

**KRATKO ILI PRETHODNO SAOPŠTENJE / SHORT OR PRELIMINARY REPORT**

## **ULOGA I ZNAČAJ DIPLOMATIJE NA EKONOMSKU SARADNJU I TRŽIŠNU RAZMENU DRŽAVA**

<b>Zoran Jerotijević</b>	Redovni profesor, Univerzitet „MB“ Beograd, Poslovni i pravni fakultet, Srbija, zoranjerotijevic@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-1889-5709
<b>Dušan Jerotijević</b>	Vanredni profesor, Univerzitet „MB“ Beograd, Poslovni i pravni fakultet, Srbija, dusanjerotijevic@gmail.com; ORCID ID: 0000-0003-4252-7487
<b>Ilias Skandalis</b>	Stručni saradnik, Univerzitet „MB“, Beograd Poslovni i pravni fakultet Beograd, Srbija, skandalis.ilias@gmail.com; ORCID ID: 0000-0001-7023-6658

**Sažetak:** Međunarodna ekonomija čini složen sistem između država, a koji se manifestuje kroz trgovinske i finansijske veza. Funkcionisanje međunarodnog ekonomskog sistema između država, doprinosi bržem ekonomskom rastu, dok nasuprot tome, postojanje određenih prepreka između država, utiče negativno i na trgovinsku razmenu i na prosperitet i ekonomsko blagostanje država. Zato je uticaj trgovinske politike, kao i međunarodnih finansijskih na domaće makroekonomske ciljeve veoma važan. Pozicioniranje na svetskom tržištu i uključivanje u međunarodne tokove roba, usluga i kapitala preduslovi su za ekonomski rast i razvoj svake zemlje. Unapređenje i razvoj spoljnotrgovinske politike i njenog poslovanja u Bosni i Hercegovini, te efekte koji nastaju kao rezultat takvog odnosa potvrdili su mogućnost intenzivnog uključivanja ove države u evropsko, pa i svetsko tržište, što dalje izaziva interes za razvoj određenih privrednih djelatnosti. Posebno je važno istaći priliku da se kroz spoljnotrgovinsku politiku mogu razvijati i manje sredine, koje do tog momenta nisu imale priliku da se u njih značajnije investira. Sve ovo pokazuje da su međunarodni ekonomski odnosi prekoračili granice tradicionalno afirmisanih zemalja, za koje se smatralo da imaju monopol u izvozu svojih proizvoda. Cilj ovog rada je provesti istraživanje kod preduzetnika koji se bave izvozom u Bosni i Hercegovini, te kroz određeni model doći do saznanja koliko diplomatija država ima uticaj na ekonomsku saradnju, te u kojoj meri pomaže domaćoj privredi pri plasamnu svojih proizvoda. Postavljena je hipoteza u radu koja glasi: „Postoji pozitivan uticaj državne diplomatije, direktnih stranih investicija, prenos tehnologija između država, razvoj saradnje i promocije na tržišnu razmenu države“.

**Ključne reči:** Diplomacija, tržište, razmena, model, tehnologije.

**JEL klasifikacija:** F43, F47, O24.

## UVOD

U procesu osiguranja konkurentnosti na tržištu, tačnije obezbeđivanja ekonomskog rasta i razvoja, ključna je uloga ekonomske diplomatije. Međutim, da bi govorili o ekonomskoj diplomatiji potrebno je definisati sam koncept diplomatije. Hedley Bull definiše diplomatiju kao „održavanje međunarodnih političkih odnosa između suverenih država posredstvom zvaničnih predstavnika“. Satow, navodi da je diplomatija „primjena vještina ili taktika za upravljanje odnosima između vlada nezavisnih država.“ (Vranješ & Zeljić, 2013) Ekonomska diplomatija nije novi termin za novu pojavu u razvoju diplomatije. Od renesanse do danas ekonomska problematika bila je jedan od najužih zadataka diplomatije, uporedo sa političkim i bezbjedonosnim aspektima, obezbjeđujući preko njih određenu ravnotežu moći. Ekonomska i bezbjedonosnopolitička diplomatija naizmenično dobijaju prioritet u zavisnosti od historijskih okolnosti i okruženja u kojima se države nalaze. (Gore-Booth, 1979)

Povećanjem složenosti ekonomskih odnosa povećava se i angažman zemalja u diplomatskim aktivnostima. (Kissinger, 1994) Povećanjem kompleksnosti međunarodnih odnosa povećava se i ekonomska međuzavisnost zemalja u međunarodnoj zajednici. Zemlje imaju saradnju u kojoj nastoje pronaći i ostvariti zajedničke interese.

