

ЕКОНОМСКА ДИПЛОМАТИЈА И СВЕТСКА ПОЛИТИКА

УДК: 339.9:327

Примљено: 13. августа 2009.

Прихваћено: 15. септембра 2009.

Оригинални научни рад

Српска политичка мисао

број 3/2009.

год. 16. vol. 25.

стр. 83-102.

Владимир Преуловић

Геоекономски факултет Мегатренд Универзитета

ПОТРЕБА ЗА НОВИМ ПРОФИЛОМ КАДРОВА У СРПСКОЈ ЕКОНОМСКОЈ ДИПЛОМАТИЈИ

Резиме

Расправе о томе да ли су нам потребни економски дипломате у најважнијим светским привредним центрима указује да, нажалост, код нас још увек није схваћена права улога и значај економске дипломатије за привредни опоравак и наступ наше привреде у свету. Развијене земље су то одавно схватиле и економска дипломатија пружа велики допринос промоцији њихових привреда и заштити националних економских интереса. С обзиром на то да је Министарство економије и регионалног развоја расписало јавни конкурс за првих 28 наших економских дипломата у светским центрима, поставља се питање: какви су нам кадрови потребни за те функције? Које способности мора да поседује модерни економски дипломата? Које критеријуме треба поштовати приликом избора тих кадрова? Како објективно мерити њихов стварни допринос? Каква су искуства других, развијених земаља на том плану?

Кључне речи: Економска дипломатија, национални економски интерес, промоција наше привреде у свету, спољноекономски на-

ступ земље, економски представник земље, припрема кадрова за економску дипломатију, економско ратовање, јавни конкурс

УВОД

Главна функција економске дипломатије је заштита националних економских интереса у међународним економским односима. Да би се обезбедила промоција националне привреде у светској размени (како државе у целини, тако и сваког њеног економског субјекта), организована држава одређује за то надлежне органе и службе, утврђује средства и механизме и задужује стручне и спремне кадрове који ће зацртану државну политику наступа у иностранству спроводити економском дипломатијом на билатералном и мултилатералном плану.

Дакле, пре свега, свака држава треба да утврди који су њени дугорочни циљеви у економском општењу са иностранством, да утврди конзистентну политику економског наступа, да обезбеди материјалне ресурсе за такав наступ, да обучи способне кадрове који ће то спроводити. Уколико један од тих елемената недостаје, степен успешности њеног економског представљања и резултати њеног наступа озбиљно се умањују. Уколико су сви ти неопходни предуслови обезбеђени, стварају се повољни услови за остварење функција економске дипломатије.

Економске дипломате воде свакодневну битку са конкурентима у потрази за поверљивим економским информацијама, надмећу се за освајање нових или проширење присуства на старим тржиштима, воде мукотрпне преговоре, често са позиција економске силе, не водећи много рачуна о етикецији и учтивој дипломатској реторици. Њихов професионализам (ми бисмо рекли и патриотизам, мада та реч припада једној другој сфери) огледа се у преданој борби за економске интересе или профит своје компаније и земље у целини. Уместо фракова и цилиндара они носе акти ташне увек пуне поверљивих економских информација или понуда, служе се често различитим врстама поткупљивања или “одобровољавања”

ривала и економских партнера како би обезбедили посао или ослободили простор за извоз производа своје земље или компаније.¹⁾

Наравно, економска дипломатија није само то. У сферу легалног деловања спада свакодневно праћење економских активности и резултата, као и квалитета производа и производње земаља пријема, барометара привредних кретања, могућности пласмана производа и капитала сопствене земље и продора на тржиште земље пријема, као и размена информација са матичном земљом и њеним надлежним институцијама.

Економски дипломате и сервиси, припремају за стране кориснике, економске информације и билтене о привредним потенцијалима и извозним капацитетима своје земље. Предлажу и организују привредне изложбе својих земаља у иностранству, учешће земље или одговарајућих фирми на сајмовима и манифестацијама које организује земља домаћин. Учествоју на стручним симпозијумима и трибинама где говоре о производним капацитетима и извозним потенцијалима своје земље. Учествоју у преговорима на нивоу званичних делегација државних органа и министарстава или помажу у разговорима на нивоу компанија и у склапању аранжмана, привредних протокола или споразума између две земље или компаније.

Баве се прикупљањем (дозвољеним или недозвољеним) поверљивих економских информација о производњи или новим производима и прослеђују их надлежним службама своје земље. У томе често прекораче праг легитимног и дозвољеног понашања, што за последицу може да има протеривање страног дипломате из земље пријема, са штурим или без икаквог објашњења.

У понашање економских дипломата које се граничи са дозвољеним спадају и разне врсте незваничних притисака или претњи да се земља или компанија у питању определи за сарадњу са економским субјектом земље порекла дотичног дипломате. Уз ову листу функција, која сигурно није коначна, додао бих и неке функције које је много теже остварити, али су од изузетног значаја за привредни развој земље и појединих компанија:

- Утицај економске дипломатије и економских представника у најважнијим земљама на пословне планове и

1) Пре неколико година је на светло избила афера поткупљивања јапанских функционера за куповину америчких авиона BOEING, затим белгијских министара за куповину италијанских хеликоптера AGUSTA, као и појединих чланова саудијског двора за давање предности америчким војним авионима над, већ уговореном кредитираном, испоруком француских "MIRAGE" последње генерације. То је био само врх леденог брега у односу на друге афере корупције које се стално догађају, али из ових или оних разлога, бивају заташкане.

