



BJELOPOLJSKI BIZNIS FORUM

RAZVOJ SJEVERA TRAŽI INTENZIVNA ULAGANJA U INFRASTRUKTURU



IRENA ĆIPRANIĆ, PORODIČNA FARMA „ĆIPRANIĆ“

**JEDINSTVENA
TURISTIČKA PONUDA U
ZDRAVOM PRIRODNOM
OKRUŽENJU**

Neka nova dimenzija prirode kakva se rijetko može vidjeti - domaći proizvodi sa farme i čist planinski vazduh koji se osjeća, predstavljaju savršen odmor za tijelo i dušu. Dodate u etno selo MonteGoat, probate organsku hranu i osjetite puna usta ukusa. To je nešto što gosti zaista cijene.

Ovim riječima, sagovornica Glasnika **Irena Čipranić** opisuje porodično gazdinstvo njene porodice u Dragovoljicama kraj Nikšića koje, izgradnjom etno sela MonteGoat, uspješno kombinuje turizam i poljoprivrednu proizvodnju.

Recite nam nešto više o porodičnom gazdinstvu Čipranića - koliko dugo postoji, kako je došlo do osnivanja, šta/ko ga čini, koliko ljudi angažujete?

I. Čipranić: Kada kažete porodično gazdinstvo Čipranić, ne mogu a da ne pomenem mog oca koji je bio jedan od prvih privrednika grada Nikšića, dobitnik nagrade za Filantropiju na Cetinju "ISKRA 2009" DOBRI LJUDI. Od njega je sve počelo! On je zaslužan što sam ušla u preduzetničke vode i porodični biznis. Zahvaljujući njemu i radu u porodičnoj firmi osim znanja naučila sam da budem odgovorna i pouzdana osoba, da imam izraženu radnu etiku i dajem svoj maksimum u svakoj situaciji. Sve što jesam, što znam i umijem dugujem njemu! Naučio me je da, radeći na svojim sposobnostima pravimo bolju budućnost. Da je uspjeh raditi ono što voliš i biti u tome srećan. Da, kada radite ono što volite ništa nije teško i neostvarljivo. Sve sam to naučila zahvaljujući mom ocu i radu u porodičnoj firmi. Upravo je to bio i razlog izbora moje magistarske teze na Ekonomskom fakultetu u Podgorici "Porodični biznis kao model razvoja preduzetništva u Crnoj Gori- prednosti i nedostaci".

Poljoprivredno gazdinstvo firme Čipranić Company DOO osnovano je 2015. godine zahvaljujući inspiraciji i originalnoj ideji mog brata Borisa koji je izgradio zavidnu reputaciju iz oblasti visokogradnje u Crnoj Gori, koji smatra da smo mi nestvarno lijepa zemlja. Shvatio je u jednom trenutku koliko toga može da se radi kod nas, a da većina toga nije ni svjesna. Tako je nastalo sjajno selo MonteGoat koje se ponosi bogatim sadržajem koji čine najsavremenija farma koza rase Alpina, najsavremenija automatizovana mljekara, restoran, autentične kamene kuće, bungalovi, sušara, voćnjak, plastenici, bašte, kamene podzide.

Koji su to glavni poljoprivredni proizvodi Vašeg gazdinstva i kako ih plasirate posjetiocima/tržištu?

I. Čipranić: Mljekara je izgrađena u toku 2016. godine kao novi objekat za obradu i preradu mlijeka, kapaciteta 4000 l/dan. Objekat je iz-

građen u sklopu farme koza, čime se zatvara cio ciklus od proizvodnje mlijeka do njegove prerade u vrlo rijetke i atraktivne gotove proizvode - meki, polutvrđi i tvrdi kozji sirevi, pasterizovano kozje mlijeko i surutka, i fermentisani mliječni proizvodi.

Godinama unazad Crna Gora važi za zemlju čija je perspektiva proizvodnja kvalitetne domaće hrane. Na nekoliko lokacija ustanovljena je ekološka zona što znači da su poljoprivredni proizvodi i hrana proizvedeni u ovim regijama izuzetnog kvaliteta i zdravstveno bezbjedni. Opšte je poznato da su mliječni proizvodi od kozjeg mlijeka prihvaćeni i traženi od potrošača širom svijeta. Lokacijski, farma se nalazi u jednoj od najljepših regija u Crnoj Gori. To je oblast gdje ne postoje nikakvi zagađivači na 732 metara nadmorske visine, a koja je poznata po stočarskoj proizvodnji.