Svaka zemlja diplomatijom stvara svoje mesto u međunarodnoj zajednici i na taj način pokušava ostvariti svoje nacionalne ciljeve. To ostvarenje zavisi od toga koliko je ekonomska moć te zemlje, pa se svaka zemlja nastoji što bolje pozicionirati u odnosima sa drugim državama. (Vujnović-Gligorić, Jakupović, & Šupuković, 2018) U današnjem vremenu zemlje su upućene jedna prema drugoj u raznim sferama, a naročito kada govorimo o ekonomiji. Ekonomskom diplomatijom svaka zemlja nastoji zaštititi svoje nacionalne interese u međunarodnim ekonomskim odnosima, a naročito radi promocije svoje privrede u svetu.

Ekonomskom diplomatijom radi se na političkom i ekonomskom napretku države na način da se stabilizuje privreda, da se ista uspešno predstavlja, pa na taj način ostvari prodor u svet. Privreda Bosne i Hercegovine je u teškom položaju budući da su sada prisutni novo ekonomsko okruženje i nova tržišna pravila.

Kada govorimo o ekonomskoj diplomatiji, govorimo o skupu veština koje obuhvataju pregovaranje sa stranim partnerima, odnose sa medijima, prikupljanje informacija koje su od značaja za zemlju i nacionalna preduzeća, a sve radi što boljeg pozicioniranja na svetskom tržištu. Ona se sastoji od promocije nacionalne ekonomije i zaštite nacionalnih interesa preduzeća u međunarodnoj zajednici. Ekonomska diplomatija se sastoji od pregovora sa vladama drugih zemalja, sprečavanja konflikata koji bi se mogli odraziti na privredu zemlje, prikupljanja informacija, te promocije nacionalne ekonomije kako bi se ostvario što veći izvoz.

Kako se ekonomska situacija vremenom usložnjava, tako se povećava i globalna ekonomska kriza produbljuje, tako se povećava interes zemalja za jačanje međunarodnih ekonomskih odnosa. Tada se dešavaju velike promene kada je u pitanju diplomatski rad zemalja, a ekonomski poslovi imaju prioritet.

Jedan od osnovnih zadataka ekonomske diplomatije jeste pružanje informacija privrednicima o zemljama u kojima posluju i informacija o zemljama u kojima njihovi privrednici žele da posluju, tj. na čije tržište žele da izvoze.

Ekonomska diplomatija ima zadatak da osigura informacije o tome kakva su privredna kretanja u nekoj zemlji, kakva je konkurencija, zakonodavstvo, te da omo-

gući povezivanje stranih i domaćih privrednika, kao i stvaranje pozitivne slike domaće ekonomije u inostranstvu. Ekonomska diplomatija je važan deo međunarodnih bilateralnih i ekonomskih odnosa između zemalja, bilo da se odvija na nivou preduzeća ili organizacija, ili na najvišem nivou gde govorimo o uspostavljanju ekonomskih odnosa preko nadležnih državnih institucija radi ostvarenja ekonomskih interesa tih zemalja.

### **AKTIVNOSTI I PODRUČJA DELOVANJA PRIVREDNE DIPLOMATIJE**

U poslednjim decenijama u centru diplomatskog delovanja nalaze se upravo razvoj trgovine i privrednih odnosa. Postoji više razloga za to, a neki od njih su to što strana ulaganja i spoljna trgovinska razmena imaju sve veću i značajniju ulogu u strukturama nacionalnog BDP-a, ubrzana integracija zemalja u regionalne i globalne ekonomske saveze, globalizacija i slično. Ključne aktivnosti i područja delovanja privredne diplomatije su: (Radolović, 2016)

1. Povećanje izvoza i trgovine
2. Privlačenje ulaganja
3. Prenos tehnologija – znanstvena saradnja
4. Razvojna saradnja, u smislu pružanja pomoći
5. Promocija zemlje, tj. brendiranje zemlje, naročito turističko brendiranje.

