



Тежња човека да о себи створи жељени утисак постоји од када постоји и човечанство, од раних цивилизација нарочито за време Римске империје па до данас. Људи који управљају снажним државама теже да о њима створе циљани утисак или специфичну слику код својих држављана и других људи широм света. Ти утисци могу бити: *прецизне машине*

(Немачка),

врхунска мода

(Италија),

гастрономија

(Француска) или

сјајан провод

(Ибица – чак је и дестинација бренд). Примера ради, неке земље могу да улажу у то да буду препознатљиве као мирољубиве, а да при томе буду један од највећих извозника наоружања, као што је то Канада.

Чему све то? Компаније су разумеле да ефекат земље порекла има снажан утицај на продају (нпр. доказано је да фирме из Шведске своје производе могу да продају 20% скупље од суседа), а владе озбиљних држава схватиле су да бољи имиџ земље привлачи туристе, инвеститоре и олакшава успехе у дипломатији. Због тога се пре више од једне деценије јавила потреба примене маркетинг алата на управљање брендом нације јер су те софистициране методе ефикаснији начин за достизање економских и политичких циљева.

Научник др. Сајмон Анхолт је први развио посебне методе и успоставио нову област у маркетингу - *Nation Branding* (прим. аут. национално брендирање). Касније су и други аутори дали свој допринос, па данас имамо маркетинг системе који помажу да се боље управља националним брендом земље.



Србија има разна обележја и специфичности која чекају да буду искоришћена на добробит свих. Међу њима се издваја и краљевска породица Карађорђевић. Историјски гледано наша монархија је јединствена, јер је ретка која је потекла директно из народа. Српски народ је изабрао међу најугледнијим домаћинима и јунацима једног од њих кадрог да га предводи у борби за слободу против турског окупатора. Тај јунак и домаћин, Ђорђе Петровић Карађорђе, јесте предак Њ.К.В. Александра II. Дакле, наш краљ и његови преци нису пљачкали или отимали од свог народа да би постали богати, утицајни и снажани, већ напротив ризиковали су све што су имали због слободе и због нас. Данас, Карађорђевићи имају родбинске везе са свим значајним краљевским породицама у Европи. Србија је међу ретким државама света која има овакав положај. Такође, историјски гледано, Краљевину Србију су правили Немањићи, а републику на насилан и недемократски начин комунисти.

Васпостављање парламентарне монархије, ако би се то учинило плански и одговорно, имало би вишеструке позитивне ефекте на национални бренд који би се огледао у снажењу политичке и економске моћи. Како? У почетку би то била светска вест, а нарочито у земљама које имају такво државно уређење. Заправо, то би био први забележени случај у Европи (уколико се изузме Шпанија) да се монархија врати. Тај моменат би био пропраћен уз присуство бројних краљевских породица и уз велику медијску пажњу, а Србија би стала у ред држава (макар што се уређења тиче) као што су Велика Британија, Шведска, Данска, Холандија, Белгија, Јапан...



Овај догађај, када би се правилно планирао, имао би примарне и секундарне ефекте и на туризам и економију (организацију специјалних тематских догађаја, производњу и продају специфичних националних производа, филателију и сл). Такође, на дипломатском плану од велике користи би биле родбинске и пријатељске везе краља. Он их свакако и данас користи, али је ефикасније када се то чини са позиције владара старе европске краљевине, која је била краљевина и у средњем веку.

Како тај догађај не би остао усамљен, изолован и заборављен чин, потребно је континуирано радити. Обновљена парламентарна монархија би на унутрашњем плану требало да интегрише националне интересе и успостави нови однос у региону, јер је краљ Србије уједно и краљ свих Срба.

Национални идентитет представља један од темеља за јак национални бренд код нација

Краљевина Србија као национални бренд

Пише: Миљан Премовић
понедељак, 13 август 2012 07:06

са најјачим елементима бренда (као што су САД, Немачка, Шведска, Јапан...), па је зато важно у њега улагати и развијати га. Краљевина Србија са својим краљем може да повеже север и југ, исток и запад Србије и некадашњих и садашњих српских земаља. Он, као интегратор свих вредности, делује позитивно на јединство, морал и самопоуздање читаве нације. Заправо он није личност ниједне политичке странке, његова улога је помоћ у развоју државе и нације, односно свих који живе у Србији.

Политичари би можда рекли да је монарх само декор парламентаризма без конкретних функција, одговорности и представља само трошак. Међутим, психолошки ефекат и симболика су надасве изузетно важни, а аргумент о трошку не стоји (сетимо се само колико коштају избори за председника који има скромна овлашћења).

Дакле, монархија може да integriше националне циљеве, смањи или уклони демократски јаз, помогне на дипломатском пољу, делује позитивно на имиџ Србије, покрене нове туристичке и привредне делатности и на тај начин утиче да на целокупан развој Србије.