програме значајних привредних грана и делатности које послују са иностранством или земљом у којој се представник налази;

- На бази релевантних информација о најновијим трендовима, истакнути економски представници утичу на асортиман, карактеристике и квалитет извозних производа и производних листа;
- Допринос утврђивању стратегије економског наступа у иностранству за земљу у целини или њене најважније привредне субјекте који послују са иностранством;
- У свакодневној комуникацији са службом, ресором и компанијом, економски дипломата утиче да се уклоне уочене слабости, неправилности и недостаци, побољшају услови и скрате рокови, односно у целини побољша економски наступ у иностранству.

Све су ово, као што се види, функције економске дипломатије као нужне, високо специјализоване делатности, неопходне за заштиту националних економских интереса једне земље и њено представљање у иностранству.

НЕОПХОДНОСТ ИЗУЧАВАЊА ЕКОНОМСКЕ ДИПЛОМАТИЈЕ

У изучавању економске дипломатије, као вештине и научне дисциплине, пионирску улогу и најдубљи траг су остварили Французи.

Они су у обучавању кадра за комплексне и ризикантне функције економског дипломате отишли толико далеко, да једини у свету имају Школу за економско ратовање - Групе ESLSCA. У амблему ове Групе стоји да су то: Студије трећег степена из стратегија економске шпијунаже (обавештајног рада). Интернет web site ове школе је www.ege.eslsc.fr²⁾.

Колики је значај ове школе за обучавање високоспецифичних кадрова за стратегије економске шпијунаже и различите методе економског ратовања, најбоље показује чињеница да је првој ге-

2) Основана 1997. године од стране генерала Jean Pichot-Duclos-a, Christian Harbulot-a и Benoit de Saint-Sernin-a, Школа за економско ратовање (L'Ecole de Guerre Economique - EGE de groupe ESLSCA) у Паризу је прва европска структура која нуди образовање о методима напада и одбране са којима се суочавају предузећа у светској економској утакмици. Директор ЕГЕ је проф. Christian Harbulot. ЕГЕ је за свој промотивни ПР слоган узела Наполеонову изреку: *"Бити побеђен је могуће оправдати, али бити изненађен је неопростиво."*

нерацији полазника кумовао г. Хенри Мартре, бивши председник мултинационалног гиганта *Aerospatiale*, а другој г. *Jacques Calvet*, бивши председник групаације *PSA* која обухвата *Peugeot* и *Citroen*.

Већ по именима оснивача и главних предавача, основним темама курсева и предавања, грбу Школе и ПР слогану, јасно је да је ова школа проистекла из једног крила класичних војнообавештајних академија за потребе заштите националних економских интереса, прибављање економских информација и побеђивање у економским конфликтима. Међу предавачима за економско-обавештајни рад се налазе искусни бивши генерали француске цивилне и војне обавештајне службе (ДГСЕ и ДССТ).

На основу реченог, намеће се став о неопходности високо образоване и мотивисане економске дипломатије за сваку државу која свој економски просперитет везује не за изолацију, аутаркичност и самодовољност, већ за сталну и плодну размену на светском тржишту, за слободну циркулацију људи, роба и капитала, за свој успешан привредни наступ у свету. Нико данас не може да живи сам и производи све што је потребно за нормално функционисање привреде и задовољавање потреба грађана. Капитал, који је одавно прешао националне и државне границе, се сели тамо где може да се оплоди, где су обезбеђени сви потребни економски, законски, организациони и инфраструктурни услови. И само уколико за то постоје оправдани економски интереси. Без тих услова не помажу традиционална пријатељства, раније потписани споразуми о сарадњи, нити политичке декларације.

Нове генерације пословних људи (јапија) се све мање интересују за историјске савезе и успомене уопште. Њих, пре свега, интересује проширење привредне активности и наравно повећање профита њихових компанија, успешна реализација пословних пројеката, улагање капитала у области и подручја где ће се најбоље и сигурно оплодити. За то је нужно дефинитивно разграничење економије од политике и политичког утицаја у сфери где важе неки други, егзактнији економски закони.

У свакодневној комуникацији са способним економским дипломатама заинтересованих земаља, они очекују информације и гаранције да су за њихово инвестирање обезбеђени сви услови и пуна сигурност. Уз вештину и способност економског дипломате, потребно је да је економска реалност земље таква да страни инвеститори и партнери за сарадњу изаберу баш њу, а не неку другу. За извозну експанзију једне земље на страна тржишта, потребно је још много више напора, знања, усклађености, уз наравно атрактив-

не и квалитетне производе, повољне цене и стабилност и кратке рокове испорука.

Да би се дошло до фазе улагања страног капитала или извоза производа на страна тржишта, наравно да предстоји дуги период планирања и припреме, организовања квалитетне производње и достизања нивоа квалитета производа или понуде за инвестирање. Уз све унутрашње факторе привредног живота, економска дипломатија у тим фазама помаже квалитетним информацијама и сугестијама о актуелним трендовима, обиму, врстама и квалитету сличних или тражених производа конкурентских компанија и земаља, анализама потреба и засићености страних тржишта, прихватљивим ценама и роковима, па све до дизајна или узорака производа конкурентских фирми. У истраживачким и лабораторијским фазама припреме новог производа, док се они сматрају службеним или индустријским тајнама, економска дипломатија, у виду економске или индустријске шпијунаже, има значајну, али високо ризикантну улогу.

