



ISTRAŽIVANJE GLOBALNE KONKURENTNOSTI GLOBAL COMPETITIVENESS RESEARCH

Dr Slavica Anđelić, Visoka poslovna škola strukovnih studija "Prof. dr Radomir Bojković", Kruševac, slavica.andjelic@indmanager.edu.rs

Marko Trišić, MA, Visoka poslovna škola strukovnih studija "Prof. dr Radomir Bojković", Kruševac, marko.trisic@indmanager.edu.rs

Jovana Petrović, Visoka poslovna škola strukovnih studija "Prof. dr Radomir Bojković", Kruševac, jovanapetrovic986@gmail.com

Sažetak

Blagostanje se u svim privredama stvara na mikroekonomskom nivou kroz poslovanje privrednih subjekata. Usled nestanka mnogih prepreka u međunarodnoj trgovini, smanjenja troškova transporta i komunikacija, sve zemlje i njihovi privredni subjekti takmiče se na jednom globalnom tržištu. U današnjoj svetskoj ekonomiji koju karakteriše otvorenost i integracija, konkurentnost ima ključnu ulogu, kako u razvijenim zemljama, tako i u zemljama u razvoju.

Konkurentnost je održiv rast produktivnosti vođen kvalitetom strategija i poslovanja preduzeća, na koju zajedno utiču makroekonomsko i mikroekonomsko okruženje. Nivo konkurentnosti određuje produktivnost – mera sposobnosti da se proizvedu robe i usluge koristeći postojeće vlastite ljudske, finansijske, prirodne i druge resurse. Produktivnost određuje životni standard države ili regije, prihod od kapitala, očuvanje nacionalnog bogatstva. Produktivnost zavisi i od vrednosti proizvoda i usluga (npr. njihova jedinstvenost, kvalitet), kao i od efikasnosti kojom se proizvode.

Kako bi se identifikovalo što više (promenljivih) pokazatelja bitnih za pojam konkurenčnosti i kako bi se dobili što pouzdaniji rezultati pri merenju međunarodne konkurentnosti zemalja, najčešće se koriste tri najpouzdanija modela: IMD, World Economic Forum i World Bank model. Navedeni modeli su uspešno iskorišćeni od strane asopisa CEER za sprovođenje analize konkurentnosti između Poljske, Češke i Mađarske, kao i svih tranzicionih zemalja (među kojima je i Srbija).

Abstract

Wealth in all economies is being created at the microeconomic level through the activities of economic entities. Due to the disappearance of many barriers in international trade, i.e. reducing costs in transportation and communications, all countries and their economic subjects are now competing in the global market. In today's global economy, characterized by openness and integration, competitiveness plays a key role both in developed countries, as well as in developing ones.

Competitiveness presents sustainable productivity growth driven by the quality of the strategy and operations of the company, affected by macroeconomic and microeconomic environment altogether. The level of competitiveness is determined by productivity - ability to produce goods and services using existing human, financial, natural and other resources. Productivity determines the standard of living of the country or a region, capital income, preservation of national wealth. Productivity also depends on the value of goods and services (e.g. of their uniqueness, quality) and the efficiency of their production.

In order to identify as many indicators (variables) that are essential to the concept of competition, and get more reliable results when measuring the international competitiveness of countries, most commonly used and most accurate ones are three models: IMD model, the World Economic Forum model and the World Bank model. Those models have been successfully used by the CEER magazine, in order to conduct an analysis of competitiveness between Poland, the Czech Republic, Hungary, as well as of all developing countries (Serbia being among them).

Ključne reči: konkurenčnost, ekonomski nivo, modelovanje, istraživanje

Keywords: competitiveness, economic level, modelling, research

1. Uvod - Teorijski okviri istraživanja konkurenčnosti

Tokom 1980. god. profesor Majkl Porter (Michael Porter), sa univerziteta Harvard u SAD, izvršio je opširno istraživanje u svetu kako bi ispitao šeme i determinante za uspeh u razvoju konkurenčnosti u 10 zemalja. U knjizi „Konkurenčna prednost nacija“, objavljenoj 1990.g, profesor Porter ističe da je koren konkurenčnosti u prirodi okruženja u kojem preduze a deluju. Konkretno, veća je verovatno a da će konkurenčna preduze a nastati ako postoje sledeći uslovi:

- Lokalno okruženje ohrabruje efikasnost, investicije i nadgradnju; postoji otvorena i snažna konkurenčija između lokalnih preduze a (strategija i rivalstvo);
- Lokalno okruženje omogućava preduze aima visokokvalitetne i specijalizovane informacije, uključujući i ljudske resurse; fizičku infrastrukturu; novac; nauku i tehnološku infrastrukturu i prirodne izvore (uslovi faktora);
- Postoji jezgro potrošača sa sofisticiranim potrebama koje omogućavaju preduze aima razvoj inovativnih, visoko kvalitetnih proizvoda i roba (uslovi potražnje);
- Ako umesto izolovanih industrija postoje klasteri koji obuhvataju sposobne lokalne dobavljače i preduze a u povezanim oblastima (povezane i industrije podrške). [1]

Postoji snažno međusobno delovanje ova četiri elementa koje stimuliše stalni pritisak za inovacijama i unaprednjem u sposobnostima. Porterova teorija konkurenčnosti snažno je delovala na vlade, organizacije i preduze a u razvijenim, tranzicionim i zemljama u razvoju krenule putem konkurenčnosti.

Poruka M. Portera liderima vlada bila je jasna: makroekonomiske reference su bitne, ali ne i dovoljne da bi se povećala produktivnost.

Mikroekonomische reference su takođe bitne, jer su to reforme koje ja a i oblikuju etiri opisana ugla dijamanata i njihovu međusobnu povezanost. Ove mikroekonomische reforme se odvijaju na nivou preduze a. [1]

Poruka M. Portera preduze aima bila je jednako jasna: sposobnost preduze a da postignu konkurenčnu prednost zavisi ne samo od njihove strategije, inovacija i poslova, nego i od spoljnih faktora i institucija. Uz to, široka zajednička akcija vladinih i poslovnih institucija je potrebna da bi se stvorilo okruženje koje ja a konkurenčnost. [1]

J.P.R. Veloso [2] definise međunarodnu konkurenčnost zemalja kao sposobnost zemlje da održi i poveća udeo nacionalne ekonomije na svetskom tržištu putem ostvarenja međunarodnih standarda efikasnosti, uspešnog iskorišćavanja proizvodnih resursa i kvalitetom proizvoda.

Prema I.ul. Haque [3], međunarodna konkurenčnost zemlje zavisi od njene sposobnosti da svoje proizvode izvozi, od efikasnog korišćenja proizvodnih i prirodnih resursa i povećanja produktivnosti, što sve zajedno omogućava rast životnog standarda.

Na temelju ovoga, konkurenčnost bismo mogli definisati kao skup faktora i uslova koji omogućavaju i podstiču u uspešnu razmenu i investiciona ulaganja. U svakom slučaju, tu su sposobnost zemlje za izvoz, njena uspešnost u iskorišćavanju prirodnih, materijalnih i ljudskih resursa u proizvodnji i nastupu na tržištu, produktivnost, životni standard, ali i međunarodni ugovori i sporazumi koje je zemlja potpisala, lanstvo zemlje u različitim međunarodnim organizacijama i slično. Težište konkurenčnosti je na ekonomskim subjektima, s obzirom da je konkurenčnost sposobnost ekonomskih subjekata da se uspešno uključi u međunarodne procese. U tom smislu, istraživanja [4] su pokazala da koordinacija i koncentracija funkcija i aktivnosti istraživanja i razvoja (R&D), proizvodnje i marketinga predstavljaju temeljne preuslovice za stvaranje konkurenčne prednosti ekonomskih subjekata na međunarodnom tržištu. Ipak, i država igra značajnu ulogu; u brojnim slučajevima pokazano je da su državne ekonomске mere i

ekonomska politika imale zna ajnji uticaj na konkurentnost zemlje nego preduzetni ka i poslovna praksa ekonomskih subjekata. Dakle, moglo bi se utvrditi da su uspešni ekonomski subjekti osnovni i nužan preduslov me unarodne konkurentnosti, ali ne i nužno dovoljan, ukoliko nije podržan odgovaraju im merama ekonomске, fiskalne, monetarne politike i sli no.

