



UNIVERSITETI I EVROPE S JUGLINDORE
УНИВЕРЗИТЕТ НА ЈУГОИСТОЧНА ЕВРОПА
SOUTH EAST EUROPEAN UNIVERSITY

FAKULTETI I SHKENEAVE SHOQËRORE BASHKËKONHORE
ФАКУЛТЕТ ЗА СОВРЕМЕНИ ОПШТЕСТВЕНИ НАУКИ
THE FACILITY OF CONTEMPORARY SOCIAL SCIENCES

ПОСТДИПЛОМСКИ СТУДИИ-ВТОР ЦИКЛУС

МАГИСТЕРСКА ТЕЗА:

**ЕКОНОМСКА ДИПЛОМАТИЈА ПОМЕЃУ
РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА И
РЕПУБЛИКА ТУРКИЈЕ**

КАНДИДАТ:
Адем АГАИ

МЕНТОР:
Вон.Проф.Мерита ЗУЛФИУ АЛИЛИ

Тетово, Септември 2023

ИЗЈАВА

Јас Ајдоган Менга овластен преведувач на Турски и Македонски јазик, изјавувам дека имам извршено комплетна преведување и контрола на магистарски труд, на тема:

“ЕКОНОМСКА ДИПЛОМАТИЈА ПОМЕЃУ РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА И РЕПУБЛИКА ТУРКИЈЕ” изработен од страна на Адем Агаи при универзитетот на Југоисточна Европа во Тетово.

Датум и место

06.09.2023 – Гостивар

Преведувач

Ајдоган Менга



ПОСТДИПЛОМСКИ СТУДИИ-ВТОР ЦИКЛУС

**“ЕКОНОМСКА ДИПЛОМАТИЈА ПОМЕЃУ
РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА И
РЕПУБЛИКА ТУРКИЈЕ”**

КАНДИДАТ:

Адем АГАИ

МЕНТОР:

Вон.Проф. Мерита ЗУЛФИУ АЛИЛИ

Тетово, Септември 202

АПСТРАКТ

Лицето на дипломатијата се менува, што значи дека дипломатијата се има оддалечено од коневнционалниот начин станувајќи повеќе инклузивна, примајќи нови актери и воведувајќи нови инструменти, структури и функции. Во денешниот свет во кој меѓународните и економски односи претставуваат систем на односи на моќ, политичка и економска, постепено се оформува систем кој се повеќе ги инкорпорира економските субјекти. Темата економска дипломатија е се повеќе значајна во економската литература и исто така е широко користена алатка во политиките на владите.

Напорите на економската дипломатија се насочени на создавање на позитивна конкурентност, развој и напредок на земјата преку координација на активностите, размена на луѓе, добра и услуги. Важна е за промоција на секоја земја на глобалниот пазар, јакнење на деловната соработка, соработка со домашните институции и организации, и претставува непосреден чинител во спроведувањето на надворешно економската политика на земјата на билатерален и мултилатерален план, ставајќи ги постигнатите резултати во директна корелација со севкупниот општествено – економски развој на земјата.

Трудот се фокусира на хетерогените ефекти на економската дипломатија, како и на факторите кои ја одредуваат хетерогеноста. Целта е да се покаже што е тоа економска дипломатија, се прикажат резултатите од истражувањето за перцепцијата и функционирањето на економската дипломатија помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, и да се даде оценка на предизвиците што таа ги носи.

Со обединување на тие резултати ќе бидат создадени услови за детерминирање на способностите на македонската економија во идниот економски натпревар на евроатланскиот пазар.

Клучни зборови: Економска дипломатија, Република Северна Македонија, Република Туркије

ABSTRACT

The face of diplomacy is changing, which means that diplomacy is moving away from the conventional way, becoming more inclusive, accepting new actors and introducing new instruments, structures and functions. In today's world, in which international and economic relations represent a system of power relations, political and economic, a system is gradually being formed that is increasingly incorporated with economic subjects.

The topic of economic diplomacy is increasingly prominent in the economic literature and is also a widely used tool in government policies. The efforts of economic diplomacy are aimed at creating positive competitiveness, development and progress of the country through coordination of activities, exchange of people, goods and services. It is important for the promotion of every country on the global market, the strengthening of business cooperation, cooperation with domestic institutions and organizations, and it is a direct stakeholder in the implementation of the country's foreign economic policy at the bilateral and multilateral level, putting the achieved results in direct correlation with the overall social - economic development of the country.

The paper focuses on the heterogeneous effects of economic diplomacy, as well as on the factors that determine the heterogeneity. The goal is to show what economic diplomacy is, to present the results of the research on the perception and functioning of economic diplomacy between the Republic of North Macedonia and the Republic of Turkey, and to give an assessment of the challenges it carries.

By combining these results, conditions will be created for determining the ability of the Macedonian economy in the future economic competition on the Euro-Atlantic market.

Keywords: Economic diplomacy, Republic of North Macedonia, Republic of Turkey

ABSTRAKT

Fytyra e vërtetë e diplomacisë po ndryshon, që do të thotë se diplomacia po largohet nga mënyra konvencionale, po bëhet më gjithëpërfshirëse, duke pranuar aktorë të rinj dhe duke futur instrumente, struktura dhe funksione të reja. Në botën e sotme, në të cilën marrëdhëniet ndërkombëtare dhe ekonomike përfaqësojnë një sistem të marrëdhënieve të pushtetit, - politik dhe ekonomik, gradualisht po formohet një sistem që po inkorporon gjithnjë e më shumë me subjektet ekonomike. Tema e diplomacisë ekonomike është gjithnjë e më e spikatur në literaturën ekonomike dhe është gjithashtu një mjet i përdorur gjerësisht në politikat e qeverisë.

Përpjekjet e diplomacisë ekonomike synojnë krijimin e konkurrencës pozitive, zhvillimin dhe përparimin e vendit përmes koordinimit të aktiviteteve, shkëmbimit të njerëzve, të mirave materiale dhe shërbimeve. Ky lloj i diplomacisë është irëndësish për promovimin e secilit vend në tregun global, forcimin e bashkëpunimit të biznesit, bashkëpunimit me institucionet dhe organizatat vendase dhe është aktor i drejtpërdrejtë në zbatimin e politikës së jashtme ekonomike të vendit në nivel dypalësh dhe shumëpalësh, duke vënë rezultatet e arritura në korrelacion tëdrejtpërdrejtë me zhvillimin e përgjithshëm socio-ekonomik të vendit.

Punimi fokusohet në efektet heterogjene të diplomacisë ekonomike, si dhe në faktorët që përcaktojnë heterogjenitetin. Qëllimi është të dëshmohet se çfarë është diplomacia ekonomike, të prezantohen rezultatet e hulumtimit për perceptimin dhe funksionimin e diplomacisë ekonomike ndërmjet Republikës së Maqedonisë së Veriut dhe Republikës së Turqisë dhe të jepet një vlerësim i sfidave që ajo sjell.

Me unifikimin e këtyre rezultateve do të krijohen kushte për përcaktimin e kapaciteteve të ekonomisë së Maqedonisë në konkurrencën e ardhshme ekonomike në tregun euroatlantik.

Fjalë kyçe : Diplomaci ekonomike, Republika e Maqedonisë së Veriut, Republika e Turqisë

ЛИСТА НА КРАТЕНКИ

МНР	- Министерство за надворешни работи
СДИ	- Странски директни инвестиции
НБРСМ	- Народна банка на Република Северна Македонија
ЕФТА	- Европска асоцијација за слободна трговија
ОЕЦД	- Организација за економска соработка и развој
СТО	- Светска Трговска Организација
ЕУ	- Европска Унија
ДКП	- Дипломатско-конзуларни претставништва
УНКТАД	- Конференција за трговија и развој на Обединетите нации
ISEDАК	- Организација на исламската конференција за стопанска и трговска соработка
ММФ	- Меѓународен Монетарен Фонд
ТИРЗ	- Дирекција за технолошки индустриски развојни зони
МАТТО	- Стопанска комора Македонија - Турција
MOT (Ministry of Trade)	- Министерство за трговија
MOTF (Ministry of Treasury and Finance)	- Министерство за трезор и финансии
TİKA (Turkish Cooperation and Coordination Agency)	- Турска агенција за соработка и координација
DEİK (Foreign Economic Relations Board of Türkiye)	- Одбор за надворешни економски односи на Туркије

TOBB (Union of Chambers and Commodity Exchanges of Türkiye)	- Сојуз на комори и берза на Туркије
TİM (Turkish Exporters' Assembly)	- Собрание на турски извозници
MÜSİAD (Independent Industrialists' and Businessmen's Association)	- Независна индустриска и бизнис асоцијација
YASED (International Investors Association)	- Меѓународна асоцијација на инвеститори
İKV (Economic Development Foundation)	- Фондација за економски развој
TUSIAD (Turkish Industry and Business Association)	- Турска асоцијација за индустрија и бизнис

ЛИСТА НА ТАБЕЛИ

Табела 1. Некои од клучните одредници на земјата домаќин која привлекува СДИ

Табела 2. Извоз на Република Туркије од Балканските земји, 2018-2022 година

Табела 3. Увоз на Република Туркије во Балканските земји, 2018-2022 година

Табела 4. Надворешна трговија на Република Туркије, 2017-2021 година

Табела 5. Макроекономски показатели на Република Северна Македонија

Табела 6. Надворешна трговија на Република Северна Македонија

Табела 7. Дистрибуција на увоз на Република Северна Македонија по земји, 2020-2021

Табела 8. Распределба на извозот на Република Северна Македонија по земји, 2020-2021

Табела 9. Странски директни инвестиции, 2018-2021 година

Табела 10. Состојба на СДИ во Република Северна Македонија , 2018-2021

Табела 11. Познати турски компании кои инвестирале во Република Северна Македонија

Табела 12. Организација и тек на истражувањето

Табела 13. Анализа на податоците и интерператција на резултатите

ЛИСТА НА СЛИКИ

Слика 1. Основа на економската дипломатија

Слика 2. Правци на економската дипломатија

Слика 3. Република Северна Македонија

Слика 4. Република Туркије

ЛИСТА НА ГРАФИКОНИ

Графикон 1. Извоз на Република Туркије од Балканските земји, 2018-2022 година

Графикон 2. Увоз на Република Туркије во Балканските земји, 2018-2022 година

СОДРЖИНА

Вовед	10
I. Методолошка рамка на истражувањето.....	14
1. Предмет на истражување	14
2. Цели на истражување	17
3. Хипотези	19
4. Методологија на истражување	20
5. Важност на тезата	21
II. Економска дипломатија: Нов тренд на меѓународната економија	23
1. Концепциска рамка на економската дипломатија.....	23
1.1.Дефинирање на економската дипломатија	26
1.2.Развој на економската дипломатија.....	29
1.3.Модели на економска дипломатија	30
1.4.Карактеристики на економската дипломатија.....	33
1.5.Функција на економската дипломатија.....	35
1.6.Циклуси на економската дипломатија	36
1.7.Улога и цели на економската дипломатија.....	39
2. Економската дипломатија во фокус на СДИ и промоција на инвестицијата.....	40
2.1.Гледиште на економистите за економската дипломатија	42
III. Економска дипломатија помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије	44
1. Економската дипломатија на Република Северна Македонија	44
2. Економската дипломатија на Република Туркије	51
2.1.Ниво на билатерални економски односи	57
2.2.Билатерална договорна рамка	61
2.3.Основни економски индикатори.....	63
2.3.1.Надворешна трговија на Република Туркије	63
2.3.2.Надворешна трговија на Република Северна Македонија	64
2.3.3.Странски директни инвестиции	70
2.4.Бизнис и инвестициски можности	71

IV. Анализа и интерпретација на истражувањето	80
1. Анализа на полуструктурното интервју	80
Заклучок	108
Библиографија	111
Прилог	120

ВОВЕД

Меѓународните односи и од научен и од практичен аспект поделени се на две основни подрачја – политика и економија. И во двата случаи нивната содржина се меѓудржавни односи, односи помеѓу различни субјекти во меѓународните односи, фактори кои влијаат на однесувањето на меѓународните субјекти како и законитоста на дејствувањето во меѓународните проекти. Субјекти на меѓународните односи се државите, меѓународните владини и невладини организации, разни професионални меѓународни организации, нации, група на луѓе. Во развиените држави, силата на капиталот на мултинационалните или транснационалните компании ја креира надворешната политика на државата. Фокусирајќи ја оваа проблематика во светската и национална литература, доминира ставот дека „надворешно економската политика на државата била продолжеток на внатрешната економска политика“.

Меѓународните односи се општествени односи кои вклучуваат комуникација на субјектите за да ги остварат своите интереси и цели. Тие подразбираат активности на економските субјекти чии односи произлегуваат од односот на производството, размената и потрошувачка на материјалните добра и услуги во меѓународниот економски простор. Во таков светски меѓународен економски поредок секој учесник има за цел остварување на сопствените интереси и цели избирајќи различни начини и средства за комуникација. Еден од начините за комуникација е дипломатијата односно нејзината модерна форма која во литературата се почесто се јавува под името економска дипломатија.

Во модерниот аспект на меѓународните односи и дипломатијата се повеќе се застапени и важни темите кои се поврзани за економијата, развојот на земјата, просперитет, технолошки иновации како и економското лидерство во меѓународната заедница. Со други зборови, економската дипломатија станува се повеќе разработена тема во меѓународното опкружување и поради тоа е потребно да се дефинира нејзиното значење. Општо прифатено одредување на тоа што е економска дипломатија не е постигнато, при што во литературата може да се пронајдат поими кои се користат како синоними (деловна дипломатија, трговска дипломатија и слично).

Дипломатскиот лексикон не го содржи ваквиот поим, но се употребуваат поими како економски односи, економска интеграција и слично. Економските односи се разбрани како економска дипломатија и при тоа е наведено дека економската дипломатија се трговски, финансиски и други економски односи помеѓу земјите, индустриска, инвестициска, и царинска соработка, заеднички пристап на трети пазари. Широк е распонот на подрачја на меѓународна соработка во кој дипломатските претставништва мора да учествуваат и дадат свој прилог.

Примарна задача на економската дипломатија е со поддршка на владата да им обезбеди на домашните претприемачи освојување на нов пазарен простор кој е со регионален или интегрален карактер. Освојувањето или ширењето на постоечкиот пазарен простор создава предуслови за зголемување на профитот и допринесува кон вкупниот развој на државата. Значаењето на економската дипломатија е поголемо кога се знае дека примената на царинските мерки или квантитативните ограничувања, како мерка за заштита на националното производство е сведена на минимум. Економските средства, методи и техники се почесто се средства за остварување на надворешно политичките цели. Од тие причини, развојот на економската дипломатија е проследен со:

- ✧ Развој на надворешно трговската размена помеѓу државите, зголемување на странските директни инвестиции
- ✧ Прифаќањето на деловните реформи во процесите на развој на пазарно ориентиран национални економии и развој на стратегија заснована на зголемување на извозот, има допринесено за побрзо интегрирање на голем број држави во глобалните економски токови
- ✧ Глобализацијата на трговијата и работењето создава потреба за регулативни и координирани механизми на мултилатерално ниво
- ✧ Експанзивен развој на регионални економски интеграции

Развојот на меѓузависноста на националните економии ги укинува границите помеѓу домашното и меѓународно и дава нови одлики и димензии на економската дипломатија.

Карактеристиките на новиот облик на економска дипломатија се:

- ✧ Зголемување на бројот на учесници на светската трговска сцена
- ✧ Изразен и нагласен мултикултуризам
- ✧ Повеќедимензионалност на економската дипломатија
- ✧ Меѓусебна поврзаност на сите активности со кои се занимава економската дипломатија, како на макроекономски, така и на микроекономски план

Креирајќи и развивајќи ја економската дипломатија, потребно е да се обезбеди континуирано истражување на реалноста, истражувајќи стратешки, тактички, и оперативни задачи со истовремена подготовка на државата за идните настани. Подготвувајќи ја националната економија за идните случувања и врз основа на тоа планирање на нејзините цели, мора да се уважи фактот дека од ден во ден се бришат националните карактеристики на претпријатијата кои од национални преминуваат во глобални рамки. Политиката и надворешно политичкиот настап на една современа држава содржи поголема економска компонента.

Создавање и примена на концептот на економска дипломатија претставува сложен процес. Сложеноста се гледа во храманизација на општата дипломатска стратегија со мерките и инструментите за реализација на економските цели. Приватниот сектор и претприемачкиот дух претставуваат движечка сила во глобалниот свет, сила која овозможува раст на економијата, придонесува за намалување на невработеноста и го трасира патот кон напредокот, со цел одржливост и долгорочен економски раст и развој. Република Северна Македонија е мала земја, мала економија, но со големи можности. Отвореноста на нашата економија дава за право да се надеваме дека со вложување на максимални напори од страна на сите чинители, ќе може да се постигне поголема економска соработка помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије.

Магистерскиот труд се занимава со анализа на методите на работа на современата дипломатија, претставени во лицето на економската дипломатија, начините и формите на практикување, полезноста од примената во севкупните односи меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије.

Од перспектива на дискурсот на „економската дипломатија“, нејзина основа цел е да изврши претставување на актуелните состојби во македонската економска дипломатија, а во таа констелација и примената на современите дипломатски методи.

Трудот е поделен на четири меѓусебно поврзани делови, со логичен редослед за да се истражи и потврди потребата за примена на економската дипломатија.

Првиот дел е воведен дел кој се состои од предмет и цел на истражување, и каде ќе бидат преставени методите на истражување и важноста на тезата.

Во **вториот дел** ќе биде објаснет концептот и поимот за економска дипломатија, развојот, моделите на економска дипломатија, нејзните карактеристики и функции и секако улогата и целите на економската дипломатија. Дадениот теоретски приказ е со цел да се долови важноста на економската дипломатија во фокус на странските директни инвестиции и промоција на инвестицијата.

Третиот дел ја третира економската дипломатија помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, нивните цели во надворешната политика, како и можностите што современите дипломатски методи ги нудат во напорите за обезбедување на што позначајно место во меѓународниот свет.

Во последниот **четврти дел** прикажана е спроведената анализа за економската дипломатија помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, со посебен осврт на примената од страна на клучните актери на економската дипломатија.

I. МЕТОДОЛОШКА РАМКА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

1. Предмет на истражување

Во последната деценија на дваесетиот век доаѓа до распад на биполарниот систем и цела низа на крупни политички и економски потреси кои произлегле од тој процес (Unković, 2010). Тоа всушност условило и одредени пренасочувања на надворешно политичките и економски дипломатски приоритети, како во развиените земји така и во земјите во развој. Во современиот свет, во кој меѓународните и економски односи претставуваат систем на односи на моќ, политичка и економска, постепено се прави нова светска архитектура која се повеќе настојува да ги ограничи земјите и поединечните економски субјекти (Dunn & Mutti, 2004). Меѓутоа, без оглед на овој евидентен тренд во меѓународните политички и економски односи, улогата на државата и дипломатијата, останува значајна, особено во реализацијата на конкретни иницијативи со цел унапредување на економската соработка со други држави и привлекување на странски директни инвестиции, и во функција на динимизирање на економскиот раст.

Меѓународната економска сцена се карактеризира со конкурентен пазар кој ги урива традиционалните, временски и географски ограничувања, и како последица на најновото забрзување на глобализацијата земјите кои немаат изграден концепт на економска дипломатија не може да имаат проактивна улога во односите со другите земји, и тие стануваат објект на економска дипломатија на други земји (Bjørnskov, 2005). Во минатото економската дипломатија е поврзувана воглавно за прашањата од подрачјето на преговорите околу тарифите, квотите и останатите услови за трговија. Денес таа покрива многу поширок спектар на државни прописи и постапки кои влијаат на меѓународната трговија (Дан, 2009).

Во иднина, економската дипломатија ќе претставува примарно средство на продор на светскиот пазар (Бериц, 2009), зошто економската дипломатија во класична смисла претставува спој и дипломатска вештина, економска наука, наука за менаџмент, метода и техника на преговарање и односи со јавноста. Учеството на државата во интеграциските процеси е предуслов за отварање на пазари и зголемување на слободата на движење на производите, услугите и капиталот, и за создавање траен економски раст (Manić, 2013).

Улогата на економската дипломатија во ваквиот процес е создавање на дух на отвореност и соработка, зголемена размена на стока и помош на земјите во развој (Džombić, 2009). Карактеристиките на денешната економска дипломатија многу говорат на кој начин треба да се постави и насочи. Она што ја карактеризира се повеќестепеност, нови учесници и институционална рамка во која тие делуваат, координација и централизација на економско-дипломатските активности и иновативност (Бејн и Вулкок, 2009).

Досегашните искуства покажале дека е успешна и ефикасна само онаа национална економија која најголем дел од својот вкупен општествен производ го остварува преку различни облици на деловна соработка со друга земја. Фактор за развој на националната економија е и квалитетот на односите и соработката со опкружувањето, нејзиното позиционирање во меѓународната заедница, степенот на политичка, правна, економска и технолошка интегрираност со светот (Salvatore, 2013). Во постигнување на такви цели улогата на дипломатијата е незаменлива.

Воспоставениот концепт на развој на економската дипломатија на државно ниво во време на глобални и интеграциски токови, кога Република Северна Македонија е во преговори за зачленување во Европската Унија, движењето кон економската интеграција е оправдано и исклучително актуелно. Секоја држава, а со самото тоа и Република Северна Македонија настојува да го пронајде и зацврсти своето место на меѓународната економска сцена. Во пронаоѓањето на своето место на светската пазарна сцена, државата настојува да ги надмине своите конкуренти и се избира за што подобра пазарна позиција.

Иако за оваа тема може секогаш да се полимизира, многу ќе се сложат дека политиката на една земја треба да ги одразува нејзините економски цели. Во Република Северна Македонија несомнено постои многу богат и динамичен политички живот и многу веројатно ќе се сложат со таквата теза, дека ниту една политичка опција не го застапува ставот дека граѓаните треба да живеат лошо и да имаат низок животен стандард. Кога се зборува за економската дипломатија во Република Северна Македонија, таа генерално се карактеризира како се уште недоволно развиена, без издражана стратегија, со нејасна субординација помеѓу надлежните органи и институции, и несоодветна кадровска политика за нејзино практично спроведување (Марковски, 2017).

Гледано од временска дистанца за изминатите две децении, заложите за проактивно вклучување на економските активности во работата на македонското Министерство за надворешни работи и дипломатско – конзуларните претставништва во странство, станаа актуелни при крајот на 90-те години. Анализата на состојбите во македонското Министерство за надворешни работи, како и примената на современите дипломатски методи, неодминливо ги наметнува прашањата: Каква економска дипломатија ни е потребна? Можно ли е нејзино редефинирање? Кои мерки се потребни за создавање на дипломатија на мала држава?.

Наједноставниот реторички одговор би бил модерна и ефикасна економска дипломатија, способна да ја спроведе надворешната и економска политика. Поставените прашања имаат за цел да ја потврдат или негираат дадената хипотеза, според која економската дипломатија во Република Северна Македонија е во процес на етаблирање, и дека потребата за нејзино конкретно осмислување и организационо поставување и натаму останува главен приоритет.

Република Туркије е една од земјите која континуирано инвестира во македонската економија во разни сектори како што се фармацевтската индустрија, енергетиката и обновливи извори на енергија, туризам, градежништво и инфраструктура и се јавува како стратешки инвестициски партнер на Република Северна Македонија. Економските односи се карактеризираат со мошне силен интензитет на соработка и размена на искуства во повеќе сектори. Влезот на турските инвестиции од самото осамостојување до денеска е огромен показател за желбата на Република Туркије да биде стабилен економски партнер во соработката со Република Северна Македонија.

Тргувајќи од наведената проблематика се детерминира и **предметот на истражување:**

Практично и теоретско проучување на економските односи на Република Северна Македонија и Република Туркије, со цел взаемно поврзување на економијата, како основа за кооптирање на билатералните економски односи во иднина.

2. Цели на истражувањето

Примарна задача на економската дипломатија на Република Северна Македонија е привлекување на нови инвестиции, а покрај тоа значајна задача е и насочување на активностите на економската дипломатија кон подобрување на извозните перформанси на македонските компании. Економската дипломатија во Република Северна Македонија примарно може да се гледа преку призмата на странски директни инвестиции и зголемувањето на извозот. Во прашање се области на економијата кои во модерни економски услови создаваат разлика помеѓу успешни и помалку успешни земји. Со квалитетна стратегија на економската дипломатија, земјите може да влијаат на привлекување на значително ниво на странски инвестиции.

Странските директни инвестиции покрај тоа што влијаат на економскиот развој на секоја земја, имаат важна улога и на полето на намалување на регионалните нерамномерности (Аџемоглу, 2015). Дали присуството на странски директни инвестиции во некоја земја ќе биде искористено на вистински начин зависи од способностите на креаторите на економските политики да се здобијат со позитивни и воедно се избегнат негативните ефекти и ризици кои овие инвестиции може да ги генерираат. Освен дополнителен прилив на свеж капитал, користа која ја носат странските инвестиции на земјата домаќин може да се јави во неколку други видови:

- ✧ Странските директни инвестиции носат значаен трансфер на технологијата кој не може да биде постигнат по пат на финансиски инвестиции, позајмување на капиталот или трговија на производи и услуги
- ✧ Странските директни инвестиции може да ја унапредат конкуренцијата на домашниот пазар
- ✧ Добивката која ја остваруваат инвеститорите ги зголемува приходите од данок на добивка на претпријатијата во земјата домаќин
- ✧ Странските директни инвестиции може да водат до измена на технолошката база на земјата и намалување на технолошкиот јаз во однос на развиените земји

Зголемувањето на извозот на една земја не може без соодветна промоција на таа земја во меѓународните рамки. Зголемувањето на извозот е особено важно за мали земји и земји во транзиција. Во ваква положба е и Република Северна Македонија, па од домашните примери најдобро може да се види колку е важно континуирано да се зголемува извозната активност.

Со зголемување на извозот земјата остварува поволен биланс на надворешната трговија. Меѓутоа, ова е само прв во низата позитивни ефекти. Имено, со зголемување на извозот на земјата може да се очекува и зголемување на вработеноста и јакнење на нејзината националната валута. Домашните претпријатија остваруваат конкурентна пазарна позиција и поголем профит. Како зголемувањето на извозот е една од најзастапените стратегии меѓу големиот број на земји, само мал број успеваат своите извозни стратегии да ги спроведе во целост.¹

Причината и објаснувањето за тоа може да се бараат во економската дипломатија. Гледано хронолошки, економската дипломатија прво треба да придонесе кон привлекување на странски директни инвестиции.