Да и у нашој земљи расте свест о значају економске дипломатије за укупни спољнополитички наступ наше земље и проналажење њеног места у светској заједници, говори и чињеница да је на састанку високих представника Савезног министарства иностраних послова (СМИП) са амбасадорима земаља Европске уније и Мисије ЕУ у СР Југославији одржаном 20. априла 2001. године у Београду, закључено да економској дипломатији треба дати приоритет у наредном раздобљу. У извештају са тог састанка, како је пренела Политика од 21. априла 2001. на стр. 4, се каже: «Посебно је, при том, истакнута економска улога дипломатије, чиме нови концепт југословенске дипломатије постаје пункт за економску промоцију земље у иностранству. У складу са дугорочним одређењима наше земље, СМПП је у новој организационој структури предвидео посебне дирекције које ће се у оквиру Сектора за економске односе и европске интеграције бавити мултилатералном, билатералном сарадњом (пре свега са суседним земљама и државама бивше СФРЈ) и односима са Европском унијом и Пактом за стабилност југоисточне Европе.»

УЛОГА ДИПЛОМАТИЈЕ У ЕКОНОМСКОМ РАЗВОЈУ ЗЕМЉЕ

Да ли је време у коме су се дипломатска, амбасадорска и саветничка места у најважнијим светским центрима добијала за за-

слуге у политици (читај, владајућој партији) или у привреди, за нама? Да ли је заувек одбачен игнорантски став да се дипломатијом, па и економском дипломатијом, може бавити свако, односно било ко? Да ли је са демократским променама у нашој земљи и приоритетом да се укључимо у евроатлантске интеграције схваћено да су нашој дипломатији потребни високообразовани и високопрофесионални кадрови? Да ли је у нашој дипломатији, осим декларативних изјава, схваћен пресудан значај квалитетне економско-дипломатске акције за излазак из економских и развојних проблема?

Одговор на ова питања, је нажалост, негативан. Велика су очекивања демократских снага и народа уложена у агресивнији, квалитетнији и ефикаснији дипломатски наступ наше земље, којим би се потрле последице неразумне политике бившег режима и наша земља вратила у светску породицу народа. На класичном дипломатско-политичком плану постигнути су неки задовољавајући резултати. На плану економске дипломатије, нажалост, скоро да нисмо кренули са мртве тачке.

Да ли је, поред катастрофално накардног схватања и неискоришћености својевремено одобрених олакшица ЕУ за извоз нашег шећера на то важно тржиште, потребно других доказа за овакву тврдњу?

Несхватљиво је да се, пре него што су надлежни органи утврдили размере проблема, открили могуће преступе и обзнанили евентуалне кривце, са највишег места, такорећи без узимања ваздуха, негира свака наша кривица, да би се касније клупко грешака и «кршења духа а не слова прописа» све више обелодањивало.

Где је у свему томе експертско-професионална улога дипломатског апарата и мреже у свету да на време упозори и алармира државно руководство или антиципира евентуалне мере против наше привреде и земље? Очигледно је да је један партијско-поданички критеријум у одабиру кадрова замењен другим ништа мање погубним и резултати су, бар на економско-дипломатском плану слични, односно незадовољавајући. Да ли је наша економска дипломатија обезбедила довољно информација и аргумената за и против, пре него неки еуфорични министар бомбастих изјавама о новим уговорима са страним “партнерима” поради на сопственом имиџу?

Шта је потребно урадити да се наша још увек нејака привреда помогне квалитетном економско-дипломатском акцијом и поузданим анализама светских прилика?

Наравно да дипломатска, па ни економско-дипломатска акција немају магичну моћ, нити могу разрешити основне унутрашње структурне проблеме привреде и земље. Оне морају бити у служби економског и политичког опоравка и стабилизације земље, али и њеног успешног представљања и продора у свету.

Као и већина земаља у транзицији, а посебно с обзиром на нашу потребу убрзаног процеса прилагођавања стандардима ЕУ и *aquis communautaire* у циљу што скоријег прикључења ЕУ, неопходно је да на овом плану учимо од успешнијих и развијених земаља и нација.

Западне дипломатије су, већ средином 80-тих година сада већ прошлог века, дали трајне налоге својим дипломатама да будуће најважнији приоритет у њиховој активности буде – економска дипломатија. Са глобализацијом светске привреде и међународне политике, интерес појединих привреда да буду промовисане у иностранству и да се, на светском тржишту, изборе за што веће учешће и удео у оствареном профиту, постаје и државни интерес њихових земаља.

Самим тим, основна функција државне администрације, механизма тзв. спољне акције, дипломатских и спољнотрговинских представништава, различитих делегација, министара, председника влада, па чак и шефова држава, приликом боравка у иностранству, постаје функција економског дипломате – да рекламирају и продају производе националне привреде у свету, да обезбеде да компаније из њихових земаља добијају послове на страном тржишту.

Зашто економска дипломатија представља будућност дипломатије? Зато што је у околностима глобализације светске привреде и политике, глобализације свих видова савременог живота, економска дипломатија, чак и билатерална, постала основно средство продора на светско тржиште.

С обзиром да је циљ економске дипломатије управо да стимулише економску размену између земаља, јасно је да је она важан фактор привредног и друштвеног развоја, па по томе и будућност модерне дипломатије - дипломатије сутрашњице.