Izvozno orijentisana društva ne samo da imaju mnogo veću šansu za dugoročni opstanak, ona takođe izvozom poboljšavaju svoju poziciju na domaćem tržištu. Dva osnovna zadatka privredne diplomatije su povećavanje tržišnog učešća na postojećim izvoznim tržištima i osiguravanje što je moguće nižih troškova ulaska domaće privrede na nova tržišta na način da se uklone nekomercijalni politički rizici i političke prepreke, pored toga osiguravanje konkurentne sposobnosti domaće privrede da izađe na međunarodno tržište roba i usluga.

Povećanje trgovine je temeljno područje delovanja privredne diplomatije. Istraživanja su pokazala da je trgovina među državama znatno bila olakšana u slučajevima kada je primarni kontakt između domaćeg preduzeća i stranog partnera obavila ambasada, konzulat ili predstavništvo privredne komore, tj. ukoliko je primarni kontakt uspostavljen diplomatskim kanalima.

Osnovni cilj promocije ulaganja je privlačenje stranih investicija i promocija lokacija koje su spremne za ulaganja. Pored toga, cilj je i da se dovedu potencijalni investitori i osigura konkretna podrška na terenu kako bi se što efikasnije realizovala ulaganja. Privlačenjem ulaganja privredna diplomatija privlači inostrani kapital ili investicije putem pregovora, predstavljajući mogućnosti investiranja i lobiranje, daje podatke i informacije o potencijalima u zemlji i određenim preduzećima. Privlačenje ulaganja obavljaju stručnjaci agencija ili ministarstava kojima su trgovina i strana ulaganja jedno od osnovnih zaduženja.

U domaćoj zemlji se najčešće osnivaju posebne agencije za privlačenje investicija, čiji se rad bazira na dobro razrađenoj strategiji ulaganja, u kojoj su jasno definisani prioriteti i projekti. Konačno, treći cilj privredne diplomatije, kada govorimo o promociji ulaganja, jeste efikasna saradnja sa svim relevantnim domaćim i stranim institucijama.

Privredna diplomatija posebnu pažnju trebada posveti investicijama koje omogućavaju stvaranje novih tehnologija, novih tehnoloških postupaka i njihov prenos. Time se postiže veći broj inovativnih proizvoda, inovativnih usluga, te se ulaže u obra-

zovanje zaposlenih, a poseban akcenat se stavlja na ekološke ulagačke i druge društveno odgovorne projekte. Današnji svetski trendovi pokazuju da su obrazovanje, znanje, stručno osposobljavanje i tehnološki napredak zajedno sa ostalim činiocima kvalitete generatori razvoja, zahvaljujući kojima se dešavaju stalne promene kada govorimo o razvoju i podizanju konkurentnosti zemlje i podsticanju investicija.

Razvojna ili ekonomska saradnja u vidu pružanja pomoći podrazumijeva transfer sredstava javne agencije jedne države, grupe država ili neke javne agencije prema vladi druge državne ili javnoj agenciji druge države. O pomoći govorimo isključivo ako ne postoji nikakva uzajamnost, odnosno povrat sredstava ili kupovina. Razvojnou ili ekonomskom pomoći pokušava se uticati na zemlju koja istu prima ili se nastoji promeniti njeno ponašanje.

Dakle, obećanjima pomoći, ponudama, isporukama pomoći i slično, zemlje koje daju donacije nastoje postići ono što se u nekim situacijama postiže ekonomskim sankcijama. Zemlje se odlučuju na pomoć drugim zemljama zbog strateških i političkih planova, kako bi se podsticao međunarodni ekonomski razvoj, radi humanitarne pomoći, te radi ostvarivanja „palette“ drugih ciljeva.