Svrha sprovedenog istraživanja jeste da se prepozna glavni pokreta i konkurentnosti, kako bi se pospešili ve postoje i faktori i prepoznali novi modeli unapre enja globalne konkurentnosti. Tako e, cilj jeste i stvaranje sistema neprestane modernizacije metodologije za stvaranje što uspešnijeg tržišta na nivou države, a samim tim i konkurentnijeg tržišta na globalnom nivou. Glavni inoci unapre enja konkurentnosti jesu upotreba najnovijih ekonomskih dostignu a ekonomista (u vidu teorija primenljivih u praksi), koji su najvažniji za merenje konkurentnosti.

Što se ti e metodologije samog istraživanja globalne konkurentnosti, izdvaja se teorijsko-desktop istraživanje koje podrazumeva: pretragu, analizu i strukturiranje informacija dobijenih iz relevantnih izvora dostupnih na internetu ili drugim bazama podataka. Konkretnie nau ne metode koje prednja e po primeni u ovom istraživa kom radu jesu: deskriptivna, deduktivna, analiti ka i istorijska.

Svi prethodno navedeni metodi su za ovo istraživanje koriš eni kako bi se testirala glavna hipoteza, H: Globalna konkurentnost je klju ni faktor za unapre enje privreda zemalja u tranziciji i razvoju i otvara im put za ulazak u grupu razvijenih ekonomija.

2. Me unarodna istraživanja - konkurentnost i modeli

Konkurentnost je agregatni izraz globalnih svojstava – mikro, mezo i makro – specifi nih za svaku nacionalnu ekonomiju. Konkurentska prednost je kombinacija korporacijski i sektorski specifi nih i opštih nacionalnih karakteristika. [5] Na temelju ove definicije zasnovani su modeli koji se koriste za merenje konkurentnosti razli itih zemalja. Ono što o igledno stvara najve e poteško e, a što je tako esto kod analize me unarodnih

poslovnih aktivnosti je - pore enje, procena i ocena nacionalnih karakteristika.

Me u najsofisticiranjim modelima za merenje me unarodne konkurentnosti zemalja, isti e se onaj koji su razvili IMD i World Economic Forum i onaj koji primenjuje Svetska banka.

Model IMD i World Economic Forum identificuje više od 150 varijabli koje su grupisane u 8 agregatnih veli ina:[6]

- ekonomska snaga nacionalne ekonomije, koja predstavlja makroekonomsku evoluciju ekonomije zemlje, a koja se procenjuje na temelju novostvorene vrednosti (meri se veli inom i rastom društvenog bruto proizvoda, njegovom stvarnom vrednoš u i veli in per capita i sli no), investicijama (ukupne i stopa rasta), štednjom, potrošnjom (privatnom i javnom), troškovima života i sli nim varijablama;
- internacionalizacija, koja pokazuje u eš e zemalja u me unarodnoj razmeni i me unarodnim investicionim tokovima, a uklju uje varijable poput bilansa, uvoza i izvoza i njihovog rasta, veli inu primljenih i datih portfolio ulaganja, stepen protekcionizma, otvorenost zemlje i sli no;
- uticaj države, odnosno u kojoj meri država pomaže konkurentnost svoje ekonomije. Uklju uje analizu državnih stranih i doma ih dugova, pokazatelje budžetskog deficit, veli inu i strukturu državnih rezervi, upravljanje javnim finansijama i drugo;
- finansijska situacija, odnosno funkcionisanje tržišta kapitala, kvaliteta finansijskih usluga i sli no;
- infrastruktura, koja pokazuje u kojoj su meri resursi i sam ekonomski sastav sposobni da zadovolje osnovne zahteve poslovanja. Pokazatelji infrastrukture su razvijenost distribucije, mogu nost transporta, održavanje infrastrukture i sl. Tako e, tu spadaju i: osnovna analiza infrastrukture, telekomunikacione investicije, kompjuteri, telefonske linije i njihovi troškovi, kao i analiza tehnološke infrastrukture;
- upravljanje, odnosno procena u kojoj meri su doma e kompanije inovativne, profitabilne i odgovorne. Osnovni elementi ove analize su produktivnost i

njen rast (ukupno i po pojedinim sektorima), troškovi rada, pokazatelji pojedinih kompanija (veli ina, troškovi promocije, kredibilitet i sli no), efikasnost upravljanja (kompetentnost menadžmenta, me unarodno iskustvo, industrijski odnosi i sli no), i korporativna kultura (primena totalnog upravljanja kvalitetom: Total Quality Management - TQM), orijentacija ka potroša ima, marketinška kultura, preduzetni ke karakteristike, društvena odgovornost i drugo);

