31. oktobar 2026. godine
RCC Secretary General Amer Kapetanovic for Monitor Magazine
https://monitor.al/competing-in-europe-connecting-next-door/

Konkurentni u Evropi, povezani u susjedstvu

Piše Amer Kapetanović, generalni sekretar Vijeća za regionalnu saradnju (RCC)

Ekskluzivno za časopis *Monitor*

Evropski Plan rasta naglašava važnost procesa usklađivanja, povezujući postepeno pristupanje jedinstvenom evropskom tržištu s napretkom u oblasti regionalne integracije. Izgradnja regionalnog tržišta nije alternativa Evropi već sastavni dio našeg evropskog puta.

Jedno preduzeće na Zapadnom Balkanu može proizvoditi dijelove za velikog evropskog proizvođača automobila, zadovoljiti stroge međunarodne standarde i svoje proizvode dostaviti na tržišta udaljena hiljadama kilometara. Isto to preduzeće se, međutim, može suočiti sa nepotrebnim preprekama prilikom pokušaja širenja svog poslovanja na tržišta udaljena samo nekoliko stotina kilometara u susjednoj ekonomiji.

Ovo je jedan od paradoksa našeg regiona. Naša preduzeća su pokazala da su konkurentna na međunarodnom tržištu. Ono što trebamo jeste da im olakšamo međusobno poslovanje. **Ovaj se jaz vidi i iz našeg istraživanja Balkan Barometar. Naime, sedam od deset preduzeća kaže da je otklanjanje trgovinskih prepreka važno za trgovinu u regionu, a ipak njih samo 6% zapošljava radnike iz susjedne ekonomije.**

Šest ekonomija Zapadnog Balkana su pojedinačno relativno mala tržišta. Zajedno, ona čine tržište od **skoro 17 miliona** ljudi. To za privrednike znači više potencijalnih kupaca, veći broj kvalifikovanih radnika, više dobavljača i mogućnosti za ulaganja. Za investitore to znači pristup većem tržištu kroz povezano poslovanje širom regiona.

To je upravo i ekonomska logika Zajedničkog regionalnog tržišta, odnosno više prostora za rast firmi, podrška jačanju njihove konkurentnosti i približavanje regiona jedinstvenom tržištu Evropske unije.

Od snabdijevanja Evrope do stvaranja više vrijednosti

Naš je region već tijesno povezan sa evropskom privredom. Robna razmjena regiona i EU je 2025. godine iznosila oko 88 milijardi eura, dok je skoro 70% izvoza roba bilo plasirano na evropsko tržište.

Ovo su ohrabrujuće brojke, ali one ne oslikavaju cjelokupnu sliku. Jednako je važno i šta proizvodimo, kako proizvodimo i koliki dio stvorene vrijednosti ostaje našim preduzećima.

Veliki broj preduzeća sa Zapadnog Balkana već je dio evropskih lanaca snabdijevanja, što se posebno odnosi na automobilske dijelove, preradu metala, mašine i druge oblike proizvodnje.

Naredni izazov je prelazak na sofisticiraniju proizvodnju, razvoj sopstvenih proizvoda i tehnologija te konkurentnosti u segmentima veće vrijednosti.
A to možemo ostvariti uz pomoć regionalne saradnje.

Nedavno me je u Prištini na Forumu civilnog društva inspirativnog naziva „Dokazi, ne obećanja" mladić iz publike suočio sa zahtjevnim pitanjem. Šta je potrebno da Balkan ima svoj Airbus? Ovu reference treba razumjeti na pravi način, i u prenesenom i u praktičnom smislu. Airbus nije počeo kao tržišni lider. Počeo je kao konzorcij u okviru kojeg su njemačke i francuske firme, kao zasebna preduzeća, radile zajedno na razvoju jednog aviona. Trebalo je nekih trideset godina da Airbus postane jedinstvena firma. Pouka za naš region je da ne treba stvarati jednog velikog igrača, već našim firmama treba omogućiti da lakše pravno, finansijski i tehnički nastupaju zajedno na tenderima. Zamislite dobavljača za automobilsku industriju iz jedne ekonomije, proizvođača elektronske opreme iz druge i inženjersku firmu iz treće koji zajedno konkurišu za ugovore koje niko od njih ne bi mogao dobiti samostalno. Ambicija postoji, ali ono što je koči su nedostaci u sistemu.

Dio certifikovan u jednoj ekonomiji trebao bi biti priznat i drugdje u regionu. Sirovine iz regiona trebale bi se smatrati materijalom s porijeklom kada se gotovi proizvodi plasiraju na evropsko tržište. Malim preduzećima su potrebni jednostavni mehanizmi za prekogranično udruživanje i zajedničko učešće na tenderima kao i za lakši pristup garancijama. Inženjeri se trebaju kretati jednostavno kao i dijelovi. Ništa od ovoga nije glamurozno a sve je dio Zajedničkog regionalnog tržišta koje je i zamišljeno da ove stvari omogući. Balkan neće dobiti svoj Airbus tako što će objaviti da ga ima. Do njega će doći kada prvi regionalni konzorcij dobije ugovor koji njegovi članovi ne bi mogli dobiti samostalno. **I to je dokaz, ne obećanje.**

Ovo je upravo i zamisao inicijative Partnerstva industrijskih parkova Zapadnog Balkana i Evropske unije, koju smo pokrenuli u septembru i povezali sedam industrijskih parkova i poslovnih zona sa Zadanog Balkana sa partnerima iz EU. Cilj nam je da izgradimo mreže dobavljača i lance vrijednosti te potaknemo razmjenu tehnologija i primjenu zelenijih industrijskih praksi.