Konačno, moramo naglasiti i promociju zemlje kao veoma bitan faktor diplomatije. Određene društvene, civilizacijske i proizvodne tekovine se poistovećuju sa državama, pa tako svi poznajemo francuska vina i sireve, nemačke automobile, nemačku tehničku robu, američki način života, švajcarsku čokoladu, švajcarsko bankarstvo itd. „Brendiranje zemlje“ je jedan od veoma važnih marketinških zadataka diplomatije zemalja, a koliko će uspešno taj zadatak izvršen pokazuje i njena pozicija na međunarodnoj sceni, odnosno koliko je dodatnih prihoda ostvareno na temelju priznatog i poznatog brenda.

## PORTRET PRIVREDNOG DIPLOMATE DANAŠNJICE

Kao i u svim ostalim sferama poslovanja, nebitno da li je reč o javnom ili privatnom sektoru, ključan faktor za uspeh da se ostvare zadani ciljevi i postignu izvrsni rezultati jesu ljudski resursi, odnosno izbor kvalitetnih kadrova. Način regrutovanja i profil ljudi koji se biraju da rade u diplomatiji u današnje vreme je prošao kroz velike promene, a naročito usled odvajanja privredne od javne diplomatije. Tako, razlikujemo tri tipa privrednih diplomata: (Radolović, 2016):

- **Promotor biznisa** – radi se o poslovno orijentisanom diplomati, koji ima ulogu konsultanta. Geografski se najčešće nalazi u glavnom gradu određene zemlje, i ima potrebna znanja iz preduzetništva i ekonomije. Iako je u različitim zemljama različita i praksa, usluge ovog diplomate se plaćaju. On je povezan prvenstveno sa organizacijama i agencijama za promociju trgovine i ekonomije.
- **Državni službenik** se zalaže za provođenje politika vlade, naročito ekonomskih, te prati smernice vlade više nego biznisa. On gradi veze između privrednog sektora i vlade. U organizacijskom smislu je najviše povezan sa institucijom zaduženom za spoljnu trgovinu.
- **Generalist** – diplomata koji rešava probleme ekonomske prirode. Najčešće se radi o karijernom diplomati čija je funkcija shvaćena kao funkcija podrške biznisu. Posедуje manje tehničkih, a često i manje znanja koja se tiču ekonomije. Ovaj tip diplomate stvara kontakte, ima aktivnosti koje su

- vezane za određene projekte saradnje, najčešće na nivou vlada, a manje na nivou preduzeća i privatnog sektora, mada ni to nije isključeno. Dakle, ovaj tip diplomate je organizacijski vrlo vezan za Ministarstvo spoljnih poslova.
- Nezavisno o kom tipu privrednog diplomate se radi, svaki privredni diplomata mora imati fakultetsko obrazovanje, poželjno sa usmerenjem na međunarodnu privredu i spoljnotrgovinsko poslovanje ili međunarodne finansije, mora imati odgovarajuće iskustvo, biti dobro upoznat sa stanjem u svetskoj ekonomiji, vladati savremenim informatičkim tehnologijama, poznavati jezik zemlje u kojoj će obavljati svoje aktivnosti.

### **ISTRAŽIVANJE PREDSTAVNIKA IZVOZNIH KOMPANIJA O UTICAJU ODREĐENIH PARAMETARA NA DIPLOMATIJU DRŽAVE KOD TRŽIŠNE RAZMENE**

Analiza stavova ispitanika koji su usko vezana za izvoz ocenili su uticaj državne diplomatije, direktnih stranih investicija, prenos tehnologija između država, razvoj saradnje i promocije kao nezavisne varijable na kretanje tržišne razmene između država. Istraživanje je bazirano na primarnom istraživanju, većeg obima, iz koga je izvučen deo koji se odnosi na pomenute varijable, pa određenim modelom analiziran, iz kojeg su proizašli određeni koeficijenti koji mere uticaj nezavisnih varijabli na zavisnu, primenom multiplog regresionog modela.

#### **METODOLOGIJA**

Pri istraživanju stavova poduzetnika koji se bave izvozom postavljen je cilj da se ispita šest varijabli koje mere uticaj na tržišnu razmenu između država. (Šupuković, Jakupović, & Obhodaš, Modeling the management process in the function of long-term goal fulfillment in Croatian companies, 2019) U ovom radu, pored deskriptivne statistike, urađen je i model, koji je istražio postojanje uticaja nezavisnih varijabli na zavisnu, primenom multiplog regresionog modela.

