

## Η νέα δυναμική της οικονομικής διπλωματίας

Του Δημήτρη Μάρδα

Υφυπουργού Εξωτερικών

**Η** οικονομική διπλωματία διεθνώς έχει υποκαταστήσει μεγάλο μέρος της γνωστής παραδοσιακής διπλωματίας της εξωτερικής πολιτικής. Πράγματι, δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις, όπου οι πρέσβεις των κρατών καλούνται να επιλύσουν προβλήματα των δικών τους, των εθνικών εταιριών, τα συμφέροντα των οποίων θίγονται από μέτρα πολιτικής των ξένων χωρών όπου υπηρετούν.

Η προώθηση των εξαγωγών και η προσέλκυση επενδύσεων, βρίσκονται στο επίκεντρο ενδιαφέροντος της οικονομικής διπλωματίας κάθε χώρας, όπως και της Ελλάδας. Οι κεντρικοί στόχοι της εν λόγω πολιτικής διεθνώς είναι ίδιοι, διαφέρει όμως ο τρόπος προσέγγισης κάθε ζητήματος προς επίλυση, όπως και η επιλογή επιμέρους μέτρων, ικανών να διανθίσουν το πλαίσιο της πολιτικής εξωστρέφειας κάθε χώρας.

Στο πλαίσιο της οικονομικής διπλωματίας του Υπουργείου Εξωτερικών (ΥΠΕΞ), υφίσταται μια συστηματική διαχείριση των πληροφοριών προερχομένων από κάθε πηγή, η οποία με τη σειρά της πρέπει να οδηγήσει σε αποτέλεσμα από τον χειριστή ή τους χειριστές ενός θέματος. Όταν η μέθοδος όμως δεν αποδίδει, τότε αλλάζει, όπως συχνά και ο χειριστής του θέματος.

Αλλαγή της μεθόδου δεν σημαίνει ότι εγκαταλείπεται μια πολιτική ή μια προσπάθεια, που άρχισε εδώ και καιρό, απλά αλλάζει η γραμμή πλευσης, έτσι ώστε να εκπληρωθούν συγκεκριμένοι στόχοι. Αν λόγου χάρη, μια διαπραγμάτευση επτά ή οκτώ μηνών δεν αποδώσει τα αναμενόμενα αποτελέσματα, τότε απομένει η αλλαγή της τακτικής που ακολουθείται, έτσι ώστε οι όποιες δυσκαμψίες να εξαιρεθούν.

Από την άλλη, η έννοια του μοναδικού διαπραγματευτή ενός θέματος στο χώρο της οικονομικής διπλωματίας, δε θεωρείται συνετή επιλογή, καθώς η συνέχεια της διοίκησης απαιτεί την αποτελεσματική διάχυση των πληροφοριών εντός του Υπουργείου. Αυτό, εύκολα οδηγεί στην αντικατάστασή του, σε οποιοδήποτε επίπεδο και αν βρίσκεται.

Κάτι τέτοιο είναι εφικτό, καθώς δεν έχουμε να στείλουμε πύραυλο στο διάστημα, ούτε να επιλύσουμε αι δύσκολη συνάρτηση. Αυτή η πολιτική είναι λοιπόν απαλλαγμένη από προσωπικές επιρροές ή ατέρμονες, χωρίς αποτέλεσμα συζητήσεις με διεθνή διάσταση και οικονομικό περιεχόμενο.

**Σ**υχνά μέρος αναλυτών, δημοσιογράφων κ.ά καθώς είναι προσκολλημένο σε παραδοσιακές αντιλήψεις, δυσκολεύεται ή αρνείται να κατανοήσει νέες πρακτικές, που επιζητούν την εισαγωγή κάποιας άλλης λογικής στην πολιτική εξωστρέφειας της χώρας.

Αποτελεί λόγου χάρη παραδοσιακή αντίληψη, η οργάνωση συναντήσεων στο εξωτερικό, σε χώρους με πολυπληθές κοινό δυνητικών επενδυτών, όπου εκεί παρουσιάζονται τα

συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας. Δεν αμφισβητείται φυσικά η αξία μιας τέτοιας ενέργειας, η οποία ακολουθείται και από εμάς. Από μόνη της όμως δε δίνει τα αναμενόμενα αποτελέσματα.

Σε ένα δεύτερο βήμα λοιπόν, επιβάλλεται να γίνει κάτι άλλο, πιο κουραστικό και πιο επίπονο. Ειδικότερα, η επιλογή ενός δυνητικού επενδυτή συγκριμένου κλάδου και η επίσκεψη στις εγκαταστάσεις του στο εξωτερικό, συνοδευόμενη από εξατομικευμένη παρουσίαση των ευκαιριών που προσφέρει η χώρα, είναι εκείνο που αποδίδει. Δύσκολη και κοπιώδης προσπάθεια, αλλά με θεαματικά καλύτερα αποτελέσματα, που απαιτούν έναν άλλο τρόπο δουλειάς.

Από την άλλη, η ανάδειξη της γεωπολιτικής θέσης της χώρας, με την οργάνωση διεθνών συναντήσεων εκπροσώπων κυβερνήσεων κρατών όπως και επιχειρηματιών, που ανήκουν σε διάφορες γεωγραφικές ζώνες και ο συνδυασμός τους με κάποια κλαδική έκθεση, μπορεί να δώσει μια άλλη προοπτική στην εθνική πολιτική της εξωστρέφειας.

Επίσης, η συγκέντρωση πληροφοριών για δίκτυα διανομής και η διάχυση της γνώσης αυτής, ικανής να συνδέσει τις εξαγωγές της χώρας με συγκεκριμένα κέντρα πώλησης προϊόντων (π.χ. τα *delicatessen*), διευκολύνει κάθε εξαγωγική προσπάθεια.

Τέλος, έξυπνα μέτρα φορολογικού χαρακτήρα, συμβατά με τους κανόνες της ΕΕ, δίνουν πολλές ανάσες ζωής στους εξαγωγείς. Αυτά, με την ταυτόχρονη προσεκτική μελέτη των άρθρων της Συνθήκης της Λισσαβόνας, μπορούν να επηρεάσουν τον βαθμό ανάκαμψης της οικονομίας μας.

Όλα τα ανωτέρω, όπως και άλλα μέτρα άγνωστα στο παρελθόν, έχουν ενσωματωθεί στην νέα οικονομική διπλωματία της χώρας.

Δεν αποτελεί λοιπόν στοιχείο επιτυχίας μιας πολιτικής εξωστρέφειας μόνο η συμμετοχή εξαγωγέων σε διεθνείς εκθέσεις ή σε εμπορικές αποστολές ή οτιδήποτε άλλο παρεμφερές μέτρο, που ευρύτατα χρησιμοποιείται διεθνώς, όπως φυσικά και από εμάς.

Καίριος παράγοντας επιτυχίας είναι η εφαρμογή οτιδήποτε διαφορετικού καινοτόμου μέτρου, δύσκολου συχνά στην υιοθέτηση και την εφαρμογή του. Κάτι τέτοιο, εύλογα κάνει τον αριθμητή ενός κλάσματος διαφορετικό, δεδομένου ότι ο παρονομαστής (συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις κ.λπ) είναι κοινός για όλες τις εξωστρεφείς χώρες του πλανήτη.

Η οικοδόμηση όμως του αριθμητή, προσκρούει συνήθως σε εμμονές, στις εύκολες λύσεις, στην άγνοια και σε δυσκαμψίες, εμπόδια διεθνώς γνωστά, τα οποία φυσικά δεν είναι ανυπέρβλητα.