Целта на овој труд е да го искористи конструктивниот пристап кон економската дипломатија помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, за да ги објасни структурните детерминанти на економските потези кои се остварени помеѓу овие две земји во последните неколку години како и утврдување на ефектите од мерките на економската дипломатија на движењето на основните макроекономски индикатори.

Секундарна цел е да ги испита можностите и предизвиците за двете страни во однос на трговските и инвестициски модели. Истражувањето ќе се обиде да придонесе кон развој на нов пристап на водење на економската и надворешната политика како и развој на постоечката литература која се занимава со исти или слични теми.

¹https://tim.org.tr/files/downloads/Analiz_Rapor/T%C3%BCkiye%20Makedonya%20%C3%9Clike%20Analizi.pdf

3. Хипотези

Тргнувајќи од основниот предмет на истражување, а уважувајќи ги досегашните истражувања на оваа тема, **општата/генерална хипотеза** од која се тргнува во овој труд и која ќе биде предмет на докажување гласи:

Непосредното поврзување на економската дипломатија на Република Северна Македонија и Република Туркије може значајно да придонесе кон подобрување на трговскиот биланс на Република Северна Македонија и да биде фактор со позитивна конотација кога е во прашање реорганизација на економијата и поддршка на економскиот раст на Република Северна Македонија.

Посебни хипотези:

Кога во прашање се посебните хипотези, се тргнува од фактот дека Република Северна Македонија има потреба за странски капитал, како и дека интересот од страна на турските претприемачи за непосредна економска соработка е присутен во таа област, а исто така таа соработка претставува основа за идна билатерална и економска соработка.

Ваквата хипотетичка рамка е поткована со голем број на аргументи од практичен аспект:

X1: Постои потреба за зголемување на пазарот и остварување на користа од делување на ефектите на економската дипломатија

X2: Економската дипломатија помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије има перспектива во унапредување на идните односи

X3: Економската дипломатија како сегмент на институционална економија има влијание на основните макроекономски индикатори

X4: Економската дипломатија во Република Северна Македонија е во процес на етаблирање, и дека потребата за нејзино конкретно осмислување и организационо поставување и натаму останува главен приоритет.

4. Методологија на истражување

При истражување и презентирање на познати сознанија како и стекнување и изнесување на сопствени сознанија, од методолошките постапки ќе се користат: метод на анализа, синтеза, дескрипција, компарација, индукција, генерализација. Наведените различни методи ќе бидат користени при дефинирање на теоретските аспекти на трудот, но и при докажување на поставените хипотези и носење на заклучни согледувања врз основа на квалитативното истражување.

Методот на анализа се користи за подобро да се разбере суштината на проблемот, се развие општо теоретско тврдење за правилностите во анализираната структура и процеси, создаде типологија или категории кои се однесуваат на општествените појава. Анализата е процесуирана од изворни податоци (архива и статистика) и анализа на секундарните нивоа на резултати и истражувања и примарно користена литература.

Методот на синтеза исто така ќе се користи во теоретскиот дел за да едноставните факти се поврзат во смислена целина. Основа за синтеза претставува претходно спроведената анализа.

Методот на дескрипција ќе биде најзастапена метода во теоретскиот дел на трудот бидејќи со оваа метода ќе бидат опишани сите факти, фактори и процеси.

Методот на компарација, со приказот на сличностите и разликите на спроведување и целокупниот состав на економската дипломатија, овозможува да се изведат каузално точни заклучоци.

Тргнувајќи од предметот на истражувањето, поставената цел и хипотезите, со тенденција да се добијат релевантни податоци, самото истражување е организирано на начин што најпрво е избран инструмент кој најмногу соодветствува за ваков тип на истражување при што е примената **квалитативната обработка на добиените податоци**.

За да се докаже истражувачкиот предмет, ќе се користи **техника на полуструктурно интервју** – прашањата се однапред подготвени и повеќе имаат форма на класично поставување прашања и добивање одговори.

Општествената важност на економската дипломатија помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије ќе биде насочена кон клучните институции кои се занимаваат или би требало да се занимаваат со оваа тема. Така до примерокот, до кој ќе се дојде преку лична проценка, влезени се две институции меѓу кои се Министерството за економија, Стопанската комора на Република Северна Македонија – Република Туркије (МАТТО), и шест инвеститори од приватниот сектор од Република Туркије.

Од наведените институции на интервју беа согласни сите, додека Министерството за надворешни работи и покрај повеќекратните заложби и начелна согласност, на крај се откажаа од интервјуто без образложение. Важно е да се истакне дека одзивот на учесниците во истражувањето се експерти и вработени во секторите кои имаат директна врска кога се во прашање билатералните и мултилатерални односи. Нивните одговори претставуваат одговори на институцијата, а не лични одговори и ставови.

5. Важност на тезата

Досегашните истражувања во подрачјето на економската дипломатија се базираат на квалитативен пристап, односно теоретски концепт на истражување, додека квантитативниот аспект на истражувањето е занемарлив, примарно заради недостаток на податоци, односно квантитативни мерења во оваа област (Bayne & Woolcock, 2003).

Интересот за економската дипломатија за многу автори станува актуелна во почетокот на 2000-та година, кога економската дипломатија се појавува во истражувањата како интердисциплинарно поле во подрачјето на меѓународната економија и меѓународните односи.

Продлабочувањето на економската соработка помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије е одлична можност од чија реализација корист би имале двете земји, важната поткрепа дава одлична политичка соработка помеѓу двете земји.²

² <https://www.mfa.gov.tr/turkiye-makedonya-cumhuriyeti-siyasi-iliskileri-.tr.mfa>

Република Туркије е земја со која традиционално имаме одлични односи на политичко, културно и на економско ниво, имаме голем потенцијал за деловна соработка, и притоа не постојат пречки на патот за поинтензивна соработка на сите нивоа.

Меѓусебното поврзување, размена на искуства, контакти, заедничко инвестирање, со цел создавање на производи со повисока додадена вредност ќе овозможат повисок раст и развој на двете економии. Меѓународната економска соработка е единствена можност за зголемување на конкуренцијата на глобално ниво која придонесува за јакнење на националната конкурентност на стопанството.³

Турските компании како инвеститори се веќе присутни во значител број во Република Северна Македонија, пред сè во банкарскиот сектор, градежништвото, сообраќајот, медицината, туризмот.

³ <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/serbest-ticaret-anlasmalari/yururlukte-bulunan-stalar/makedonya>

II. ЕКОНОМСКА ДИПЛОМАТИЈА: НОВ ТРЕНД НА МЕЃУНАРОДНАТА ЕКОНОМИЈА

1. Концепциска рамка на економската дипломатија

Класичната доминација како начин на обликување на меѓународно-правната политичка сувереност веќе не е доволна. Во денешниот модерен свет економските средства се повеќе добиваат на значење и може уште повеќе да се користат во реализација на пошироките надворешно политички цели (Хил, 2009). Насочувањето на трговските односи исто така добива на значење во меѓународните политички односи и во основа, промената на класичниот концепт на политичка сувереност на некоја земја е променет заради глобализација на економијата.

Со зајакнувањето на меѓузависноста на националните економии и економските движења на глобално ниво поставени се нови предизвици на втемелувачите на современиот пристап на меѓународно работење и непосредните учесници во меѓународните економски односи (Ristić & Petković, 2013). Дваесет и првиот век започна со профилирање на процесот на глобализација, на неговиот економски и политички сегмент, кој нуди значителни можности и предизвици за водење на економската дипломатија кои треба да ги регулираат односите на една земја со другите земји, што пак може да помогне во подобрувањето на севкупниот меѓународен економски систем (Yueh, 2020).

Како што има забележано Friedman (2000):

„Глобализацијата не е феномен. Не е тоа само некој минлив тренд. Денес тоа е сеопфатен меѓународен систем која ја обликува внатрешната политика и надворешните односи на секоја земја и мора да ја разбереме како таква“ (стр.7).

Во статијата „*Globalisation, Governance and Corporate Citizenship*“, објавена 2000 година во списанието *The Journal of Corporate Citizenship*, Scholte во глобализацијата вклучува „раст на супратериторијални односи меѓу луѓето“ (стр.16).

Како дел од покренувачката сила на процесот на глобализација, компаниите се вклучени во брзото ширење по пат на спојување и аквизација и други облици на кооперативно заедничко вложување, додека во исто време ги интензивираат напорите да влијаат на домашната и меѓународна политика во своја корист. Соочени со растечката економска и политичка меѓузависност на пазарот и државата, компаниите и владите подеднакво се носат со ова постмодерно опкружување кое го карактеризираат фрагментирани односи и се поголема сложеност (Radošević, 2002).

Седумдесетите години од минатиот век го означиле почетокот на револуционерното размислување во неколку подподрачја на меѓународните односи. Гледајќи наназад, може да се види дека овие размислувања овозможиле истражувања за економската дипломатија – истражувачка област која побудила интерес од 1990 година. Додека политиколозите кои работеле на меѓународните односи се повеќе во темите ја вклучувале економската дипломатија (експлицитно и имплицитно), економистите во целост развиле софистицирани емпириски студии кои ги зајакнале квантитативните истражувања за економската дипломатија (Lukić, 2017).

Развојот на светската економија и силната конкуренција на економските субјекти на светскиот пазар, има придонесено за појавата на специфични активности на нејзините економски субјекти во областа на интернационалниот бизнис и меѓународните економски односи – развој на трговската, а потоа, и на економската дипломатија (Strange, 2000). Не е неопходно посебно истражување за да се препознае улогата на економските фактори во националните стремежи.

Од аспект на теоријата, концепциската основа на економската дипломатија се разликува од земја до земја и тоа е условено со специфичностите кои произлегуваат од практичните дејства и реалции во оваа сфера, постигнатото ниво на економски и општествен развој на земјата, нивните национални интереси, улогата и местото во светските економски токови и вкупните меѓународни односи (Балдвин и сор., 2011). Меѓутоа, реалноста наметнува предизвици и потреба во меѓународната економска соработка и работење да се реагира ефикасно, флексибилно и во согласност со турбулентните движења во интернационалното деловно опкружување (Carbaugh, 2005).

Економската оправданост за економската дипломатија според Moons & Van Bergeijk, (2016:9) се заснова на:

[1] постоењето на асиметрични информации за меѓународно работење на компаниите и

[2] надворешните ефекти поврзани со собирањето и споделувањето информации за условите на пазарот и деловните можности на меѓународните пазари.

Во областа на економската дипломатија, конечната цел, од аспект на државата, не се сведува на прост механички збир на интереси на националните компании, што пак може да се каже за претходно усвоените и применливи концепти на економска дипломатија; заради тоа таа има престанато да биде слична на еден сложен, високо софистициран механизам преку кој директно делуваат економските оператори (Petrović, 2019).

Ваквите промени го имаат отворено следното прашање: - Какви можности, задачи и улоги имаат државите во меѓународните економски односи и интернационални бизниси, како една современа држава ќе го формулира и применува концептот на сопствена економска дипломатија за да овозможи, зачува или ја подобри моќта и значењето на својата економија и нејзините субјекти во светските економски движења, како и сопственото место и улога во меѓународните односи?.

Истражувајќи ја и проучувајќи ја литературата за меѓународното работење, меѓународната трговија, меѓународните односи, развојот на светската економија и дипломатија, она што навистина може да се констатира е дека дипломатијата е претходница на бизнисот и е значаен учесник во постигнувањето на деловните цели и резултати.

1.1. Дефинирање на економската дипломатија

Со оглед дека економската дипломатија има јасна историски развојна димензија, корените ги влече од францускиот јазик – *la diplomatie economique* (Black, 2010). Без да се навлегува подлабоко во концептуалниот дискурс, јасно е дека економската дипломатија нема универзално прифатена дефиниција, а различни автори различно и пристапуваат на темата, понекогаш користејќи ги термините економска, трговска и комерцијална дипломатија.

Економската дипломатија е дефинирана од два аспекти. Првиот, е дека економската дипломатија во поширока смисла е посеопфатна и се однесува на сите субјекти на едно општество што учествуваат во јакнењето на економската конкурентност на една земја со дипломатски методи. Втората дефиниција на економската дипломатија е во потесна смисла и таа се однесува на ексклузивните активности на Министерството за надворешни работи во одбрана на економските интереси на својата земја.

За целите на трудот под наслов *Reconciling Institution Actors of Economic Diplomacy: The Case of Slovakia*, авторите Csabay & Cséfalvayová (2022), упатуваат на тоа дека економската дипломатија може поедноставно да биде разбрана како институционален систем кој е посветен на промоција на извозот, инвестициите, иновациите и другите форми на надворешно економска соработка.

Марковски (2017), ја наведува дефиницијата на Илија Џомбиќ, кој вели дека економската дипломатија е основно средство за продор на државите на светскиот пазар, која истовремено дава директен придонес во развојот на економијата и бизнисот. Влегувањето на државите во бројните интеграциони процеси создава предуслови за отварање на нови пазари и зголемување на слободните движења на стоките, услугите и капиталот, што овозможува создавање на можности за нивниот континуиран економски раст (Беитс, 2009). Улога на економската дипломатија во овој процес е да обезбеди дух на отвореност и соработка, зголемување на стоковната размена и помош на земјите во развој.

Генерално гледано, дипломатијата, вклучувајќи ја и економската дипломатија, претставува „начин на кој државата ја остварува својата надворешна политика“ (Ferjan, 2015:7). Значи, може да се каже дека економската дипломатија е во потрага за економска сигурност во анархијата на меѓународниот систем.

Според Prvulović (2001), економската дипломатија претставува специфичен спој на дипломатија во класична смисла, економска наука и наука за менаџментот, метода и техника на преговарање со странски партнери, односи со јавност и прибирање економски информации од интерес за економијата на својата земја или компанијата, со цел продор на светскиот пазар.

Според Raičević (2003a), економската дипломатија опфаќа употреба на дипломатски механизми и методи, во содејство со стратешките, надворешно-економските цели и инструментите за нивна операционализација од страна на државата, во билатералните или мултилатерални токови на меѓународна економска соработка, како и на домашниот економски простор, а со цел за адекватно поддржување на развојот на националната економија и обезбедување на надворешно економски интереси, позиционирање и непосредна поддршка на матичните претпријатија во меѓународното работење (што опфаќа постигнување на политички и други цели во рамките на надворешно политичката стратегија на конкретната држава на одредени географски и политички простори или воопшто во светот).

Американското разбирање и поимање на економската дипломатија става нагласок на дипломатизација на бизнисот, уважувајќи ја силата и големината на своите транснационални интереси кои влијаат на економскиот аспект на националната дипломатија. Дека навистина е така говорат зборовите на Џефри Гартена, подсекретар за трговија и меѓународна трговија на Соединетите Американски Држави, од периодот на Клинтоновата администрација, кој рекол: „Влегуваме во време кога надворешната политика и националната безбедност се повеќе ќе се вртат околу нашите трговски интереси и кога економската дипломатија ќе биде клучна за решавање на најзначаните прашања од наше време“ (стр.45).

Bazden (2011a), тврди дека економската дипломатија е процес, а не состојба во која обврска на владата на една земја е да ги претставува националните економски и стопански капацитети на меѓународен план користејќи при тоа три нивоа.

Првото ниво се однесува на задачата на владата да ги претставува, поттикнува и заштитува своите национални економски субјекти, и тоа на највисоко ниво во разговорите со највисоките официјални лица на земјите го отвори прашањето за претставување на своите економски субјекти кои направиле продор или треба да направат на подрачјето на земјата домаќин, а се тоа заради подобрување на условите за производство и пласман на финалните производи.

Второто ниво, се однесува на разговори кои владата мора да ги поттикне и бара со менаџментот на економските субјекти во трети земји за да во директни контакти со одредени економски субјекти во странство ги застапува своите национални субјекти со цел да се добие поволна позиција во односите на нивниот директен конкурент.

Третото ниво се однесува на задачата на владата активно да учествува на одлучувачки состаноци за да се заложи за своите национални економски интереси. Анализирајќи десет дефиниции за економската дипломатија, Sadžak i sur. (2008), во книгата *Ekonomska diplomacija*, имаат изведено заклучок за нејзините стратешки цели што е воедно и содржина на поимот економска дипломатија.

Стратешките цели на економската дипломатија се состојат од промовирање на можностите на националната економија и своите компании на светските пазари, заштита на националните економски интереси во меѓународните економски односи и надворешно економска соработка (извоз и увоз) како и утврдување на инструментите и механизмите за нивно спроведување (Yakor & Van Bergeijk, 2009). Според нив, историскиот развој на економската дипломатија се состои од неколку фази, а за секоја од нив карактеристичен е посебен тип и облик на доминантно влијание на економијата или политиката.

За првата фаза на економската дипломатија карактеристичен е типот на „класична дипломатија“ чиј облик е билатерален/протекционистички под доминантно влијание на политичката економија.

За втората фаза карактеристична е изведена дипломатија, со регионален и плурилатерален /квазиотворен облик со доминантно влијание на економската политика.

Третата фаза е глобална/трансационална дипломатија со мултилатерална отвореноста под влијание на глобалната економија.

Четвртата фаза подразбира интегрирана дипломатија и економија.

Според ова, може да се изведе заклучок дека класичната (политичка) дипломатија и економската дипломатија синергиски се надополнуваат во контекст на процесот на глобализација.

1.2.Развој на економската дипломатија

Карактеристика на економската дипломатија е да биде продуктивна врска помеѓу економијата и политиката (Ristić Petrović, 2016). Според Реј (2015), крајната цел на таквата продуктивна врска е економски успех. Да се гледа на развојот на економската дипломатија е невозможно без да се гледаат и проучуваат значајните економски фактори во меѓународните односи и токму економската дипломатија не ја одредуваат средствата кои ќе ги користи, туку прашањата и проблемите со кои се занимава.

Пристапот на Raičević (2009b), по однос на економската дипломатија е насочен на триаголникот: дипломатија – економски инструменти и оружје на економската дипломатија – економски резултати (види слика 1). Силата на државата и нејзината положба во констелација со меѓународните односи се заснова на силата на економските фактори со кои државата располага.

Развојот на економската дипломатија бил проследен со:

- ✧ Развој на надворешно трговската размена помеѓу државите и зголемување на инвестициите
- ✧ Прифаќање на деловни реформи во процесот на развој на пазарно ориентираната национална економија и стратегија заснована на зголемување на извозот, што влијаело на брзата интеграција на голем број држави во глобалните економски токови
- ✧ Глобализацијата на трговијата и работењето ја создало потребата за постоење на регулативни и координирани механизми на мултилатерално ниво (Pajtinka, 2016)
- ✧ Експанзија на развој на регионалните економски интеграции



Слика 1. Основа на економската дипломатија

Во светот со силни и променливи можности, државите не може да ги водат своите работи фокусирајќи се на формулирање и реализација на едноставни и краткорочни цели (Shrestha, 2021). Примарна задача на една земја е создавање на поволен амбиент за економски активности што подразбира компаниите сами да ја изберат најдобра стратегија за сопствен развој и делување (Bazden, 2010b).

1.3. Модели на економската дипломатија

Според мислењето на авторите Рејмонд Санер и Личија Лиу, во врска со новите трендови во пост – модерното опкружување и сооченост на економската дипломатија со учеството на бројни недржавни актери и други министерства, Министерствата за надворешни работи имаат реагирано на различни начини, обидувајќи се да го спречат влезот на други министерства на меѓународната сцена, со прифаќање на својата секундарна улога или со трансформација од еден државен актер во координатор за формулирање на надворешната економска политика (Марковиски, 2017:35).

Според мислењето на Rana (2007), постои вообичаена класификација на пет модели и тоа:

- ✧ **Унифициран модел**, во кој Министерството за надворешни работи целосно управува и ги обединува прашањата поврзани со надворешните работи и надворешната трговија. Претставништвата во странство ги вршат дипломатските работи и ги промовираат комерцијалните интереси
- ✧ **Делумно унифициран модел**, во кој Министерството за надворешни работи и Министерството за економија заедно воспоставуваат посебен оддел кој се занимава со трговија и инвестиции и делува во склоп на дипломатското претставништво
- ✧ **Модел на трета агенција**, е модел во кој Министерствата за надворешни работи воопшто не се занимаваат со трговски прашања. Независни тела кои делуваат под надзор на министерствата што се задолжени за трговија ги преземаат работите поврзани со трговијата. Нивните преставници може да делуваат во претставништвата на Министерствата за надворешни работи и да соработуваат со амбасадорите и другите дипломати, но нивните работи според овој модел никогаш не се преклопуваат
- ✧ **Моделот на натпреварување**, е модел во кој задачите на Министерството за надворешни работи и другите министерства се преклопуваат, без јасна поделба на задачите, и тоа не само на оние кои се однесуваат на надворешната трговија и инвестициите, туку и на оние што се поврзани со учеството на состаноците на меѓународните организации
- ✧ **Моделот на препуштање**, подразбира дека Министерствата за надворешни работи се одрекуваат од прашањата за трговијата и инвестициите целосно препуштајќи ги на другите министерства. Со други зборови, Министерствата за надворешни работи немаат никаква улога во економските прашања на државата

Во оваа насока професорот на Универзитетот во Отава, Potter (2004), има дефинирано пет **основни активности на економската дипломатија** и при тоа за секоја активност го има наведено следното: „Унапредувањето на трговијата е основното подрачје на дејствување на економската дипломатија“ (стр.10):

- ✧ Промоција на трговијата;
- ✧ Поттикнување на директни странски инвестиции;
- ✧ Соработка во науката и технологијата, вклучително и истражувањето и развојот;
- ✧ Промовирање на туризмот и
- ✧ Застапување на интересите на деловната заедница

Тешко е да се гради надворешно политичко претставување на стопанството, доколку не постојат домашни производи кои можат да ја издржат светската конкуренција или доколку домашната економија не поседува особини на динамичност и флексибилност кои овозможуваат прилагодување на тековите на светскиот пазар (Bazdan, 2010). Основата за изградба на економската дипломатија на државата во која постои солиден пазар во суштина е иницијатива на компаниите. Значи, домашниот претприемач – бизнисмен треба да сака, а и да знае да оди на светскиот пазар или пазарот на одреден регион или земја.

Долгорочната странска инвестиција може да се земе како најдобар пример за потребата од мултидисциплинарен пристап на концептот на економската дипломатија (Коган и Грин, 2012).

И, кога станува збор за тоа кои се *објекти на економската дипломатија*, како прв и најважен објект се наведени токму **странските директни инвестиции**. Овој објект на економска дипломатија има „практична форма“ во согласност со интересот на оние кои учествуваат во интернационалните операции. Во таа смисла овој објект може да биде и инструмент и оружје. Друг најзначаен објект на економската дипломатија се **светскиот пазар и меѓународната трговија**. На ниво на национална политика, надворешно економската соработка и трговската политика се енергизирани со влијанието на нееекономските чинители во обезбедувањето на националните економски интереси.

Во таа смисла, постојат две активности во областа на економската дипломатија. Едната е насочена на примена на меѓународните обврски од страна на земјите кои таквата обврска ја имаат преземено (Klasan, 2011), а другата се однесува на меѓународната активност на земјите, заради воспоставување на правилата на конкуренција на интернационално ниво и нивна примена во меѓународното работење (Altras Penda, 2018).

Во рамките на стандардот за конкуренција кој се однесува на релација држава – меѓународна заедница, за економската дипломатија посебно значење имаат даноците како објект на економска дипломатија (Валтер и Сен, 2010). Како и во други сфери на економската дипломатија и овој нејзин аспект може да има политичка или економска платформа.

Од ова следува дека економската дипломатија е тесно поврзана со економската политика на една земја, па за нејзино успешно водење потребен е мултидисциплинарен пристап во кој секој ресурс е подеднакво важен. Економската дипломатија мора да има целосна поддршка и кооперативност од сите ресорни министерства во владата и останатите специјализирани агенции, бидејќи нејзиниот успех зависи од заедничките напори (Donna & Hocking, 2010).

1.4. Карактеристики на економската дипломатија

Синтетизирајќи ги клучните аспекти на економската дипломатија таа се карактеризира како прво со учесниците во економската дипломатија кои се поделени на три групи:

- ✧ Учесници во економска дипломатија од држава (извршна власт, законодавна власт, политички партии, регионални и локални власти, институции кои имаат улога на надзорни органи во државата)
- ✧ Недржавни учесници во економската дипломатија (интересни групи од сферата на бизнисот, економски асоцијации и организација на потрошувачи)
- ✧ Транснационални учесници во економската дипломатија (интернационален бизнис, меѓународни организации)

Втора важна карактеристика на економската дипломатија е повеќестепеноста. Англо-американската школа ги разликува следните степени на сложеност на економската дипломатија: билатерална економска дипломатија; регионална економска дипломатија; плурилатерална економска дипломатија и мултилатерална економска дипломатија (Penev, Udovič & Đukić, 2014).

За разлика од повеќестепеноста која е фокусирана на продуктивни односи помеѓу и заради учесниците, нивоата на економската дипломатија, се врзани, за организацискиот дизајн на економско-дипломатските активности. Од тука произлегува и дизајнирањето на организациската инфраструктура на економската дипломатија и ангажирање на човечките и финансиски ресурси во таа област (Мелисен, 2009). На комплексната природа на економската дипломатија придонесува и праксата на владите кои користат интеракција помеѓу различни нивоа на економско-дипломатско делување (Gensch, 1996).

Тоа всушност се одвива на следните начини:

- ✧ Државата може да делува преку различни нивоа на економска дипломатија, кои одговараат на одредени политички прашања
- ✧ Земјите може да користат различни нивоа во решавање на исто прашање. На пример, во преговорите помеѓу Европската Унија и Република Северна Македонија, Европската Унија преговара на билатерално ниво, а Република Северна Македонија на регионално
- ✧ Постоењето на различни нивоа на економска дипломатија значи дека владата и недржавните учесници на економската дипломатија настојуваат на тесна соработка, односно договорите постигнати на едно ниво (на пример, мултилатерално) може да влијаат на други нивоа на економската дипломатија (плурилатерални или билатерални)

Освен повеќестепеноста и нивоата, за сложеноста на економската дипломатија придонесува промената на влијанието на државата на економијата, за нови методи на делување на економската дипломатија и новата улога на претпријатијата во економската дипломатија.