Deskriptivna statistika bavi se organizacijom sakupljenih podataka te njihovim sažetim opisom pomoću numeričkih i grafičkih prikaza, u okviru kojih se računa aritmetička sredina, standardna devijacija kao njegovo odstupanje, koeficijent varijacije, varijansa itd. (Šupuković, Jakupović, & Obhodaš, Modeling the management process in the function of long-term goal fulfillment in Croatian companies, 2019) Pored deskriptivne analize, pri ispitivanju i dokazivanju hipoteze, korišćen je i višestruki regresivni model. Ukoliko se problem koji posmatramo može tretirati kao problem jedne zavisne i više nezavisnih promenljivih, radi se o pogodnoj situaciji za analizu podataka metodom višestruke regresije. Ako je veza između njih linearna, slučaj se svodi na višestruki linearni model. (Danovic, Obhodaš, & Jakupović, 2020) Neka su:

Y zavisna promenljiva, X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, ..., X<sub>p</sub> nezavisne promenljive, Tada je linearni model:  $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_p X_p + \varepsilon$  Pri čemu su  $\beta_0$ ,  $\beta_1$ ,  $\beta_p$  nepoznati parametri koje treba oceniti, a  $\varepsilon$  greška merenja, tj. reziduali.

Primena višestrukog regresionog modela je široka, međutim u ovom radu se koristi u ispitivanju da li nezavisna promenljiva ili više njih objašnjavaju značajni deo varijabiliteta zavisne promenljive, tj. da li postoji određena veza između njih. Zatim drediti koji deo zavisne promenljive može biti objašnjen nezavisnim promenljivom, tj. jačina veze i odrediti strukturu veze. (Gavrić, Obhodaš, & Jakupović, 2021)

## MODEL I REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Naredna tabela analizira rezultate koji su bazirani na 420 kompanija koje se bave izvozom. Ispitani su njihovi predstavnici, koji su vlasnici, direktori ili direktori izvoznih odeljenja. Prema strukturi ispitanika može se zaključiti da se radi u reprezentativnom uzorku i reprezentativnim ispitanim skupinama.

**Tabela 1.** Deskriptivna statistika modela

	Mean	Std. Deviation	N
Tržišna razmena između država - TR	3.8857	1.27629	420
Državna diplomatija - DD	2.0571	1.10394	420
Direktnih stranih investicija - FDI	4.3429	.82709	420
Saradnja i promocija - SP	3.3905	1.29986	420
Prenos tehnologija između država - PT	2.8000	1.37068	420

Izvor: Obrada autora u SPSS 22.

**Tabela 2.** Korelacija između varijabli

		Tržišna razmena između država - TR	Državna diplomatija - DD	Direktnih stranih investicija - FDI	Saradnja i promocija - SP	Prenos tehnologija između država - PT
Pearson Correlation	TR	1.000	.743	.842	.545	.865
	DD	.743	1.000	.721	.643	.922
	FDI	.842	.721	1.000	.603	.819
	SP	.545	.643	.603	1.000	.757
	PT	.865	.922	.819	.757	1.000
Sig. (1-tailed)	TR	.	.000	.000	.000	.000
	DD	.000	.	.000	.000	.000
	FDI	.000	.000	.	.000	.000
	SP	.000	.000	.000	.	.000
	PT	.000	.000	.000	.000	.

Izvor: Obrada autora u SPSS 22.

Prema rezultatima analize ispitanici su najveću ocenu, kao varijabli koja ima najveću vrednost prema njihovom mišljenju kada je u pitanju tržišna razmena između država dali direktnim stranim investicijama, dok su najmanji dali državnoj diplomatiji.