Економска дипломатија, путем ширења и промоције оваквих идеја, а нарочито стимулисањем улагања у привредни капацитете неопходне за развој и бољи живот грађана, доприноси духу отворености и сарадње, веће размене и помоћи развијеног света земаљама у развоју.

У разматрању нове улоге и функција економске дипломатије данас, полазимо од евидентне чињенице да планетарни процес

глобализације напредује, хтели ми то или не, крупним корацима у освајању нових простора и умножавању актера. Улазак НР Кине у СТО и напори Русије да се укључи у ту организацију, само потврђују да, у овом процесу, нема застоја, нити повратка на старо и “романтично” стање светске привреде и односа снага.

Мале и средње земље, у које спада Србија, морају да се, уз сав опрез и разумевање суштине глобализације, одреде се за стратегију - или ће бити унутар тог процеса и у њему остварити највећу могућу корист, према сопственој позицији и карактеристикама, или ће остати изван њега, осуђене на самоизолацију, аутаркичност и дугорочно преживљавање на маргини развоја. Унутар процеса глобализације има места само за способне и квалитетне учеснике, спремне да се боре на међународном “економском ратишту” – светском тржишту. Наши витални интереси, перспектива, уосталом и неминовност, су да се успешно уклопимо у процес глобализације светске привреде, ради сопственог интереса и добробити.

НОВА УЛОГА ЕКОНОМСКИХ ПРЕДСТАВНИКА У ИНОСТРАНСТВУ

На економском, као и на политичком и стратегијском плану, у светским размерама, данас су у игри велики улози и интереси земаља. Стога је улога дипломатских представника све више усмерена на промоцију и заштиту националних интереса, односно, обезбеђење информација и помоћ националној економији у освајању светског тржишта или одношењу победе у сучељавању са конкуренцијом.

Француска је учинила пионирске кораке у трансформацији своје класичне у модерну економску дипломатију. Таква трансформација започела је још са тзв. Нафтном кризом, а нарочито је интензивирана под Председником Francois Mitterrand-ом (Франсоа Митераном). Његов наследник на месту Председника Републике Jacques Chirac (Жак Ширак), наставио је са тим трендом у инструкцијама које даје својим дипломатама.

На годишњем, уобичајеном сусрету са амбасадорима Француске у свету, одржаном 29. августа 1996. године, Председник Ширак се шефовима француских дипломатских мисија обратио на следећи начин: “Амбасадори Француске, ви сте такође амбасадори француске привреде. Велики изазови данас се догађају на економ-

ском плану, а да су француски грађани тога мање свесни. Ми морамо допринети прогресивној адаптацији наше економске машине у складу са променама у свету. На економском плану, то ће помоћи Европљанима да заједнички одбране њихове трговинске интересе, у ситуацији када унилатерализам једне велике земље прети међународном праву оличеном у Светској трговинској организацији³⁾.

Већ из оваквог наступа шефа једне велике и развијене земље види се да се, у новом глобалистичком поретку у свету, нова задужења и одговорности постављају пред економске представнике у свету. Нови полет економије њихове земље мора у њима да добије важног сарадника, који ће информацијама и сугестијама, допринети усмеравању њихове извозне експанзије, трансформацији спољноекономског наступа, новим производним програмима и квалитету производа, који морају да задовоље свет или локално тржиште. Овога пута, на пример, Француска је, као географски приоритет своје економске пажње и смер експанзије, навела Азију, као најдинамичнији економски простор. Касније ће се, можда, тај приоритет, на бази информација њених економских дипломата и процене државних инстанци, преусмерити на неки нови регион, али је важно да је координација стална, а улога економског дипломате је да томе активно допринеси.

Економски представник једне земље у свету је данас, дакле, све мање трговац, у традиционалном смислу. Он је, пре свега, аналитички посматрач економских кретања, прикупљач важних економских и поверљивих информација, аутономни и ауторитативни преговарач у економским пословима и иницијатор трансформација у привреди земље, у складу са интересима њене економске експанзије. Због тога, економски представник мора да поседује сва знања и способности, које сам побројао и појединачно размотрио.

Економски представник данас је, сликовито речено, својеврсна економска опсерваторија своје земље на удаљеном простору, која не само да детектује нове звезде, али и звезде паданице локалног економског неба, већ информације о томе хитно прослеђује у централу. Наравно, уз напомене и сугестије како да економски брод његове земље што успешније продре у тај простор и освоји га сопственим производима, технологијом и улагањима.

Озбиљна државна администрација, дакле, мора да школује, припреми, обучи и инструише квалитетан кадар, који ће водити

3) Говор *Председника Ж. Ширака*, на годишњем састанку са француским амбасадорима у Јелисејској палати, одржаном 29. 08. 1996. г. Види сајт на Интернету www.diplomatic/france

њену економску експанзију у свету и доприносити привредном напретку земље и њеној извозној оријентацији⁴⁾.

СПОСОБНОСТИ ЕКОНОМСКОГ ДИПЛОМАТЕ

С обзиром на сложеност, одговорност, важност и деликатност послова, модерни економски дипломата мора да поседује бројне способности које су нужне за успешно обављање његових функција.

1. Основна способност која се код економског дипломате подразумева је квалитетно факултетско образовање из области економије, дипломатије и међународних односа, међународног приватног права, организационих наука, менаџмента или сродних дисциплина. То високо образовање, поготово ако у њему није обухваћена нека од поменутих дисциплина, мора да буде продубљено специјализацијом из економије, спољне трговине или економске дипломатије или последипломским студијама из поменутих дисциплина.