1.5. Функција на економската дипломатија

Вештината на развојната политика на секоја држава во областа на економската соработка со светот се состои во тоа од таа соработка да има најголем ефект за создавање на општественото богатство и стандардот на населението.

Секоја држава има за цел да извезува производи кои може најдобро да се продадат, а се увезуваат производи за кои треба најмалку да се плати. Државата е клучен субјект на сите политички и економски односи во меѓународната заедница (Džogović & Džogović, 2018). Економските односи со друга земја се потреба на секоја држава, но интензитетот на таа потреба е различен (Plavšin, 2017).

Основна функција на државната администрација, механизмите на надворешно делување, дипломатски и конзуларни претставништа, надворешнотрговски органи, различни делегации, министри, претставници на влади и шефови на држави при престој во друга земја имаат функција на економски дипломати.

Со економската дипломатија се води и борба со конкурентите, се трага за важни економски информации, се воспоставуваат работи на нови пазари и се прошируваат старите се заради создавање профит за својата држава. Основни **функции на економската дипломатија** се:

- ✧ Создавање на најдобра позиција за својата држава во економската соработка со другите држави
- ✧ Влијание на зголемување на извозот на производи
- ✧ Контрола на прометот на капитал во рамките на вкупните развојни цели и економски настап на државата во друга земја
- ✧ Поврзување со компании, економски институции и државни органи кои се надлежни за секторот економија во земјата примател
- ✧ Системско следење на приликите на меѓународните пазари и анализа на економијата на другите држави
- ✧ Овозможување на настап на претпријатијата од својата држава на пазарот на други држави
- ✧ Учествување во билатералните и мултилатералните економски преговори

Економската дипломатија се заснова и на постојано преговарање кое вклучува интеракција и дијалог помеѓу две или повеќе страни, за да се најде решение со максимална корист за сите страни (Plevnik, & Mesić, 2011). Со преговарањето треба да се остварат заедничките интереси и се најде најдобро решение.

1.6.Циклуси на економската дипломатија

Да се каже дека на економската дипломатија и се придава малку внимание во студиите за меѓународни односи, секако, не значи тврдење дека тоа е нов феномен (Болевски, 2009). Како што е претходно наведено, економската дипломатија била алатка во надворешните односи многу пред воспоставување на институциите кои станале составен дел на надворешната политика и дипломатија која денес ја практикуваат државите.

Вниманието на владата за економската дипломатија има тенденција да биде циклусно, меѓутоа тоа се однесува на промената на моќта внатре во земјата како и во светскиот поредок. На национално ниво, новите влади обично покренуваат нови иницијативи во рана фаза, каде што комерцијалните и трговски димензии на економската дипломатија обично се истакнати во јасни и директни политики (Butijer, 2007).

Во касна фаза – поистакнати се политиката и стратешките прашања и при тоа потребно е да се внимава со генерализацијата, бидејќи домашната политика зависи од макроекономските услови и политичката култура. Ова наведува на глобалниот циклус на економската дипломатија, кој сугерира дека економската дипломатија станува значајна кога забрзувањето на глобализацијата е проследено со недостаток на договорни правила за однесување (Guy, 2009).

Три фактори се клучни за разбирање на начинот на кои креаторите на политиката ги третираат односите помеѓу економијата и сигурноста: меѓународна распределба на материјалните ресурси; меѓународно стратешко опкружување и положбата на доминантната светска сила во меѓународното економско натпреварување.

Baldwin (2020), во својата книга „*Economic Statecraft*“, според Okano-Heijmans (2011), утврдил дека економското умеење е дефинирано во смисла на средствата, додека алтернативните концепти се дефинирани на вистински или наменети ефекти од политиката или процесот со кој е направена политиката (стр.11).

Во трудот „*Conceptualizing Economic Diplomacy: The Crossroads of International Relations, Economics, IPE and Diplomatic Studies*“, објавен 2011 година во списанието „*The Hague Journal of Diplomacy*“, Okano-Heijmans се согласува дека економската дипломатија примарно се однесува на процесите и праксата, додека економската државност првенствено се однесува на структурата. Земјаки ги предвид ваквите наоди, претпоставките се дека државата е примарен актер на економската дипломатија. Ако се смета дека економската сигурност опфаќа економски просперитет и политичка стабилност на нацијата, следи дека економската дипломатија која ја спроведува владата вклучува низа инструменти кои се релативно повеќе од економски или политички карактер.

Со други зборови, економската дипломатија вклучува „*business end*“ – (просперитет) и „*power-play end*“ – (стабилност), а сите алатки на економската дипломатија може да се сместат помеѓу тие два екстремитети (слика 2). Во „*power-play end*“ се наоѓаат инструменти кои главно вклучуваат активности и преговори кои првенствено се со политички карактер.

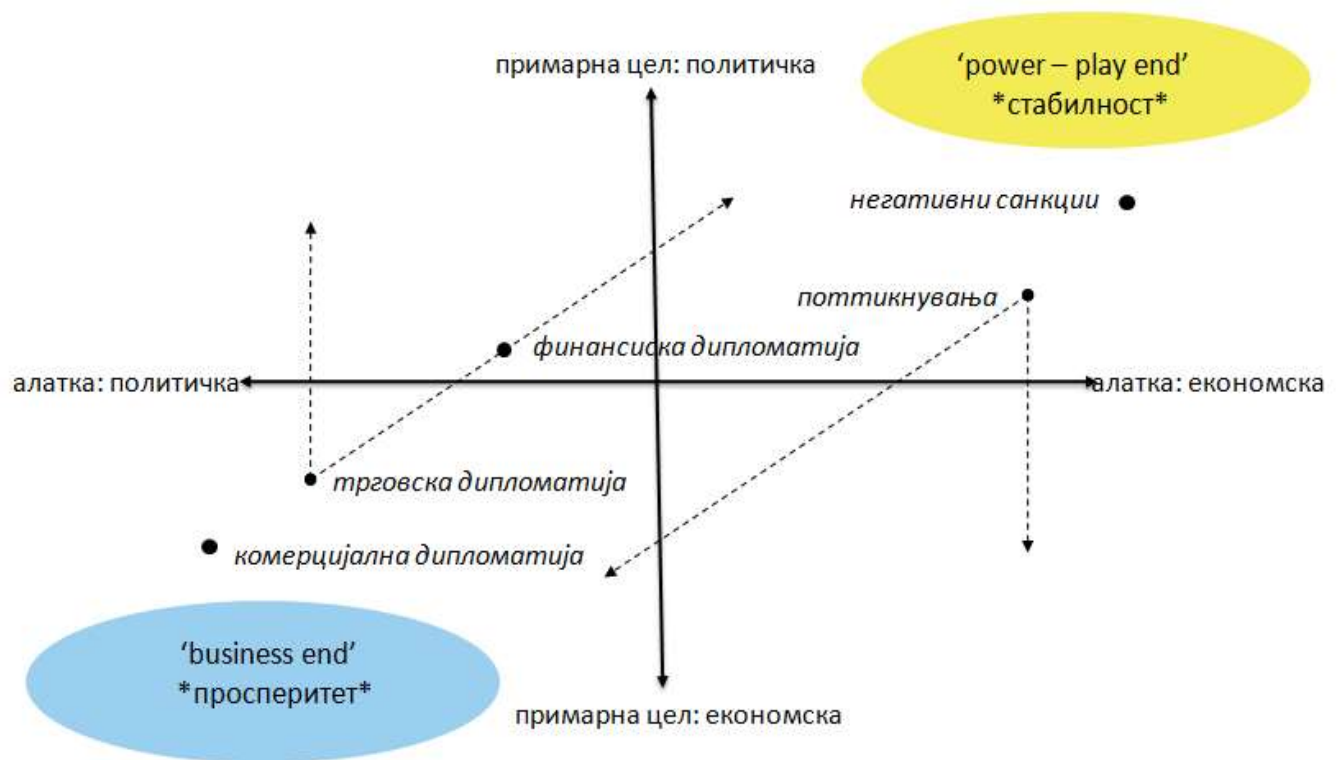
Главни покренувачи на овие активности се стратешките цели на владата и основните пресметки на трошоците и бенефициите кои ја следат политичката логика. Активностите примарно имаат за цел да придонесат стабилност на меѓународното опкружување и често се наречени економска државност (Elgadi & Hammuda, 2017).

На „деловната страна“ на економската дипломатија се наоѓаат кооперативните напори на владата и организациите кои имаат за цел постигнување на комерцијални цели за унапредување на националните интереси, вклучително промоција на трговијата и инвестициите (комерцијална дипломатија).

Помеѓу овие цели се наоѓаат активности кои може да бидат повеќе или помалку економски или политички, како што е економска и развојна помош, билатерални и мултиратерални преговори за трговски договори (трговска дипломатија) како и финансиска и монетарна политика /преговори (финансиска дипломатија).

Треба да се нагласи дека разликата помеѓу различните насоки е флуидна и дека деловите може да се поклопуваат – што имплицира дека економската дипломатија не е линеарна, туку повеќе е деловна врска. Секој дел на економската дипломатија вклучува широка палета на активности и затоа земјите се успешни во економската дипломатија ако го зголемат бројот на активности, осмислат нови начини на водење на економската дипломатија или ги прекинат активностите кои се покажале неуспешни (Ли, Мелисен и Шарп, 2009).

Повеќето активности на економската дипломатија формираат меѓузависен систем или деловни активности кои се поврзани со врски кои настануваат кога начинот на кој една активност го изведува влијае на трошоците или ефикасноста на другите активности (Леонард, Стив и Сметинг, 2009). Од тука следи дека врските создаваат компромиси во извршувањето на различни активности кои мора да бидат оптимизирани.



Слика 2. Правци на економската дипломатија

Извор: „Conceptualizing Economic Diplomacy: The Crossroads of International Relations, Economics, IPE and Diplomatic Studies“, Maaike Okano-Heijmans

За да биде успешна во економската дипломатија, секоја влада мора да ги реши таквите компромиси во согласност со рамнотежата на националните интереси и својата надворешно економска стратегија (Кругман и Обстфелд, 2009). Затоа од исклучителна важност е внимателно управување со врските и континуирано истражување на постоечките и потенцијални активности на економската дипломатија.

1.7. Улога и цели на економската дипломатија

Економската дипломатија има исклучително важна улога во меѓународните економски односи. Целите на економската дипломатија, како техника, се да ги зајакне и прошири економските односи меѓу државата, другите држави и меѓународните институции, за да даде корисни резултати во областите што ја опфаќаат економската соработка, туризмот и инвестициите (Mushelenga, 2015).

Таа е од одлучувачко значење за привлекување странски инвестиции, но и успешно инвестирање во друга земја. Некои од субјективните мотиви за меѓународно работење се постоење на силна конкуренција на домашниот пазар, и поради страв од губење на пазарот се инвестира во подрачја кои се атрактивни и привлечни (Хил, 2010a). Мотив за инвестирање во друга земја може да биде и повик од официјалните лица на други држави, па на тој начин се обезбедува можност за политичко влијание на една држава во друга држава во која се реализира инвестицијат (Mlinarić, Perić & Matejaš, 2019). Вештината на развојната политика на секоја земја во доменот на економската соработка со светот се состои во тоа од таа соработка да се има најголем ефект на создавање на општествените богатства и стандарди на населението.

Платниот биланс кој е од исклучително значење за државата зависи од успешноста на економската дипломатија на една земја. Ако државата со својата вкупна економска сила е способна повеќе да извезува отколку што увезува, тогаш нејзиниот биланс на плаќање е позитивен, а ако повеќе увезува отколку што извезува, тогаш создава дефицит па нејзиниот платен биланс е негативен (Кејвс, Франкел и Тус Џоунс, 2011). Меѓутоа, ако е еднаков и увозот и извозот, нејзиниот платен биланс е во рамнотежа. За извозна експанзија на државата потребно е многу знаење, стратегија и квалитетни производи, поволни цени, како и кратки рокови на испорка (Кировска, 2010).

Државите потпишуваат договори за економска соработка кои ја одредуваат трајната ориентација на државата во меѓусебните економски односи. Државите воспоставуваат мешовити комитети и други стручни тела и органи на кои посебно се разгледува воспоставување на рамнотежа во економската размена и можности за проширување на постоечката соработка. Економските токови кои се под влијание на разни надворешни и домашни фактори во ваквите разговори се посилни од политичките насочувања.

2. Економската дипломатија во фокус на СДИ и промоција на инвестицијата

Од земјата која бара странски директни инвестиции (СДИ), се очекува да се промовира на инвестициски или други бизнис конференции, за да се претстави во најдобро светло (Котлер, 2009). Постои бројна литература која покажува како економската дипломатија ги намалува бариерите и договара инвестициски вложувања на различни нивоа, и не само што ефектите на економска дипломатија на прилив на инвестиции се позитивни, туку евидентно е дека доаѓа до подобрување на сликата за земјата преку економската дипломатија.

Една од главните пораки на книгата „*Diplomatija, savremena & ekonomska*“, на авторот David Ѓ. Dašić, според Ferjan (2015), е што економските категории, како што се пазар, профит, директни странски инвестиции, одржлив економски раст, состојба во платниот биланс, стабилност на цените и домашната валута, се во средиштето на современата дипломатија, што генерално, е економска политика.

Едноставно, улогата на економската дипломатија е да ја направи земјата повеќе атрактивна дестинација за вложување и привлекување на СДИ, па е непотребно да се каже дека постои врска помеѓу економската дипломатија и СДИ (Беј, 2009). Значи, за да се зголеми приливот на СДИ основа претставуваат инструментите на економската дипломатија, меѓу кои се најважни: склучување на билатерални договори, договарање на спогодби за избегнување на двојно оданочување и договор за слободна трговија.

Покрај тоа, градењето на доверба кај странските инвеститори преку лобирање и редовна размена на посети на високо и комерцијални ниво е од клучна важност.

На табела 1 се прикажани некои од клучните одредници на земјата домаќин која привлекува странски директни инвестиции.

Табела 1. Некои од клучните одредници на земјата домаќин која привлекува СДИ

Економски услови	Пазар	Големина; висина на приход; стабилност и изглед за раст; пристап на регионални пазари; дистрибуција и побарувачка
	Ресурси	Природни ресурси, локација
	Конкурентност	Достапност на работната сила, трошоци, вештини и обуки; менаџерски технички вештини; технолошка поддршка
Политиката на земјата домаќин	Макро политика	Управување со клучните макро варијабли;
	Приватен сектор	Промоција на приватна сопственост; јасна и стабилна политика; ефикасни финансиски пазари;
	Трговија и индустрија	Трговска стратегија; регионална интеграција и пристап на пазарите; политика на конкуренција; поддршка за малите и средни претпријатија
	Политика за странски директни инвестиции	Едноставност во влегувањето; поттикнување; транспарентна и стабилна политика
Стратегија на мултинационалните компании	Перцепција на ризик	Перцепција на ризик за земјата темелена на политички фактори, макро управување, пазар на труд, стабилност на политиката
	Локација, снабдување, интеграција	Стратегија на компанијата за локацијата, снабдување со производи/инпути

Извор: Ekonomska diplomatija & privlačenje SDI, Ferjan, I.

Значи, сите земји, без разлика дали се богати или сиромашни, настојуваат да привлечат инвестиции за да допринесат кон економскиот раст (Saner & Yiu, 2006).

2.1.Гледиште на економистите за економската дипломатија

Економскиот пристап кон економската дипломатија се заснова на разбирање на националните интереси дефинирани во економските термини, и истиот се занимава со сите начини на кои владите намерно и директно интервенираат на пазарот (Кацнер, 2010).

Во ваквиот случај фокусот е на економската дипломатија како алатка за зголемување на економскиот просперитет, а главното прашање е дали одредена алатка на економската дипломатија е исплатлива во смисла да има ефект на зголемување на благостостојбата (Babić, 2021).

Во поново време, влијанието на политиката врз меѓународната трговија е прифатено во економијата. Многу студии ја имаат нагласено релевантноста на политичките или дипломатските односи во олеснувањето на трговијата (Petrović, 2009). Тие тврдат дека дипломатските односи меѓу земјите во форма на државни посети, отворање трговски мисии, конзулати и амбасади се значајни детерминанти на билатералната трговија меѓу земјите (Kwaku Afesorgbor, 2016).

Економската дипломатија на примарната економска сфера е поделена во три категории. Првата категорија се однесува на ефектите на специфичните активности на економската дипломатија на меѓународната трговија. Таквата анализа користи економски и економетриски модел – често гравитациски модел на трговија, но во функција на социјалната добросостојба, се користи билатерален трговски модел.

Втора категорија на истражувања за економската дипломатија од економска перспектива користи макроекономски проучувања и проучувања на микроподатоците за економска интерпретација на повеќето концептуални прашања, како што е односот помеѓу трговијата и конфликтот или соработка и општи аспекти на трговската неизвесност.

Третата категорија на истражувања, кои малку се разликуваат од претходните два, се занимава со економската дипломатија од перспектива на деловните или бизнис проучувања, односно со сложеното политичко опкружување во кое работат меѓународните компании од нивно гледиште.

Таквите истражувања се занимаваат, на пример, со ефикасноста на таканаречениот „менаџмент на бизнис дипломатијата“, стручноста на производствените компании врзани со извоз и јазот помеѓу владините напори за промоција на извозот и потребите на приватниот сектор.

III. ЕКОНОМСКА ДИПЛОМАТИЈА ПОМЕЃУ РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА И РЕПУБЛИКА ТУРКИЈЕ

1. Економската дипломатија на Република Северна Македонија

Анализата на состојбите со економската дипломатија на Република Северна Македонија, неодминливо ги наметнува прашањата:

[1] Каква економска дипломатија и е потребна на Република Северна Македонија?

[2] Можно ли е нејзино редефинирање?

[3] Кои мерки се потребни за создавање на економска дипломатија на мала држава?

Наједноставниот реторички одговор би бил модерна и ефикасна економска дипломатија, способна да ја спроведе надворешната и економската политика на државата.



Слика 3. Република Северна Македонија

Кога станува збор за економската дипломатија на Република Северна Македонија, Марковски (2017), има истакнато дека во случајот со Република Северна Македонија не може да се зборува за конкретен модел. Сегашната состојба упатува дека има елементи од *Делумно унифициран модел* и од *Моделот на натпреварување*.

Во статијата под наслов „*Нов концепт на економска дипломатија во поддршка на македонската економија*“, Псалтиров (2021), економски советник за Полска, Чешка, Словачка и Унгарија, смета дека новиот концепт на економска дипломатија со испраќање економски советници во внимателно избрани земји, ќе даде нова димензија во сегментот на соодветно и стручно покривање на економските аспекти од дипломатското претставување на Република Северна Македонија во странство. Македонската економија, а со тоа и главните носители на економскиот живот, а тоа се компаниите, несомнено заслужуваат да бидат поддржани во освојувањето на нови пазари, и во креирањето услови за стабилност во водењето бизнис и создавање нови инвестиции.

Економската дипломатија е само еден, но исклучително важен сегмент во поддршка на економскиот развој, кој што во корелација со другите домашни економски политики треба да допринесе Република Северна Македонија да го достигне европскиот стандард на живеење, кон кој се стремиме во изминатите години, од независноста до денес (Masalkovski & Milenkovski, 2019).

Обезбедувањето на економски напредок на земјата е еден од врвните приоритети на Владата на Република Северна Македонија, посебно ако се има во предвид дека за време на глобалната пандемија, економските активности на компаниите генерално беа забавени. Ова ја наметна потребата од дополнителна поддршка на македонската економија од страна на владините институции во насока на натамошен развој и засилена улога на економската дипломатија, зошто таа е важен составен дел на надворешната политика на секоја земја, чија цел е создавање услови за ефективна имплементација на економските интереси на земјата во странство во контекст на поголема интерконеција на националната со светската економија (Efremov, 2005).

Во тој контекст, кон крајот на 2020 година, Владата го има усвоено концептот за реорганизација на економската дипломатија, задолжувајќи го Министерството за надворешни работи (МНР), заедно со мрежата на Дипломатско-конзуларните претставништва (ДКП), да даде нова димензија на економската дипломатија.

Оттука, Министерството за надворешни работи стана носител на активностите за спроведување на овој владин приоритет и тоа со себе повлече воспоставување на низа механизми за координација на вкупниот институционален потенцијал во функција на валоризација и промоција на македонските економски интереси во странство.

Праксата и во други земји покажува дека моделот со МНР како координатор на економската промоција во странство се покажал како најсоодветен, конзистентен и успешен (Мојсовска, 2020). Предноста на МНР, е што има континуиран и сеопфатен увид во билатералните односи и соработката со една земја во целост. Ова не се должи само на распространетата мрежа на ДКП-а и Почесните конзули во странство, тука е вклучена и активната соработка со дијаспората, како и фактот што МНР, на дневна основа соработува со сите релевантни чинители во земјата во поглед на економските прашања, а во насока на заштита на македонските интереси во странство, вклучително и на економските.

Оценката дека не е можно со унифициран пристап да се освојуваат различни пазари ги има поставено основите на новиот концепт, кој што се базира на таканаречен „*Tailor-made approach*“, со што македонската понуда треба да отскокне од другите понуди и да го привлече вниманието на земјите кои се првично таргетирани за реализирање на главните цели на економската дипломатија, а тоа се:

- ✧ Активности кои придонесуваат за зајакнување на земјата како доверлив бизнис-партнер и дестинација
- ✧ Претставување на Република Северна Македонија како привлечна дестинација за странски инвестиции преку промоција на предностите на водење бизнис
- ✧ Активности за поттикнување на извозот на македонски производи
- ✧ Активности за промовирање на Република Северна Македонија како атрактивна туристичка дестинација со цел зголемување на бројот на туристите
- ✧ Активности во делот на инфраструктурното и енергетско поврзување на земјата на регионално и глобално ниво

Денес економската промоција практично претставува клуч за вкупната промоција на секоја земја.

Иако економската промоција може да се врши на повеќе начини, многу земји меѓу кои и Република Северна Македонија тоа го извршуваат по пат на дипломатија. Инвеститорите ги привлекува „искрената приказна за успех“ на други странски инвеститори. Заштитата и спроведувањето на интересите на македонската економија и развојот на економските односи меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије е составен дел од активностите на Министерството за надворешни работи, Министерството на економија и Стопанската комора на Република Северна Македонија, Агенцијата за странски инвестиции и промоција на извозот на Република Северна Македонија. Тие се најважните актери на актуелниот модел на економска дипломатија на Република Северна Македонија.

Министерството за надворешни работи на Република Северна Македонија континуирано работи на исполнување на највисоките приоритети во надворешната политика на државата. Се вложуваат напори за промоција на македонските економски интереси за привлекување странски инвестиции во земјата, во согласност со стремежите на Владата на Република Северна Македонија.

За таа цел, се превземаат активности за зајакнување на позицијата на Република Северна Македонија во меѓународната заедница преку развивање на билатералните односи, добрососедските односи, регионалната соработка и соработката во мултилатералните организации.

Министерството за економија на Република Северна Македонија⁴ има задача да ги реализира вертикалните и хоризонталните програми со мерки и активности кои се во функција на остварување на стратешките приоритети на Владата на Република Северна Македонија и приоритетите и целите на Министерството за економија: подобрување на деловната клима и зголемување на конкурентноста преку поддршка и развој на мали и средни претпријатија, развој и подобрување на конкурентноста на македонската индустрија и инвестициската политика, поддршка и развој на турзимот и угостителството; креирање на ефективна трговска политика преку создавање на поволна деловна клима со политики на соработка со бизнис-секторот, зголемена ефикасност и транспарентност на институциите и целосно почитување на правната држава, јакнење на позицијата на Република Северна Македонија во меѓународната заедница и унапредување на односите и јакнење на соработката на-

⁴ <https://economy.gov.mk/mk-MK/news/godisen-plan-za-rabota-bo-2023-godina.nsp>

билатерален, регионален и мултилатерален план, олеснување на пристапот на меѓународните пазари на стоки и услуги преку склучување на Договори за слободна трговија и договори за трговска и економска соработка, либерализација на трговијата со стоки и услуги и идентификување и намалување на бариерите во трговијата во рамките на склучените договори.

Стопанската комора на Република Северна Македонија⁵ како застапници на интересите и гласот на бизнис –секторот, се институции со долга историја и претставуваат значаен економски фактор во секоја држава без разлика на видот на системот на уредување на комората. Несомнен е нејзиниот придонес во вкупниот стопански подем и во профилирањето на економскиот амбиент. Значењето на стопанските комори е зголемено и станува мерка за степенот на развиеност на пазарната економија во едно општество. Нивна задача е да го промовираат развојот преку поддршка на бизнисот и тие се огледало на националните економски субјекти.