- znanje i tehnologija, njihova primena i uspešnost temeljnih i primenjenih istraživanja. Meri se izdvajanjima za istraživanje i razvoj, kvalitetom ljudskih resursa uklju enih u ovu aktivnost, brojem patenata i sli no;
- karakteristike ljudskih resursa, njihova raspoloživost i kvalifikacije, koje se mere karakteristikama stanovništva, stanjem i dinamikom zaposlenosti, kvalitetom života i stavovima i sastavom sistema vrednosti.

Model koji je razvila Svetska banka obuhvata 49 indikatora koji mogu avaju relativno brzu procenu, s jedne strane ekonomskih rezultata nacionalne ekonomije, a s druge, okruženja za konkurentni rast i razvoj poslovnih aktivnosti u odre enoj zemlji. Ovi indikatori grupisani su u pet grupa:[7]

- ukupni ekonomski rezultati (nacionalni proizvod i njegov rast, distribucija prihoda);
- tržišna dinamika i rast investicija i produktivnosti, me unarodna razmena, struktura izvoza, trgovinska politika, uklju enost države u ekonomiju;
- finansijski pokazatelji (vrednost i rast stranih dugova, stvarna kamatna stopa, kreditiranje privatnog sektora i drugo);
- infrastruktura i investiciona klima (informacione i komunikacione mreže, fizi ka infrastruktura, društveno-politi ka stabilnost);
- ljudski i intelektualni kapital (pismenost, školski sastav, o ekivanje trajanje života, kvalifikaciona struktura stanovništva, broj patenata, izdvajanja za istraživanje i razvoj).

Do velikog dela ovih podataka relativno je lako do i, s obzirom da je naše podru je

istraživanja srednja i isto na Evropa, gde postoje dobri i doma i, a posebno me unarodni izvori podataka. Me utim, mišljenja smo kako postoje još neki, vrlo zna ajni elementi koji mogu u velikoj meri doprineti konkurentnosti ekonomije jedne zemlje, a za koje ne postoje podaci. U tom smislu u svetu se deo ocene o konkurentnosti zemalja donosi na bazi procene priznatih stru njaka npr. o poslovnoj etici, poštovanju zakona i propisa, politi koj stabilnosti i sli no, te su i takve procene uklju ene u ovo istraživanje.

3. Metodologija konkurentnosti nekih zemalja

S obzirom na složenost metodologije koju pri istraživanju me unarodne konkurentnosti primenjuju ovde navedene institucije, odlu ili smo da naše istraživanje pojednostavimo i koncentrišemo se, po našem mišljenju, na klju ne elemente konkurentnosti koji proizilaze iz teorijske analize.

Odabrane pokazatelje smo obradili kao apsolutne i relativne vrednosti da bismo ih mogli što objektivnije sagledati. Ukupno je u prvom delu analizirano 13 pokazatelja u razli itim relativnim odnosima (naj eš e per capita i kao ideo u DBP). Podaci za sve zemlje (u Tabeli 1.) su iz perioda od 1994-1997 g., radi stvaranja mogu nosti pore enja.

Pri analizi rezultata istraživanja svakako je potrebno uzeti u obzir i neka ograni enja i poteško e koje su odredile, ne samo strukturu odabranih indikatora, ve i neke rezultate. Ta ograni enja se odnose na slede e:

- esto se pojavljivao problem razli itih vrednosti indikatora iz razli itih izvora, što uti e na mogu nost interpretacije;
- s obzirom na dinami nost promena koje se doga aju u zemljama u tranziciji, podaci kojima je ra ena ova analiza jednim su delom ve zastareli.

U skladu s prethodno opisanom metodologijom, prikazani su neki osnovni indikatori konkurentnosti za tri navedene zemlje: Poljsku (P), ešku (), i Ma arsku (M), iza kojih slede poslednje, najve e i najmanje DPB stope i iznosi (zaklju no sa Srbijom). Osim ovih statisti kih podataka naše analize, navodimo rezultate istraživanja iz

1999.god. i mišljenja 12 vode ih ekonomista [8] koji su rangirali zemlje u tranziciji po nekoliko, za istraživanje konkurentnosti, vrlo zanimljivim kriterijuma.