2. Да би могао успешно да функционише у иностранству, често удаљеном од земље порекла, са пуном аутономношћу и одговорном самоиницијативом, економском дипломати је неопходно дипломатско или спољнотрговинско искуство на таквим или сличним пословима.

Велики би био луксуз одредити неискусног дипломату за сложене послове економског дипломате, који треба да постигне конкретне резултате за кратко време трајања његовог мандата. За ову врсту усавршавања, обично се одређују млађи сарадници и дипломатски почетници – аташеи и трећи секретари. Они онда постају део тима економског сервиса амбасаде, задужени за помагање у раду искусном економском дипломати уз кога уче (праћење

4) Француска располаже са државном администрацијом у којој је 2.160.000 запослених службеника. Од тога, само у образовању, ради око 1.000.000 људи, а остали у свим другим државним службама.

Према најновијим подацима (часопис "Les Echos", 4/5. августа 2000.г., стр. 1-3), француска економија ради пуном паром. Степен искоришћености производних капацитета је 87,5 % (историјски рекорд је 88 %, постигнут у априлу 1990. г.), поверење запослених у француску привреду је достигло рекордни ниво из 1987, заснован на такође рекордним наруџбинама. Број незапослених који су на режиму државне помоћи (Assedic) смањен је у јуну 2000.г. на 2.314.700, у поређењу са мајским бројем од 2.397.500 или прошлогодишњим из истог периода од 2.516.700 лица. Дакле, земља је у пуном економском успону и зато је оправдано наше проучавање искустава једне успешне привреде, по много чему корисна за друге.

Интернета, одржавање међународних комуникација, прављење белешки и извештаја о разговорима и сл.).

За земље у којима делује један или мањи број економских дипломата, за послове одговорног економског дипломате-преговарача или шефа економског сервиса, обично се одређују искусни дипломате од каријере, којима је то најмање други боравак у сличној мисији.

3. Економски дипломата мора савршено да влада светским језиком који се говори у земљи његовог службовања.

То је основни предуслов одржавања несметане комуникације са саговорницима на високо специјализоване привредне теме, услов уважавања у пословним и дипломатским круговима. Без тога је немогуће успешно реализовати програм и циљеве представништва.

У време модерне дипломатије која прати глобалистичке трендове у политици и привреди, знање једног светског језика је недовољно. Због тога се за послове економског дипломате у важнијим земљама одређују специјалисти који говоре најмање два светска језика.

4. Потребно је да економски дипломата буде посебно обучен или специјализован за земљу или регион у коме ће деловати.

Припреме за одлазак на службу у једној земљи, подразумевају вишемесечни рад и обуку у регионалној управи министарства којој та земља припада. Озбиљне припреме подразумевају проучавање свих аспеката стварности дотичне земље: од њене историје, политичког и привредног развоја, обичаја и специфичности, етнoлошких и културних карактеристика, до дијалеката, фолклора, гастрономије и др.

Само дипломата који дође тако припремљен, биће уважаван као компетентни саговорник и моћи ће да рачуна на продубљивање контаката са пословним партнерима из земље пријема.

5. Модерни економски дипломата мора бити вешт говорник, способан за разговоре са партнерима, али и за медијске и ПР наступе у јавности земље пријема.

Од њега се очекује да буде вешт преговарач у привредним пословима где заступа своју земљу и њену компанију. Различите технике преговарања, чак и без директних инструкција из централе, нужно је познавати да би се успешно водили пословни преговори.

6. Економски дипломата треба, кроз обуку, да савлада и практично спроводи основне методе и технике економско-обаве-

штајног рада, неопходне нарочито за прикупљање економских (поверљивих) информација.

7. Једна од неопходних карактеристика модерног економског дипломате је и његова оспособљеност за електронско комуницирање и коришћење Интернета, као средства ефикасног и офанзивног наступа. Та компјутерска “писменост” је данас све више услов за успешно обављање било каквог посла, а у област економске дипломатије посебно.

8. Искусни и ефикасни економски дипломата мора да поседује самосталност у одлучивању, самоиницијативност и способност одговорног доношења одлука, односно сугестија и предлога за институције или компаније у својој земљи.

Економски дипломата мора увек да буде обавештен о актуелним политичким и економским темама и да одржава редован и садржајан контакт са централом у својој земљи.

9. Способан економски дипломата, осим свега овога, би требало да поседује и нека друга, практична знања: управљање аутомобилом, дактилографију или стенографију и сл, које могу да олакшају напорни свакодневни посао.

10. На крају, економски дипломата сутрашњице мора бити добро технолошки опремљен, како би могао да буде у сталној комуникацији са својом земљом и централом, а не само док је у канцеларији. Мобилни телефони, лап топ компјутери и електронски подсетници су незаобилазни гаџети (“стварчице”) модерног економског дипломате.

Кад се све ово прочита, стиче се погрешан утисак да за савременог економског дипломату треба одредити својеврсног супермена. Међутим, ово су само неке од пожељних и неопходних карактеристика економског дипломате који има амбиције да успешно промовише привреду своје земље у иностранству.

Сигурно је да такви способни кадрови могу да се пажљиво изаберу међу свршеним студентима високих школа. Каснијим специјализацијама и припремама, а нарочито уз искуство из дипломатске праксе, они ће моћи да постану модерне економске дипломате сутрашњице.

