinama, posebno borilačkim sportovima, dok su za druge sportove dovoljne opšte kvalifikacije i iskustvo. Problem je i što mali klubovi ne mogu da plate visoke honorare, pa talentova-

ni treneri često prelaze u veće klubove ili komercijalne teretane, što otežava kontinuitet u radu i kvalitetu treninga.

Mali klubovi zavise od lokalnih saveza i nacionalnih sportskih federacija, koji im pružaju logistiku za takmičenja, obuke za trenere i minimalnu finansijsku podršku. Oni takođe moraju zadovoljiti kriterijume za licenciranje i učestvovati u zvaničnim ligama kako bi

njihovi sportisti mogli da se takmiče na državnom nivou.

M.M.



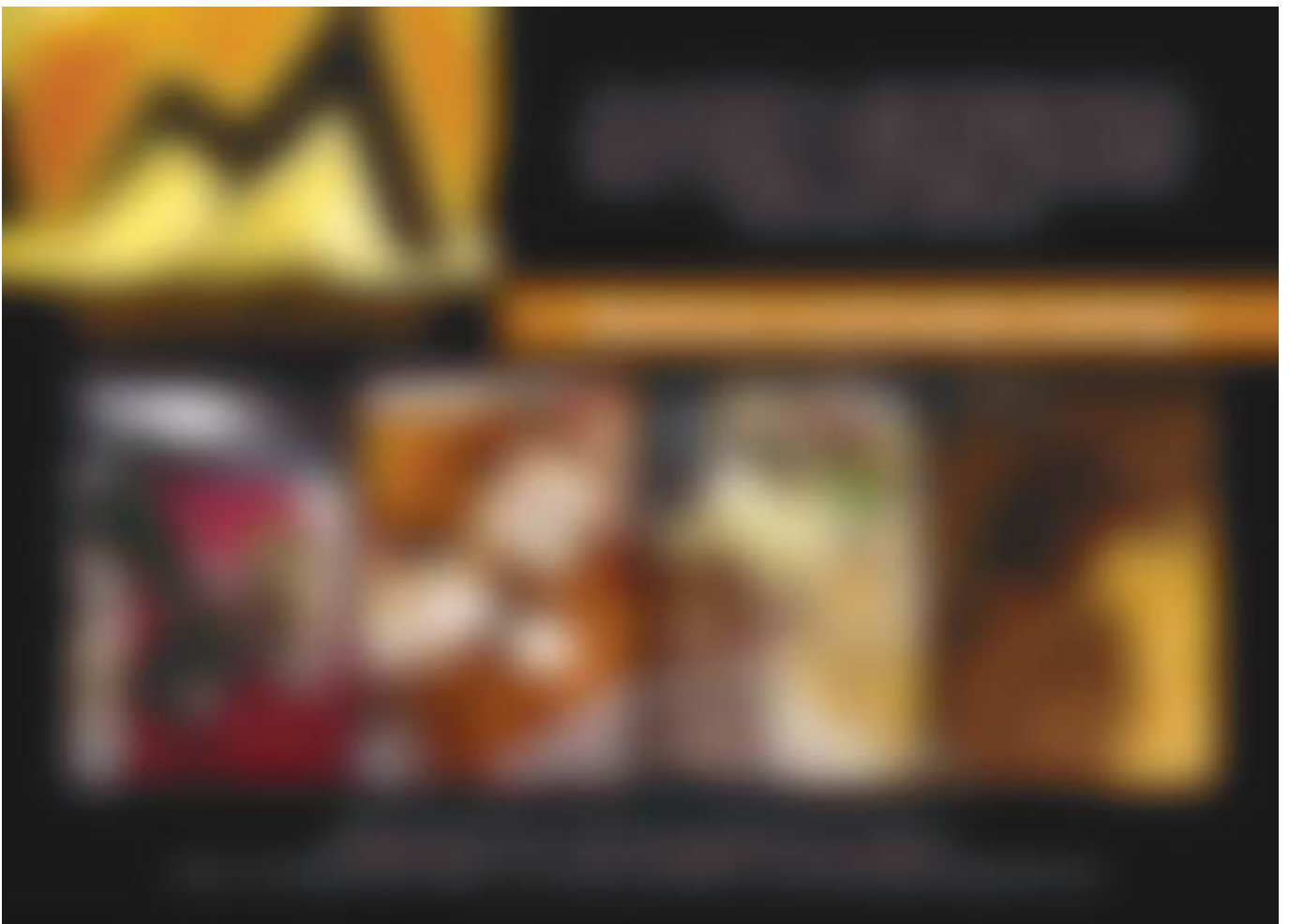
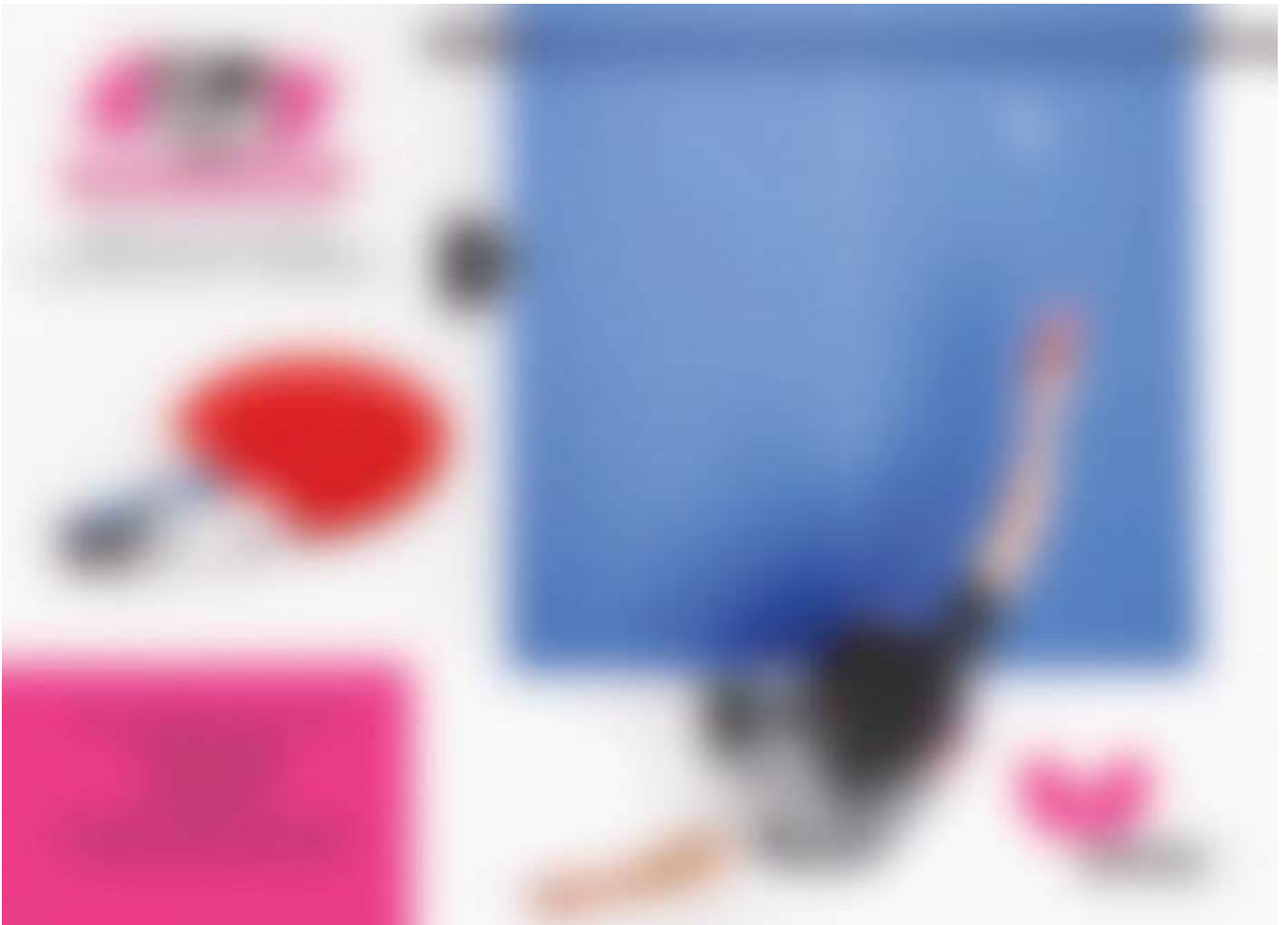
ФУДБАЛСКИ  
КЛУБ  
СЛОГА