Агенцијата за странски инвестиции и промоција на извозот на Република Северна Македонија⁶ е основана заради обезбедување на зголемен прилив на странски директни инвестиции и промоција на извозот со што се поттикнува економскиот раст и развој во Република Северна Македонија. Нејзината улога е следна:

- ✧ развивање, ажурирање и имплементирање на најдобрите практики на стратегии за промоција на инвестициите за привлекување странски директни инвестиции и промоција на извозот и обезбедување услуги на инвеститорите и извозниците;
- ✧ развивање и имплементација на иновативни и поактивни промотивни настапи на целните пазари;
- ✧ развивање на неопходните вештини за ефективно развивање и имплементирање на стратегијата за промоција на инвестиции и извоз за исполнување и надминување на очекувањата на странскиот инвеститор со диференцирање на Република Северна Македонија од други конкурентни земји преку давање на високо професионални услуги на инвеститорите,

⁵ <https://www.mchamber.mk/Default.aspx?mId=31&lng=1>

⁶ <https://akademik.mk/servisni-informacii/agentsija-za-stranski-investitsii-i-promotsija-na-izvozot-na-rm-3/>

во процесот на прединвестирање, инвестирање и реинвестирање и високо професионални услуги во врска со промоција на извозот;

- ✧ вградување на стратегија за идентификување, во рамките на стратегијата за инвестициона и извозна промоција, на оние сектори кои претставуваат најдобри перспективи за максимизирање на нето економската добивка за Република Северна Македонија;
- ✧ дефинирање и поткрепување на клучните маркетинг пораки насочени кон подобрување на имиџот на Република Северна Македонија како локација атрактивна за инвестирање и генерирање на инвестициони можности;
- ✧ професионално презентирање на секторски специфичните и оперативните добивки кои Република Северна Македонија ги нуди на инвеститорите и извозниците, во електронски и печатени медиуми;
- ✧ воспоставување ефективно партнерство меѓу јавниот и приватниот сектор за екстензивна промоција на Република Северна Македонија и развивање на база на податоци за целните компании и системи за следење за да се помогне идентификувањето и осигурувањето на инвестирањето;
- ✧ развивање и имплементација на акционен план за целосно искористување на Интернет и информатичка технологија како средства за маркетинг и истражување;
- ✧ промовирање на регионите на Република Северна Македонија и искористување на секоја можност за поттикнување на странските инвеститори да користат производи и услуги од македонските претпријатија;
- ✧ вршење анализа на условите за инвестирање и извоз и предлагање на измени на законската регулатива во насока на подобрување на климата за инвестирање и извоз;
- ✧ испитување и поттикнување развојни иницијативи како што се стимулирање на порастот на “Greenfield” инвестиции и технолошки индустриски развојни зони, заради зголемување на конкурентноста на Република Северна Македонија како локација за инвестирање;

- ✧ склучување договор во име на Владата на Република Северна Македонија, како давател на државна помош, во кој е определена државната помош која се доделува на корисникот на зоната, согласно со Законот за технолошко индустриска развојна зона, за кој договор Владата на Република Северна Македонија дава претходна согласност;
- ✧ доставување информација за доделената државна помош во технолошко индустриски развојни зони, во согласност со Законот за технолошко индустриски развојни зони до Дирекцијата за технолошко индустриски развојни зони;
- ✧ давање информативни услуги на извозниците од Република Северна Македонија во врска со надворешната трговија, извозните процедури, царини, даноци и законска регулатива, како и асистенција во обезбедување на сите административни лиценци и дозволи;
- ✧ обезбедување информации за пристап до меѓународни пазари заради олеснување на извозниците во изнаоѓање на странски деловни партнери;
- ✧ вршење на активности за промоција на извозот во земјата и странство и поврзување на македонските извозници со странските купувачи;
- ✧ давање информативни услуги на странски компании за извозните потенцијали во Република Северна Македонија;
- ✧ организирање, учество и поддршка на меѓународни саемски манифестации, семинари и деловни настани за македонските извозници;
- ✧ вршење на маркетинг истражувања за пристап на странски пазари, како и истражувања фокусирани на одредени сектори и пазари на држави и региони;
- ✧ подготвување, промовирање и презентирање на извозните потенцијали на Република Северна Македонија во странство и логистичка поддршка на трговски мисии и делегации во земјата и странство;
- ✧ обезбедување размена на информации меѓу амбасадите, дипломатско-конзуларните претставништва на Република Северна Македонија и деловни субјекти, за испитување на пазарот и законодавството;

- ✧ презентирање на можностите на туристичките потенцијали на Република Северна Македонија во странство заради поттикнување инвестиции во туризмот.

2. Економска дипломатија на Република Туркије

Моменталната популација во Република Туркије е 85.890,247 врз основа на *Worldometer* елаборацијата на податоците на Обединетите Нации и има местоположба која се наоѓа на три континенти: Европа, Азија и Африка (слика 4).



Слика 4. Република Туркије

извор: <https://www.orangesmile.com/travelguide/turkey/country-maps-cities.htm>

Во јуни 2022 година, официјално турската влада и претседателот Реџеп Таип Ердоган побарале меѓународно признаеното име „Turkey“ да биде сменето во „Turkiye“ како што се пишува и изговара на турски јазик. Називот **Türkiye**, „ги претставува и изразува културата, цивилизацијата и вредностите на турската нација на најдобар можен начин“. Овој термин првично бил употребен во 14 век, кога латинскиот термин „Turchia/Turquia“ означувал „земја на Турците“.

Наоѓајќи се во област каде што се соединуваат три континенти, геополитичката положба на Туркије ги има следните карактеристики:

1. Од 24 јануари 1980 година, Република Туркије води отворена и либерална политика, а на меѓународните пазари станува многу важен фактор;
2. Република Туркије е познат и привлечен пазар за соседните држави, а турските деловни луѓи интензивно инвестираат во Средна Азија и на Балканот.
3. Република Туркије е земја што ја иницира и ја форсира црноморската економска соработка;
4. Република Туркије поседува добар дел од светските нафтени резерви. Исто така, со својата стратегиска местоположба, нафтата од Средниот Исток ја доближува до останатиот дел на светот;
5. Од 1 јануари 1996 година, Република Туркије и Европската Унија се во царинска унија;
6. Република Туркије е членка на Постојаниот комитет на Организацијата на исламската конференција за стопанска и трговска соработка (ISEDAK);
7. Република Туркије економски соработува со земјите од ОЕЦД и ЕФТА, а најголема економска соработка има со Европската унија;
8. Република Туркије е членка на групата Г-20, формирана од Меѓународниот монетарен фонд (ММФ), во која има претставници од групата на 7те најразвиени земји, од Европската унија и од Светска банка;

Република Туркије посветува големо внимание на развојот на регионалната интеграција и на стопанската, политичката и културната соработка како со соседните така и со другите земји, бидејќи претставува фактор за стабилност (Imai, 2022). Основните постулати на новите економски процеси се насочени кон намалување на невработеноста, со новата технологија да се зголеми индустриското производство (Jusufi & Ukaј, 2021), да се зголеми и бруто домашниот производ, да се трасира патот на стоковната размена во светската економија, истовремено да се иницира зголемување на конкуренцијата (Vračić, 2016).

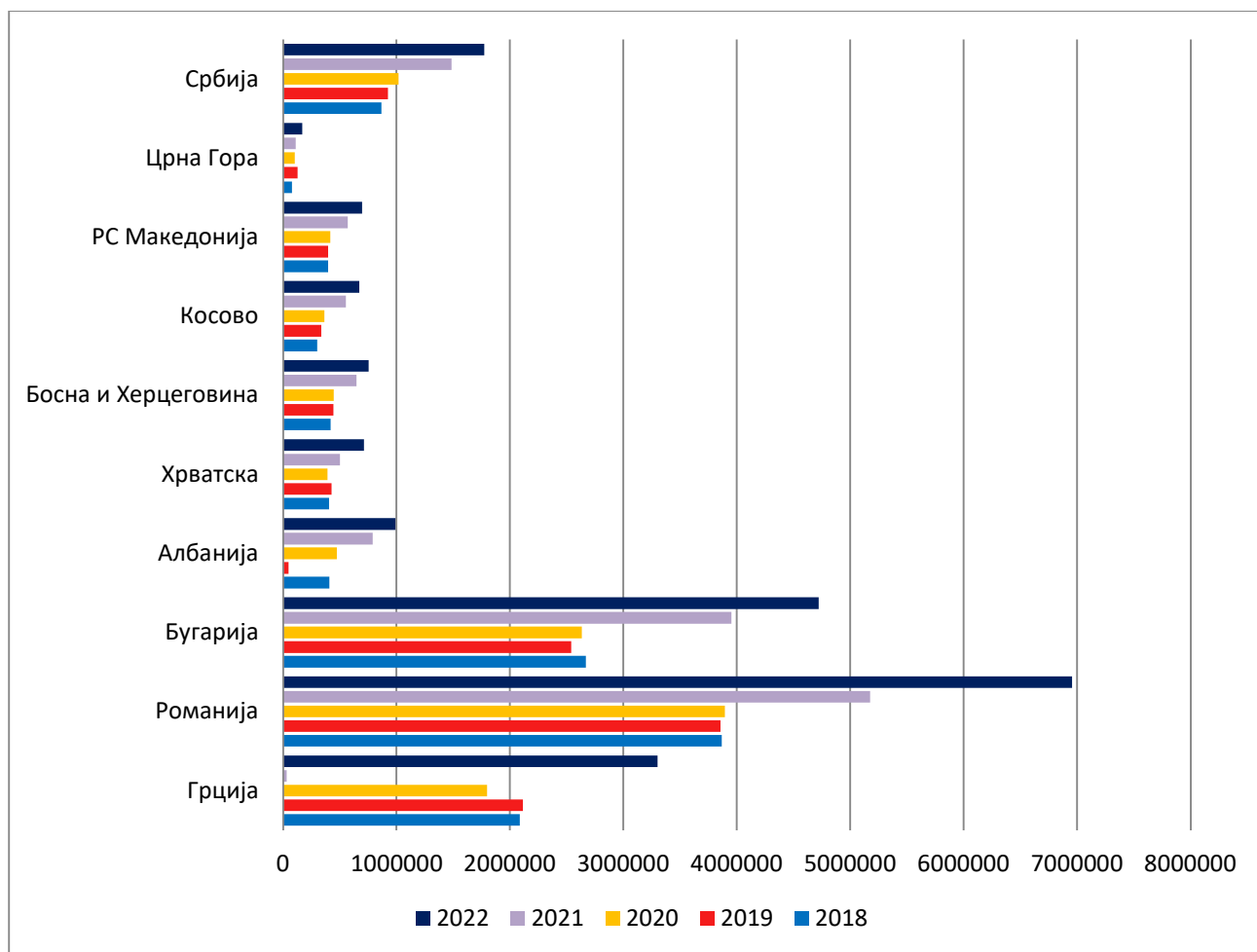
Кога ќе се анализира економската соработка на Република Туркије со балканските земји ќе се забележи зголемена стоковна размена. „Зголемувањето на можностите на балканските земји, зголемувањето на соработката и проширувањето на стоковната размена на Република Туркије со балканските земји“ е насловот на проектот со кој Република Туркије се стреми да ги зголеми можностите и конкурентноста во трговијата со балканските земји.

Според Турскиот статистички Институт (TurkStat), табела 2 го прикажува извозот на Туркије во Балканскиот регион помеѓу 2018 и 2022 година.

Табела 2. Извоз на Република Туркије од Балканските земји, 2018-2022 [илјада долари]

Извоз од:	2018	2019	2020	2021	2022
Грција	2.086.693	2.115.195	1.799.836	3.118.900	3.302.704
Романија	3.867.040	3.857.234	3.893.981	5.175.021	6.954.850
Бугарија	2.669.699	2.541.319	2.634.444	3.953.436	4.721.708
Албанија	408.706	471.940	475.338	790.149	990.640
Хрватска	404.614	428.663	390.489	500.900	712.591
БиХ	420.139	443.988	446.461	646.547	755.592
Косово	300.801	337.251	364.201	553.722	672.487
РС Македонија	396.801	398.642	415.894	570.387	698.151
Црна Гора	79.234	127.554	103.052	111.109	168.864
Србија	867.617	925.975	1.018.011	1.484.954	1.775.048

извор: <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Foreign-Trade-104#>



Графикон 1. Извоз на Република Туркије од Балканските земји, 2018-2022 година

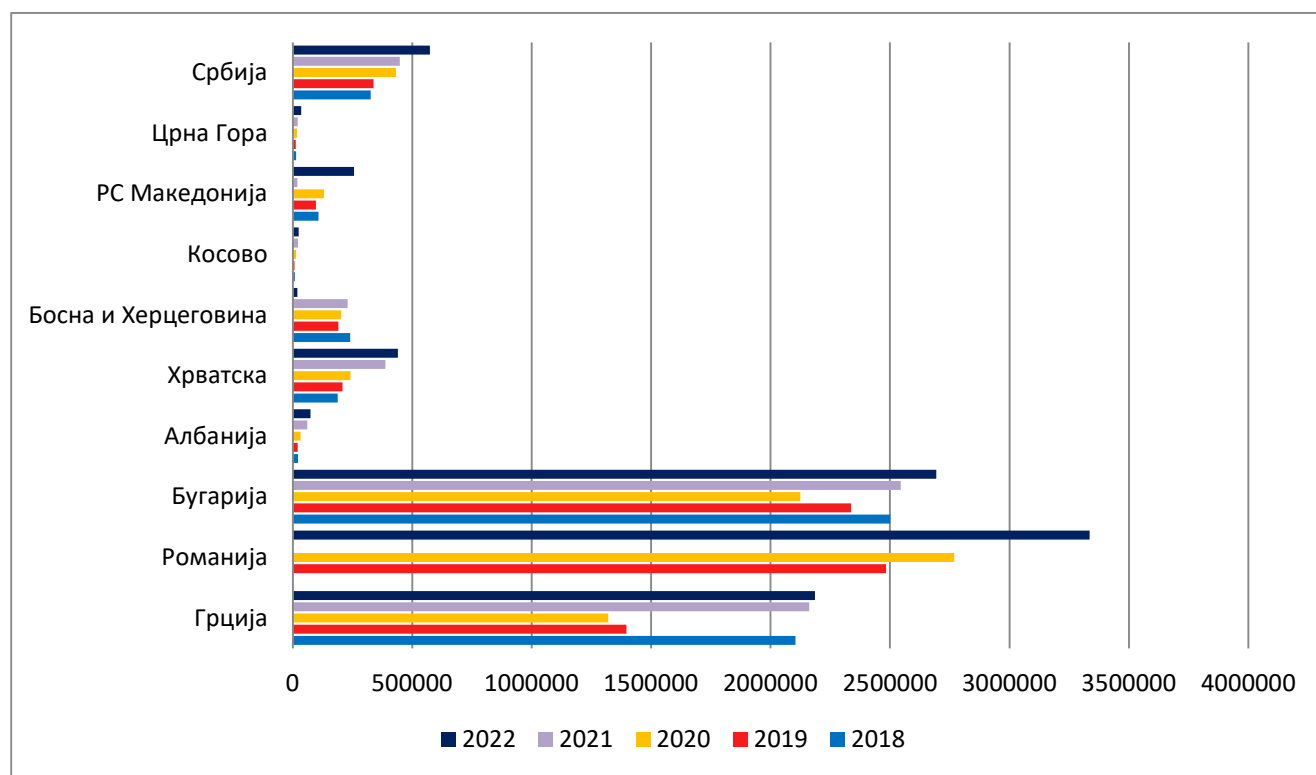
Од графикон 1, може да се забележи е дека и во овој временски интервал главните извозни одредишта на Република Туркије во регионот остануваат Романија, Бугарија и Грција. Извозот на Република Туркије во 2022 година во Романија изнесувал 6,9 милиони долари, во споредба со 2018 година кога изнесувал 3,8 милиони долари.

На табела 3 е прикажн увозот на Република Туркије во Балканските земји за период од 2018 до 2022 година.

Табела 3. Увоз на Република Туркије во Балканските земји, 2018-2022 [илјада долари]

Увоз од:	2018	2019	2020	2021	2022
Грција	2.104.900	1.396.975	1.320.976	2.162.133	2.186.643
Романија	2.447.471	2.483.071	2.769.253	3.434.434	3.335.643
Бугарија	2.501.393	2.337.792	2.124.162	2.545.472	2.693.340
Албанија	22.163	20.988	33.589	60.788	74.716
Хрватска	188.722	208.791	241.349	388.474	439.783
БиХ	241.221	191.269	203.069	229.421	189.420
Косово	9.388	7.754	13.596	22.279	24.420
РС Македонија	107.930	97.680	130.733	201.540	256.256
Црна Гора	14.217	12.850	18.020	21.208	35.039
Србија	326.296	337.862	432.305	448.720	573.647

извор: <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Foreign-Trade-104#>



Графикон 2. Увоз на Република Туркије во Балканските земји, 2018-2022 година

Од графикон 2, може да се види дека увозот од Романија е во експоненцијален раст. Имено во 2018 година увозот изнесувал 2,4 милјарди долари, а веќе во 2022 година изнесувал 3,3, милиони долари. Податоците исто така покажуваат дека увозот од Бугарија се има зголемено во текот на тој период, и ако во 2018 година изнесувал 2,5 милиони долари, веќе во 2022 година неговата вредност е 2,6 милиони долари.

Показателите за Грција покажуваат дека таа е трета земја од која Република Туркије увезува и има постојана вредност.⁷ Ако во 2018 година, увозот на Република Туркије бил 2,1 милиони долари, со мало опаѓање во 2019 и 2020 година, тогаш во 2022 година ситуацијата во однос на вредноста не е променета.

Формалната економска дипломатија ја спроведува Министерството за надворешни работи како главен актер во Република Туркије. Министерството за трговија (MOT) има одреден ефект врз економската дипломатија на Република Туркије и е главниот носител на одлуките за надворешно-трговските политики и регулативи. Одговорноста на MOT не е само да одлучува за ререгулација и политики, туку и да врши билатерални и меѓународни економски односи во контекст на трговијата (Mitrovic, 2014).

Министерството за трезор и финансии (MOTF), е уште една владина институција која има значајна улога во однос на економските политики на земјата. Министерството ги обликува преговорите за странски капитални инвестиции и заеми и има право да преговара со меѓународните монетарни организации како што е ММФ и со меѓународни финансиски организации како што се Светската банка, Исламската банка за развој и Азиската банка за развој.

Турската агенција за соработка и координација (Turkish Cooperation and Coordination Agency, TİKA) е уште една владина организација која игра клучна улога во споделувањето на развојното искуство на Република Туркије со други земји, а со тоа ги зајакнува билатералните односи околу културата и креативната економија под принципите на соработка и партнерство.

⁷ <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Foreign-Trade-104#>

Одборот за надворешни економски односи на Република Туркије (DEİK), е основан од страна на Тургут Озал во 1986 година. Негова одговорност е да врши координацијата на надворешната економска политика на турскиот приватен сектор. Во овој одбор вклучени се престевници на водечки организации во турската економија како што се: The Union of Chambers and Commodity Exchanges of Türkiye (TOBB), TİM (The Turkish Exporters' Assembly), MÜSİAD (The Independent Industrialists' and Businessmen's Association), YASED (The International Investors Association), and İKV (The Economic Development Foundation).

Сите горенаведени организации имаат посебно влијание врз турската економија и процесите на донесување одлуки. Покрај овие владини институции кои ги претставуваат и спроведуваат турските економски политики во други земји, постои и невладината организација наречена Турска асоцијација за индустрија и бизнис (Turkish Industry and Business Association, TUSIAD), основана во 1971 година од најголемите претставници на турскиот приватен сектор. TUSIAD, со своите 4500 компании-членки и со 85% удел во вкупната надворешна трговија на Република Туркије, игра важна улога во меѓународниот бизнис во рамките на турската економска дипломатија (Özçobanlar, 2022).

2.1. Ниво на билатерални економски односи

Во денешниот свет, бизнисите во различни земји се повеќе се поврзуваат меѓу себе преку мрежата на трговски односи што наведува да бидат поставени две клучни прашања (Јагер и Јепма, 2005):

- ✧ Зошто се случува меѓународната трговија?
- ✧ Кој добива или кој губи од оваа трговија?

Во минатото, традиционалните теории за трговијата се обидуваа да одговорат на овие прашања:

- ✧ Зошто земјите тргуваат една со друга
- ✧ Кои групи во општеството добиваат или губат од меѓународната трговија
- ✧ Како може да се објаснат, како регионалниот модел, така и составот на трговските токови

Овие теории се основа на сите теории за трговијата и произлегуваат од идејата дека факторите поврзани со локацијата ги определуваат меѓународните конкурентски односи и моделот по кој се одвиваат трговските текови (Gürzel, 2014). Во факторите поврзани со локацијата спаѓаат:

- ✧ Нивото на технолошка развиеност на една земја
- ✧ Распожливоста на факторите на производство
- ✧ Структурата на домашната побарувачка и
- ✧ Стандардите, вредностите и културата на конкретната земја

Во трудот *„Предизвиците на глобалната економија за мултилатерална дипломатија“*, објавен во 2009 година во книгата *„Мултилатерална дипломатија и Обединетите нации денес“*, авторот Џејмс П. Малдун, има истакнато дека трговците биле меѓу првите дипломати и дека „лидерите во приватниот сектор се и остануваат да бидат суштински учесници во економските и во јавните политички арени“ (стр.25).

Глобализацијата му дава на бизнисот поистакната улога во меѓународните економски односи, па врз таа основа според мислењето на Џереми Тејлор (Jeremy Taylor), глобализацијата на економијата, деловните претпријатија и финансиските пазари, односно берзите, предизвикува конвергенција на интересите помеѓу владата, бизнисот и граѓанското општество во многу делови во светот, а во пораст се нови и еволутивни форми на партнерство. При тоа, овој тренд го продлабочува учеството на бизнис-заедницата во процесот на меѓународните економски односи, особено како што владите се повеќе и повеќе се потпираат на пазарите за да ја регулираат глобалната економија и очекуваат од приватниот сектор да ги зајакне економските односи помеѓу земјите.

Економската дипломатија има релативно голема важност за малите земји отколку за големите држави, пред се затоа што тие мора да бидат поинтензивно интегрирани во глобалната економија, а нивните компании многу повеќе интернационализирани (Arystankulova, 2018).

Специфичноста на малите земји е што денес тие при продор на глобалните пазари, се соочуваат со поширокото значење на економијата, меѓународното уредување на економските односи, и либерализација на меѓународната трговија (Salikić & Mehić, 2020).

Меѓутоа, препреките како консолидација и олигополизација на глобалните пазари, повеќе правила во СТО и други меѓународни организации ја ограничуваат нивната стратегија и политики (Beldiman, 2016). Функцијата на економската дипломатија за малите држави е различна од аспект дека дипломатите на малите земји мора многу повеќе да се занимаваат со „микро“ економска дипломатија, и да се грижат за интересите дури и на поединечни компании (Svetličič, 2011).

Денес светските случувања и конкуренцијата влијаат врз скоро сите компании, големи и мали, бидејќи поголемиот дел од нив продаваат во и се снабдуваат од странство (Erik, 2016). Исто така, многу компании се натпреваруваат со производи и услуги кои доаѓаат од странски земји. Поради тоа, пристапот на оперативните стратегии на компаниите треба да биде од меѓународен аспект (Olins, 2005). Во исто време треба да се разбере дека најдоброто водење на бизнисот во странство не е ист како дома. Зошто? Во основа од две причини. Прво, кога компанијата работи на меѓународно ниво, се вклучува во бизнис режими како што се увоз и извоз, кои се разликуваат од оние во кои се вклучува на домашно ниво.

Второ, физичките, општествените и конкурентните услови кои влијаат врз начините на кои земјата води бизнис се разликуваат од земја до земја. На прашањето, *Зошто компаниите се вклучуваат во меѓународниот бизнис* – поголем број на аналитичари ги наведуваат следните седум фактори (Даниелс и сораб., 2011):

- ✧ Пораст и проширување на технологијата
- ✧ Либерализација на надворешната трговија и пренесувањето на ресурсите
- ✧ Развој на услугите кои го поддржуваат меѓународниот бизнис
- ✧ Растечки притисок од страна на потрошувачите
- ✧ Растечки светски натпревар
- ✧ Промена во политичката ситуација
- ✧ Проширена меѓудржавна соработка

Нема потреба да се потенцира дека овие показатели се меѓусебно поврзани и секој заслужува посебно внимание. Токму воведот на ова поглавје има за цел да ги идентификува клучните прашања за економската соработка помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије и да даде оценка на можностите/предизвиците што таа ги носи.

Економските односи се карактеризираат со мошне силен интензитет на соработка и размена на искуства во повеќе сектори. Влезот на турските инвестиции од самото осамостојување до денеска е огромен показател за желбата на Република Турција да биде стабилен економски партнер во соработката со Република Северна Македонија (Çakir, 2014).

Во својот поздравен говор на Конференцијата под наслов „Унапредување на економските односи помеѓу Република Македонија и Република Турција“, академик Цветан Грозданов истакнал дека- „Стопанството и трговијата имаат универзални правила кои се почитуваат, се практикуваат и се почитуваат меѓу сите сериозни светски бизнис партнери. Со нашиот стар и, се надевам, постојан партнер Турција имаме многу сериозни, пријателски и искрени односи. Најискрено сакам да нагласам дека ние правичноста, довербата, искреноста, доследноста до дадениот збор го нарекуваме „еснафлак“.⁸ Тоа е наследено од османлиското владеење. Сакам да потсетам дека зборот „намуз“⁹ се уште не е заборавен и не е избришан од практиката меѓу народот. Тој се уште е валиден и поверодостоен и од потпишан договор. Посакувам овие вредности да се зачуваат и да претставуваат добра основа во меѓусебната соработка и во создавањето на економските релации меѓу Македонија и Турција“ (стр.11).

Нимет Чубукчу, Министер во владата на Република Турција има нагласено дека и покрај големата блискост на политичко, културно и социјално ниво, за жал трговско-економските односи не се на посакуваното ниво. Но, цврстите врски меѓу народот кој со векови живеел заедно и економскиот потенцијал на двете земји овозможуваат трговијата да биде на многу повисоко ниво. Од друга страна, македонската и турската економија не се конкурентни и тие поседуваат карактеристики на заемно надополнување (стр.21).

Според него, подвижна економска моќ на двете земји и динамиката претставуваат малите и средни претпријатија со својата иницијативност и лесна адаптација на условите кои се менуваат, и бизнисмените се тие кои треба да имаат проактивна улога во запознавањето на пазарите на двете земји.

⁸ Еснаф (тур.esnaf) = здружение на занаетчии од иста струка; занаетчија, сопственик на дуќан

⁹ Намуз (тур.namus) = образ, чест, чесност

Следното на што укажува е дека фактор за добра трговска и економска соработка е воспоставување на законска инфраструктура со цел создавање работна сигурност на бизнис круговите во двете земји. Денес постојат низа договори кои ги гарантираат правата на бизнисмените и од 2000 година стартува Договорот за слободна трговија меѓу двете земји. Овој Договор е добар показател за тоа колкава важност Република Туркије и придава на Република Северна Македонија.

За развивање здрави трговско-економски односи меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, е да бидат пронајдени нови предизвици кои не се опфатени во Договорот и да не се создаваат дополнителни пречки во постојната трговија. Република Туркије, како со сите земји, така и со Република Северна Македонија своите трговско-економски односи ги поставува долгорочно и во тие рамки му дава важност на инвестирањето во развојот на соработката врз трајни основи.

2.2. Билатерална договорна рамка

Во реализацијата на Договорот за слободна трговија, извозот на Република Туркије преку Република Северна Македонија е многу корисен. Така, Република Северна Македонија и Република Туркије станаа важни стратегиски партнери за развој и за проширување на надворешната трговија.