Prema deskriptivnoj analizi, ispitanici su stava da državna diplomatija ne radi dovoljno na promociji države, te na taj način nema veliki uticaj na kretanje tržišne razmene između država. (Šupuković, Jakupović, & Obhodaš, Modeling the management process in the function of long-term goal fulfillment in Croatian companies, 2019)

Ispitanici su saradnju i promociju ocenili sa 3,39, na skali od 1 do 5, dok su prenos tehnologija ocenili sa 2,8. Kada je u pitanju zavisna varijabla, ispitanici su obzirom na sve okolnosti prilično zadovoljni tržišnom razmenom između država.

Naredna tabela 2 analizira povezanost između varijabli primenom Personovog koeficijenta korelacije. Koeficijent korelacije se kreće od – 1 do 1, gdje – 1 predstavlja negativan smer između dve varijable, dok 1 predstavlja pozitivan. (Jakupović, Stojanović, Jakupović, & Trnavac, 2015)

Prema rezultatima analize primenom Personovog koeficijenta korelacije najveći stepen povezanosti je između tržišne razmene između država i prenosa tehnologija između država. Ovaj rezultat se može protumačiti da rast prenosa tehnologija prati rast tržišnih razmena između država.

Takođe, visok stepen korelacije je između direktnih stranih investicija i tržišne razmene između država.

Rezultat analize se može protumačiti da rast direktnih stranih investicija prati rast tržišne razmene između država.

Visok stepen povezanosti je i između državne diplomatije i direktnih stranih investicija. Tako rast aktivnost od strane državne diplomatije prati rast tržišne razmene između država.

Jedini koeficijent korelacije, koji pokazuje srednji stepen povezanosti je između saradnje i promocije i tržišne razmene. Bitno je naglasiti da su svi spomenuti koeficijenti korelacije i statistički značajni, obzirom da je  $p$  – vrijednost manja od 0,05.

**Tabela 3.** Parametri modela

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson
1	.922a	.850	.849	.49636	.850	588.806	4	415	.000	.860

a. Predictors: (Constant), Prenos tehnologija između država - PT, Saradnja i promocija - SP, Direktnih stranih investicija - FDI, Državna diplomatija - DD

b. Dependent Variable: Tržišna razmena između država - TR

**Izvor:** Obrada autora u SPSS 22.

Prema rezultatima koji opisuju kompletan model, može se zaključiti da se radi o parametrima koji pokazuju da ovaj model daje visok stepen reprezentativnosti i tačnosti. Naime, koeficijent korelacije između svih varijabli je na izuzetno visokom nivou, iznosi 92%, dok je koeficijent determinacije koji pokazuje reprezentativnost modela, 85%.

Standardna greška modela iznosi 0,49636, i manja je od standardne devijacije koja iznosi 1,2, te se može zaključiti da ovaj model daje tačnije i preciznije podatke u odnosu na deskriptivnu statistiku.

Prema svemu navedenom, može se zaključiti da postoji visok stepen preciznosti modela, kao i svih parametara koji su analizirani, a na posletku i koeficijenata modela, koji mere uticaj nezavisnih varijabli na tržišnu razmenu država.

**Tabela 4.** Koeficijenti modela

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.422	.171		2.475	.014
Državna diplomatija - DD	-.460	.059	-.398	-7.785	.000
Direktnih stranih investicija - FDI	.539	.052	.350	10.413	.000
Saradnja i promocija - SP	-.290	.029	-.295	-9.883	.000
Prenos tehnologija između država - PT	1.089	.065	1.170	16.774	.000

a. Dependent Variable: Tržišna razmena između država - TR

**Izvor:** Obrada autora u SPSS 22.

Prema rezultatima analize, te koeficijentima koji su predstavljeni u prethodnoj tabeli, jasno se može videti da je postavljena hipoteza donekle ili polovično dokazana. Naime, prema rezultatima, samo dva od četiri beta koeficijenta imaju pozitivan uticaj na tržišnu razmenu između država, a to su prenos tehnologija između država i direktne strane investicije, dok saradnja i promocija kao i državna diplomatija imaju negativan uticaj.