Као у сваком привредном послу, за економског дипломату или представника у иностранству, је веома важно прецизно одређивање циљне групе на коју он примарно делује.

Циљне групе се у теорији одређују као “посебно идентификоване групе у окружењу које су од интереса за одређено предузе-

ће, односно, које на било који начин могу утицати на пословање тог предузећа, или су зависне од предузећа”

У активностима економског дипломате, циљне групе су много шире него кад се ради о појединачном предузећу. У сваком случају, циљне групе економског дипломате обухватају:

1. привредне кругове земље домаћина (у случају представника компаније, онда пре свега из дотичне гране привреде);
2. запослене у надлежним ресорима, институцијама и службама земље домаћина;
3. дипломатски кор и клубови страних спољнотрговинских представника акредитованих у тој земљи;
4. представници медија, посебно медија специјализованих за привредну област;
5. професионална удружења (цехови), удружења предузетника, коморе, удружења потрошача и специјализоване невладине организације;
6. градови, региони или компаније са којима земља порекла дипломате (или компанија представника) одржава пријатељске (братске) или друге пословне односе;
7. спољнотрговинске представнике других компанија из земље порекла економског дипломате и др.

Економски дипломата, од свог ступања на дужност, настоји да успостави што непосреднији контакт са представницима својих циљних група, које су, као што смо видели, доста широке. Већ у протоколарно-куртоазним посетама упознавања, затим сталном комуникацијом и радним посетама, слањем информација и публикација, позивањем на манифестације и догађаје - тај контакт се мора одржавати и неговати, како би и резултат рада економског дипломате био што бољи.

Без прецизног одређивања циљних група и одржавања сталне комуникација са њима, резултати деловања економског дипломате ће бити озбиљно умањени. Јер, он не делује апстрактно или у вакуму, већ са сталном свешћу о могућим корисницима његових информација или о средини на коју треба да утиче..

Економски дипломата не може бити пуки службеник-чиновник једне државне структуре који ће за сваку новонасталу ситуацију тражити инструкције и сагласност министарства које га је послало. То је немогуће из више разлога и тога морају бити свесни у министарству, али и у представништву. Он мора поседовати изванредан, припремљени и договорени степен самосталности у

одлучивању и преговарању. Пре свега, јер тај дипломата и његово представништво нису једини представници те земље у свету, већ једна од карика у огромном ланцу. Затим, због уобичајене административне инертности која важи за државну администрацију у свим земљама. Најзад, зато што је он послат јер се закључило да је довољно компетентан и да може сам да процени како треба реаговати у одређеним ситуацијама. Стално запиткивање за сугестије, може угрозити утисак о његовој способности.

У ситуацији географске удаљености од земље, али и сталне електронске комуникације, добре банке података и знатног професионалног искуства, економски дипломата, дакле, мора поседовати завидан ниво аутономности у комуникацији са пословним партнерима и у одлучивању по разним питањима. Уколико се ради о важним, компликованим пословним преговорима или званичним разговорима у министарствима државе пријема, он ће благовремено затражити прецизне инструкције, али ће, затим, у току преговора деловати самостално и одлучно, као прави, овлашћени представник своје земље. Без тога његов кредибилитет у средини у којој делује ће бити озбиљно доведен у питање.

КАКО СМО МИ ЕКОНОМСКИ ПРЕДСТАВЉЕНИ У СВЕТУ?

Промишљени, рационални, али и офанзивнији концепт економског представљања наше земље у свету, усклађен са потребама, интересима и могућностима наше привреде и планираном будућношћу земље – још није направљен. На томе се, према наводима званичника ради, али доста успорено, као да то питање није од приоритетне важности. Многе критичке напомене у овом прилогу односе се управо на то помањкање ентузијазма у конципирању овог важног сегмента нашег економског положаја и намераваног повратка у свет, који је и у ранијем периоду био доста запуштен.

На овом послу би напоре морале да координирају републичка и регионалне привредне коморе, Министарство спољних послова, Министарство економије и регионалног развоја, предузетничка и професионална удружења, регионалне привредне коморе, људи од струке и науке, наши успешни привредници из света и други специјалисти за ову област. Наши пословни људи из дијаспоре и потенцијални страни улагачи прате догађаје у земљи и заинтересовани су за додатне информације. Извори њихових информација су разноврсни, али људи немају много времена да их свуда траже. Због тога је потребно да их нађу на једном месту, а ја мислим да је Привредна комора Србије управо то место.

ШКОЛОВАЊЕ ПОТРЕБНИХ КАДРОВА

Велика је привилегија, али и одговорност универзитетских професора и установа која успостављају нову научну дисциплину, поготово дисциплину са високом примењивошћу и практичном користи за носиоце привредног развоја, каква је економска дипломатија. Будући да је у формирању ове дисциплине Геоекономски факултет Мегатренд универзитета био први на овом делу европског простора, требало је прикупити што више туђих искустава и знања и, на бази њих и сопствених искустава, формирати конзистентан универзитетски предмет. Тај предмет на основним и смер магистарских, мастер и докторских студија на нашим факултетима, омогућиће стварање високостручних кадрова неопходних нашој привреди и дипломатији, а научни рад продубљивати и богатити овај предмет.

Најважније је да потреба за универзитетским усавршавањем из ове области постоји. Потребне за економским дипломатама не треба да сагледавамо из наше данашње привредне ситуације. Напротив, пројектовањем наших циљева у будућности, ми кадрове школујемо за сутра и наше очекивано место у светској привреди и међу развијенијим земљама.