Tabela 1. Neki indikatori me unarodne konkurentnosti za Poljsku (P), ešku (), Ma arsku (M) i prosek svih tranzicionih zemalja [8]

Indikator	P	M	T
DBP (mild\$)	135.9	50.8	45.0
DBP per capita (\$)	3503	4703	4415
Rast DBP (%)	6.9	1.0	4.4
Trgovinski bilans	-13.9	-3.2	-3.1
Inflacija (%)	14.9	8.5	18.3
Izvoz per capita (\$)	447	1383	1050
Izvoz u DBP (%)	20.7	56.3	30.3
Izvoz hi-tech proiz. (% robnog)	12	13	39
Pokrivenost uvoza izvozom (%)	79.9	97.1	73.4
Bruto dug (mlrd \$)	38	21.6	22.1
Ino-dug (% DBP)	31	42	62
Nezaposlen. (%)	16.0	3.2	10.9
Rast proizvodnje 1994/93	15.5	5.1	17.7
Direktna strana ulaganja (mil \$)	1875	878	1144
DSU per capita (\$)	42	319	670
DSU kao % DBP	3.3	2.6	4.4
Tel. na 1000 stan.	169	273	261
TV na 1000 stan.	250	406	444
Novine na 1000 stanovnika	141	219	228
I&R (85-95; % DBP)	0.7	1.2	0.8

Ovo su po svojoj prirodi dugoro ni trendovi, iji loši pokazatelji imaju znatno ve i uticaj od onih pozitivnih (npr. visina inflacije rezultat je državne makroekonomske politike i može se iz godine u godinu vrlo zna ajno menjati, dok su zna ajnja poboljšanja u stepenu produktivnosti malo verovatna).

Kako bi bilo mogu e izvršiti pore enja vezana za odre ene faktore DBP-a, u slede e etiri tabele su prikazani najnoviji podaci o DBP-u

Poljske, eške, Ma arske i Srbije (kao zemlje koja je još uvek duboko u tranziciji), iz oktobra 2016. godine.

Tabela 2. Poslednji, najve i i najmanji DBP Poljsk [9]

DBP Poljske	poslednji	najve i	najmanji
Stopa rasta DBP (%)	0.90	6.10	-3.10
Stopa godišnjeg rasta DBP (%)	3.10	8.10	0.00
DBP (mild\$)	474.78	544.98	63.90
DBP per capita (\$)	14580.93	14580.93	5515.80

Tabela 3. Poslednji, najve i i najmanji DBP eške [10]

DBP eške	poslednji	najve i	najmanji
Stopa rasta DBP (%)	0.90	2.40	-3.70
Stopa godišnjeg rasta DBP (%)	2.60	7.30	-5.70
DBP (mild\$)	181.81	235.20	4.90
DBP per capita (\$)	20955.50	20160.66	12277.41

Tabela 4. Poslednji, najve i i najmanji DBP Ma arske [11]

DBP Ma arske	poslednji	Najve i	najmanji
Stopa rasta DBP (%)	1.00	2.00	-3.90
Stopa godišnjeg rasta DBP (%)	2.60	5.60	-7.80
DBP (mild\$)	120.69	157.09	4.69
DBP per capita (\$)	14374.61	14374.61	8485.54

Tabela 5. Poslednji, najve i i najmanji DBP Srbije [12]

DBP Srbije	poslednji	najve i	najmanji
Stopa rasta DBP (%)	0.00	6.90	-13.30
Stopa godišnjeg rasta DBP (%)	2.00	21.10	-21.30
DBP (mild\$)	36.51	49.26	6.54
DBP per capita (\$)	5659.33	5670.71	3150.46

U drugom delu istraživanja radi se, kako je i re eno, o procenama ekonomskih stru njaka nekih elemenata koji predstavljaju zna ajne

indikatore za strane ulaga e i zato, prema definiciji, posredno oslikavaju i konkurentske sposobnosti zemlje.