Партизанска бб  
22314 Стара Пазова  
Крњешевци  
064/840 6013  
mzkrnjesevci@mts.rs



FOTO: PIXABAY





LEPOTA I NEGA



FOTO: PIXABAY

# Estetski tretmani u doba digitalnog imidža: Nova era kozmetičkih usluga

**N**ekada su estetski tretmani bili luksuzna privilegija dostupna malom broju ljudi, uglavnom slavnim ličnostima i pripadnicima viših društvenih slojeva. Danas su oni postali gotovo svakodnevna praksa: od brze mezoterapije u pauzi za ručak, preko botoksa koji se zakazuje kao manikir, do sofisticiranih tretmana lica koji se planiraju prema Instagram estetskim filterima.

U eri u kojoj se fizički izgled sve češće posmatra kroz prizmu digitalnog identiteta, estetski tretmani su doživeli transformaciju, a industrija kozmetičkih usluga ulazi u novu fazu - onu u kojoj se lepotom ne upravlja samo ogledalom, već i ekranom.

## Lepota u novom svetlu

Estetski ideali nikada nisu bili statični. Od renesansnih zaobljenih

oblika do androgene estetike devedesetih, istorija je neprekidno redefinisala ono što smatramo lepim. Međutim, ono što današnje doba čini posebnim jeste brzina i intenzitet tih promena. Naši estetski uzori više ne dolaze samo sa modnih pista i filmskih ekrana - oni su sada i na TikTok, Instagramu i YouTube kanalu, dostupni 24 sata dnevno, sedam dana u nedelji, sa filterima, svetlom i algoritmima koji oblikuju naše poimanje savršenstva.

Kako se digitalna estetika širi, tako se menja i uloga kozmetičkih tretmana. U vremenu kada svako može biti svojevrstni influencer, čak i u krugu prijatelja i kolega, pritisak da izgledamo „digitalno savršeno“ sve je prisutniji. To je stvorilo potrebu za uslugama koje brzo, efikasno i sa što manje oporavka, „instant“ rešenjima, pomažu da se postigne željeni izgled.

## Od filtera do filtera: uticaj društvenih mreža

Društvene mreže su promenile sve - uključujući i način na koji posmatramo svoje lice. Danas smo svakodnevno izloženi neprekidnom nizu savršenih fotografija, video-zapisa i story objava koje često koriste filtere i digitalne alate za ulepšavanje. Ova virtuelna lepota stvara nove standarde i ideale koji nisu uvek dostižni prirodnim putem. Studije su potvrdile da sve veći broj pacijenata u estetske ordinacije donosi fotografije obrađene filterima kao referencu za tretmane, a pojava poznata kao „Snapchat dismorfija“ jasno oslikava psihološki uticaj digitalnih slika na stvarnu percepciju sopstvenog tela i lica. Mnogi korisnici doživljavaju unutrašnji pritisak da se njihov fizički izgled podudara sa onim što vide na ekranima, što često vodi do nezadovoljstva i potrebe za korekcijama.

Ovaj fenomen direktno je uticao na eksploziju potražnje za neinvazivnim i minimalno invazivnim tretmanima. Hijaluronski fileri, botoks, laserski tretmani, microneedling i lifting bez skalpela postali su ključni alati kojima ljudi nastoje da usklade svoj izgled sa digitalnim idealima. Za razliku od nekadašnjih, klasičnih pristupa, sada se teži prirodosti i blago izraženim efektima, koji se bolje uklapaju u različite uglove kamera i svetla na društvenim mrežama.

