

OCENE STANJA I TENDENCIJE U RAZVOJU KONKURENTNOSTI PRIVREDE SRBIJE

POSITION AND TENDENCIES ASSESMENT IN SERBIAN ECONOMY COMPETITIVENESS DEVELOPMENT

*Mr Marija Lazarević, Grozdana Belopavlović, Slavica Radonjić**

Apstrakt

Intenziviranje međunarodne razmene, razvoj tehnologije i pojava na globalnom tržištu agresivne konkurencije menjaju pravila igre i pozicije koje pojedini izvori imaju u kreiranju konkurentske prednosti na svetskom tržištu. Tehnološki razvoj, inovacije, znanje i veštine postaju faktori od krucijalnog značaja za razvoj jedne ekonomije i njenih preduzeća.

Pod uticajem velikog broja faktora ekonomske i neekonomske prirode, oporavak i razvoj naše privrede ne odvija se očekivanom brzinom i lakoćom. Srbija se i nakon sprovedenih reformskih promena i dalje ne može pohvaliti dostignutim nivoom razvoja, kao ni konkurentskom pozicijom na svetskom tržištu. Imajući u vidu da je uključivanje u globalne svetske tokove i dalje prioritetni cilj ekonomske politike i da će se u tom pravcu preduzimati konkretnije mere, realno je očekivati intenzivniji razvoj privrede Srbije u narednom periodu.

Stvaranjem konkurentnog ambijenta i definisanjem jasnih pravila igre za sve učesnike na tržištu, kreira se stimulatívno poslovno okruženje u kome glavnu ulogu i odgovornost za uspehe i neuspehe na svetskom tržištu preuzimaju privredni subjekti, odnosno menadžment preduzeća. Konkurentnost naše privrede u velikoj meri biće determinisana znanjem i veštinama menadžera, odnosno mogućnostima da se proaktivno reaguje na dešavanja u okruženju, strategijski razmišlja i deluje.

Ključne reči: konkurentnost, izvori konkurentnosti, strategijski menadžment, znanje, inovacije

* Mr Marija Lazarević, istraživač-saradnik, Grozdana Belopavlović, istraživač-pripravnik, Slavica Radonjić, istraživač-pripravnik, Institut ekonomskih nauka, Zmaj Jovina 12, Beograd

Abstract

The intensification of international trade, technology development and aggressive competitiveness emerging on the global market, change game rules and positions that some sources have in creation of competitiveness advantage on world market. The technological development, innovations, knowledge and competences become the factors of crucial importance for an economy or its companies development.

Influenced by a number of economic and non economic nature factors, the recovery and development of our economy is not going in accordance with expected speed and efficiency. Despite the implemented reform changes, Serbia is not gaining appraisals by achieved development levels, or its competitiveness position on the global market. Bearing in mind that the joining into global world flows is still the priority economic policy objective and that certain more concrete measures should be done in that sense it is realistic to expect more intensive Serbian economy development in future period.

Creation of competitiveness atmosphere and setting up the clear game rules for all participants on the market, present the stimulating business background where the major role and responsibility for success and failure on the global market assume business organizations, i.e. company's management. Our economy competitiveness to great extend will be limited by managers' knowledge and competences, it is, by their capacities to react proactively to changes in ambiance, to think and act strategically.

Key words: *competitiveness, sources of competitiveness, strategic management, knowledge, innovations*

Ocena stanja konkurentnosti privrede Srbije

Brojne studije i istraživanja sprovedena na temu konkurentnosti ukazuju da se naša privreda nalazi, već duži vremenski period, u veoma nezavidnoj poziciji. Koliko je situacija zabrinjavajuća ukazuju i rezultati istraživanja Svetskog ekonomskog foruma (*World Economic Forum*). Od ukupno 131 privrede, koje predstavljaju predmet analize u poslednjem istraživanju sprovedenom u 2007. godini, naša zemlja je prema Indeksu globalne konkurentnosti (*Global Competitiveness Index*) i Indeksu poslovne konkurentnosti (*Business Competitiveness Index*) na nezavidnoj 91. poziciji. Rezultati upućuju na činjenicu da je trend niske konkurentnosti Srbije nastavljen.

Indeksom globalne konkurentnosti (GCI) prikazuje se potencijal nacionalne ekonomije da u srednjoročnom periodu postigne stabilan privredni rast. Indeks se dobija sagledavanjem velikog broja faktora klasifikovanih u dvanaest stubova:

institucije, makroekonomska stabilnost, zdravstvo i osnovno obrazovanje, visoko obrazovanje i obuka, efikasnost tržišta roba, efikasnost tržišta radne snage, razvijenost finansijskih tržišta, tehnološka spremnost, veličina tržišta, sofisticiranost poslovanja i inovacije. Pozicija koju trenutno zauzima naša privreda je posledica propusta i nesavršenosti u skoro svim segmentima konkurentnosti, odnosno u svim indikatorima Indeksa globalne konkurentnosti.