Želimo da ove veze donesu nova ulaganja. **Preduzeća koja su zainteresovana da nam se pridruže, bilo kao dobavljači bilo kao partneri, mogu slobodno da nas kontaktiraju.**

Regionalno tržište koje služi potrebama privrednika

Preduzeća ne mogu u potpunosti iskoristiti prednosti većeg tržišta ako je njihovo poslovanje u regionu složeno i skupo.

Prerađivačkom preduzeću su potrebni predvidivi rokovi isporuke. Tehnološkoj firmi je potreban pristup kvalifikovanim radnicima. Investitoru su potrebne jasne procedure i povjerenje da će poslovanje na regionalnom nivou funkcionisati efikasno.

Privrednici se, međutim, i dalje suočavaju sa administrativnim zahtjevima, regulatornim razlikama, kašnjenjima u transportu i otežanom pristupu finansijskim sredstvima. Ove prepreke povećavaju troškove i obeshrabruju ulaganja.

Već smo pokazali šta se sve može postići regionalnom saradnjom. Ukidanje troškova usluga rominga u regionu, **pristupanje jedinstvenom platnom prometu u eurima (SEPA)** što znači jeftinija i brža plaćanja, zeleni koridori **kojima je skraćeno vrijeme čekanja na granicama** i jednostavnije priznavanje profesionalnih kvalifikacija su praktični primjeri.

Druga faza Zajedničkog regionalnog tržišta obezbjeđuje okvir za dalji razvoj i unapređenje ovih aktivnosti.

Mi u Vijeću za regionalnu saradnju radimo sa Zapadnim Balkanom, Evropskom komisijom i drugim partnerima iz regiona da politička obećanja pretvorimo u praktične rezultate, od jednostavnijih procedura ulaganja i poticaja za zelene investicije do održivog finansiranja. **Za samit lidera ovog oktobra u okviru crnogorskog predsjedavanja Berlinskim procesom pripremamo nove regionalne rezultate koje bi lideri trebali podržati.**

Trebamo također čuti i šta privrednici misle, jer su preduzeća ta koja najbolje znaju koje to još prepreke postoje, a naš mehanizam praćenja Zajedničkog regionalnog tržišta je napravljen upravo da to prepozna.

Cilj je jednostavan, a to je da ulaganje, poslovanje i širenje privrednih aktivnosti bude jednostavnije i privlačnije širom regiona.

Izgradnja nove generacije regionalnih lidera

S obzirom da Monitor priprema listu najvećih preduzeća u regionu treba se zapitati kako bi ta lista trebala izgledati za deset godina.

Koliko će naših vodećih preduzeća poslovati u nekoliko ekonomija? Koliko njih će imati izgrađene mreže dobavljača iz regiona, sopstvene tehnologije ili međunarodno priznati brend?

Potrebno nam je više takvih preduzeća.

Jaka regionalna preduzeća mogu manje dobavljače uvesti u veće proizvodne mreže, ulagati u inovacije, otvarati bolje plaćena radna mjesta i privlačiti međunarodne partnere.

Veličina sama po sebi, međutim, nije dovoljna. Naša ambicija treba biti razvoj produktivnijih, inovativnijih i međunarodno konkurentnijih preduzeća.

A imamo i dobar razlog da djelujemo bez odlaganja.

Prema najnovijim objavama na interaktivnoj platformi *Converge2EU*, ako se postojeći trendovi nastave, regionu će biti potrebno između 30 i 60 godina da dostigne životni standard EU. Ova jaz se ne odnosi samo na prihode već i na obrazovanje, zdravstvenu zaštitu i infrastrukturu.

Trebamo taj put skratiti i u tome nam mogu pomoći jaka regionalna preduzeća, veća produktivnost i dublja integracija.

Evropski Plan rasta daje dodatni poticaj, povezujući postepeno pristupanje jedinstvenom evropskom tržištu s napretkom u oblasti regionalne integracije. Izgradnja regionalnog tržišta nije alternativa Evropi već sastavni dio našeg evropskog puta.

Imamo zajednički okvir, jasan pravac i preduzeća sposobna da se takmiče na međunarodnom planu. Ono što je sada bitno je brzina kojom postižemo rezultate.

Naša preduzeća bi trebala imati mogućnosti rasta i širenja poslovanja širom regiona jednako prirodno kao što to rade na domaćem tržištu. A našu novu generaciju poslovnih lidera trebaju definirati tržišta na koja mogu izaći, proizvodi koje mogu razviti i vrijednost koju mogu stvoriti.

Upravo takvo regionalno tržište trebamo graditi i to bez odlaganja. Više nije dovoljno samo potvrđivati riječi dijelima i ispunjavati obećanja. Moramo ubrzati tempo i odlučnije krenuti naprijed.