Digitalna estetika nije samo promenila kako izgledamo, već je i stvorila nove trendove i termine: „baby botox” za suptilno osveženje, „fox eyes” za specifičan, izduženiji oblik oka, „Russian lips” sa naglašenim konturama usana ili „glass skin” koji asocira na besprekoran, sjajan ten i hidriranu kožu. Ove fraze više nisu rezervisane samo za influensere ili beauty blogere, već su ušle u svakodnevni rečnik profesionalaca u kozmetičkoj i dermatološkoj industriji. U tom smislu, društvene mreže funkcionišu kao svojevrsni globalni katalizator kozmetičkih inovacija, oblikujući ne samo želje klijenata, već i ponudu tretmana širom sveta.

Pored toga, konstantna digitalna interakcija menja i način na koji se odnosimo prema sopstvenoj slici - selfie kultura i live video-pozivi postali su deo svakodnevnog života, što zahteva da lice i koža u svakom trenutku budu spremni za ekran. To je dodatno podstaklo razvoj tretmana koji ne zahtevaju dug oporavak, već omogućavaju brzi „makeover” bez vidljivih tragova intervencija. Tako se digitalna era i estetska medicina prepliću i razvijaju u simbiozi, gde su društvene mreže i onlajn prisustvo jedan od najvažnijih faktora koji oblikuju trendove i očekivanja korisnika.

### Estetski tretmani kao digitalna potreba

U doba kada se sve više života odvija onlajn, estetski tretmani postaju ne samo način nege, već i deo digitalne prezentacije. Pojedine klinike

i saloni već nude pakete tretmana osmišljene prema tipu fotografija koje korisnici žele da objavljuju: Zoom face refresh, Instagram glow ili Reels-ready skin. Ove marketinške formulacije, možda, na prvi pogled deluju šaljivo, ali zapravo jasno ukazuju na fundamentalnu promenu koju je digitalna tehnologija donela u estetsku medicinu. Klijenti danas dolaze sa specifičnim zahtevima i željama koje direktno proizilaze iz načina na koji žele da se predstavljaju na društvenim mrežama i profesionalnim platformama. Oni žele da njihova koža i lice budu spremni za savršeni kadar u svakom trenutku, jer je digitalni imidž postao ključni deo ličnog i poslovnog identiteta.

Pored toga, kozmetičke usluge su sve više personalizovane i zasnovane na podacima („data-driven”). Napredak u tehnologiji omogućava da se prikupljaju detaljni podaci o koži svakog klijenta, bilo putem aplikacija koje analiziraju teksturu, hidrataciju i pigmentaciju u realnom vremenu, bilo korišćenjem sofisticiranih uređaja koji u jednoj sesiji kombinuju nekoliko tretmana poput ultrazvuka, laser terapije i mikronidlinga, čime se postiže maksimalan efekat u minimalnom vremenu. Smart ogledala, opremljena veštačkom inteligencijom, sada mogu da procene simetriju lica i identifikuju zone koje zahtevaju posebnu pažnju, a neke klinike već nude „beauty avatar” opcije koje klijentima omogućavaju da virtuelno vide kako će izgledati nakon određenih procedura pre nego što se odluče na tretman.

Ovakvi digitalno integrisani pristupi ne samo da povećavaju efikasnost i zadovoljstvo klijenata, već i menjaju samu prirodu estetskih tretmana, pretvarajući ih u iskustvo koje se prilagođava individualnim potrebama i stilovima života ljudi čiji su životi sve više vezani za digitalni svet. Drugim rečima, estetska medicina ulazi u novu eru u kojoj je spoj tehnologije, personalizacije i onlajn identiteta nezaobilazan, otvarajući prostor za inovacije koje će u budućnosti dodatno redefinisati pojam lepote i nege.



FOTO: PIXABAY

### Između algoritama i autentičnosti

Ako se osvrnemo na globalne trendove, jasno je da ulazimo u eru u kojoj će estetika biti sve više pod uticajem tehnologije, ali i etike. Sa jedne strane, klijenti žele prirodan izgled, a sa druge - da prate ono što je „in” na mrežama. To stvara svojevrsnu napetost između autentičnosti i trenda.