Склучени договори предмет на ратификација се:

- ✧ Протокол за воспоставување на дипломатски односи на Република Северна Македонија и Република Туркије
 - Склучен во Лондон, на 26 август 1992 година
 - Во сила од 26 август 1992 година
- ✧ Спогодба за трговска и економска соработка меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије
 - Склучена во Анкара, на 17 март 1994 година,
 - Во сила од 3 април 1995 година (Службен весник на РМ бр. 19/1995);

- ✧ Договор за слободна трговија меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије
 - Склучен во Анкара на 7 септември 1999 година,
 - Во сила од 1 септември 2000 година (Службен весник на РМ бр. 83/1999);
- ✧ Договор меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије за одбегнување на двојното оданочување по однос на данокот на доход и данокот на капитал
 - Склучен во Анкара на 16 јуни 1995 година (“Службен весник на РМ”, број 45/95),
 - Во сила од 28 ноември 1996 год. и во примена од 01.01.1997 година
- ✧ Договор меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије за поттикнување и заемна заштита на инвестициите
 - Склучен во Скопје, на 14 јули 1995 година
 - Во сила од 27 октомври 1997 година
- ✧ Спогодба меѓу Владата на Република Северна Македонија и Владата на Република Туркије за взаемна соработка меѓу царински служби
 - Склучена во Анкара, на 09 мај 1997 година
 - Во сила од 01 октомври 1997 година
- ✧ Спогодба за меѓународен превоз на стока и патници меѓу двете Влади, потпишана на 27.04.1995 година
- ✧ Спогодба за редовен воздушен сообраќај помеѓу Владата на Република Северна Македонија и Владата на Република Туркије
 - Склучена во Скопје на 19 август 2011 година, истата е ратификувана од Собранието на РМ на 20 март 2012 и објавена во (Сл. весник на РМ бр. 40/2012),
 - Во сила од септември 2012 година

- ✧ Членство во СТО, при што трговските односи се регулирани согласно правилата и принципите на СТО. Република Северна Македонија стана полноправна членка на СТО на 4 април 2003 година, додека Република Туркије е земја членка од 26 март 1995 година.
- ✧ Протокол за соработка меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије (ТИКА)
 - Склучен во Анкара, на 15 март 2005 година
 - Во сила од 7 ноември 2007 година
- ✧ Протокол за научна, техничка и економска соработка на полето на земјоделството меѓу Владата на Република Северна Македонија и Владата на Република Туркије
 - Склучен во Анкара, на 15 јуни 1994 година

2.3. Основни економски индикатори

2.3.1 Надворешна трговија на Република Туркије

Во табела 4 се прикажани показателите поврзани со надворешната трговија на Република Туркије по години. Додека во 2017 година е остварен увоз на глобално ниво од 17,787 трилион долари, реализацијата на Република Туркије во тој сегмент е 233,8 милијарди долари, што одговара на 1,3 проценти од овој увоз. Во 2021 година, увозот на глобално ниво се има зголемено на 22 трилиони долари, а Република Туркије има остварено 271,4 милијарди долари, што одговара на 1,2 процент.

Во однос на извозот, во 2017 година е остварен извоз на глобално ниво од 17,564 трилиони долари, а реализацијата на Република Туркије во тој сегмент е 157 милијарди долари, што одговара на 0,89 проценти од овој извоз. Во 2021 година, извозот на глобално ниво се има зголемено на 21,8 трилиони долари што одговара на 1,03 процент.

Табела 4. Надворешна трговија на Република Туркије, 2017-2021 [милјарди долари]

Година	Глоб. увоз	Увоз на Туркије	Удел на увозот од Туркије [%]	Глоб. извоз	Извоз на Туркије	Удел на извозот на Туркије [%]	Обем на надворешна трговија	Надвор. трговски биланс	БДП	Комерц. извоз Индекс на отвореност [%]
2017	17.787	233,8	1,3	17.564	157,0	0,89	390,8	-76,8	859,0	45,5
2018	19.664	223,0	1,1	19.327	167,9	0,87	391,0	-55,1	778,5	50,2
2019	19.082	210,3	1,1	18.738	180,9	0,97	391,2	-29,5	761,0	51,4
2020	17.706	219,5	1,2	17.503	169,7	0,97	389,2	-49,9	720,0	54,1
2021	22.043	271,4	1,2	21.818	225,3	1,03	496,7	-46,1	802,7	61,9

Извор: Türkiye-Makedonya Karşılıklı Dış Ticaret Ana

Во последните години, а особено во периодот по пандемијата, Република Туркије дојде до израз како сигурна алтернатива за земјите кои бараат алтернативни набавки, а овие случувања позитивно се одразија на нашиот извоз. Република Туркије низ годините покажува континуиран нагорен тренд на индексот на трговска отвореност, што е показател за обемот на надворешната трговија и интернационализацијата. Република Туркије секоја година успева да ја зголеми својата позиција во глобалниот синџир на снабдување и вредност.

2.3.2. Надворешна трговија на Република Северна Македонија

Табелата 5, ги прикажува макроекономските показатели на Република Северна Македонија. Во 2017 година, Република Северна Македонија има остварено извоз од приближно 5,668 милјарди долари, додека за истата година вредноста на увозот била 7,723 милјарди долари. Исто така, обемот на надворешната трговија на земјата изнесувал 13,391 милијарди долари, додека индексот на трговска отвореност бил 118,4 проценти.

Во 2020 година, Република Северна Македонија има остварено извоз од приближно 6,6 милијарди долари, додека увозот бил 8,7 милијарди долари. Додека обемот на надворешната трговија на земјата изнесувал 15,3 милијарди долари, индексот на трговска отвореност бил поголем од 1, односно 125,1 проценти.

За 2021 година, податоците покажуваат дека Република Северна Македонија остварила извоз од приближно 8,5 милијарди долари, увоз изнесувал 9,9 милијарди долари. Додека обемот на надворешната трговија на земјата изнесувал 18,4 милијарди долари, индексот на трговска отвореност бил 133 проценти, или поголем од 1.

Табела 5. Макроекономски показатели на Република Северна Македонија

[милион долари]

Година	Извоз	Увоз	Надвор. трговски биланс	Обем на надворешна трговија	Увоз Извоз Стапка на покриеност [%]	БДП	Индекс на отвореност [%]	Популација
2017	5.668	7.723	-2.055	13.391	73,4	11.307	118,4	2 075 301
2018	6.911	9.050	-2.139	15.961	76,4	12.683	125,8	2 077 132
2019	7.189	9.471	-2.282	16.660	75,9	12.606	132,2	2 076 255
2020	6.635	8.710	-2.075	15.345	76,2	12.264	125,1	2 068 808
2021	8.523	9.916	-1.393	18.440	86,0	13.869	133,0	1 832 696

Извор: Türkiye-Makedonya Karşılıklı Dış Ticaret Ana

Табелата 6, го прикажува учеството на надворешната трговија на Република Северна Македонија во глобалната трговија.

Во 2017 година, Република Северна Македонија има увоз од 7,7 милијарди долари, што одговара на 0,043 проценти од глобалниот увоз во износ од 17,7 трилиони долари. За истата година бил остварен извоз од 5,6 милијарди долари, што одговара на 0,032 проценти од 17,5 трилиони долари глобален извоз.

Во 2020 година, увозот на Република Северна Македонија изнесувал 8,7 милијарди долари, што одговара на 0,049 проценти од глобалниот увоз во вредност од 17,7 трилиони долари, додека извозот изнесувал 6,6 милијарди долари, што одговара на 0,038 проценти од 17,5 трилиони долари глобален извоз. Јасно се гледа дека надворешно-трговската размена на Република Северна Македонија е зголемена побрзо од глобалната трговија.

Табела 6. Надворешна трговија на Република Северна Македонија

[милјарди долари]

Година	Глобален увоз	Увоз на Република Северна Македонија	[%]	Глобален извоз	Извоз на Република Северна Македонија	[%]
2017	17.787.492.777	7.730.127	0,043	17.564.178.367	5.682.803	0,032
2018	19.663.682.297	9.051.677	0,046	19.326.713.983	6.906.337	0,036
2019	19.082.377.602	9.445.513	0,049	18.737.613.360	7.195.141	0,038
2020	17.706.134.564	8.709.069	0,049	17.503.376.175	6.633.216	0,038

Извор: Türkiye-Makedonya Karşılıklı Dış Ticaret Ana

Табелата 7, ја прикажува дистрибуцијата на увозот на Република Северна Македонија по земји за 2020 и 2021 година. Увозот од Република Северна Македонија се има зголемено за приближно 13,9% во 2021 година во споредба со 2020 година.

Според податоците наведени за 2020 година, Република Северна Македонија има најмногу увоз од Обединетото Кралство со приближно 1,4 милјарда долари во 2020 година, и неговото учество во вкупниот увоз изнесува 15,6 проценти.

Германија е втора земја од која Република Северна Македонија увезува со 928 милиони долари, и овој увоз сочинува 10,7 проценти во вкупниот увоз.

Третиот најголем увоз, Република Северна Македонија го има направено од Србија со 676,7 милиони долари, и истиот учествува со 7,8 проценти во вкупниот увоз.

Анализата за 2021 година, покажува дека Република Северна Македонија најмногу има направено извоз од Обединетото Кралство со 2,05 милјарди долари, и учеството на извозот во вкупниот увоз изразен во проценти изнесувал 20,7 проценти, што имплицира на негово зголемување за 51,1 процент.

Германија и во 2021 година останува втора земја во која Република Северна Македонија извезува, со 1,47 милјарди долари, а неговото учество е со 14,9 проценти и истиот е зголемен за 58,8 проценти.

Грција е трета земја со која Република Северна Македонија има направено најголем извоз од 1,03 милјарди долари, истиот учествува со 10,4 проценти во вкупниот извоз и истиот е зголемен за 99 проценти.

Увозот на Република Северна Македонија од Република Туркије изнесувал 445 милиони долари во 2020 година, и учеството на овој увоз во вкупниот увоз изнесувал 5,1 проценти. Додека Република Северна Македонија имала увоз од 570,6 милиони долари од Република Туркије во 2021 година, учеството на овој увоз во вкупниот увоз изнесувал 5,8 проценти и неговото зголемување било за 28,2 проценти.

Табела 7. Дистрибуција на увоз на Република Северна Македонија по земји, 2020-2021
[милиони долари]

Земја	Увоз (2020)	Увоз (2021)	2020, [%]	2021, [%]	Промена 2020-2021, [%]
Обединето Кралство	1.358.360	2.052.087	15,6	20,7	51,1
Германија	928.033	1.473.618	10,7	14,9	58,8
Грција	516.064	1.026.779	5,9	10,4	99,0
Србија	676.693	952.016	7,8	9,6	40,7
Република Туркије	444.999	570.578	5,1	5,8	28,2
Бугарија	353.760	516.957	4,1	5,2	46,1
Унгарија	205.889	466.757	2,4	4,7	126,7
Словенија	157.823	434.122	1,8	4,4	175,1
Италија	387.759	317.626	4,5	3,2	-18,1
Романија	212.299	259.375	2,4	2,6	22,2
Кина	599.565	205.284	6,9	2,1	-65,8
Хрватска	106.570	157.440	1,2	1,6	47,7
Полска	243.513	151.240	2,8	1,5	-37,9
Чешка Република	145.051	146.676	1,7	1,5	1,1
Холандија	134.866	144.311	1,5	1,5	7,0
Австрија	128.679	139.214	1,5	1,4	8,2
Украина	103.361	120.132	1,2	1,2	16,2

Франција	134.213	104.453	1,5	1,1	-22,2
Словачка	53.604	95.606	0,6	1,0	78,4
Швајцарија	96.149	92.128	1,1	0,9	-4,2
Други земји	1.721.819	490.036	19,8	4,9	-71,5
Вкупно	8.709.069	9.916.435	100,0	100,0	13,9

Извор: Türkiye-Makedonya Karşılıklı Dış Ticaret Ana

Табела 8, ја прикажува дистрибуцијата на извозот на Република Северна Македонија по земји за 2020 и 2021 година.

Додека Република Северна Македонија извезува најмногу во Германија со 3,1 милијарди долари во 2020 година, овој извоз учествува со 47,2 проценти во вкупниот извоз.

Република Северна Македонија го има остварено вториот најголем извоз во Србија со 523,2 милиони долари во 2020 година, и овој извоз сочинува 7,9 проценти од вкупниот извоз. Исто така, Република Северна Македонија во 2020 година беше на третото место со 311,1 милиони долари извоз од Бугарија, и овој извоз сочинуваше 4 проценти.

Во 2021 година, Република Северна Македонија остварила извоз најмногу во Германија со 4,1 милијарди долари, и овој извоз учествува со 48,3 проценти од вкупниот извоз. Извозот во Германија бил зголемен за 31,6 проценти.

Извозот на Република Северна Македонија со Бугарија изнесувал 390 милиони долари во 2021 година, и овој извоз сочинува 4,6 проценти и истиот е зголемен за 25,3 проценти. Во 2021 година, Република Северна Македонија е на третото место со 362,1 милиони долари извоз во Србија, и овој бил 4,2 проценти. Извозот во Србија бил намален за 30,8 проценти.

Додека Република Северна Македонија остварила извоз од 97,7 милиони долари во Република Туркије во 2020 година, учеството на овој извоз во вкупниот извоз изнесувал 1,5 проценти.

Во 2021 година, Република Северна Македонија во Република Туркије остварила извоз од 201,5 милиони долари, и учеството на овој извоз во вкупниот извоз изнесувал 2,4 проценти. Извозот во Република Туркије бил зголемен за 106,4%.

Табела 8. Распределба на извозот на Република Северна Македонија по земји,
2020-2021 година [милиони долари]

Земја	Увоз (2020)	Извоз (2021)	2020, [%]	2021, [%]	Промена 2020-2021, [%]
Обединето Кралство	162.438	202.780	2,4	2,4	24,8
Германија	3.128.533	4.118.038	47,2	48,3	31,6
Грција	200.337	336.889	3,0	4,0	68,2
Србија	523.189	362.117	7,9	4,2	-30,8
Република Туркије	97.669	201.540	1,5	2,4	106,4
Бугарија	311.117	389.932	4,7	4,6	25,3
Унгарија	197.210	360.914	3,0	4,2	83,0
Словенија	86.746	208.302	1,3	2,4	140,1
Италија	163.936	224.957	2,5	2,6	37,2
Романија	120.810	114.168	1,8	1,3	-5,5
Кина	163.685	359.605	2,5	4,2	119,7
Хрватска	93.350	117.928	1,4	1,4	26,3
САД	49.743	177.987	0,7	2,1	257,8
Чешка Република	71.357	147.731	1,1	1,7	107,0
Холандија	126.755	116.973	1,9	1,4	-7,7
Шпанија	101.926	129.727	1,5	1,5	27,3
Босна и Херцеговина	90.400	104.499	1,4	1,2	15,6
Франција	58.414	145.091	0,9	1,7	148,4
Словачка	101.100	145.516	1,5	1,7	43,9
Швајцарија	43.923	98.416	0,7	1,2	124,1

Други земји	740.578	460.330	11,2	5,4	-37,8
Вкупно	6.633.216	8.523.440	100,0	100,0	28,5

Извор: Türkiye-Makedonya Karşılıklı Dış Ticaret Ana

2.3.3. Странски директни инвестиции

Според *United Nations Conference on Trade and Development (Unctad). (2022). World Investment Report 2022* (табела 9), приливот на СДИ во Република Северна Македонија бил 725 милиони долари, податоците за 2019 и 2020 година покажуваат намалување, но веќе во 2021 година има значително зголемување на приливот на СДИ во износ од 606 милиони долари. Во однос на одливот на СДИ, податоците за 2021 година покажуваат одлив од 91 милион долари споредено со 2018 година каде вредноста на одливот била 12 милиони долари.

За Република Туркије податоците покажуваат најголем прилив на СДИ во 2018 година во износ од 12 милјарди долари, додека 2019 и 2020 година има намалување на приливот, но веќе во 2021 година има позитивни показатели за прилив на СДИ од 12 милјарди долари. Во однос на одливот на СДИ, во 2021 година вредноста е 4,9 милиони долари.

Табела 9. Странски директни инвестиции, 2018-2021 [милиони долари]

Регион/Економија	Прилив на СДИ				Одлив на СДИ			
	2018	2019	2020	2021	2018	2019	2020	2021
РСМ	725	446	230	606	12	40	53	91
Туркије	12.572	9.594	7.821	12.530	3.658	2.966	3.229	4.979

извор: <https://unctad.org/publication/world-investment-report-2022>

Според податоците на Народна банка на Република Северна Македонија (НБРСМ), вредноста на странски директни инвестиции на Република Туркије во Република Северна Македонија во 2018 изнесувала 283,9 милиони евра, односно учеството било 5,3 проценти.

Во 2021 година, вредноста на странски директни инвестиции има достигнато 423,4 милиони евра или учество на македонскиот пазар од 6,7 проценти. Тоа покажува дека странските директни инвестиции од Република Туркије се во постојана нагорна линија (табела 10).

Табела 10. Состојба на СДИ во Република Северна Македонија, 2018-2021 година

[милион евра]

Земја	2018		2019		2020		2021	
	Вредност	Учество [%]	Вредност	Учество [%]	Вредност	Учество [%]	Вредност	Учество [%]
Република Туркије	283.9	5.3	344.5	6.0	376.5	6.4	423.4	6.7

извор: <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-kvartalen-izvestaj---statisticki-prilog-2022.nspk>

2.4. Бизнис и инвестициски можности

Според податоците од *Investment Office of the Presidency of the Republic of Turkey*, заклучно со крајот на 2021 година, вкупниот број на странски компании кои работат во Република Туркије е 76,737, од кои 170 се компании со капитал од Република Северна Македонија. Вкупните странски директни инвестиции на овие компании во Република Туркије се приближно околу 3 милиони долари. Според податоците од Централната банка на Република Туркије (Central Bank of the Republic of Türkiye), турските компании имаат инвестирано вкупно 55 милиони долари во странство во периодот од 2002 до 2021 година, додека од таа сума имаат остварено околу 194 милиони долари.

Турските компании во Република Северна Македонија имаат инвестирано странски директни инвестиции од приближно 27 милиони долари во 2021 година. Од друга страна, 11 компании од Република Северна Македонија се основани во Република Туркије во 2020 година со странски капитал од приближно 1,5 милиони турски лири, а 13 компании во 2021 година, со странски капитал од приближно 11,2 милиони турски лири.

Република Туркије е една од земјите која континуирано инвестира во македонската економија во разни сектори и се јавува како стратешки инвестициски партнер на Република Северна Македонија.

Според академик *Никола Кљусев*, цитиран од страна на Камбовски, (2009), во услови на лимитирачки домашни услови на инвестирање, најприоритетна цел на Република Северна Македонија се странските инвестиции, за што постои базичен консензус при што во досегашниот развој, странските инвестиции имаат епизодна улога во развојот (стр.15). Но, традиционално добрите односи со Република Туркије и економскиот и инвестициски потенцијал ја дефинираат како една од целните земји од која е можно да се очекуваат инвестиции во следните стратешки сектори:

- ✧ Производство на автомобилски компоненти
- ✧ Информатичко-комуникациска технологија, земјоделство и преработка на храна
- ✧ Фармацевтска индустрија и медицински помагала
- ✧ Енергетика и обновливи извори на енергија
- ✧ Туризам
- ✧ Градежништво и инфраструктура

„Билатералната економска соработка меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, која обезбедува многу поволна средина за странски инвестиции и економска соработка благодарение на спроведените економски реформи, значително е зголемена во последните години“ – вели Bilal Kara Претседател на деловниот совет Туркије – република Северна Македонија (DEİK/ Türkiye Kuzey Makedonya iş Konseyi Başkanı).

Според неговото мислење, од аспект на билатералната трговска размена, „Обемот на трговија е во корист на Република Туркије, и се движи приближно 520 милиони американски долари. Јасно е дека двете страни треба да вложат повеќе напори за да се подобри обемот на трговија меѓу Република Туркије и Република Северна Македонија, зошто во оваа конјуктура Република Туркије му придава големо значење на Балканот, особено на нејзините односи со Република Северна Македонија, благодарение на соработката што треба да се воспостави во областа на енергетиката, инфраструктурата, градежништвото, туризмот и здравството“ (стр.18).

Зошто да се инвестира во Северна Македонија? - Според Елвин Хасан, кој ја претставува турската заедница во Република Северна Македонија, извршувајќи ја функцијата Министер за странски инвестиции во 2020 година, одговорот е „Одличната геостратешка локација, земја кандидат за членство во Европската Унија и земја членка на НАТО, која има конкурентна работна сила, финансиски придобивки и стимулации, ниски оперативни трошоци, отворена инвестициска клима за бизнис.

Во Република Северна Македонија постојат еднакви услови за домашните и странски инвеститори, транспарентни барања и критериуми во рамките на Законот за инвестиции“ (стр. 8).

Исто така, се подржани микро, мали и средни бизниси. Постои стратегија за подобро платени работни места, технолошки развој и иновации, поддршка за формирање одделенија за развој на технологија и истражување и стимулации за зголемена конкуренција како и стимулации за компаниите да ја зголемат својата конкурентност во случај на отварање нови бизниси, зголемување на капиталните инвестиции и стекнување на нови пазари.

Стапката на поддршка за важни инвестициски проекти за Република Северна Македонија е 50%.

Овие инвеститори се ослободени од данок на доход и данок на доход на платите на вработените кои се државјани на Република Северна Македонија. Се нуди даночно ослободување за 10 години, долготраен закуп на 99 години, ослободување од комунална такса и бесплатно приклучување на природен гас, водоводни и канализациони мрежи за технолошко индустриски и развојни зони. Дополнително, се враќаат 10% од инвестициските трошоци и сите стимулации во согласност со регулативите на Европската унија.

Постојат слободни зони во Штип, Ранковце, Прилеп, Гевгелија, Струмица, Струга, Кичево и Тетово, особено во Скопје, што привлекува најмногу инвестиции во Република Северна Македонија. Водечки инвеститори во слободните зони се германски, американски, италијански и турски компании“.

„Ако се оцени Република Северна Македонија според нејзината внатрешна динамика, ако тоа парче не се види, инвестицијата можеби не е баш атрактивна. Меѓутоа, ако се направи проценка на поголемо макро ниво“, според Bilal Sucubaşı¹⁰, главен извршен директор на Халк Банка АД Скопје, на „вложувањето во Република Северна Македонија може да се гледа како на вложување во Европа“.

Во периодот од 1991 до 2004 година инвестициите на Република Туркије во Република Северна Македонија изнесувале само 21,3 милиони долари. Тоа ниско учество на турските инвестиции во македонското стопанство во 2005 година се има променето, , кога определени турски големи компании започнале да инвестираат во Република Северна Македонија. Така на пример, „Коч-холдинг“ со проектот – трговски центар „Рамстор“ во Скопје има вложено 30 милиони долари.

Меѓу поголемите турски инвестиции кои се случиле во рамките на ТИРЗ Скопје во периодот од 2017 до 2020 година е инвестицијата на компанија *“Чагатај Кабло”* (производство на жици и кабли за потреби на автомобилската индустрија, на која главни клиенти се водечки производители на автобуси, трактори, градежни машини, камиони, комерцијални возила, климатизација и слично). Компанијата има постави камен-темелник во септември 2017 година во слободната зона „Скопје 1“ и веќе во 2018 година ја има пуштено во погон фабрика со површина од 26.000 m².

Инвестицијата е вредна 6 милиони евра, веќе има отворено над 150 работни места и во наредните години предвидено е тој број да се зголеми до 300. Во 2017 година, е започната со реализација инвестицијата на турската компанија *„Мурат Тиџарет Кабло“* во вредност од 7 милиони евра (производство на електрични кабли за автомобилската индустрија) која во првата фаза има отворено 100 работни места. Површината на производниот објект е 18.000 m² и се наоѓа во слободната зона „Скопје 2“.

Следна е турската компанија *“Пурпласт”* од автомобилска индустрија, која има потпишано договор за закуп на градежно земјиште, е изградена во ТИРЗ Скопје 2, и е започната со работа во текот 2020 година. Почетната инвестиција била 5 (пет) милиони евра.

¹⁰ <https://www.deik.org.tr/uploads/deik-balkan-talks-kuzey-makedoya-da-is-ve-yatirim-firsatlari.pdf>

Според податоците на Министерството за економија на Република Северна Македонија, компании од Република Туркије кои **се во фаза на инвестирање** во Република Северна Македонија се:

- ✧ Пролајн – интерес за инвестирање во ТИРЗ Винаца – со намера да управува со зоната и да ја наполни со инвестиции од Република Туркије
- ✧ Окси - во завршна фаза е реализација на инвестиција во Битола, со започнување на производство во Браунфилд локација од 1,300 м². Во почетната фаза Окси ќе реализира нови 80 вработувања, со тенденција на зголемување на работните места и остварување на нови инвестиции во наредните фази
- ✧ Јапрак Пен - во фаза на реализација е инвестиција во Битола, во производство на профили за прозорци и врати, наменети за извоз во земјите на Европската Унија. Договорена е Браунфилд локација од 700 м². Се предвидуваат 50 нови вработувања со тенденција за зголемување
- ✧ Мач Груп - компанија од областа на земјоделството и прехранбена индустрија. Ќе градат во општина Илинден, а вкупната инвестиција се проценува на 3 милион и евра
- ✧ Демпо Груп - најава за инвестирање во изградба на две фабрики во Република Северна Македонија. Првата инвестиција која е во висина од 3 милиони долари ќе биде во фабрика за производство на амбалажа со предвидени 150 вработувања.

Втората инвестиција е во фабрика за производство на мермер и мозаици, со вредност на инвестиција помеѓу 2,5 и 3 милиони долари и планирани 150 вработувања, но со можност и тенденција за вработување до 400 работници во подоцнежните фази
- ✧ Смирна парс - нови садници со земјоделски производи и изградба на откупно-дистрибутивни центри. Веќе има инвестиција во Битола, планира купување на земјиште во Могила и Новаци, а потоа да се прошири и во Росоман
- ✧ Окси Груп - фабрика за гуми и лепенки за гуми. Фирмата објави дека ќе отвори фабрика за гуми и лепенки за гуми во Битола со 400 вработувања

- ✧ Истем Медикал - Производство на медицинска опрема. По завршувањето на постапката за одобрување на проектната документација за изградба на објектот, се очекува да започне градбата на фабриката во ТИРЗ Скопје. Инвестиција од 10 милиони евра со 250 вработувања
- ✧ Џошкун - компанија која е заинтересирана за купување на ОХИС и производство на пластична амбалажа во Неготино. Компанијата има остварено посета на Република Северна Македонија, со цел реализација на намерите за инвестирање
- ✧ Калтун - компанија која се занимава со рударство, има основано три фирми во Република Северна Македонија, со учество на тендер. Компанијата има добиено концесии на повеќе локации низ Република Северна Македонија за експлоатација на разновидни руди. Калтун е во фаза на инвестирање 200 милиони евра во производство на електрична енергија преку ветерници.