Rezultat se može protumačiti da aktivnost po pitanju saradnje i promocije, te državne diplomatije pokazuju da njihov odnos prema tržišnoj razmeni nije bio na zadovoljavajućem nivou, pa su i rezultati njihovog uticaja negativni. Svi koeficijenti su statistički značajni, pa bi prema rezultatima istih višestruka funkcija glasila (formula 1.):

**Formula 1.**

$$Y = 0,422 - 0,46a + 0,539b - 0,29c + 1,089d.$$

**Izvor:** autori istraživanja

Najveći uticaj na trgovinsku razmenu ima prenos tehnologija, koji se događa između država, kao i strane direktne investicije.

**ZAKLJUČAK**

Prema navedenom, urađena analiza koja ispituje predstavnike kompanija koje se bave izvozom ocenjivali su uticaj četiri varijable na trgovinsku razmenu između država. Naime, četiri testirane nezavisne varijable su direktne strane investicije, saradnja i promocija, državna diplomatija i prenos tehnologija. Naglasak je bio oceniti uticaj diplomatije na tržišnu razmenu, koji bi trebao biti izuzetno visok u slučajevima kada ambasade na dobar način promovišu privredu u zemlju gde se ambasada nalazi. Primenom višestrukog regresivnog modela izmereni su beta koeficijenti koji su pokazali u kojoj meri svaka od navedenih varijabli ima uticaj na tržišnu razmenu jedne države, u ovom slučaju analizirana je Bosna i Hercegovina, a uzorka je bilo 420 kompanija. Naime, prema onome što je pokazao beta koeficijent državna diplomatija ima negativan uticaj na tržišnu razmenu, bar sa tačke gledišta predstavnika kompanija. Rezultati pokazuju da oni ne predstavljaju proizvode i usluge iz BiH u onoj meri kojoj bi trebalo



ili nemaju dovoljno promotivnih aktivnosti koje promovišu BiH proizvode u zemlji domaćina. Kao što je već spomenutoi direktne strane investicije utiču pozitivno na tržišnu razmenu između država. Naime, rast direktnih stranih investicija povećava tržišnu razmenu i ima direktan uticaj na tržišnu razmenu. Koeficijent Beta je pozitivan i statistički značajan. Saradnja i promocija bi trebala da ima pozitivan uticaj na tržišnu razmenu država, ako ona uopšte postoji. Prema rezultatima analize, u ovom modelu ona je negativna, pa njena prisutnost je prilično upitna. Jedan od zaključaka ove analize vodi prema tome da promocija i reklama koja je usmerena ka promociji domaće privrede nije dobro koncipirana, pa je potrebno uraditi neke korekcije kako bi ista imala pozitivan uticaj na tržišnu razmenu. Na kraju, četvrti koeficijent ima najveći uticaj na tržišnu razmenu, a to je prenos tehnologija između država. Ulaganja u vidu novih tehnologija i znanja utiče pozitivno na trgovinsku razmenu, te pospešuje sardnju. Strane kompanije na taj način inostrano tržište prilagođavaju svom, i ostavruju sardnju u vidu uvoza/izvoza postavljajući standarde koje odgovoraju njihovom tržištu. Prema tome, može se zaključiti da je postavljena hipoteza, koja glasi: „Postoji pozitivan uticaj državne dipolomatije, direktnih stranih investicija, prenos tehnologija između država, razvoj saradnje i promocije na tržišnu razmenu države“, donekle dokazana. Naime, rezultati analize pokazuju da samo dva od četiri koeficijenta su pozitivna, dok su dva negativna. Dva pozitivna koeficijentat su direktne strane investicije i prenos tehnologija.