Zato se nova era estetskih usluga neće svoditi samo na tehniku, već i na savetodavnu ulogu stručnjaka. Edukacija klijenata, individualizovani pristupi, i razumevanje psihološke pozadine odluke da se neki tretman uradi postaću ključ uspeha u ovoj industriji. U tom svetlu, estetski tretmani neće biti samo „popravljanje” fizič-

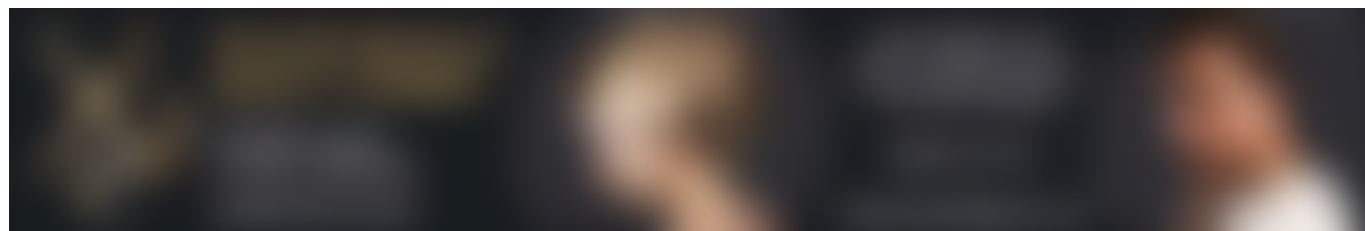




FOTO: PIXABAY

kog izgleda, već i deo šire priče o samopouzdanju, identitetu i balansu između stvarnog i digitalnog „ja“.

### Lokalno tržište u korak sa svetom

Zanimljivo je da i na našem (regionalnom) tržištu, naročito u urbanim sredinama poput Beograda, Podgorice i Zagreba, broj salona i klinika koje nude savremene estetske tretmane rapidno raste, prateći glo-

balne trendove. Dok su u svetskim metropolama kao što su Los Anđeles, London ili Seul već uobičajeni složeni tretmani koji kombinuju više procedura u jednoj sesiji, kod nas se te metode postepeno uvode i prilagođavaju lokalnim potrebama i mogućnostima. Specijalisti iz regiona redovno se školuju u inostranstvu i donose znanje sa vodećih estetskih centara sveta, ali i sami kroz regionalne edukacije šire moderne protokole, stvarajući most između globalnih standarda i lokalnih očekivanja. Cene tretmana u regionu su značajno pristupačnije, i do 30-40 odsto niže u odnosu na SAD i zapadnu Evropu, što omogućava da estetske usluge postanu dostupnije mlađoj populaciji.

Dok žene i kod nas i u svetu ostaju dominantni klijenti, zanimljiv je rast broja muškaraca koji se sve otvorenije odlučuju za estetske tretmane. Globalno, muškarci između 35. i 45. godine sve češće koriste botoks, filere i tretmane za podmlađivanje, a taj trend je posebno izražen u urbanim sredinama Zapadne Evrope i Severne Amerike, gde je briga o izgledu odavno deo svakodnevne rutine. U našem regionu, iako sa malim vremenskim zakašnjenjem, muškarci, takođe, po-

staju značajna grupa korisnika - oko četvrtine ukupnog broja klijenata - koji biraju manje invazivne procedure poput „mikro-botoksa“ i filera za osvežavanje tena, što pokazuje rastuću promenu u društvenim stavovima i smanjenje stigme prema estetskim tretmanima. Sve to govori da lokalno tržište brzo prati globalne trendove, ali i da ima specifičnosti koje će oblikovati budućnost kozmetičkih usluga u regionu.