Компании од Република Туркије **заинтересирани за инвестирање** во Република Северна Македонија:

- ✧ АК Пластик – производство на пластика
- ✧ Јантса – производство на бандажи за секакви типови возила
- ✧ Пектан – производство на радијатори
- ✧ Хусио – инвестирање во ладилници и воведување на нови технологии за производство на топла вода;
- ✧ Геномед – заинтересирани за основање на медицински лаборатории, во соработка со Медицински факултет во Скопје и производство на медицинска опрема
- ✧ Агропол – инвестирање во областа на земјоделството
- ✧ Сер Јаг– веќе основале фирма во Република Северна Македонија. Заинтересирани за инвестирање во земјоделието и живинарството
- ✧ Норм – производство на шрафови
- ✧ Петрофер – производство на разновидни масла за индустриски гранки

- ✧ Менсан – веќе донесена одлука за инвестирање во ТИРЗ Скопје 1 . Инвестицијата вреди 10 милиони евра со над 150 нови вработувања – производство на шасии за возила и сопирачки дискови за возила.

На табела 11, е даден преглед на познати турски компании кои инвестирале во Република Северна Македонија.

Табела 11. Познати турски компании кои инвестирале во Република Северна Македонија

Назив на компанијата	Бренд	Година на инвестиција
TAV Macedonia DOOEL/Skopje “Alexander the Great” Airport, Petrovec, 1043	TAV	2010
HALKBANK A.D. SKOPJE	Halkbank	2011
Türmak AD – Podružnica vo Skopje	Cevahir Sky City / Cevahir Sun City	2010
International Balkan University		2006
Acibadem Sistina Hospital	Acibadem Sistina	2013
Ramstore Macedonia Doo	Ramstore	2005
PZU European Eye Hospital		2009
Yagyemezler Dooel Ithalat Ihracat	Egemore	2006
Hisar Turizam Dooel		2006
Vardar Dolomit Doo Gostivar		2003
Balakan Dairy Dooel	Sütaş	2011
Izgrev Hotel		2014
LCW Retail Dooel	LCW	2013
KKSH Tekstil Doo Stip		2014
ATU Macedonia Dooel		2010
Ilfa Tekstil Doo Radovis		2013
OXI Group Doo Bitola		2014
Armaneks Dooel	Armanex	2000
DPZ Dubrovo Doole s. Dubrovo		1998
SRD Doo Skopje	Solidpass	2013
Levidia Skopje	Levidia	2013
Livataim Dooel	Livataim	2005
Fertility Group Doo Skopje	Newborn Clinic	2014
Kale LTD Dooel		2007
Jaraci Tours Balkan Doo, Skopje		2011

Koton	Koton	2014
Okean Kom Trade Doo		2001
Roloharmoni doo Skopje		2012
Tab Limited Dooel	Burger Kong	2011
Spring Dooel	Sante Plus	2012
Doruk Doo (Anatolia) Skopje		2010
Luks-Dom Dooel		2011
Teknomed Doo		2014
Beka Dooel	Sante Plus	2010
Ake Doo Antalya	Ake	2012
Limak Doo		2013

Извор: Министерство за економија на Република Северна Македонија

Од аспект на соработка во други економски области:

1. Соработка во патен сообраќај

Односите во областа на меѓународниот патен сообраќај меѓу двете земји се регулирани со одредбите од Спогодбата за меѓународен превоз на стока и патници меѓу Владата на Република Македонија и Владата на Република Турција потпишана на 29.04.1995 година.

а) Воздухопловство

Согласно Спогодба за редовен воздушен сообраќај ратификувана и објавена во „Службен весник на Република Македонија“ бр. 40/2012, на 1 март 2010 година, TAV Navalimanları Holding A.Ş. и TAV Македонија ДООЕЛ Скопје, го превзема оперирањето со аеродромите во Република Северна Македонија во период од 20 години.

Согласно Договорот за концесија потпишан со Владата на Република Северна Македонија, концесионерот изврши модернизација на аеродромскиот систем во Република Северна Македонија и врши редовен воздушен превоз на линијата Истанбул-Скопје-Истанбул 7 пати неделно.

б) Превоз на патници

Редовниот линиски превоз на патници меѓу двете земји се извршува врз основа на дозволи кои на барање на заинтересираните превозници ги издаваат Министерствата за транспорт на двете земји. Досега се регистрирани 15 редовни автобуски линии меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије.

Слободниот превоз на патници, кружните возења или таканаречен „превоз со затворени врати“ и наизменичните превози се извршуваат без дозволи. Превозниците на патници и стоки од двете земји, согласно одредбите од спогодбата, се ослободени од плаќањето надомест за користење на патиштата.

в) Превоз на стока

Согласно одредбите од спогодбата, билатералниот и транзитен превоз на стока се врши без дозволи, а превозот на стока за и од трети земји со дозволи кои секоја година двете страни ги разменуваат на реципрочна основа. За превоз на стоки во билатерала кога се работи за влез на празни камиони, турската страна вовеле дозволи кои ја отежнуваат економската соработка меѓу двете земји. За 2020 година се разменети: 1300 дозволи за и од трети земји и 3150 дозволи за влез на празни камиони при билатерален превоз на стоки.

IV. АНАЛИЗА И ИНТЕРПРЕТАЦИЈА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

1. Анализа на полуструктурно интервју

Разговорот е често најадекватен и најбрз начин за да се дојде до информации од луѓето. Токму тоа и честа причина за примена на интервјуте како техника во истражувањата. Истражувачкото интервју може да се примени како главно средство за собирање на податоци, и неговата примена е вообичаена во квалитативното истражување кога одговорите на испитаниците се единствен извор на податоци. За потребите на овој труд ќе биде применето полуструктурно интервју каде протоколот повеќе служи како водич низ темата и по правило вклучува голем број на прашања од отворен тип. Отворени прашања се оние во кои не е понуден одговор, што значи дека испитаникот ги обликува одговорите со сопствени зборови и онолку детално и широко колку што смета дека е потребно. На табела 12 прикажана е организацијата и текот на истражувањето.

Табела 12. Организација и тек на истражувањето

Активност	Март 2023 г.	Април 2023 г.	Мај 2023 г.	Јуни 2023 г.
Подготовка на прашањата за полуструктурното интервју	✓			
Собирање на податоците		✓	✓	
Средување на податоците			✓	
Обработка на податоци			✓	
Изведување заклучоци и интерпретација на резултатите				✓

Министерство за економија

1. Како ќе ја оцените економската соработка помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије? Кои се главни теми со кои сакате приоритетно да се занимавате?

МЕ: Традиционално добрите пријателски односи меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије позитивно влијаат и на зајакнувањето на економската соработка меѓу двете земји. Влезот на турските инвестиции од самото осамостојување до денеска е огромен показател за желбата на Туркије да биде стабилен економски партнер. Но, досегашната целокупна економска соработка помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије го нема достигнато посакуваното ниво од двете држави. Постојат многу можности кои треба максимално да бидат искористени како на државно ниво, така и од страна на стопанските субјекти од двете земји.

2. Како соработката помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије може да придонесе да се создаде подобра институционална рамка за трговија и инвестиции?

МЕ: На 09.11.2020 година, од Владата на Република Северна Македонија усвоена е Информацијата, подготвена од Министерството за економија, за потребата од ревидирање на Договорот за слободна трговија со Република Туркије. Насоките се однесуваат на евентуални преговори за измена на Протоколот 1 кон Договорот за повисока либерализација на трговијата со земјоделско-прехранбениот сектор и склучување на нов Протокол за повисока либерализација на трговијата со услуги.

За таа цел, формирани се меѓуресорски работни групи за земјоделство и трговија со услуги. Министерствата за земјоделство на двете земји размениле листи на земјоделско-прехранбени производи кои ќе бидат предмет на повисока либерализација односно укинување/намалување на царинските стапки без тарифни квоти или тарифни квоти безцарина. Министерството за економија на Република Северна Македонија и Министерството за трговија на Република Туркије на 30 април 2021 година, усвоија услови за работење - Преговори во контекст на трговија со услуги за проширувањето на договорот за слободна трговија.

Начелно е договорено следните услуги да бидат предмет на преговори: Македонската страна побара турската страна да овозможи подобра либерализација за македонски пристап на нивниот пазар на услуги во следните области: Даночни услуги, интегрирани инженерски услуги, урбанистичко планирање и архитектонски услуги, услуги за техничко тестирање и анализа, дистрибутивни услуги, услуги за животна средина, услуги за чистење на издувни гасови, услуги за намалување на бучавата, рекреативни, културни и спортски услуги, други забавни и културни услуги, услуги за работа со кино-театар, услуги со новински агенции, спортски и други рекреативни услуги.

Турската страна побара: Медицински и стоматолошки услуги, услуги обезбедени од акушерки, медицински сестри, физиотерапевти и пара-медицински персонал, болнички услуги, други здравствени услуги за човекот, телекомуникациски услуги и финансиски услуги.

За склучување на Протокол во трговијата со услуги со Турција, треба да се има предвид праксата во Европската Унија, да се консултира Европската Унија и да се внимава да не се оди со повисока либерализација со онаа на ЕУ во СТО, за да се избегнат компензации при членството на Република Северна Македонија во ЕУ.

Членството во СТО, при што трговските односи се регулирани согласно правилата и принципите на СТО. Република Северна Македонија стана полноправна членка на СТО на 4 април 2003 година, додека Турција е земја членка од 26 март 1995 година.

Договор за одбегнување на двојното оданочување по однос на данокот на доход и данокот на капитал, на 16.06.1995 година (“Службен весник на РМ”, број 45/95), стапен е во сила на 28.11.1996 година и е во примена од 01.01.1997 година.

Договор за поттикнување и заемна заштита на инвестициите стапен во сила на 27 октомври 1997 година.

Спогодба за туристичката соработка помеѓу Република Северна Македонија и Република Турција, усвоена на 27 јули 2005 година.

3. Каков е интересот на турските компании да настапат на пазарот во Република Северна Македонија?

МЕ: Турција е една од земјите која континуирано инвестира во македонската економија во разни сектори и се јавува како стратешки инвестициски партнер. Традиционално добрите односи со Туркије и економскиот и инвестиционен потенцијал на оваа земја ја дефинираат како една од целните земји од која е можно да се очекуваат инвестиции во сите сектори, особено во делот на енергетиката и обновливите извори на енергија, производство на автомобилски компоненти, градежништво и инфраструктура, земјоделство и преработка на храна и други видови производство. Најголем дел од странските компании што се отворени во земјава се со потекло од Република Туркије (25%). Турскиот капитал е присутен во една четвртина од компаниите кои имаат странски сопственик. Односно, 1.343 фирми во земјава имаат барем еден сопственик од Република Туркије во својата сопственичка структура.

4. Што велат статистичките податоци за економската соработка помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије?

МЕ: Трговската размена меѓу двете земји е во постојан раст последните пет години. Во првите девет месеци од 2021 година, бележиме зголемување за 45 проценти во однос на истиот период во 2020 година. Вкупната трговска размена за 2021 година, изнесува 473,9 милиони УСД, што претставува раст од 0,5% споредено со 2020 година. Извозот изнесува 97,6 милиони УСД, што претставува 11,96%, додека увозното салдо изнесува 444,9 милиони УСД, со пад од 1,71% во споредба со 2019 година.

Од вкупната размена остварен е дефицит на македонска страна од 347,3 милиони УСД. Најзастапени производи во извозот од Република Северна Македонија во Туркије за 2021 година, со вредност над 100.000 долари: Плоснато-валани производи од железо или нелегиран челик, ткаенини од сечени синтетички влакна со други влакна, неткаен текстил, пресвечен, огноотпорни тули, блокови, плочки, керамички производи, печатени кола, производи од други минерални материи со магнезит и слично, облека и друго.

Најзастапени производи во увозот од Турција во Република Северна Македонија за 2021 година, со вредност над 100.000 долари: нафтени масла, лекови, препарати за перење, гуми, други плетени или хеклани материјали, електрични спроводници, производи од пластични маси, моторни возила за превоз на лица, прачки и профили од алуминиум, печки, шпорети, решоа, скари и слично, санитарни крпи и тампони, салфетки и пелени за бебиња, керамички плочки, предиво од памук, машини за перење алишта, текстил, овошје и зеленчук, сладолед, бисквити и други.

Во 2020 година, Туркије е рангирана на 35 место во учеството во вкупниот извоз на земјоделски производи и бележи пад на извозот од 41,93%. По однос на увозот е рангирана на 9то место, со учество од 3,42% со раст од 8,065%. Најизвезувани земјоделски производи од Република Северна Македонија во Република Туркије во 2020 година се: леб, печива, колачи и бисквити, сосови, сурови кожи, црева, лисја и гранки, јаболка, круши и дуњи, јајца, чоколади, грозје, вода, кајсии, цреши и вишни.

Додека во последните четири години вкупниот обем на надворешно-трговската размена меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије се движи околу 500 милиони УСД, со благ пораст и константен дефицит на македонска страна.

5. Дали сметате дека за здрави трговско-економски односи меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, важно е да се најдат нови предизвици кои не се опфатени во Договорот за слободна трговија за да се зголемат меѓусебните инвестиции и се воспостават трајни и долгорочни односи?

МЕ: Потребно е преземање на мерки и активности на институционално ниво, преку создавање на услови за непречена трговија, како и интензивирање на соработката помеѓу стопанските субјекти од двете држави со цел зголемување на трговската размена. Со цел зголемување на извозот на македонски производи на турскиот пазар, потребно е формирање на јасна стратегија за понуда, во однос на расположливи капацитети и квалитет на македонските производи.

Во тој контекст би требало македонските производители да размислуваат во правец на организиран и заеднички настап на турскиот пазар, изнаоѓање на алтернативни форми на соработка со турските компании за настап на трети пазари, искористување на know how, искуства, знаење и технологии од турски производители за зголемување на конкурентската моќ и слично.

Во делот на услугите, има потреба и интерес за поинтензивна соработка помеѓу ИТК компании и бизнис асоцијации од двете држави, со интенција за заеднички настап на трети пазари, како и можностите за развивање на информатички услуги за потребите на турскиот пазар.

МАТТО Стопанска комора на Република Северна Македонија – Република Туркије

1. Како ги оценувате односите Република Северна Македонија и Република Туркије. Кои се предизвиците и проблемите?

МАТТО: Тоа е веќе позната фраза, но за жал така е. Политичките односи се одлични, но за економските постојано има простор за подобрување. Така, ние имаме цел обемот на трговијата меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије да достигне милјарда, и ја постигнавме. За оваа цел требаше време, но ја постигнавме. Дефиниран и краток одговор на прашањето како прво е, дека сега пред нас е предизвикот да достигнеме обем на размена меѓу двете држави во висина од три милјарди долари, второ, проблеми има во текот на секоја работа, па и оваа, или проблемите ги решаваме тековно, некои побрзо, некои побавно, бидејќи има низа на околности кои влијаат на решавање на истите.

2. Каков третман треба да имаат македонските компании во турскиот економски амбиент?

МАТТО: Третманот на македонските компании на турскиот пазар е задоволителен, многу добар. Не го оценуваме како одличен, бидејќи секоја компанија има различен профил и различни барања и за да се реализираат секогаш може да се создадат подобри услови, од протокот на стока, поточно брзина на испорака на истата, па се условите за работа на турскиот пазар.

3. Дали со поттикнување на македонските компании на турскиот пазар, а особено на разните форми на вложувања, како и со поголема промоција на фирми од Република Северна Македонија, нивно деловно поврзување со фирми од Република Туркије, ќе се овозможи интензивирање на соработката во разни домени од заемен интерес?

МАТТО: Секако, секоја соработка и присуство на еден пазар од вложувања, до промоција на производи и фирми води кон интензивирање на соработката и на обемот на размена.

4. Какви се перспективите за понатамошен развој на билатералните економски односи помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије?

МАТТО: Меѓу двете држави има одлична соработка и истата се рефлектира и во економијата, оттука перспективите се одлични особено ако се земе предвид реализираната размена од милјарди долари.

5. Дали се оправдани очекувањата за – трговската, инвестициската и други видови економска соработка во квантитативна и квалитативна смисла?

МАТТО: Очекувањата секако се оправдани и реални во секоја смисла на зборот. За да одиме кон зголемување на истата и побрзо постигнување на целта три милјарди долари обем или размена потребно е да се ажурира Договорот за слободна трговија. Билатералниот договор за слободна трговија меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, склучен пред повеќе од 20 години (кон крајот на 1999 година) планирано е да се модернизира и надградува. Практично неговото ревидирање е секогаш една од темите со надлежните во земјава. Ова е од голема важност пред се поради фактот што Република Туркије во разни сектори е стратешки инвестициски партнер на Република Северна Македонија.

НАЛБАНТОГЛУ МЕТАЛ ДООЕЛ

1. Како ги оценувате односите помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије? Кои се предизвиците и проблемите?

НМ: Односите можат да се оценат како пријателски и соработнички, со зголемување на соработката во последните години. Предизвиците и проблемите можат да бидат во областа на економската соработка и инвестициите.

2. Каков третман треба да имаат странските компании во македонскиот економски амбиент?

НМ: Странските компании треба да имаат еднаков третман како и локалните компании, со примена на истите правила и закони за работење во Македонија.

3. Дали процесите кои се насочени кон намалување на административните процедури и кон ограничување на разните дискрециони права на надлежните органи во регулирањето на стопанските активности, може да создадат услови за понатамошен динамичен развој врз пазарни основи?

НМ: Да, процесите кои се насочени кон намалување на административните процедури и кон ограничување на разните дискрециони права на надлежните органи можат да создадат услови за понатамошен динамичен развој врз пазарниот сектор, бидејќи се намалуваат административните бариери и се зголемува предвидливоста на бизнис околностите.

4. Дали во надворешно-трговската област е неопходно постигнување на договор за утврдување на правците за понатамошна либерализација на размената на производи и услуги?

НМ: Да, во надворешно-трговската област е неопходно постигнување на договор за утврдување на правците за понатамошна либерализација на размената на производи и услуги, бидејќи тоа може да допринесе за зголемување на меѓународната конкурентност и подобрување на економскиот раст и развој.

5. Имајќи ги предвид степенот на развиеност на турската економија, искуствата и позитивниот тренд во соработката, дали е неопходна поголема промоција и презентација на можностите и потенцијалите со кои располага Република Северна Македонија, а со цел да се привлечат поголеми инвестиции и да се подобри билатералната трговска соработка?

НМ: Да, неопходна е поголема промоција и презентација на можностите и потенцијалите со кои располага Република Северна Македонија, бидејќи тоа може да допринесе за привлекување на поголем број на инвеститори и подобрување на билатералната трговска соработка со Република Туркије.

6. Дали со поттикнување на настапот на турски компании на македонскиот пазар, а особено на разните форми на вложувања, како и со поголема промоција на фирми од Република Северна Македонија, нивно деловно поврзување со фирми од Република Туркије, ќе се овозможи интензивирање на соработката во разни домени од заемен интерес?

НМ: Да, со поттикнување на настапот на турски компании на македонскиот пазар, како и со поголема промоција на фирми од Република Северна Македонија и нивно деловно поврзување со фирми од Република Туркије, може да се овозможи интензивирање на соработката во разни домени од заемен интерес.

ХАЛК БАНК АД СКОПЈЕ, Билал Суџубаши

1. Како ги оценувате односите помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије? Кои се предизвиците и проблемите?

ХБ: Иако постојат периодични промени во односите помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, низ историјата постоеле позитивни односи кои биле засновани на почит. Една од предностите е секако приемот на република Северна Македонија во НАТО и почетокот на преговорите со Европската Унија.

2. Каков третман треба да имаат странските компании во македонскиот економски амбиент?

ХБ: Република Северна Македонија во последните години има направено сериозни чекори за да привлече странски инвеститори во земјата. Најголем показател за тоа е фактот што посериозни инвеститори се веќе влезени во слободните зони. Приемот на Република Северна Македонија како членка на НАТО, има позитивен ефект во однос на градење доверба кај странските инвеститори. Сметаме дека кон странските инвеститори се постапува добро во однос на сите активности. Секако, постојат подрачја кои треба да се подобрат. Прв од нив е правниот систем. Но, генерално има добар пристап кон странските инвеститори.

3. Дали процесите кои се насочени кон намалување на административните процедури и кон ограничување на разните дискрециони права на надлежните органи во регулирањето на стопанските активности, може да создадат услови за понатамошен динамичен развој врз пазарни основи?

ХБ: Кога гледаме генерално, иако административните процеси во некои области во Република Северна Македонија се брзи, особено за странските инвеститори, генерално има сериозни проблеми. Постапките за издавање дозволи за престој на странските компании, особено за нивните вработени наидуваат на пречки. Намалувањето на административните процедури е секогаш здрав процес во секоја економија.

Меѓутоа, за земја во развој како Република Северна Македонија, ќе биде потребно време за властите всушност да работат преку процеси насочени кон ограничување на нивната дискреција. Секако, на пазарот се создаваат подинамични услови за развој, но тоа тешко дека ќе се случи за кратко време во рамките на постоечката структура во Република Северна Македонија.

4. Дали во надворешно-трговската област е неопходно постигнување на договор за утврдување на правците за понатамошна либерализација на размената на производи и услуги?

ХБ: Кога ќе се погледне Република Северна Македонија, договорите за слободна трговија и со Европската унија, со балканските земји и со Туркије и даваат на земјата сериозна изводливост во надворешната трговија. Дополнително, странските земји не применуваат многу квоти или бариери поради фактот што Република Северна Македонија е мала земја. Сепак, се разбира, многу е важно да се прошири опсегот на трговските договори со Туркије во земјоделството, храната, сточарството и други области. Иако има сериозен потенцијал со Туркије во овие области, за жал, меѓународните преговори се уште продолжуваат. Инаку, генерално, Република Северна Македонија нема проблем што сериозно ја попречува надворешната трговија со странство на надворешно трговската страна.

5. Имајќи ги предвид степенот на развиеност на турската економија, искуствата и позитивниот тренд во соработката, дали е неопходна поголема промоција и презентација на можностите и потенцијалите со кои располага Република Северна Македонија, а со цел да се привлечат поголеми инвестиции и да се подобри билатералната трговска соработка?

ХБ: Иако Република Северна македонија Македонија е мала економија, таа се наоѓа на стратешка локација, а како што беше наведено во претходното прашање - директни билатерални трговски договори со Европската Унија, Балканот, Турција и Украина, како и со другите светски земји, и обезбедува сериозна предност на земјата. Така, од овие предности ќе имаат и странски компании кои ќе инвестираат во Република Северна Македонија.

Во слободните зони во Република Северна Македонија во изминатите години има сериозни компании кои инвестираше и извезуваат. Во оваа насока, сметаме дека инвестицијата што треба да се направи пред влезот на сегашната земја во Европската унија ќе обезбеди многу сериозни предности на среден рок. Во тој контекст треба да се воведат роуд шоуа директно преку стопански комори + министерства и да се разговара со највисоките извршни носители на одлуките на компаниите.

6. Дали со поттикнување на настапот на турски компании на македонскиот пазар, а особено на разните форми на вложувања, како и со поголема промоција на фирми од Република Северна Македонија, нивно деловно поврзување со фирми од Република Туркије, ќе се овозможи интензивирање на соработката во разни домени од заемен интерес?

ХБ: Ние сме на мислење дека иако турските компании имаат информации за Република Северна Македонија, тие не се на потребното ниво. Сметаме дека некои од предностите што ги нуди регионот сè уште не се добро познати во Туркије и треба поголем публицитет. Иако во Република Северна Македонија нема многу големи компании на трговска страна, постојат групи кои можат да направат добра трговија или заеднички инвестиции со Туркије. Но, за жал, овие групи не ја наоѓаат потребната важност поради фактот што Република Северна Македонија е мала земја. Иако Халкбанк е главен промотор на овој бизнис во Република Северна Македонија, потребна е поддршка на повисоко ниво. Со вистинските познанства, чекори, уште неколку компании меѓу двете земји можат да постигнат сериозен меѓународен обем на двете страни преку заедничка инвестиција.

ЧАГАТАЈ КАБЛО, ХАБИЛ МУСТАФАИ

1. Како ги оценувате односите помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије? Кои се предизвиците и проблемите?

ЧК: Република Северна Македонија и Република Туркије имаат долгогодишни добри односи во сите сфери. Овој добар однос треба да се пренасочи и на економските активности (увоз-извоз) на двете земји кој не е како што треба да биде. Туркије е земја со 90 милиони население и економска сила треба да се искористи многу повеќе и за инвестиции но и за промоција на македонските производи во Туркије. Република Северна Македонија треба да направи конкретен развоен план како да ги насочи производите од Република Северна Македонија да бидат дел од Турскиот пазар. Треба да ги стимулира на многубројни начини за компаниите да извезат многу повеќе добра во Република Туркије и со тоа да се намали трговскиот дефицит меѓу двете земји.

2. Каков третман треба да имаат странските компании во македонскиот економски амбиент?

ЧК: Странските инвестиции се двигател на економијата на држави чии економии се во раст. Странските инвестиции имаат значителна улога во намалување на невработеноста, креирање стручен кадар, трансфер на технологија и know-how, зголемување на извозниот капацитет на земјата и многу други економски важни аспекти за државата. Затоа особено при носење на битни законски решенија и управни процедури треба да се земе предвид и мислењата на странските но и на домашните инвеститори во земјата. Економскиот раст зависи од креирање на високо квалитетни добра кој ќе се понудат на меѓународен пазар со високи цени а со тоа земјата ќе има висок прилив на капитал и стручен кадар со добри примања.