## LITERATURA

- Danovic, L., Obhodaš, I., & Jakupović, E. (2020). Istraživanje utjecaja motivacionih tehnika na kvalitetu usluga u finansijskom sektoru pomoću statističkih metoda. *Tranzicija*, 23 (45), 1 - 12.
- Gavrić, T., Obhodaš, I., & Jakupović, E. (2021). Prepreke za implementaciju korona zakon na sektor malog i srednjeg poduzetništva u BiH. *Economy & Market Communication Review/Casopis za Ekonomiju i Trzisne Komunikacije 11 - 1*, 80 - 92.
- Gore-Booth. (1979). Longman: Satow Guide to Diplomatic Practise.
- Jakupović, E., Stojanović, V., Jakupović, S., & Trnavac, D. (2015). Time Series Analysis of New Cars Sale in Bosnia and Herzegovina. *Applied Mechanics and Materials* (str. 287 - 293). SCIENTIFIC.
- Kissinger, H. (1994). *Diplomacy*. USA: Simon & Schuster.
- Radolović, S. (2016). *Uspostava modela gospodarske diplomacije za razvoj hrvatskog gospodarstva*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
- Šupuković, V., Jakupović, S., & Obhodaš, I. (2019). Modeling the management process in the function of long-term goal fulfillment in Croatian companies. *Notitia -časopis za ekonomske, poslovne i društvene teme*, 5 (1.), 21-29.
- Šupuković, V., Jakupović, S., & Obhodaš, I. (2019). Modeling the management process in the function of long-term goal fulfillment in Croatian companies. *Notitia -časopis za ekonomske, poslovne i društvene teme*, 23.
- Vranješ, N., & Zeljić, D. (2013). *Uticaj globalizacije na diplomatiju malih zemalja s osvrtom na ministarstvo spoljnih poslova*. Banja Luka: Defendologija.
- Vujnović-Gligorić, B., Jakupović, S., & Šupuković, V. (2018). *Regulations and Applications of Ethics in Business Practice*. Singapur: Springer.

# THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF DIPLOMACY ON ECONOMIC COOPERATION AND MARKET EXCHANGE OF COUNTRIES

**Zoran Jerotijević**

Full professor, University „MB“ Beograd, Faculty of business and law, Serbia, zoranjerotijevic@gmail.com;

ORCID ID: 0000-0002-1889-570

**Dušan Jerotijević**

Associate professor, University „MB“ Beograd, Faculty of business and law, Serbia, dusanjerotijevic@gmail.com;

ORCID ID: 0000-0003-4252-7487

**Ilias Skandalis**

Professional associate, University „MB“ Beograd, Faculty of business and law, Serbia, skandalis.ilias@gmail.com;

ORCID ID: 0000-0001-7023-6658

**Summary:** *The international economy is a complex system between states, which is manifested through trade and financial ties. The functioning of the international economic system between countries contributes to faster economic growth, while, on the other hand, the existence of certain obstacles between countries has a negative effect on trade exchange and on the prosperity and economic well-being of countries. That is why the influence of trade policy, as well as international finance on domestic macroeconomic goals is very important. Positioning on the world market and inclusion in international flows of goods, services and capital are prerequisites for the economic growth and development of any country. The improvement and development of foreign trade policy and its operations in Bosnia and Herzegovina, and the effects that arise as a result of such a relationship, have confirmed the possibility of intensive inclusion of our country in the European and even the world market, which further causes interest in the development of certain economic activities. It is especially important to point out the opportunity that through the foreign trade policy can also develop smaller areas, which up to that moment did not have the opportunity to make significant investments in them. All this shows that international economic relations have exceeded the borders of traditionally affirmed countries, which were considered to have a monopoly in the export of their products. The aim of this work is to conduct research among entrepreneurs who are engaged in exporting in Bosnia and Herzegovina, and through a specific model to find out how much the state's diplomacy has an impact on economic cooperation, and to what extent it helps the domestic economy in the marketing of its products. One of the conclusions of this analysis leads to the fact that the promotion and advertising aimed at the promotion of the domestic economy is not well conceived, so it is necessary to make some corrections in order to have a positive impact on the market exchange. Finally, the fourth coefficient has the greatest impact on the market exchange, which is the transfer of technologies between countries. Investments in the form of new technologies and knowledge have a positive effect on trade exchange and promote cooperation. In this way, foreign companies adapt the foreign market to their own, and achieve cooperation in the form of import/export by setting standards that correspond to their market. Therefore, it can be concluded that the hypothesis, which*

reads: “There is a positive influence of state diplomacy, direct foreign investments, transfer of technologies between countries, development of cooperation and promotion on the market exchange of the country”, has been proven to some extent. Namely, the results of the analysis show that only two of the four coefficients are positive, while two are negative. Two positive coefficients are direct foreign investment and technology transfer.

**Keywords:** Diplomacy, market, exchange, model, technologies.

**JEL classification:** F43, F47, O24.