### Lepota kao interfejs

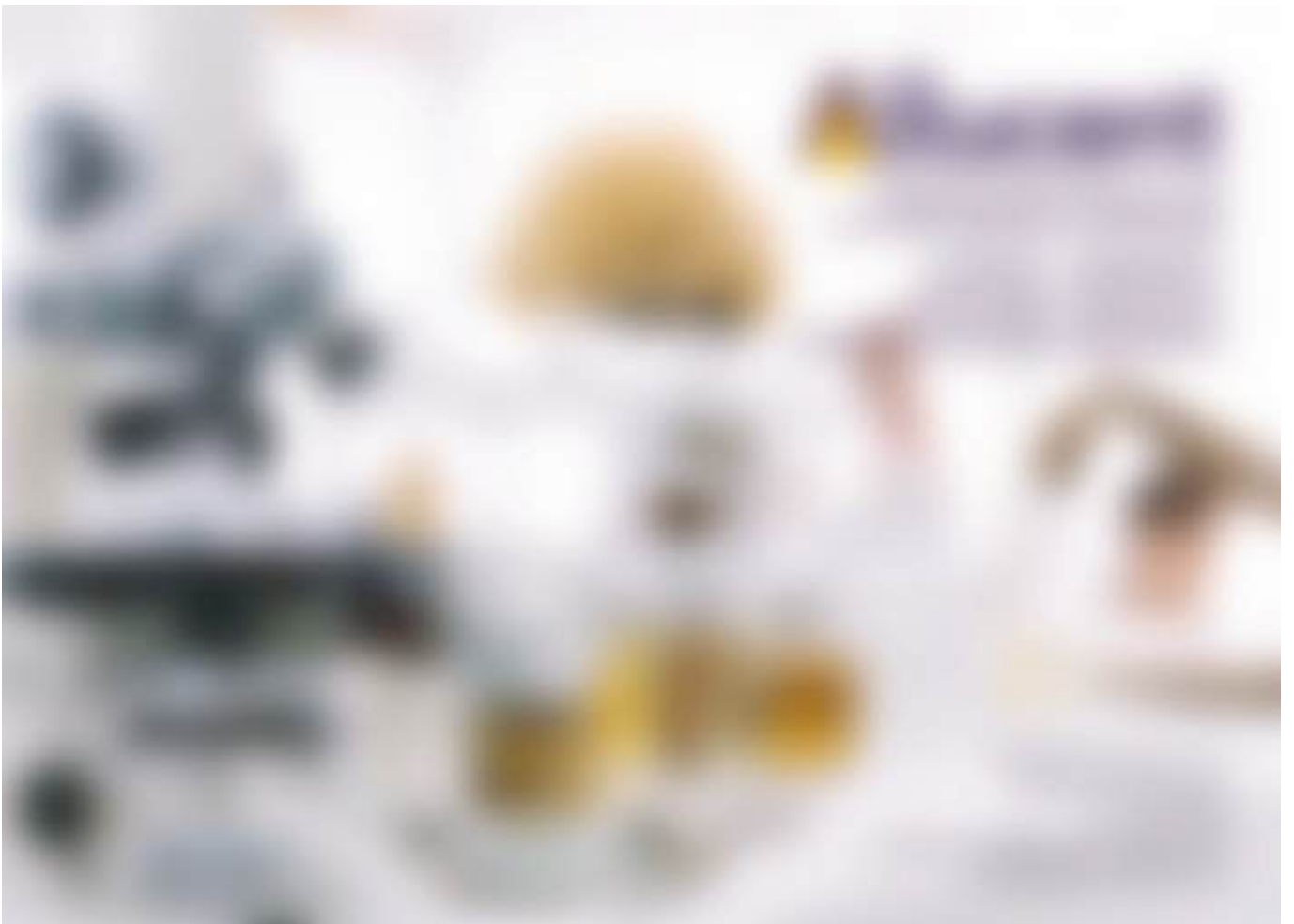
Na prelazu iz analogne u digitalnu epohu, estetika se sve više doživljava kao interfejs - način na koji komuniciramo sa svetom. U tom kontekstu, estetski tretmani više nisu puki izraz želje da se izgleda lepo, već i strateški alat u digitalnoj komunikaciji. Kako napreduju i tehnologija i društvene mreže, možemo da očekujemo još veće spajanje kozmetike, nauke, psihologije i digitalnih medija.