U analizi konkurentnosti zemlje, osnove leže u konkurentnim proizvodima, odnosno preduze ima i privrednim granama. Osim toga, analiza konkurentnosti privrede Srbije pokazuje da se ona i dalje zasniva na cenovnoj, a ne necenovnoj konkurentnosti (primer je hemijska industrija kojoj pripada gumarska proizvodnja). Svetski trendovi pokazuju sve ve i zna aj necenovnih elemenata konkurentnosti: ako su proizvodi inovativni, specifi ni za ciljnu grupu potroša a, ako proizvo a i zemlja imaju dobar imidž, ako postoji kvalitet proizvoda i poslovanja, tada i skupi proizvodi bivaju uspešni.

Tabela 6. Rezultati ispitivanja i ocenjivanja 12 vode ih ekonomista u nekim elementima konkurentnosti zemalja u tranziciji [13]

Kriterijumi	P	M	T
Ekonomski snaga	8.9	5.8	8.3
Platni bilans	7.3	7.5	7.4
Poslovna etika	7.5	7.5	8.3
Integracija u svetsku ekonomiju	8.4	8.7	8.9
Likvidnost/mogu nost kupovine deonica	8.2	7.6	8.8
Poštovanje zakona	8.7	8.3	8.7
Stabilnost cena	7.4	7.8	6.7
Produktivnost	7.8	7.4	8.0
Stabilnost valute - finansijska klima	8.7	7.8	8.8
Politi ka stabilnost	8.5	7.5	8.7
Prose na ocena	7.4	6.9	7.5
			-

Vezano za to, postoji jedan problem koji se esto ispušta iz vida, a to je relativno loš imidž zemalja u tranziciji i njihovih proizvoda na me unarodnom tržištu. Mnoge industrijske zapadne zemlje i nakon više godina procesa tranzicije i dalje tretiraju ove zemlje kao jeftine izvore sirovina i radne snage, a ne kao ravnopravne partnere. [14] ak i same zemlje u tranziciji pokazuju znatno ve i stepen preferencije za „zapadnim“ proizvodima, nego onim koji poti u iz tranzicionih zemalja. To predstavlja veliku prepreku pove anju njihove me unarodne konkurentnosti, pogotovo ako se ona zasniva na necenovnoj konkurenčiji, iji bi temelj trebalo da bude prvenstveno kvalitet, i to ne samo proizvoda, nego i celokupnog poslovnog procesa. Makroekonomска politika nije stvorila nužnu

podršku uklju ivanju srpske privrede u svetske tokove, bez obzira na rat i njegove posledice.

Na ovim posledicama bi trebalo da budu a promišljena konkurentnost srpske privrede bude zasnovana. Pritom e verovatno klju nu ulogu imati razvoj dugoro ne izvozne marketinške strategije i stepen tržišne orijentisanosti naših proizvo a a.

U smislu pove anja svoje konkurentske snage, tranzicione, ali i mnoge druge zemlje, pa tako i Srbija, prepoznaju strana ulaganja kao na in poboljšanja svoje ekonomске pozicije i konkurentske sposobnosti, na in koji je mnogo lakš i brž od sopstvenih samostalnih ulaganja u pojedine elemente konkurentnosti. Veliki broj zemalja, me u njima i tri ovde analizirane zemlje, imaju državne agencije za podsticanje stranih ulaganja. U tim agencijama sprovodi se itav niz marketinških aktivnosti u cilju privla enja interesa stranih ulaga a. Kotler [15] definiše etiri osnovne aktivnosti na tom podru ju:

- odgovaraju a infrastruktura
- prate e usluge
- podsticaji
- promocija vrednosti i imidž mesta, tako da potencijalni potroša i postanu svesni posebnih prednosti.[15]

Na Poslovnom forumu Srbija-Polska održanom oktobra 2016. godine u Privrednoj komori Srbije, predsednik iste Marko adež je izjavio: „Iako je Poljska osmi spoljnotrgovinski partner Srbije, peti iz Evropske unije, i mada je naša robna razmena od 2003. porasla osam puta - na oko 940 miliona evra u 2015.g, uz prognozu da bi ove godine mogla da dostigne milijardu evra, potencijali su ipak mnogo ve i“. Tako e je izrazio uverenje da e u narednom periodu u Srbiji biti i više investicija iz Poljske, budu i da Srbija sada ima nikad bolje uslove za poslovanje i ulaganje, i da su za Srbiju posebno dragocena tranziciona iskustva Poljske u procesu evropskih integracija. [16]

Naravno da ove i mnoge druge aktivnosti i saradnje nužno moraju biti pra ene i uskla ene s odgovaraju im aktivnostima samih privrednih subjekata, a što je u srpskoj privredi veliki problem.

