



Veselin Vukotić  
[www.vukotic.net](http://www.vukotic.net)

## Regija

***Da li je moguć razvoj ovog dijela Evrope ukoliko se ne stvori jedno tržište na nivou regije?  
U osnovi, to je bio predmet rasprave na skupu Fonda za mir i rješavanje kriza koji je održan ovih dana u Beogradu. Zašto je lakše voljeti čitav svijet nego svog komšiju? Da li će zbog neshvatanja značaja tržišta za razvoj, ovaj prostor još više zaostajati?***

Najvažnija imovina svake kompanije, svakog biznisa jeste tržište. Tržište shvaćeno kao postojanje kupca za proizvode i usluge te kompanije, odnosno njihova spremnost da svojim novcem kupe proizvode ili usluge kompanije. Uzalud proizvodite neki proizvod ako niko neće da ga kupi. Uzalud sebe hvalite - ukoliko niko ne traži ono što vi znate da radite... Važno pravilo je: Ne ljutite se na tržište. Svojim novim idejama, proizvodima i uslugama "natjerajte" ga da glasa za vas... Na tržištu proizvoda i usluga glasa potrošač... Kada uđete u samouslugu i kupite flašu vina "Vranac", glasali ste za proizvođača vina "Vranac", ali ne i za ostale proizvođače vina; kad ste odlučili da kupite čokoladu "Nestle", glasali ste za njenog proizvođača... Potrošač glasa novčanikom!

Veličina tržišta (broj kupaca i njihova kupovna moć) je opredjeljujuća za viziju razvoja svakog biznisa. Da li je svejedno imati tržište npr. sa 630.000 stanovnika, sa 6 miliona ili 60 miliona? Da li je svejedno imati tržište čija je kupovna moć u okvirima 3,5 milijardi EUR (GDP), 35 milijardi ili 350 milijardi EUR (GDP)? Da li zato veličina tržišta mora da bude osnov vizije svakog razvoja, svakog programa razvoja i kompanije i ekonomije u cjelini?

Tako, ako bi svoju viziju razvoja zasnivale na snazi domaćeg tržišta onda bi "Plantaže" na unutrašnjem tržištu mogle prodati domicilnom stanovništvu do 10-12% svoje sadašnje proizvodnje, odnosno između 1,5 do 1,8 miliona flaša vina. Sada se ukupno prodaje oko 18 miliona flaša vina. Gdje se prodaje ova razlika? Na tržištu izvan Crne Gore - strancima! Da li bi "Plantaže" bile ista uspješna kompanija sa proizvodnjom namijenjenoj samo unutrašnjem crnogorskom tržištu kao danas kada je tržište izvan Crne Gore - "ostatak svijeta" toliko veliki?

Tako dolazimo do važnosti tzv."ostatka svijeta" (uobičajeni termin za inostranstvo u ekonomskoj literaturi) za ekonomiju unutar jedne zemlje. Posebno jedne male zemlje, sa malim unutrašnjim tržištem kao što je crnogorsko. Važno pitanje je da li bi kompanija "Plantaže" mogla da se razvija kao do sada i sada kada bi ostale zemlje, slijedeći logiku protekcionizma "zabranile uvoz vina u njihovu zemlju"? Niko ne može poreći da postoje druga vina - postoji nekoliko desetina hiljada kvalitetnih vrsta vina u svijetu, te tvrditi da "Plantaže" imaju monopol na svjetskom tržištu kao npr. proizvođači dijamanata i zlata iz Južne Afrike ili neki proizvođači nafte... Logika protekcionista (zatvorenosti) ne radi ni onda kada se zalažu za ograničavanje uvoza (zabrana uvoza), a podsticanje izvoza (da se naši proizvodi prodaju u drugim zemljama). Mi tako npr. želimo da zabranimo uvoz flaširane vode iz regiona u Crnu Goru, a istovremeno očekujemo slobodan izvoz našeg vina u tu zemlju čiju smo vodu uvozili. Da li je to realno? Zar zabrana uvoza iz neke zemlje ne bi odmah

izazvala zabranu uvoza naših proizvoda u tu zemlju? Uz to, nova tehnološka platforma povezuje sve zemlje svijeta. Ni najveće zemlje u svijetu više nijesu u mogućnosti da potpuno samostalno proizvode neki proizvod. Uvijek se neke sirovine ili dio za taj proizvod uvozi... U proizvodnji obične drvene olovke učestvuje preko 50 različitih proizvođača - po pravilu iz različitih zemalja.