3. Дали процесите кои се насочени кон намалување на административните процедури и кон ограничување на разните дискрециони права на надлежните органи во регулирањето на стопанските активности, може да создадат услови за понатамошен динамичен развој врз пазарни основи?

ЧК: Административните процедури се голема главоболка на државите од поранешна Југославија и поранешни комунистички држави. Во Република Северна Македонија особено има проблем со толкување на закони што некогаш и државните институции меѓусебно не се разбираат и за да се донесе решение се губи многу драгоценото време. Исто така како пример можам да наведам дека иако има закон за финансиска поддршка на инвестициите разни државни агенции немаат унифициран систем и се одговорни за поддршка со различни вреднувања. Со решавање на вакви проблеми ќе има еден единствен систем за поддршка и ќе биде по многу попрактично.

4. Дали во надворешно-трговската област е неопходно постигнување на договор за утврдување на правците за понатамошна либерализација на размената на производи и услуги?

ЧК: Ако веќе имаме либерална економска политика, размената на производи и услуги треба да биде либерална независно од договорите. Како држава можеме да ги заштитиме сопствените производители со разни царински алатки, но целосната либерализација треба да биде основна економска политика.

5. Имајќи ги предвид степенот на развиеност на турската економија, искуствата и позитивниот тренд во соработката, дали е неопходна поголема промоција и презентација на можностите и потенцијалите со кои располага Република Северна Македонија, а со цел да се привлечат поголеми инвестиции и да се подобри билатералната трговска соработка?

ЧК: Интересно е дека со Туркије имаме одлична политичка соработка но за жал не толку добри економски (статистички) односи. Државата треба повеќе да се промовира во областа на инвестиционите политики и пазарот во земјата но и на промоцијата на извозот во Република Туркије.

За жал, моментално за промоција на инвестиции и на извозот многу малку се работи. Треба да се направи стручен (не политички ориентиран) кадар што го познава пазарот и менталитетот на двете земји за да се направи конкретна политика за промоција.

6. Дали со поттикнување на настапот на турски компании на македонскиот пазар, а особено на разните форми на вложувања, како и со поголема промоција на фирми од Република Северна Македонија, нивно деловно поврзување со фирми од Република Туркије, ќе се овозможи интензивирање на соработката во разни домени од заемен интерес?

ЧК: Секако. Инвестирањето на турските компании во Република Северна Македонија ќе овозможи повеќе соработка со македонските компании и интензивирање на соработката во разни домени. Со интензивирање на соработките странските компании кои имаат добавувачи во странство ќе се пренасочат на локалните македонски компании и со вакво пренасочување македонските компании ќе ги зголемат нивните капацитети и квалитети и бидат адекватни на светски познати добавувачи за да бидат нивни конкуренти во странски пазари.

ТУРМАК АД ИСТАНБУЛ – ПОДРУЖНИЦА ВО СКОПЈЕ

1. Како ги оценувате односите помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије? Кои се предизвиците и проблемите?

ТУРМАК: Економски односи меѓу двете држави се прилично добро воспоставени, но подобрувањето на резултатите во економската сфера во однос на политичката сфера заостанува и одзема повеќе временски период. Исто така, комуникацијата и соработката е интензивна и активна на сите нивоа, сепак општото ниво заостанува од нивото од можностите и потенцијалите.

Турските инвестиции имаат позитивно директно влијание врз вкупниот износ на СДИ во земјата, економската активност и вработеноста, додека силно индиректно влијаат на стандардите за работа, користењето нови технологии, менаџирањето со човечките ресурси, зголемувањето на ефикасноста и ефективноста ви имплементирање на проектите и слично.

Иако СДИ и економската соработка бележи значаен тренд на раст во последната декада, детектираме дека се уште остануваат сектори и сегменти во македонската економија каде што постојаниот потенцијал за соработка не е искористен што преставува солидна основа за понатамошни анализи и истражувања како што е ова Вашето.

Особено треба да се потенцираат можностите: после членството во НАТО, и членство во ЕУ. Посветеноста на Владата на Република Северна Македонија за создавање на поволен амбиент за привлекување на СДИ, јакнење на банкарскиот сектор, вложувања за изградба на капитални инфраструктурни објекти, поголемо искористување на човечките ресурси (намалување на одливот на работна сила во странство, меѓународните транспортни и енергетски коридори, подобро искористување на постојните слободни трговски зони и основање нови) се многу важни да се набројат. Од друга страна како и во други земји и во нашата има закани и тоа: продолжена политичка криза со соседи, неповолни демографски трендови и висок одлив на квалитетна високообразована работна сила во странство, сериозна конкуренција во земји од Западен Балкан, ниско ниво на реинвестиран капитал и потенцијален одлив на капитал од СДИ, нефлексибилност на пазарот на трудот, недоверба во судската и законодавната власт, административни бариери, релативна мала куповна моќ, долги процедури и потребно време за издавање на работни дозволи и слично. Сепак нашата земја има стратешка позиција и е мост за поврзување на Туркије и Европа.

2. Каков третман треба да имаат странските компании во македонскиот економски амбиент?

ТУРМАК: Странските компании и домашните компании се еднакви пред законите, и тоа е праведно.

Меѓутоа, третманот кон странските компании треба да биде привилегиран и либерален, бидејќи во нашето географско окружување се нудат толку многу новини и олеснувања за странските инвеститори со што се отежнува привлекувањето на истите во нашиот економски амбиент. Треба да се изменат одредбите и процедурите кои се со контролиран и ограничувачки карактер, воедно да се пратат трендовите и стратегиите на земјите кои се во моментот атрактивни за странските инвестиции како во регионот така и пошироко.

3. Дали процесите кои се насочени кон намалување на административните процедури и кон ограничување на разните дискрециони права на надлежните органи во регулирањето на стопанските активности, може да создадат услови за понатамошен динамичен развој врз пазарни основи?

ТУРМАК: Покрај намалувањето на административните процедури и ограничувањето на дискреционите права, посебно е важно заздравувањето и довербата во правосудниот систем и континуитетот на законите во подолг период. Како пример може да наведе измената на Законот за данок на добивка во јули 2014 год. кој се донесе многу брзо и ненајавено, а кој важеше ретроактивно за фискалната 2014 год. Ова беше негативно прифатено од странските инвеститори кои своите стратегии ги планираат на подолг период.

4. Дали во надворешно-трговската област е неопходно постигнување на договор за утврдување на правците за понатамошна либерализација на размената на производи и услуги?

ТУРМАК: Посебно е важно да се завршат започнатите преговори за царинските ограничувања за земјоделските производи и производите од прехранбената индустрија. Истотака, треба да се ревидира Договорот за избегнување на двојно оданочување и да се прилагодува на предизвиците на денешнината.

5. Имајќи ги предвид степенот на развиеност на турската економија, искуствата и позитивниот тренд во соработката, дали е неопходна поголема промоција и презентација на можностите и потенцијалите со кои располага Република Северна Македонија, а со цел да се привлечат поголеми инвестиции и да се подобри билатералната трговска соработка?

ТУРМАК: Да многу е потребна и неопходна поголема и редовна промоција. Идејата на Владата Анкара (според нас Истанбул) да биде трет центар во светот за привлекување на СДИ во тој регион е многу важна и треба да се реализира што побрзо. Важно е да се потенцира дека освен билатералната соработка, посебен акцент треба да се даде на заедничкото учество на трети пазари каде двете економии имаат традиционални социо-економски врски. На пример, Македонија би била позастапена на пазарите каде што Туркије има големо влијание и тоа: Азербејџан, Туркменистан, Озбекистан, Казакстан. Исто така, Африка односно земјите на МАГРЕБ и тоа Алжир, Либија, Тунис, Мароко.

6. Дали со поттикнување на настапот на турски компании на македонскиот пазар, а особено на разните форми на вложувања, како и со поголема промоција на фирми од Република Северна Македонија, нивно деловно поврзување со фирми од Република Туркије, ќе се овозможи интензивирање на соработката во разни домени од заемен интерес?

ТУРМАК: Постојат неколку фактори кои го оправдуваат интересот на Туркије кон Балканот и посебно кон Република Северна Македонија, а тоа се: географски фактор, историски фактор, човечкиот фактор и економскиот фактори. Голема улога треба да имаат локалните стопански и трговски комори кои со детални анализи би ги утврдиле капацитетите и можностите на двете економии. Овие анализи би се проследиле до јавните институции кои би овозможиле поддршка и развој по принципот “Win-Win”.

ДАЈНАМИК ЕНЕРѢИ ДОО

1. Како ги оценувате односите помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије? Кои се предизвиците и проблемите?

ДЕ: Односите помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије можат да се опишат како пријателски и доста интензивни. Двете земји имаат добра политичка, економска и културна соработка, а покажуваат и интерес да ја зголемат нивната врска.

2. Каков третман треба да имаат странските компании во македонскиот економски амбиент?

ДЕ: Државата треба да создаде благопријатен економски амбиент и да ги олесни процесите на влегување на странски инвеститори во земјата.

3. Дали процесите кои се насочени кон намалување на административните процедури и кон ограничување на разните дискрециони права на надлежните органи во регулирањето на стопанските активности, може да создадат услови за понатамошен динамичен развој врз пазарни основи?

ДЕ: Да, ова може да се резултира со зголемување на бројот на привлечни инвестиции, како и со зголемување на економскиот раст и развој на мали и средни претпријатија.

4. Дали во надворешно-трговската област е неопходно постигнување на договор за утврдување на правците за понатамошна либерализација на размената на производи и услуги?

ДЕ: Да, во надворешно-трговската област е неопходно постигнување на договор за утврдување на правците за понатамошна либерализација на размената на производи и услуги, бидејќи тоа може да допринесе за зголемување на меѓународната конкуретноста и подобрување на економскиот раст и развој.

5. Имајќи ги предвид степенот на развиеност на турската економија, искуствата и позитивниот тренд во соработката, дали е неопходна поголема промоција и презентација на можностите и потенцијалите со кои располага Република Северна Македонија, а со цел да се привлечат поголеми инвестиции и да се подобри билатералната трговска соработка?

ДЕ: Да, поголемата промоција и презентација на можностите и потенцијалите со кои располага Република Северна македонија е неопходна за привлекување на поголеми инвестиции и подобрување на билатералната трговска соработка со Туркије. Ова може да доведе до поголем раст и развој на економската активност во двете земји.

6. Дали со поттикнување на настапот на турски компании на македонскиот пазар, а особено на разните форми на вложувања, како и со поголема промоција на фирми од Република Северна Македонија, нивно деловно поврзување со фирми од Република Туркије, ќе се овозможи интензивирање на соработката во разни домени од замен интерес?

ДЕ: Да, поттикнувањето на настапот на турски компании на македонскиот пазар и деловното поврзување со фирми од Република Туркије може да овозможи интензивирање на соработката во разни домени од замен интерес. Тоа може да доведе до размена на искуства, знаења и технологии, како и до поголеми инвестиции и подобрување на билатералната трговска соработка меѓу двете земји.

ОЛД ТАУН ДОО

1. Како ги оценувате односите помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије? Кои се предизвиците и проблемите?

ОТ: Односите помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије можат да се оценат како пријателски и соработка во многу домени. Двете земји имаат значаен потенцијал за соработка во области како што се трговија, инвестиции, култура, образование, туризам и други.

2. Каков третман треба да имаат странските компании во македонскиот економски амбиент?

ОТ: Странските компании во македонскиот економски амбиент треба да бидат третираны со истите права и привилегии како и домашните компании. Тоа значи дека треба да им се обезбеди еднаков пристап до пазарот, без дискриминација и несоодветно регулирање. Потребно е да им се обезбедат услови за инвестирање и проширување на своите бизниси, да им се гарантира правна сигурност и да се спроведуваат ефикасни мерки за заштита на интелектуалната сопственост.

Исто така, треба да им се обезбеди и надлежна поддршка и услуги од страна на државните институции, како и да им се овозможи пристап до финансиски средства и научно-технолошки ресурси.

3. Дали процесите кои се насочени кон намалување на административните процедури и кон ограничување на разните дискрециони права на надлежните органи во регулирањето на стопанските активности, може да создадат услови за понатамошен динамичен развој врз пазарни основи?

ОТ: Да, ова може да резултира со зголемување на бројот на привлечени инвестиции, како и со зголемување на економскиот раст и развој на мали и средни претпријатија.

4. Дали во надворешно-трговската област е неопходно постигнување на договор за утврдување на правците за понатамошна либерализација на размената на производи и услуги?

ОТ: Да, во надворешно-трговската област е неопходно постигнување на договор за утврдување на правците за понатамошна либерализација на размената на производи и услуги, бидејќи тоа може да допринесе за зголемување на меѓународната конкуретност и подобрување на економскиот раст и развој. Имајќи ги предвид степенот на развиеност на турската економија, искуствата и позитивниот тренд во соработката, дали е неопходна поголема промоција и презентација на можностите и потенцијалите со кои располага Република Северна Македонија, а со цел да се привлечат поголеми инвестиции и да се подобри билатералната трговска соработка?

ОТ: Да, поголема промоција и презентација на можностите и потенцијалите со кои располага Република Северна македонија е неопходна за привлекување на поголеми инвестиции и подобрување на билатералната трговска соработка со Туркије. Ова може да доведе до поголем раст и развој на економската активност во двете земји.

5. Дали со поттикнување на настапот на турски компании на македонскиот пазар, а особено на разните форми на вложувања, како и со поголема промоција на фирми од Република Северна Македонија, нивно деловно поврзување со фирми од Република Туркије, ќе се овозможи интензивирање на соработката во разни домени од заемен интерес?

ОТ: Да, поттикнувањето на настапот на турски компании на македонскиот пазар и деловното поврзување со фирми од Република Туркије може да доведе до интензивирање на соработката во разни домени од заеднички интерес, како што се туризмот, прометот, текстилната индустрија и информатичките технологии. Ова би можело да доведе до подобрување на билатералната трговска соработка и да допринесе за раст на двата економски системи.

Анализата на податоците добиени од спроведеното интервју со Министерството за економија и Стопанската комора на Македонија-Турција во врска со економските односи покажаа дека: Досегашната целокупна економска соработка го нема достигнато посакуваното ниво, но сепак постојат можности кои треба максимално да бидат искористени како на државно ниво, така и од страна на стопанските субјекти на двете земји. Исто така, потребно е да бидат преземени мерки и активности на институционално ниво, како и интензивирање на соработката помеѓу стопанските субјекти од двете држави со цел зголемување на трговската размена. За зголемување на извозот на македонски производи на турскиот пазар, потребно е формирање на јасна стратегија за понуда, во однос на расположливи капацитети и квалитет на македонските производи.

Во врска со очекувањата за – трговската, инвестициската и други видови економска соработка се потврди дека се тие оправдани и реални, но за да се зголемат истите Стопанската комора Македонија – Турција изрази став дека е потребно е да се модернизира и надгради Договорот за слободна трговија. Билатералниот договор за слободна трговија меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, склучен пред повеќе од 20 години (кон крајот на 1999 година).

Со направената анализа се потврдија **хипотезите** дека постои потреба за зголемување на пазарот и остварување на користа од делување на ефектите на економската дипломатија и дека економската дипломатија помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије има перспектива во унапредување на идните односи.

На табела 13, прикажана е анализата на податоците од **турски инвеститори** во Република Северна Македонија.

Табела 13. Анализа на податоците и интерператција на резултатите

Прашање	Налбантоглу метал дооел	Халк банк	Чагатај кабло	Турмак ад Истанбул	Дајнамик енерџи	Олд таун
Оценка на односите	Пријателски и соработнички	Позитивни односи задоволени на почит	Мак. производи да бидат дел од турскиот пазар	Позитивно директно влијание врз вкупниот износ на СДИ	Добра политичка, економска и културна соработка	Сор. во области трговија инвестиции, култура, образование, туризам
Третман на странските компани во македонски економски амбиент	Еднаков третман	Членство во НАТО, подобар правен систем	Мислењето на странските и домашни инвеститори	Еднаквост пред законот, привилег. и либерален третман	Олеснува ње на процедури	Исти права привилегии како домашните компани
Намалување на администра тивните процедури	Може да се создадат услови	Дозволи за престој	Проблем со толкување на закони, губење на драгоцен време, унифициран систем на вреднување	Заздравува ње и доверба во правосудни от систем и континуитет на законите на подолг период	Згол. на бројот на СДИ и економски раст	Згол. на бројот на СДИ и економски раст
Договор за либелар. на производи и услуги	Зголемување на меѓународната конкурентност и подобрување на економскиот раст и развој	Проши. на опсегот на трговски договори	Заштита на производ. со разни царински алатки, целосна либерализ.	Заврш. на преговорите за царински огран., рев. Договорот за избегнув. на двојно оданочув.	Либерали.	Либерали.

Прашање	Налбантоглу метал дооел	Халк банк	Чагатај кабло	Турмак ад истанбул	Дајнамик енерџи	Олд таун
Промоција и презентац.	Привлекување на поголем број на инвеститори и подобрување на билатералната трговска соработка	Предности заради билатер. трговски договори	Промоција во делот на инвестици. политики и промоција на извозот	Поголема и редовна промоција	Поголема промоција	Поголема промоција
Поттикну. на настап на турските компани на македон. пазар	Интензивирање на соработката во разни домени од заемен интерес	Промоција	Интензивна соработка во разни домени	Фактори и локални стопански и трговски комори	Поттик на настапот на турски компани на македон. пазар	Поттик на настапот на турски компани на македонскиот пазар

Вистинскиот тест за вистинската важност на економската дипломатија е нејзината ефикасност (Peternel & Grešš, 2020). Иако е сосема јасно дека економската дипломатија во никој случај не е единствениот инструмент на државата за раст и напредок, треба да се има предвид дека економската дипломатија која не постигнува конкретни резултати со позитивни ефекти врз националната економија и имиџот на земја на глобално или барем континентално ниво и на регионално ниво нема никакво значење или цел, затоа треба темелно да се разгледа и реформира преку создавање и доследна имплементација на нов модел за кој клучни се високо квалификувани и мотивирани дипломати.

Од презентираната содржина се поставува прашањето како да се помогне на слабата економија со висококвалитетно економско дипломатско дејствување. Се разбира, економско-дипломатското и генерално дипломатското дејствување не може да ги реши внатрешните, или структурните проблеми на економијата и државата.

Тие мора да бидат во служба на економско и политичко закрепнување и стабилизација на земјата, како и нејзино успешно претставување и пробивање во светот. Тоа значи дека тие не само што треба да го следат туку и да го помагаат економскиот развој на државата, надворешната политика и надворешните економски перформанси во светот. Во овој дискурс, западните дипломати во 1980-тите им дадоа на своите дипломати постојана задача дека економската дипломатија е најважниот приоритет во нивната активност.

Затоа, основната функција на државната администрација, механизмот на надворешно дејствување, дипломатските и надворешно-трговските претставништва, разни делегации, министри, претставници на владата, станува функција на економски дипломати. Со други зборови, адевртајзингот и продажбата на производите од националната економија во светот, како и обезбедувањето работни места за националните компании на странскиот пазар, е главната цел на економската дипломатија на една земја.

Како до поголема економска соработка?

Продлабочувањето на економската соработка помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије е одлична можност од чија реализација корист би имале двете земји, а притоа, важна поткрепа дава одличната политичка соработка помеѓу двете земји. Меѓусебно поврзување, размена на искуства, контакти, заедничко инвестирање, со цел создавање на производи со повисока додадена вредност ќе овозможат повисок раст и развој на двете економии (Стопанска комора на Република Северна Македонија).

- ✧ Република Туркије е голем пријател и економски партнер на нашата земја и во таа насока гледаме можности да ја продлабочиме соработката. Република Северна Македонија може да биде почетната точка за развој на турските бизниси и инвестиции во целиот регион на Западен балкан, а Туркије е значајна за Македонија како прва дестинација преку која може да се продира на пазарите на Блискиот исток и африканските земји

- ✧ Република Северна Македонија е раскрсница, „срце на Балканот“, затоа треба да се зачуваат и да се развиваат добрите односи, што ќе влијае и на севкупните односи во целиот регион. Затоа, неопходно е Република Северна Македонија и Република Туркије целосно да ја либерализираат трговијата со земјоделско-прехрамбени производи, што поскоро да отворат дијалог на институционално ниво, со цел поголема економска соработка преку инвестиции од двете страни, како и заеднички настап на трети пазари
- ✧ Продолжување и зголемување на успешната туристичка размена меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, како и подигнување на повисоко ниво од сегашното е заедничка цел. Традиционалното македонско-турско пријателство, заедничките вредности и интереси, близината, зацврстените и воспоставени релации, како и големиот потенцијал да се подготви заедничка туристичка понуда, ќе придонесе да се привлечат поголем број туристи кои се заинтересирани за различни видови туризам
- ✧ Покрај посакуваното зајакнување на добрите деловни релации, потребно е заедничка посветеност за намалување на разликите и бариерите во трговската размена и поттикнување на компаниите за конкретни партнерства и меѓусебна соработка. Затоа, потребно е намалување или укинување на непреферцијалните бариери за увоз на македонските производи на турскиот пазар, што ќе придонесе за многу поголема трговска размена во сите сектори помеѓу двете земји
- ✧ Република Северна Македонија има потпишано Договор за слободна трговија со Туркије, па затоа треба да има зголемена соработка со Република Туркије, која е стартешки партнер во сите области. Размената на искуства и информации меѓу македонската и турската бизнис заедница е клучен фактор за продлабочување на веќе одлично поставената економска соработка меѓу двете земји, каде посебно треба да се посвети внимание на секторското поврзување меѓу компаниите на двете земји, во насока на воспоставување нови партнерства, во правец на заеднички настап на трети пазари
- ✧ Република Туркије и Република Северна Македонија имаат мултидимензионални односи коишто моќта ја црпат од заедничката историја и култура. Досегашните односи кон малцинствата во двете земји се на високо ниво, каде турската заедница во РС Македонија со своето активно присуство во сите сфери на живеењето, дава значаен придонес во целокупниот економски, културен и демократски развој.

И кај двете страни постои сериозна подготвеност за продолжување на одличната соработка со Турската агенција за соработка и координација, со чија поддршка се реализирани голем број проекти од областа на културата

- ✧ Потребно е модернизација на домашната економија со учество на турскиот know-how, пред се во индустриското и земјоделско производство, градежништвото и туризмот, користење на македонските ресурси за аутсорсинг услуги и вклучување во глобални синџири на додадена вредност преку релокација на турските извозници во Република Северна Македонија, што се само некои од можностите за унапредување на соработката. На тој начин македонските компании ќе станат што повидливи за турските, а потенцијалните партнери од Туркије да добијат информации кои би биле одлучувачки за носење деловни одлуки за соработка со Македонија
- ✧ Според бизнис заедницата, без искрена политичка волја нема ниту промени, ниту брз билатерален напредок, но најважно е да постои политичка стабилност, да функционира правната држава, да има конзистентност и предвидливост на законодавството, како и ефикасен приватно-јавен дијалог. За да се зголеми економската поврзаност меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, потребно е двете влади да утврдат стратегија за натамошна соработка и да ги дефинираат приоритетите. Тие најмногу може да придонесат во заедничко користење на Европските фондовите, пренесување на турското искуство за јавно приватно партнерство и во олеснување на постапките за водење бизниси.
- ✧ Меѓународната економска соработка е единствената можност за зголемување на конкуренцијата на глобално ниво која придонесува за јакнење на националната конкурентност на стопанството. Република Северна Македонија е мала земја, мала економија, но со големи можности
- ✧ Отвореноста на нашата економија ни дава за право да се надеваме дека можеме да привлечеме многу бизнисмени, а преку вложување на максимални напори од страна на сите чинители да доведеме до поголема економска соработка помеѓу Македонија и Туркије, која ќе резултира со можност за уште поголемо поврзување на најдобрите претприемачи од двете земји, нивни конкретни заеднички активности, а воедно и поголем прогрес на сите.

Приватниот сектор и претприемачкиот дух претставуваат движечка сила во глобалниот свет, сила која овозможува раст на економијата, придонесува за намалување на невработеноста и го трасира патот кон напредокот, со цел оджливост и долгорочен економски раст и развој.

ЗАКЛУЧОК

Значењето и улогата на економската дипломатија во меѓународните односи произлегува од економските интереси – бескомпромисен покренувач на промена во општеството и светот. Дваесет и првиот век започна со профилирање на процесот на глобализација, на неговиот економски и политички сегмент. Зајакнувањето на меѓузависноста на националните економии и економските движења на глобално ниво ги има поставено новите предизвици на втемелувачите на современиот пристап на меѓународно работење и непосредните учесници во меѓународните економски односи. Економската дипломатија е специфична активност чија задача е да создаде услови, ги пружи потребните информации и помогне за излез на македонските производи на странските пазари штитејќи и промоворијаќи ги нејзините интереси.

Колку долго производот ќе се задржи на странскиот пазар зависи од факторите на опкружувањето, факторите на побарувачката и конкуренцијата.

Интернационализацијата во работењето претставува крајна цел за поголем дел од претпријатијата, кои се наоѓаат на развојната патека. Земајќи го во предвид глобалното опкружување, Република Северна Македонија мора да вложи многу напор и труд во градење на отворено, динамично и флексибилно стопанство засновано на правната уреденост и развиената мрежа на социјална сигурност и заштита на секој поединец. Креирајќи стратегија за развој потребно е да се земат во предвид позитивните и негативни страни на процесот на глобализација, интеграција и либерализација во светската економија.

Во согласност со развојните интереси, потребно е да се утврди соодветна стратегија на поврзување со Европската Унија и другите регионални интеграции кои ќе обезбедат намалување на трошоците за транзиција и прилагодување на економијата на европските стандарди.