Kada je riječ o kozjim proizvodima, kozje mlijeko spada u najzdravije namirnice. Njegov sastav ima najveću sličnost s majčiniim mlijekom. Očigledno da su to znali i stari narodi, s obzirom na to da su ga preporučivali za jačanje imuniteta, liječenje i jačanje pluća, kao i protiv tuberkuloze. Kozje mlijeko je savršeni saveznik u borbi protiv stresa, bronhitisa, alergija. Takođe, smanjuje rizik za nastanak karcinoma pluća, a mogu ga piti i dijabetičari. Na temelju rezultata istraživanja do kojih su došli španski naučnici ovo mlijeko preporučuju i osobama koje pate od anemije uzrokovane nedostatkom željeza u krvi. Oni tvrde da upravo kozje mlijeko potiče bolje iskorišćavanje željeza u organizmu i obnovu hemoglobina, sastojka željeza koji i sadrži ovaj mineral. S obzirom na to da koze jedu koru biljaka, njihovo mlijeko je bogato i silicijumom, mineralom koji povoljno utiče na kvalitet kože, kose, noktiju i živčanog sistema. Kozje mlijeko treba piti i zbog zastupljenosti oligosaharida koji djeluju protivupalno, a istovremeno regulišu poremećenu funkciju crijeva, takođe zbog manjka laktoze, odnosno mliječnog šećera. Kod odraslih osoba kozje mlijeko može pomoći u sprečavanju pojave krvnog pritiska i ateroskleroze.

Surutka, kozji sir i jogurt takođe predstavljaju moćna prirodna ljekovita sredstva. Pospješuju rast i razvoj probavnog sistema, a preporučuju se i u prevenciji i terapiji oboljenja jetre, kao što je masna jetra, ciroza, mononukleoza.

Treba naglasiti da je ideja o pokretanju mljekarske proizvodnje kod firme Čipranić Company proizašla iz ozbiljne analize tržišta. U nekoliko većih gradova u Crnoj Gori je uočeno da je velika potražnja za kozjim mlijekom, sirom, surutkom. Tako da postoji veliki broj subjekata kojima se prodaju pomenuti proizvodi. To su veliki marketi, veleprodajni i maloprodajni objekti, a ne treba zanemariti ni ugostiteljske

Cilj je da naši gosti imaju priliku da isprobaju najkvalitetniju domaću hranu, da sami uberu u baštama ono što žele, da učestvuju u pripremi tradicionalnih crnogorskih proizvoda, da domaća hrana bude na prvom mjestu kada su utisci gostiju u pitanju. Umrežavanje domaćih proizvođača i promocija domaćih proizvoda samo su neki od naših razvojnih prioriteta.

objekte i hotele.

U okviru gazdinstva izgradili ste Etno selo Montegoat. Recite nam više o sadržajima etno sela - šta je to što posebno privlači turiste i izdvaja ga u odnosu na slična u Crnoj Gori? Kakav jedinstveni doživljaj nudite posjetiocima?

I. Ćipranić: Posljednjih godina ističe se interesovanje za prirodu i to za ekološki čistu. Povećava se interesovanje za domaće poljoprivredne proizvode. Sve više posjetilaca pokazuje interesovanje za upoznavanje kulture, običaja i uslova življenja u mjestu i okolini u kojoj borave za vrijeme svog odmora. Povećava se broj gostiju koji preferiraju turistički boravak u zdravoj prirodnoj okolini u kojoj se primjenjuju ekološke norme u gazdovanju otpadom, korišćenju đubriva, pesticida. Povećava se interesovanje za boravak na poljoprivrednim/agroturističkim imanjima sa bio proizvodnjom. U trendu je kvalitet. Današnji kvalitet ne znači luksuz. Kvalitet podrazumijeva dobar proizvod i uslugu. Misija preduzeća Ćipranić Company glasi da je povećanje kvaliteta ključ uspjeha. Stvaramo jedinstvenu turističku ponudu tako što turistima pružamo jedinstven smještaj okružen prirodnim ljepotama i autohtonim domaćim proizvodima, čime se postiže dugoročno zadovoljstvo gostiju. Na taj način uporedno razvijamo poljoprivredu i turizam kao strateške pravce razvoja zemlje.

Neka nova dimenzija prirode kakva se rijetko može vidjeti, domaći proizvodi sa farme i čist planinski vazduh koji se osjeća, predstavljaju savršen odmor za tijelo i dušu. Dođete u etno selo MonteGoat, probate organsku hranu i osjetite puna usta ukusa. To je nešto što gosti zaista cijene.

Pored proizvoda sa farme, u Vašem restoranu "Zavičaj" nudite crnogorske proizvode. U kojoj mjeri sarađujete sa drugim poljoprivrednim proizvođačima?

I. Ćipranić: Cilj je da naši gosti imaju priliku da isprobaju najkvalitetniju domaću hranu, da sami uberu u baštama ono što žele, da učestvuju u pripremi tradicionalnih crnogorskih proizvoda, da domaća hrana bude na prvom mjestu kada su utisci gostiju u pitanju. Umrežavanje domaćih proizvođača i promocija domaćih proizvoda samo su neki od naših razvojnih prioriteta.

Ko su sve korisnici Vaših proizvoda/usluga?

I. Ćipranić: Korisnici naših proizvoda i usluga su svi oni na koje pozitivno utiču današnji trendovi - povratak prirodi i zdravom životu. Potrošači kojima je najbitniji zdravstveni aspekt namirnice bez obzira na pol, lokaciju i starosnu dob, jer je trend zdrave ishrane popu-

larniji nego ikad. Korisnicima naših proizvoda je važno da hrana koju konzumiraju bude kvalitetna i zdrava.