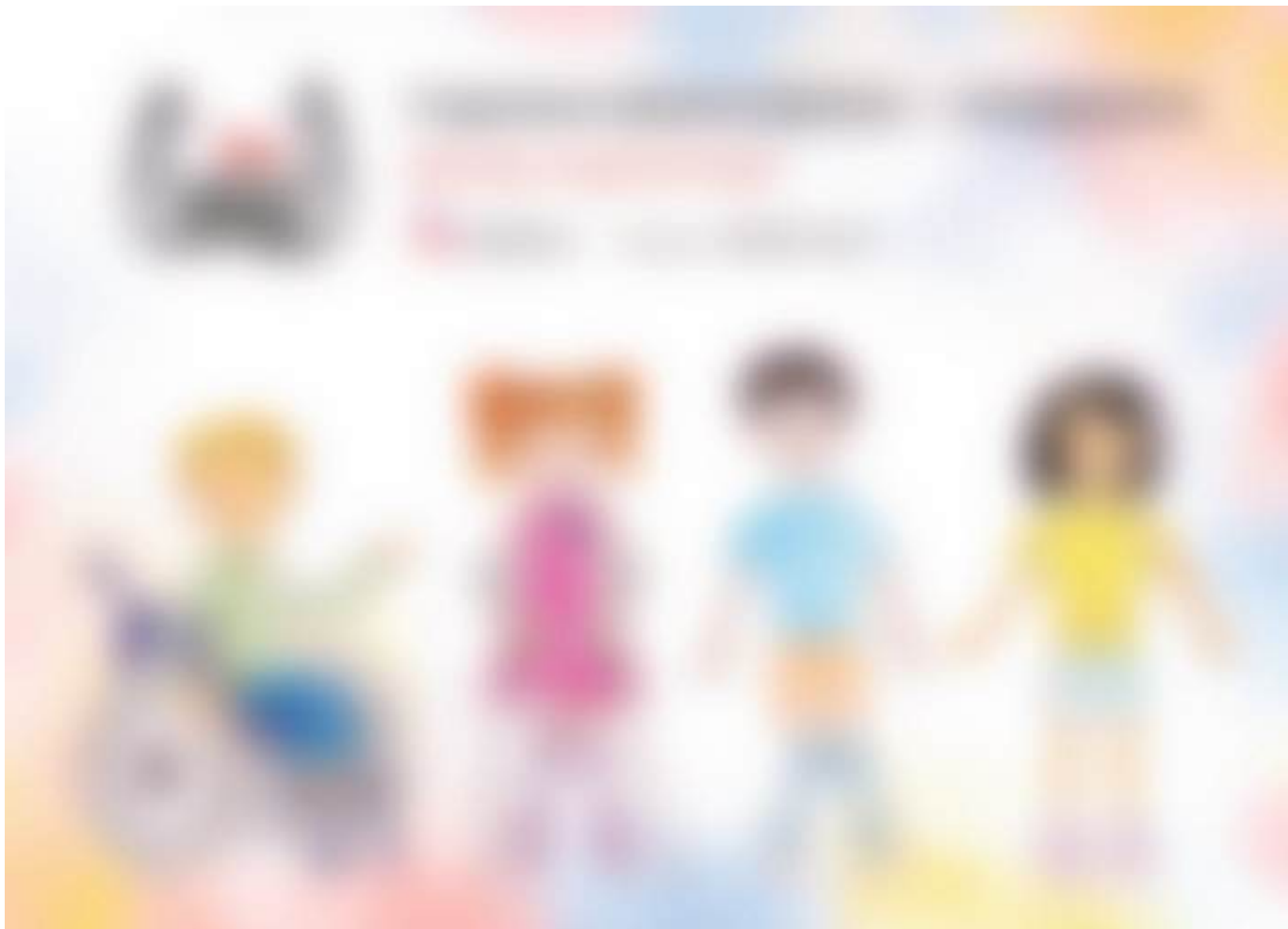
Nova era kozmetičkih usluga donosi mnogo izazova, ali i još više mogućnosti. U tom svetu, možda, će najveći luksuz postati ne savršen izgled, već hrabrost da se bude svoj, i u realnosti i na mreži.