Такође је важно напоменути да оптимални услови за школовање високо стручних кадрова за ову област постоје, додуше више на приватним, него на државним универзитетима у нашој земљи. То ће у перспективи омогућити припрему модерних кадрова, способних да се сутра, било где у свету, носе са својим колегама из најразвијенијих земаља.

Значајно је да код нас постоје искуства и људи са искуствима из раније дугогодишње привредне сарадње за несврстаним и земљама у развоју, као и са источноевропским земљама. У ранијој Југославији имали смо, по проценама страних дипломата и стручњака, једну од најспособнијих, најобучаванијих и најпродорнијих дипломатија и “дипломатских школа”. Трбало би, правом селекцијом школованих кадрова, свесних нових светских изазова и тешкоћа са којима се ми суочавамо, да покушамо да повратимо изгубљене позиције у светској привреди и на дипломатској сцени.

Једно је сигурно: велики је политички, економски, научни и друштвени интерес да се наша земља врати на светску сцену, у породицу развијенијих земаља, у чланство у међународним политичким, финансијским и економским организацијама и регионалним интеграцијама. Поставља се најважније питање – како то учинити?

То се може остварити само са модерним и високо образованим кадровима, са ревидираним ставовима и новим сазнањима, што морају постати наши адути за наступајућу епоху.

НОВИ КАДРОВИ ЗА НОВО ВРЕМЕ

После најаве из Министарства економије и регионалног развоја из фебруара 2009. године да ће расписати конкурс и у свет отпремити првих 17 од предвиђених 38 економских дипломата чији ће задатак бити да промовишу српску привреду у свету, отварају се бројна питања. Какви су кадрови потребни за ову својеврсну “дипломатску револуцију” у заступању српских интереса у свету?

Економски дипломата новог времена треба да омогући и помогне економски наступ Србије, продају њених производа, борбу за стране инвестиције у српску привреду, освајање нових и опстанак на традиционалним страним тржиштима. Његова улога је да на захтев из земље или, што је боље, према сопственој иницијативи, обезбеђује контакте са потенцијалним партнерима све до фазе дефинитивног потписивања пословног уговора.

У време пре демократских промена, на оваква места су слали људи који су имали заслуге у политичком животу владајуће партије, или су то били заслужни директори великих јавних предузећа. Пред пензију су, као награду за политичку верност, добијали – мандате у иностранству. Нису добро знали ни језике земље у коју су одлазили, али су имали велико искуство у домаћој привреди. Наравно, без икаквог познавања принципа и достигнућа савремене економске дипломатије. Што због санкција, бомбардовања или недостатка средстава, после тога, дошло је до укидања тих радних места и представништава. Остајали су само представници великих холдинга који послују у одређеним државама. Десетак економских аташеа је повучено 2008. године, пошто се и тада размишљало о слању економских дипломата, али до данас нико није послат. Тренутно је, и поред наведене најаве, ово потпуно запуштена област. Економска дипломатија се, нажалост, сем на Мегатренд универзитету, не изучава на факултетима са којих се најчешће регрутују будуће дипломате, а онда се у Министарству спољних послова, у оквиру прве године рада и припреме државног испита, изучавају неки предмети на курсу у Дипломатској академији МСП-а.

Српске компаније које послују у свету такође нису задовољне учинком запослених у економским сервисима наших амбасада. Уколико такве сервисе амбасаде уопште имају. Бројни привредни-

ци већ годинама заобилазе већину дипломатских представништва Србије, што је иначе незамисливо у пракси развијених земаља.

Новим избором и припремањем кадрова требало би направити координацију рада надлежних из више ресора. Француска је, на пример, конституисала координационо тело које снабдева економске дипломате свежим и тачним подацима о свему што се тиче привреде, а са друге стране омогућава да повратне информације добијене од економских дипломата дођу до правих корисника и адреса.

Економски дипломата не много богате Србије би морао да допринесе њеној привреди тако што ће донети макар више пара него што је коштао земљу, иначе би се радило о сулудо баченим средствима. Незванично, један економски саветник ће месечно коштати Србију 6.000 евра, што је на годишњем нивоу 72.000 евра. Не би онда смело да се деси да на тендеру за приватизацију РТБ Бор победи фирма која је намеравала да тај басен стави под хипотеку и тек на бази те хипотеке обезбеди банкарску позајмицу којом би платила РТБ. Економски дипломата из земље победника на тендеру је морао да дојави у каквом је стању та фирма, какав је њен бонитет и ликвидност, какав је ранг и репутација потенцијалног привредног партнера и инвеститора. Али, пошто тога није било, поражавајући резултат познајемо. И што је страшније, он нам се поновио и у потоњим покушајима приватизације РТБ Бор.

Искуства развијених земаља у овој области су различита. У Француској држава и државна политика има значајан уплив у регрутовању, буци, инструкисању, понашању и плаћању економских дипломата. Њиховим запажањима и анализама је обезбеђен пријем и примена од стране надлежних ресора. Они се обавезно јављају амбасадама Француске ради пријаве пројекта, за актуелне информације и инструкције где год да се нађу. Америчка пракса је да се привредници јаве или не у свом аутономном наступу у иностранству, али када се јаве, амбасада и економске дипломате служе им као својеврсни сервис за несметано обављање аутономних привредних послова.