"Spreman/a sam da platim više za hranu koja ne sadrži vještačke dodatke". Trend zdrave ishrane postaje sve prisutniji kod nas. Uticaj pandemije je ubrzao proces sve veće zainteresovanosti za konzumiranjem domaće hrane. Upotreba kozjih proizvoda djelotvorna je i kod osteoporoze, povišenog holesterola i krvnog pritiska, upalnih procesa, poboljšanja rada bubrega. Proteini iz kozje surutke poznati su kao brzi proteini, jer se brzo apsorbuju i direktno snabdijevaju mišićne stanice energijom i neophodnim aminokiselinama. Zbog efekta koji postiže, surutka se preporučuje atletičarima i rekreativcima, jer osigurava brz oporavak mišića poslije treninga. Ona je izvanredan izvor proteina i za trudnice, jer je kod njih za trećinu povećana potreba za bjelančevinama. Sadrži kompletne proteine i osigurava sve aminokiseline neophodne za dobro zdravlje.

Kako ocjenjujete proteklu ljetnju sezonu sa aspekta poslovanja Vašeg etno sela? Koliko je gostiju bilo u njenom špicu i kakve utiske nose?

I. Ćipranić: Ovo je prva sezona u kojoj smo zakoračili sa etno selom MonteGoat, predstavljajući javnosti atraktivnu turističku ponudu koju su prepoznali i prihvatili brojni turisti iz regiona, i zemalja Evropske unije. Tako da sa ponosom možemo reći da je ljetnja sezona za etno selo MonteGoat bila izuzetno uspješna. Atraktivna ponuda bila je poziv brojnim turistima da izaberu etno selo MonteGoat.

Kakvim ocjenjujete ambijent za razvoj ruralnog turizma u Crnoj Gori? Kakva je podrška potrebna kako biste realizovali sve razvojne zamisli, ali i kako bi ruralni turizam doprinio željenom cilju - cjelogodišnjem turizmu u Crnoj Gori?

I. Ćipranić: Posljednjih godina sve je veći broj turista koje privlače prirodne ljepote Crne Gore. Trendovi u Evropi i svijetu ukazuju da ruralni turizam bilježi rapidan rast posljednjih decenija. Mnogobrojni faktori su uticali na ovakav trend. Prije svega ljudi se opredjeljuju za kraće odmore i putovanja, češće putuju automobilom, tragaju za novim iskustvima i doživljajima, vraćaju se prirodi i izvornim vrijednostima. Posebno je interesantno turistima iz urbanih sredina da posjete selo i seosko domaćinstvo i vrate se svojim korijenima. Prema tome na trend porasta ruralnog ili seoskog turizma utiču i sentimentalni faktori. Crna Gora posjeduje veliki potencijal za razvoj ruralnog turizma. Broj gazdinstava koja se bave turizmom u Crnoj Gori značajno je u porastu. Kako bi se nastavio taj trend potreb-

no je stimulirati seoska domaćinstva koja se bave pružanjem ugostiteljskih usluga na selu, kako bi se nastavilo širenje ponuda i jačanje kvaliteta. Stvoriti što kvalitetniji život na selu kroz održavanje i izgradnju putne i vodovodne infrastrukture, obnavljanje elektroenergetske mreže, obnavljanje i izgradnju školskih i ostalih društvenih objekata na seoskom području. Potrebno je sagledati specifičnosti zemlje, potencijale i izazove kako bi se definisala adekvatna politika razvoja ruralnog turizma u Crnoj Gori. Za podršku ruralnom razvoju potrebno je formirati odgovarajuće organizacije, koje treba da se fokusiraju na prikupljanje i prosljeđivanje aktuelnih informacija, unapređenje saradnje zasnovane na zajedničkim interesima, procjenu resursa, povezivanje znanja i vještina, edukaciju, podršku mladima kroz različite aktivnosti na lokalnom nivou, zajednici, identifikacija optimalnog načina komunikacije sa stanovništvom sa ciljem utvrđivanja stvarnih potreba, pružanje podrške povezivanju na lokalnom nivou, podrška u apliciranju za EU projekte.

Neophodno je uspostaviti ravnotežu na regionalnom nivou, obraćajući posebnu pažnju na nerazvijeni sjever, koji čini 52,8% teritorije Crne Gore. Zbog toga je neophodno kontinuirano sprovoditi aktivnosti u cilju postizanja ravnomjernijeg socio-ekonomskog razvoja svih jedinica lokalne samouprave, zasnovanog na konkurentnosti, inovativnosti i zapošljavanju, što je definisano i kroz Strategiju regionalnog razvoja.

Kakvi su planovi daljeg razvoja Vašeg gazdinstva i etno sela u narednom periodu?

I. Ćipranić: Među strateškim ciljevima izdajamo postizanje većeg tržišnog udjela, odnosno širenje na veće područje, širu i atraktivniju lepezu usluga, stalno ulaganje u sadržaje. Planirano je proširenje smještajnih kapaciteta - izgradnja smještajnih i sportskih sadržaja, kako bi se upotpunila turistička ponuda za sve one koji vole da uživaju u nezagađenom vazduhu, očuvanoj prirodi i bogatoj vegetaciji.