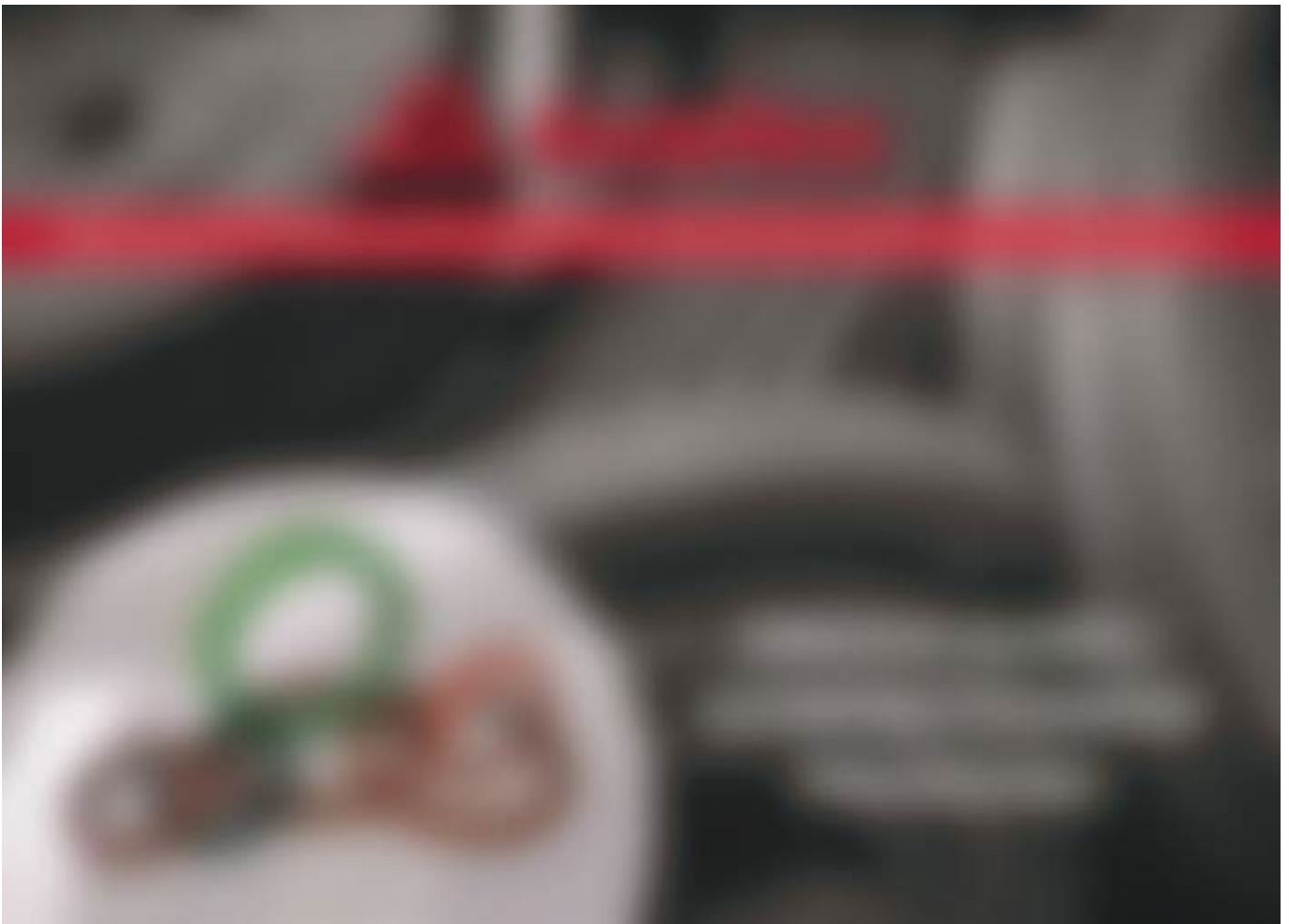
I.T.



FOTO: FREEPIK









**MOJADELATNOST**

[www.moja-delatnost.rs](http://www.moja-delatnost.rs)