За Србију би могло бити интересантно и инструктивно искуство суседне Хрватске чија је економска дипломатија постигла велики успех и значајно допринела да се хрватски извоз дуплира у последњих пет година (од 6,19 милијарди долара у 2003. г. он је у 2007. г. износио 12,36 милијарди долара). Уз све поменуте послове, хрватске економске дипломате формирале су 2007. г. корисни и врло посећени сајт на интернету “Хрватска господарска дипломација”. У току 2008. године тај сајт је имао 12.000 посетилаца, од којих су очигледно многи постали прави партнери хрватске привреде.

Најзначајније питање које се за српску привреду и будуће економске дипломате намеће је питање критеријума и начина избора кадрова за те деликатне, важне и профитабилне послове. Сви ранији модели избора партијских послушника и “заслужника” морали би да уступе место јавном конкурс за строги и правичан избор, по јавно објављеним егзактним критеријумима.

Добра вест за крај овог чланка је стигла, преко свих већих дневних листова 21. маја 2009. године. Министарство економије и регионалног развоја објавило је јавни конкурс за избор 28 економских дипломата у најважнијим економским центрима у свету и 19 њихових сарадника на различитим пословима у домаћим институцијама, како би наступ српске економске дипломатије у наредном раздобљу бележио успехе. Надајмо се да ће јавни конкурс помоћи да се одаберу најспособнији и вредни кадрови који ће помоћи успешнијем наступу српске привреде у свету.

ЛИТЕРАТУРА

- Anne van der Meiden: *Public Relations – Увод у односе са јавношћу*, Прометеј, Нови Сад, 1993.
- Миленко Д. Ђурић: *Public Relations – Кључ успешног наступа на тржишту*, Институт за тржишна истраживања, Београд, 1992.
- Андреј Фримерман: *Пословно право*, Београд, 2000.
- Владимир Првуловић: *Економска дипломатија*, Мегатренд универзитет, Београд, треће изд., 2006.
- Guy Carron de la Carrière, *La Diplomatie économique – Le diplomate et marché*, *Collection Diplomatie*, Economica, Paris, 1998.
- D Defarges, Ph.M., *La mondialisation*, PUF, «Que sais-je?», n 1687, Paris, 2002.
- Lucas, D., Tiffreau, A., *Guerre économique et information* (Les strategies de subversion), Elipses, Paris, 2001.
- Badie, V., *Un monde sans souveraineté*, Paris, Fayard, 1999.
- Печујлић, Мирослав, Глобализација - Два лика света, Гутенбергова галаксија, Београд, 2002.
- Lafay G., *Comprendre la mondialisation*, Paris, Economica, 1996.
- Beck, U., *What is Globalization*, Cambridge, Polity Press, 2000.
- Bernar Besson, Jean-Claude Possin: *Du renseignement a l'intelligence économique* (2e edition), DUNOD, Paris, 2001.
- Didier Lucas, Alain Tiffreau: *Guerre économique et information - Les strategies de subversion*, Elipses, Paris, 2001.
- Arik R. Johnson: *What is Competitive Intelligence?*, Aurora WDC Magazine (www.auroraWDC.com)
- Wat is CI? (www.scip.org)
- Живорад Ковачевић: *Међународно преговарање*, Едиција-Дипломатске свеске, “Филип Вишњић” и Дипломатска академија МСП СЦГ, Београд, 2004.
- Михаило В. Стевовић: *Дипломатија и демократија*, Просвета, Београд, 2000.

Славољуб Ђера Петровић: *Дипломатски практикум*, Д.Т.А. Траде, Београд, 2004.

Миодраг Митић: *Дипломатија као средство за промоцију, остваривање и заштиту пословних интереса*, Завод за уџбенике и наставна средства, 2003.

Миодраг Митић: *Проблеми југословенске дипломатије и дипломатске службе*, Службени лист, Београд, 1997.

Миодраг Митић: *Дипломатија (Делатност, организација, вештина, професија)*, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 1999.

Миливоје Павловић: *Односи са јавношћу*, Мегатренд универзитет примењених наука, Београд, 2003.

Зоран Вељић: *Дипломатски протокол*, Едиција-Дипломатске свеске, Службени лист и Дипломатска академија МСП СЦГ, Београд, 2004.

Вујо Вукмирица: *Светска трговинска политика и тржишта*, Грмеч – Приредни преглед, Београд, 2000.

Vladimir Prvulovic

ON THE NEED FOR A NEW EXPERT PROFILE IN SERBIAN ECONOMIC DIPLOMACY

Summary

Ongoing debates on whether we need economic diplomats in the most important world economic centers point to the fact that in our country, unfortunately, the real role and importance of economic diplomacy for economic recovery and appearance of our economy in the world has not been fully understood yet. Long time ago developed states understood that economic diplomacy contributed a lot to promotion of their economies as well and also to protection of their national economic interests. Having in mind that the Ministry of Economic and Regional Development have opened a contest for first twenty eight economic diplomats of Serbia in the world centers, a question arises: what kind of experts do we need for these positions? What are the qualities that a modern economic diplomat should have? Which criteria should be met when choosing those experts? Is it possible to objectively measure their real contribution? What are the experiences of other developed countries in the field?

Key Words: economic diplomacy, national economic interest, promotion of our economy in the world, foreign economic relations of the country, economic representative of the country, training and education of experts for economic diplomacy, economic wars, public contest