Токму затоа, економската дипломатија на Република Северна Македонија мора да биде заснована на самостоен и единствен економски развој. Стратешка цел на економската дипломатија на Република Северна Македонија мора да опфаќа:

- ✧ Зголемување на бројот и вредности на нови инвестиции во индустриското производство и секторите на меѓународна размена на услуги;

- ✧ Пружање на потребни информации и поддршка на инвеститорите за да се забрза спроведувањето на нивните планирани инвестиции во Република Северна Македонија;
- ✧ Охрабрување на постоечките инвеститори од Република Туркије за зголемување на нивниот ангажман во Република Северна Македонија и што е можно поголемо зголемување на нивото на меѓународно конкурентна додадена вредност во стопанството;
- ✧ Унапредување на сликата за Република Северна Македонија во Република Туркије со цел промовирање и позиционирање на Република Северна Македонија на светскиот пазар;
- ✧ Обезбедување на институционална и законодавна поддршка на малите и средни претпријатија;

Со цел градење на поволна слика и претставување на Република Северна Македонија во странство потребно е:

- ✧ Унапредување на деловната клима за домашните и странски инвеститори;
- ✧ Создавање на услови за поголем прилив на странски директни инвестиции и нови технологии;
- ✧ Спроведување на реформи кои ќе допринесат за зголемување на конкурентноста на извозот од Република Северна Македонија;
- ✧ Развивање на маркетинг активности и спроведување на промотивни програми со цел претставување на Република Северна Македонија меѓу инвеститори во избрани сектори и клучни пазари;
- ✧ Развивање на истражувачки способности со цел утврдување на индустриските и услужни сектори во кои Република Северна Македонија може да има конкурентска предност;
- ✧ Да се разберат потребите на инвеститорите кога станува збор за законодавството, административните и инфраструктурни мерки и обезбедување на повратни информации и препораки за понатамошно дејствување;
- ✧ Поддршка на нови иноватори кои сакаат да инвестираат во Република Северна Македонија;

Во однос на тоа како до поголема економска соработка помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, може да се истакне следното:

- ✧ Според бизнис-заедницата, без искрена политичка волја нема ниту промени, ниту брз билатерален напредок, но најважно е да постои политичка стабилност, да функционира правната држава, да има конзистентност и предвидливост на законодавството, како и ефикасен приватно-јавен дијалог. За да се зголеми економската поврзаност меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, потребно е утврдување на стратегија за понатамошна соработка и дефинирање на приоритетите. Токму тие најмногу може да придонесат во заедничкото користење на ЕУ-фондовите, пренесување на турското искуство за јавно приватно партнерство и во олеснување на постапките за водење бизниси;
- ✧ Меѓународната економска соработка е единствена можност за зголемување на конкуренцијата на глобално ниво која придонесува за јакнење на националната конкурентност на стопанството. Покрај посакуваното зајакнување на добрите деловни релации, потребно е заедничко посветување на намалување на разликите и бариерите во трговската размена и поттикнување на компаниите за конкретни партнерства и меѓусебна соработка. Затоа, потребно е намалување или укинување на непреферцијалните бариери за увоз на македонските производи на турскиот пазар, што ќе придонесе за многу поголема трговска размена во сите сектори помеѓу двете земји;
- ✧ Република Северна Македонија има потпишано Договор за слободна трговија со Република Туркије, па затоа треба да има зголемна соработка со Туркије, која е стратешки партнер во сите области. Размената на искуства и информации помеѓу македонската и турска бизнис-заедница е клучен фактор за продлабочување на веќе одлично поставената економска соработка меѓу двете земји, каде посебно треба да се посвети внимание на секторското поврзување меѓу компаниите на двете земји, во насока на воспоставување нови партнерства, во правец на заеднички настап на трети пазари.

БИБЛИОГРАФИЈА

- Altras Penda, I. (2018). Inicijativa triju mora – između gospodarske diplomacije i geopolitike. *Acta Economica Et Turistica*, 4(1), 1-120.
- Arystankulova, G. (2018). Economic Diplomacy – Important Component of Foreign Polict of Modern State. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 2864-2873.
- Bazdan, Z. (2011a). Gospodarska diplomacija i pataloški trendovi globalne ekonomije. Case study: Republika Hrvatska. *Poslovna izvrsnost*, 5(1), 103-124.
- Bazdan, Z. (2010b). Optimalni model gospodarske diplomacije Republike Hrvatske u kontekstu globalne obavjestajne revolucije. *Ekonomski vjesnik*, XXIII(2), 413-428.
- Babić, M. (2021). Učinkovita gospodarska diplomacija te nužnost implementacije novog modela u Republici Hrvatskoj. *Zbornik sceučilišta Libertas*, 6, 103-120.
- Bayne, N., & Woolcock, S. (2003). *The new Economic Diplomacy: Decision-making and negotiation in international economic relations*. Burlington: Ashgate Publishing Company.
- Beldiman, M. (2016). *The European Union's Economic Diplomacy in the Eastern Neighboirhood: What is it's Funding Effect Upon Small – and- Medium-Sized Enterprises Business Preformance*. School of Politics and International Relations, University of Kent.
- Bjornskov, C. (2005). *Basics of International Economics – Compendium*. Ventus Publishing ApS.
- Black, J. (2010). *A History of Diplomacy*. London: Reaktion Books Ltd.
- Butijer, N. (2007). Analiza: Suvremena gospodarska diplomacija. Republika Hrvatska, Ministarstvo vanjskih poslova i integracija, Uprava za međunarodnu gospodarsku suradnju, Odjel za poslovna istraživanja i analitiku. Преземено од: <https://hgd.mvpei.hr/UserFiles/File/pdf/analize/suvremenagospdiplomacija.pdf>.
- Carbaugh, R.J. (2005). *International Economics*. United States of America: South-Western, part of the Thomson Corporation.
- Csabay, M., & Cséfalvayová, K. (2022). Reconciling Institution Actors of Economic Diplomacy: The Case of Slovakia. *Czech Journal of International Realations*, 57(2), 1-37.

Donna, L., & Hocking, B. (2010). Economic Diplomacy. In R.A. Denmark (Eds.), *The International Studies Encyclopedia*, II, pp.1216-1227.

Dunn, R.M. & Mutti, J.H. (2004). *International Economics*. London: Routledge.

Erik, P. (2016). Economic Diplomacy and the Role of Diplomatic Missions Nowadays. In S.Csaba (Eds.). *Gazdaság & Társadalom Journal of Economy & Society*, pp.32-43.

Efremov, K. (2005). Central European Free Trade Agreement (CEFTA) 2006 Opportunities, Trade Relation and Evolution of Macedonian Economic Diplomacy. Преземено од:

https://www.researchgate.net/publication/281469465_Centernal_European_Free_Trade_Agreement_CEFTA_2006_Opportunities_Trade_Relation_and_Evolution_of_Macedonian_Economic_Diplomacy.

Elgadiry, N., & Hammuda, I. (2017). The Functions and Objectives of Economic Diplomacy. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 7(2), 350-351.

Ferjan, I. (2015). Ekonomska diplomatija & privlačenje SDI. *Međunarodna politika*, LXVI, 1157, 5-18.

Friedman, T. (2000). The Lexus and the Olive Tree: Understanding Globalisation, *HarperCollins*, 7.

Guy, F. (2009). *The Global Environment of Business*. New York, NY: Oxford University Press.

Genscher, H.D. (1996). The Economic Dimension of Diplomacy – a Component of Foreign Policy. *Croatian International Relations Review*, 1, 1-9.

Imai, K. (2022). Economic Diplomacy on Turkish Foreign Policy under AKP. Institute of Developing Economies (IDE), Jetro.

Jusufović, G., & Ukaj, F. (2021). Turkey's Trade with Western Balkans: Looking beyond the Turkish Foreign Policy. *Intereulaweast*, VIII(2), 133-160.

Klasan, V. (2011). Poslovne izvjesnice i vojno-gospodarska diplomacija. *Polemos*, 14(1), 77-95.

Kwaku Afesorgbor, S. (2016). *Economic Diplomacy in Africa: The Impact of Regional Integration versus Bilateral Diplomacy on Bilateral Trade*. Italy: European University Institute.

Lukić, Z. (2017). Moć i uloga ekonomske diplomatije u vrijeme globalizacije. *FBIM Transactions*, 5(2), 57-66.

Masalkovski, I., & Milenkovski, B. (2019). The meaning of Economic Diplomacy in small countries – a special reference to the Republic of North Macedonia. *Review Scientific Article*, 1, 223- 231.

Manić, E. (2013). *Ekonomska geografija: resursi, proizvodnja, trgovina i razvoj*. Beograd: Centar za izradavčku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu.

Mitrovic, M. (2014). Turkish Foreign Policy towards the Balkans: The influence of tradicional determinants on Davatoğlu's conception of Turkey – Balkan relations. *GeT MA Working Paper Series*, 10, 1-69.

Mlinarić, D., Perić, T., & Matejaš, J. (2019). Multi-objective programming methodology for solving economic diplomacy resource allocation problem. *Croatian Operational Research Review*, 10, 165-174.

Moons, S.J.V., & van Bergeijk, P.A.G. (2016). Does Economic Diplomatic Work? A meta-analysis of It's Impact on Trade and Investment. *The World Economy*, 1-33.

Mushelenga, P. (2015). *The Economic Diplomacy of a Small State: The Case of Namibia*. Преземено од: <https://uir.unisa.ac.za/handle/10500/18991>.

Okano-Heijmans, M. (2011). Conceptualizing Economic Diplomacy: The Crossroads if International Relations, Economics, IPE and Diplomatic Studies. *The Hague Journal of Diplomacy*, 6, 7-36.

Olins, W. (2005). Making a national Brand. In J.Melissen (Eds.), *The new Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (pp.169-179). New York: Palgrave Macmillan.

Pajtinka, E. (2016). Economic Diplomacy and the Role of Diplomatic Missions Nowadays. *Gazdaság & Társadalom / Journal of Economy & Society*, 1, 32-43.

- Peternel, I., & Grešš, M. (2020). Economic diplomacy: concept for economic prosperity in Croatia, *Economic Research – Ekonomska Istraživanja*, 1, 1-14.
- Plavšin, A. (2017). Ekonomska diplomatija Srbije u funkciji artikulacije ekonomske saradnje i njeno moguće unapređenje. *LIMES+*, XIV(3), 105-124.
- Plevnik, J., & Mesić, S. (2011). *Doba ekonomske diplomacije*. Zagreb: Plejada.
- Penev, S., Udovič, B., & Đukić, M. (2014). Ekonomska diplomatija u Srbiji: Karakteristike i mogućnosti za unapređenje. *Ekonomske teme*, 52(3), 271-287.
- Petrović, Ž. (2019). Ekonomska diplomatija u uslovima globalizacije sa osvrtom na ekonomsku diplomatiju Bosne i Hercegovine. *EkonoBiz*, 1, 333-345.
- Petrović, P. (2009). Prioriteti ekonomske diplomatije Republike Srbije u uslovima svetske ekonomske krize. *Ekonomske horizonti*, 11(2), 101-112.
- Potter, E. (2004). *Branding Canada: The Renaissance of Canada's Commercial Diplomacy*. International Studies Perspectives.
- Prvulović, V. (2001). *Ekonomska diplomatija*. Beograd: PS-Grmeč.
- Rana, K.S. (2007). *Bilateral Diplomacy. Serbia*: DiploFoundation.
- Raičević, M. (2003). *Internacionalna ekonomija sa osnovama ekonomske diplomatije*. Beograd: Fakultet za Internacionalni menadžment.
- Ristić Petrović, D. (2016). Savremena ekonomska diplomatija kao instrument ostvarenja privrednih ciljeva Republike Srbije. *Megatrend revija*, 13(3), 131-154.
- Raičević, M. (2009). *Ekonomska diplomatija*. Beograd: Institut za ekonomsku diplomatiju.
- Ristić, K., i Petković, M. (2013). *Međunarodna ekonomija i internacionalne finansije*. Beograd: Etnostil.
- Radošević, D. (2002). Hrvatska gospodarska diplomacija u globaliziranom svijetu. *Ekonomske preglede*, 53(11-12), 1070-1085.

Saner, R., & Yiu, L. (2006). International Economic Diplomacy: Mutations in Post-modern Times. Превземено од:

<https://www.clingendael.org/publication/international-economic-diplomacy-mutations-post-modern-times>.

Sadžak, M., Mujanović, E., & Tutnjević, M. (2008). Ekonomska diplomacija – menadžerski pristup. Zagreb – Sarajevo: Synopsis.

Salikić, A., & Mehić, E. (2020). Uloga ekonomske diplomatije u podršci izvozu slučaj BH.Diplomatsko-konzularnih predstavništva u Republici Turskoj. Sarajevo Business and Economics Review, 38, 129-137.

Salvatore, D. (2013). *International Economics*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.

Sholte, J.A. (2001). Globalisation, Governance and Corporate Citizenship. *Journal of Corporate Citizenship*, 1, 15-23.

Shrestha, R. (2021). Economic Diplomacy for Development Partnership. *Institute of Foreign Affairs, Nepal: Journal of Foreign Affairs*, 1(1), 59-78.

Strange, S. (2000). States, Firms and Diplomacy. In Frieden, J.A., & Lake, D.A.(Eds.), *International Political Economy: Perspectives on global power and wealth*. London: Routledge.

Svetličić, M. (2011). Competences for Economic Diplomacy and International Business; Convergence or Divergence?. *Uprava*, IX(1), 145-167.

Vračić, A. (2016). Turkey's role in the Western Balkans. Berlin: Stiftung Wissenschaft und Politik – SWP-Deutsches Institut für Internationale Politik und Sicherheit.

Yakop, M., & Van Bergeijk, P.A.G. (2009). *The Weight of Economic and Commercial Diplomacy*. Netherlands: Institute of Social Studies.

Yueh, L. (2020). Economic Diplomacy in the 21st Century: Principles and Challenges. London: LSE IDEAS Strategic Update.

Unković, M. (2010). *Međunarodna ekonomija*. Beograd: Univerzitet Singidunum.

Džogović, S.A., & Džogović, A. (2018). Economic Diplomacy in the Function of Economic Interests of Bosnia and Herzegovina. *KNOWLEDGE – International Journal*, 27, 49-56.

Džombić, I.J. (2009). Ekonomska diplomatija kao faktor privrednog razvoja. *Časopis za poslovnu ekonomiju, biznis i menadžment i komunikologiju*, III(3), 7-27.

Ацемоглу, Д. (2015). *Вовед во современ економски раст*. Скопје: Арс Ламина.

Балдвин, Р. и сор. (2011). *Економска географија и јавна политика*. Скопје: Арс Ламина.

Бейтс, Ч.Р. (2009). *Политичка теорија и меѓународни односи*. Скопје: Просветно дело.

Болевски, В. (2009). *Дипломатијата и меѓународното право во глобализираните односи*. Скопје: Просветно дело.

Бериц, Г.Р. (2009). *Дипломатија: теорија и пракса*. Прилеп: Печатница 11 Октомври.

Бејн, Н., и Вулкок, С. (2009). *Нова економска дипломатија – донесување одлуки и преговарање во меѓународните економски односи*. Скопје: Нампрес.

Беј, М.Р. (2009). *Економија на менаџмент и Бизнис стратегија*. Скопје: Датапонс.

Валтер, Е., и Сен, Г. (2010). *Анализа на Глобалната Политичка Економија*. Скопје: Арс Ламина.

Дан, Д.Х. (2009). *Дипломатија на највисоко ниво – Развој на меѓународните самити*. Скопје: Просветно дело.

Даниелс, Џ.Д., Радебау, Л.Х., и Саливен, Д.П. (2011). *Глобализација и бизнис*. Скопје: Арс Ламина.

Јагер, Х., и Јепма, К. (2015). *Вовед во меѓународна економија*. Скопје: Арс Ламина.

Коган, В.Ј., и Грин, М.С. (2012). *Глобален маркетинг*. Скопје: Арс Ламина.

Кацнер, Д.В. (2010). *Вовед во економската теорија на пазарно однесување – микроекономија од перспектива на Валрас*. Тетово: Арбериа Дизајн.

Котлер, Ф. (2009). *Привлекување на инвеститори: маркетинг-пристап за наоѓање средства за вашиот бизнис*. Скопје: ТРИ книжарница.

Кировска, Ж. (2010). *Трговски менаџмент*. Скопје: Универзитет за туризам и менаџмент.

Кејвс, Р.Е., Франкел, Ц.А., и Тус Џоунс, Р. (2011). *Светската трговија и плаќања – Вовед*. Скопје: Арс Ламина.

Кругман, П.Р., и Обстфелд, М. (2009). *Меѓународна економија – теорија и пракса*. Скопје: Табернакул.

Камбовски, В. (2009). *Унапредување на економските односи помеѓу Република Македонија и Република Турција: Конференција*. Скопје: Македонска академија на науките и уметностите.

Ли, Д., Мелисен, Ј., и Шарп, П. (2009). *Новата јавна дипломатија – Мека сила во меѓународните односи*. Скопје: Просветно дело.

Леонард, М., Стед, К., и Сметинг, К. (2009). *Јавна дипломатија*. Скопје: Просветно дело.

Малдун, Ц.П., Фагот Авиел, Ц., Рејтано, Р., и Саливен, Е. (2009). *Мултилатерална дипломатија и Обединетите нации денес*. Скопје: Просветно дело.

Марковски, Д. (2017). *Современи дипломатски методи и нивната примена во македонската дипломатија*. Скопје: Фондација Фридрих Еберт – канцеларија Скопје.

Мојсовска, С. (2020). *Постбрегзит платформа за трговска соработка помеѓу Република Северна Македонија и Обединетото Кралство*. Скопје: УНОПС.

Мелисен, Ј. (2009). *Иновации во дипломатската практика*. Скопје: Просветно дело.

Псалтиров, И. (2021). Нов концепт на економска дипломатија во поддршка на македонската економија. Преземено од <https://izvoz.mk/илија-псалтиров-нов-концепт-на-економ/>.

Реј, Д. (2015). *Развојна економија*. Скопје: Арс Ламина.

Хил, К. (2009b). *Променливоста на надворешната политика*. Прилеп: Печатница 11 Октомври.

Хил, Ч.В.Л. (2010а). *Меѓународен бизнис – Натпреварување на глобалниот пазар*. Скопје: Магор.

Çakir, M. (2014). An Economic Analysis of the relationship Between Turkey and the Balkan Countries. *Adam Akademi*, 4/2, 77-86.

Gürzel, A. (2014). Turkey's Role as a regional and Global Player and its Power Capacity: Turkey's Engagement with other Emerging States. *Revista de Spciologia e Politica*, 22(50), 95-105.

Özçobanlar, M.A. (2022). Türkiye's Economic Diplomacy: Enhancing the Impact and Coherence of Türkiye's External Actions as an Emerging Strategy. *Studia Europejskie – Studies in European Affairs*, 26(3), 143-173.

Free Trade Agreement between the Republic of Turkey and the Republic of Macedonia. Превземено од:

<https://trade.gov.tr/data/5b9110d813b8770becf1e71b/fc62faed1b4e7bf2a9600a9b4206f811.pdf>

Ministry of Foregin Affairs Republic of Türkiye. Türkiye - Kuzey Makedonya İlişkileri. Превземено од: <https://www.mfa.gov.tr/default.en.mfa>

Turkish Statical Institute. Foreign Trade. Превземено од: <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Foreign-Trade-104#>

Ministry of Trade Republic of Türkiye. Makedonya. Превземено од: <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/serbest-ticaret-anlasmalari/yururlukte-bulunan-stalar/makedonya>

TRT Balkan (2022). Туркије е меѓу најважните економски партнери на Северна Македонија. Превземено од: <https://macedonian.trtbalkan.com/sjeverna-makedonija/turkie-e-meu-navazhnite-ekonomski-partneri-na-severna-makedonia-9156526>

United Nations Conference on Trade and Development (Unctad). (2022). *World Investment Report 2022, International Tax Reforms and Sustainable Investment*. New York: United nations Publications. Превземено од: <https://unctad.org/publication/world-investment-report-2>

Академик (2012). Агенција за странски инвестиции и промоција на извозот на РМ.

Превземено од:

<https://akademik.mk/servisni-informacii/agentsija-za-stranski-investitsii-i-promotsija-na-izvozot-na-rm-3/>

Министерство за економија. Годишен план за работа во 2023 година. Превземено од:

<https://economy.gov.mk/mk-MK/news/godisen-plan-za-rabota-bo-2023-godina.nspх>

Народна банка на Република Северна Македонија. Состојба на странски директни инвестиции во Република Северна Македонија по земји на инвеститори. Превземено од: <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-kvartalen-izvestaj---statisticki-prilog-2022.nspх>

Стопанска комора на Република Северна Македонија. Коморско организирање во Македонија низ историјата.

Превземено од: <https://www.mchamber.mk/Default.aspx?mId=31&lng=1>

Стопанска комора на Македонија-Турција. Билатерални односи со Република Турција.

Превземено од:

<https://matto.com.mk/mk/makedonya-turkiye-arasinda-ikili-anlasmalar-mk/makedonya-turkiye-arasinda-ikili-anlasmalar/>

Deik Balkan Talks: Kuzey Makedonya’da iş ve Yatırım Fırsatlari, Zoom Online Konferans Sistemi (2020). Превземено од: <https://www.deik.org.tr/uploads/deik-balkan-talks-kuzey-makedonya-da-is-ve-yatirim-firsatlari.pdf>

Gürler, M. (2022). Türkiye-Makedonya Karşılıklı Dış Ticaret Analizi. Превземено од:

<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=G%C3%BCrler%2C+%D0%9C.+%282022%29.+T%C3%BCrkiye-Makedonya+Kar%C5%9F%C4%B1l%C4%B1kl%C4%B1+D%C4%B1%C5%9F+Ticaret+Analizi>

Kuzey Makedonya Pazar Bilgileri. Превземено од:

https://www.sto.org.tr/Portals/15/dis%20ticaret/hedef_pazar_analizi/Kuzey_Makedonya_Pazar_Bilgileri.pdf

Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı. *Türkiye – Kuzey Makedonya İlişkileri*. Преземено од:

<https://www.mfa.gov.tr/turkiye-makedonya-cumhuriyeti-siyasi-iliskileri-.tr.mfa>

ПРИЛОГ

Инвеститори од Република Туркије

Универзитет на Југоисточна Европа, Факултет за современи општествени науки

Истражување: Економска дипломатија помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије

Почитувани,

Ви благодарам што одлучивте да учествувате во ова истражување.

Целта на истражувањето е да ги идентификува клучните прашања за економската дипломатија помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, за да се објаснат структурните детерминанти на економските потези кои се остварени помеѓу овие две земји во последните неколку години како и утврдување на ефектите од мерките на економската дипломатија на движењето на основните макроекономски индикатори и да се даде оценка на можностите/предизвиците што таа ги носи.

Добиените податоци од ова истражување ќе бидат дел од мојот магистерски труд.

Институција: [....]

Испитаник: [....]

Место: [....]

Време: [....]

1. Како ги оценувате односите помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије? Кои се предизвиците и проблемите?
2. Каков третман треба да имаат странските компании во македонскиот економски амбиент?
3. Дали процесите кои се насочени кон намалување на административните процедури и кон ограничување на разните дискрециони права на надлежните органи во регулирањето на стопанските активности, може да создадат услови за понатамошен динамичен развој врз пазарни основи?
4. Дали во надворешно-трговската област е неопходно постигнување на договор за утврдување на правците за понатамошна либерализација на размената на производи и услуги?
5. Имајќи ги предид степенот на развиеност на турската економија, искуствата и позитивниот тренд во соработката, дали е неопходна поголема промоција и презентација на можностите и потенцијалите со кои располага Република Северна Македонија, а со цел да се привлечат поголеми инвестиции и да се подобри билатералната трговска соработка?
6. Дали со поттикнување на настапот на турски компании на македонскиот пазар, а особено на разните форми на вложувања, како и со поголема промоција на фирми од Република Северна Македонија, нивно деловно поврзување со фирми од Република Туркије, ќе се овозможи интензивирање на соработката во разни домени од заемен интерес?

Министерство за економија на Република Северна Македонија

Универзитет на Југоисточна Европа, Факултет за современи општествени науки

Истражување: Економска дипломатија помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије

Почитувани,

Ви благодарам што одлучивте да учествувате во ова истражување.

Целта на истражувањето е да ги идентификува клучните прашања за економската дипломатија помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, за да се објаснат структурните детерминанти на економските потези кои се остварени помеѓу овие две земји во последните неколку години како и утврдување на ефектите од мерките на економската дипломатија на движењето на основните макроекономски индикатори и да се даде оценка на можностите/предизвиците што таа ги носи.

Добиените податоци од ова истражување ќе бидат дел од мојот магистерски труд.

Институција: [....]

Испитаник: [....]

Место: [....]

Време: [....]

1. Како ќе ја оцените економската соработка помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије? Кои се главни теми со кои сакате приоритетно да се занимавате?
2. Како соработката помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије може да придонесе да се создаде подобра институционална рамка за трговија и инвестиции?
3. Каков е интересот на турските компании да настапат на пазарот во Република Северна Македонија?
4. Што велат статистичките податоци за економската соработка помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије?
5. Дали сметате дека за здрави трговско-економски односи меѓу Република Северна Македонија и Република Туркије, важно е да се најдат нови предизвици кои не се опфатени во Договорот за слободна трговија за да се зголемат меѓусебните инвестиции и се воспостават трајни и долгорочни односи?

МАТТО – Стопанска комора Македонија-Турција

Универзитет на Југоисточна Европа, Факултет за современи општествени науки

Истражување: Економска дипломатија помеѓу Република Северна Македонија и Република Турција

Почитувани,

Ви благодарам што одлучивте да учествувате во ова истражување.

Целта на истражувањето е да ги идентификува клучните прашања за економската дипломатија помеѓу Република Северна Македонија и Република Турција, за да се објаснат структурните детерминанти на економските потези кои се остварени помеѓу овие две земји во последните неколку години како и утврдување на ефектите од мерките на економската дипломатија на движењето на основните макроекономски индикатори и да се даде оценка на можностите/предизвиците што таа ги носи.

Добиените податоци од ова истражување ќе бидат дел од мојот магистерски труд.

Институција: [....]

Испитаник: [....]

Место: [....]

Време: [....]

1. Како ги оценувате односите Република Северна Македонија и Република Туркије. Кои се предизвиците и проблемите?
2. Каков третман треба да имаат македонските компании во турскиот економски амбиент?
3. Дали со поттикнување на настапот на македонските компании на турскиот пазар, а особено на разните форми на вложувања, како и со поголема промоција на фирми од Република Северна Македонија, нивно деловно поврзување со фирми од Република Туркије, ќе се овозможи интензивирање на соработката во разни домени од заемен интерес?
4. Какви се перспективите за понатамошен развој на билатералните економски односи помеѓу Република Северна Македонија и Република Туркије?
5. Дали се оправдани очекувањата за – трговската, финансиската, инвестиционата и други видови економска соработка во квантитативна и квалитативна смисла?