4. Zaključak

Na osnovu prethodno navedenog, sa potpunom slobodom se može zaključiti da konkurenčija i konkurentska prednost predstavljaju alfu i omegu, ili po popularnom američkom izrazu „ime igre“ (eng. „name of the game“) opstanka na lokalnom, regionalnom, državnom i internacionalnom nivou. Ova tvrdnja se naročito odnosi na ekonomije liberalnijeg tipa, što ne znači da konkurenčija ne poseduje svrhu i u privredama koje su zatvoreni, jer bez određene doze otvorenosti se ne može, u pravom smislu reći, ni prići o postojanju privrede kao funkcionalnog temelja svake države. Iako konkurenčija može da navodi na manje ili više bolne promene, ona služi kao neprestani podsticaj koji preduzete države u budnom stanju koje je u svakom pogledu neophodno.

Takođe, sve ovo se odnosi i na mikro nivo preduzeća, bez obzira na veliku organizaciju, jer konkurenčija predstavlja izvor novih ideja i inovacija, iz kojih se radi konkurentska prednost kao pokazatelj „roka trajanja“ svake privredne jedinice. Dakle, eksterna konkurentska prednost proističe iz interne konkurenčije, odnosno dobromernog nadmetanja zaposlenih unutar svake organizacije.

Naravno, uvek treba obratiti pažnju da ona konkurentska prednost koja se gradi, bilo na mikro ili makro nivou, bude izgrađena na zdravim, odnosno stabilnim osnovama koje će izdržati sve ešte potrebe koji dolaze od strane konkurenčije na tržištu, ali i one ići u sila potresa zavisi od politike koga uređuju države, efikasnosti rada njenih institucija i opštег stanja u društvu.

Bibliografija

1. Porter M., The Competitive Advantage of Nations, New York, The Free Press, 1990.
2. Velloso J.P.R., International Competitiveness and Creation of an Enabling Environment - Interaction of Public and Private Sectors, Washington D.C., 1991., str. 29-36.
3. Haque I.ul., International Competitiveness - Interaction of Public and Private Sectors, World Bank, Washington D.C., 1991.

4. Zou S., The R & D, Manufacturing and Marketing Competencies and the Firms Global Competitive Position: An Empirical Study, Journal of Global Marketing, 1999., Vol. 12(3), str. 5-21.
5. Ekonomski institut Zagreb, Konkurenčnost Hrvatske, projekt - završni izveštaj, Zagreb, 1993.
6. IDM, The World Forum: The World Competitiveness Yearbook, Internet, 1999.
7. The World Bank, A World Free of Poverty, Competitiveness Indicators, Internet, 1999.
8. Butchart E., Crane K., i dr., Central European Economic Review, December 1998/January 1999, Vol. VI, No. 10.
9. Trading Economics, World Bank Group - Poland Gross Domestic Product, <http://www.tradingeconomics.com/poland/gdp>
10. Trading Economics, World Bank Group - Czech Republic Gross Domestic Product, <http://www.tradingeconomics.com/czech-republic/gdp>
11. Trading Economics, World Bank Group - Hungary Gross Domestic Product, <http://www.tradingeconomics.com/hungary/gdp>
12. Trading Economics, World Bank Group - Serbia Gross Domestic Product, <http://www.tradingeconomics.com-serbia/gdp>
13. Boncompagni T., Who is Getting in Gear for 1999, CEER, 12/98-1/99, Dow Jones Publ. Inc., Heerlen, Holandija, str. 10 -11.
14. World Economic Forum, Press Release, Internet, 1999.
15. Kotler Ph., Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and National, Marketing Places, New York, The Free Press, 1993.
16. Tanjug, Privrednici Poljske i Srbije za dalje jačanje saradnje, Oktobar 2016., <http://www.tanjug.rs/full-view.aspx?izb=277336>

Istorija rada:

Rad primljen: 05.10.2016.

Prva revizija: 13.10.2016.

Druga revizija: 25.10.2016.

Treća revizija: 27.10.2016.

Prihvaćen: 27.10.2016.