Tehnologija globalizuje ekonomiju - informatička posebno. Globalizacija je ukidanje granica i smanjenje uloge nacionalne politike i države. Koliko god su timovi i timovi radili na novom svjetskom ekonomskom sistemu zbog pojave krize, manje-više **sistem tržišne ekonomije**, možda nešto više regulisan, i dalje je osnova globalnog ekonomskog sistema. Veliki nijesu uspjeli da izmisle neki novi sistem... A tek kako to mogu manje i male zemlje. Zaista čudi ponovno povampirenje samoupravnih ideja u Crnoj Gori i pokušaji odbacivanja osnovnih principa tržišne ekonomije - kapitala i profita.

Ključno pitanje danas je **kako proizvesti novu vrijednost - novi proizvod ili uslugu** i kako ga **prodati na globalnom tržištu**. Pravo pitanje nije ideološko i provincijalno lamentiranje nad "tipom sistema", već je pravo pitanje kako se stvara nova vrijednost. Pri tom treba znati da nema mnogo ljudi u svijetu, a kamoli u Crnoj Gori koji to mogu - ne više od 3-5%. U nas se misli da je to lako i da to svako može. Svima je jasno da ne može svako igrati fudbal, biti muzičar ili slikar, ali opšte je mišljenje da svako može biti preduzetnik, biznismen, menadžer, samo ako to hoće. To potcjenjivanje ljudi koji ulažu u sebe i svoje biznis ideje u stvaranju nove vrijednosti u Crnoj Gori je velika opasnost po njen razvoj. Opasno je kada ljudi i institucije koje nikada ništa u životu nijesu stvorili ili sebe provjerili na tržištu oblikuju atmosferu i javno mišljenje o ljudima koji stvaraju novu vrijednost. Naš razvoj traži ljude koji stvaraju novu vrijednost, koji mogu da stvore novu zaposlenost, da stvore ljudima perspektivu - traži hrabre ljude. Ljude koji mogu da izađu na tržište "ostatka svijeta".

A da li je to moguće na platformi jačanja koncepta nacionalne države, zatvorene države u kojoj su novi izbori najveći novi proizvod, kakav je slučaj danas u regionu? Države u kojima ambijent poslovanja kreira sve bujnija birokratija. Upravo otuda zaključak sa skupa: "Ne postoji put ka miru, mir je put." - da smo u regionu poslije 20 godina još daleko jedni od drugih i da smo svi zajedno još daleko od EU.

Da li još uvijek kao region plivamo na anticivilizacijskim trendovima - trendovima tribalizma i zatvorenosti, netolerantnosti i vjere u politiku i državu, mnogo više nego što se uklapamo u moderne svjetske tržišne strukture? Kako poljuljati vjeru zatvorenog uma da se ekonomija može efikasno razvijati na malim i zatvorenim unutrašnjim tržištima? Kako neko očekuje novu zaposlenost i nove vrijednosti ako je oslonjen samo na malo unutrašnje tržište? Kako neko može očekivati da "Plantaže" budu "svjetska firma" ako proizvode samo za unutrašnje tržište?... A ovih dana nam manje-više mnogi nude **razvoj bez tržišta**, nude ekonomiju u kojoj nijesu važne investicije i preduzetništvo, već je važna samo "politička volja" - politička volja kao politički proizvod koji zamjenjuje realne proizvode i usluge, zamjenjuje stvaranje novih vrijednosti, zamjenjuje znanje i inovacije..

Koliko god se sve političke partije zaklinjale u ulazak u EU kao dokaz naše otvorenosti i privrženosti principima otvorenog društva, ne smijemo zaboraviti Karla Popera koji je rekao da je najveći neprijatelj otvorenom društvu naš **zatvoreni um!** Palanački zatvoreni um!... I tu je početak našeg problema razvoja.

Zato će, nažalost, proći još vremena dok se shvati da je neophodno stvarati jedno tržište u regionu, ne samo bivše Jugoslavije, već mnogo šire... Globalizacija nacionalnu državu čini manjom i manjom i sve više stvara uslove za razvoj države budućnosti - *regija-države*, države u čijoj je osnovi inovativno-preduzetnička ekonomija, a ne kao sada samozaljubljiva birokratija...