Tabela 1. Indikatori globalne konkurentnosti Srbije (2007-2008. godina)

Indikatori globalne konkurentnosti		
1	Institucije	99
2	Infrastruktura	92
3	Makroekonomska stabilnost	88
4	Zdravlje i osnovno obrazovanje	31
5	Visoko obrazovanje i obuka	82
6	Efikasnost tržišta roba	114
7	Efikasnost tržišta radne snage	98
8	Razvijenost finansijskog tržišta	98
9	Tehnološka spremnost	57
10	Veličina tržišta	75
11	Inovativnost	88
12	Sofisticiranost poslovanja	95

Izvor: *World Economic Forum*

U poslednjem izveštaju Svetskog ekonomskog foruma (2007-2008. godina), prema Indeksu globalne konkurentnosti na prvom mestu nalaze se SAD. Investicije u istraživanje i razvoj (R&D), odnosno inovacije i promovisanje novih ideja, prema mišljenju kreatora izveštaja, jesu ključne determinante uspeha ove zemlje. SAD izvore konkurentne prednosti pronalazi u ljudskom kapitalu, inovacijama i tehnologiji. Na rang listi globalne konkurentnosti Švajcarska je na drugom mestu, ispred Danske, Švedske, Nemačke i Finske. U prvih deset privreda nalaze se i Japan, Velika Britanija i Holandija.

Analizirajući rezultate konkurentnosti ekonomija iz našeg najbližeg okruženja, može se konstatovati da je usledio pad konkurentnosti svih privreda Istočne Evrope. Države su se kotirale za nekoliko mesta niže u odnosu na prethodni period. Izuzetak je Turska koja u 2007. godini beleži rast konkurentnosti. Imajući u vidu da se po prvi put 2007. godine Srbija i Crna Gora

posmatraju kao zasebne privrede, poređenja ovogodišnjih rezultata sa rezultatima iz prethodne godine nisu moguća.

Razloge niske konkurentnosti Srbije moguće je naći u svim indikatorima konkurentnosti. Otklanjanjem nedostataka u najkritičnijim faktorima koji određuju globalnu konkurentnost, stvoriće se uslovi za razvoj i jačanje konkurentskih sposobnosti naše privrede. Bez postizanja makroekonomske i političke stabilnosti, efikasnog tržišta radne snage i roba, kvalitetne državne uprave i ekonomije bez korupcije, pozitivne promene po pitanju naše konkurentne sposobnosti nije moguće očekivati.

Tabela 2. Rangiranje odabranih zemalja prema Indeksu globalne konkurentnosti

Zemlje	2006.	2007-2008.	
	Rang	Rang	Vrednost indeksa
SAD	6	1	5.67
Albanija	98	109	3.48
Bosna i Hercegovina	89	106	3.55
Bugarska	72	79	3.93
Hrvatska	51	57	4.20
Grčka	47	65	4.08
Makedonija	80	94	3.73
Crna Gora	-	82	3.91
Rumunija	68	74	3.97
Srbija	-	91	3.78
Turska	59	53	4.25

Izvor: *World Economic Forum*

Indeks poslovne konkurentnosti (*Business Competitiveness Index - BCI*) prikazuje konkurentnu sposobnost kompanija posmatrane privrede. Polazeći od mikroekonomskog pristupa, Indeks poslovne konkurentnosti uzima u razmatranje dve ključne varijable: kvalitet poslovnog okruženja i sofisticiranost poslovnih operacija, i strategija koju primenjuju domaća preduzeća. Pozicija koju zauzima privreda Srbije, prema Indeksu poslovne konkurentnosti velikim delom je rezultat odsustva strategijske orijentacije našeg menadžmenta, neinvestiranja u znanje i veštine, kvalitet i inovacije.

Tabele 3. Rangiranje odabranih zemalja prema Indeksu poslovne konkurentnosti

Zemlje	2006.	2007-2008.		
	Indeks poslovne konkurentnosti	Kvalitet poslovnog okruženja	Kvalitet operacija i strategije	Indeks poslovne konkurentnosti
SAD	1	1	1	1
Albanija	119	122	113	122
Bosna i Hercegovina	96	105	119	107
Bugarska	83	77	95	83
Hrvatska	56	61	63	60
Grčka	49	52	57	53
Makedonija	87	96	98	95
Crna Gora	-	80	89	85
Rumunija	74	74	81	73
Srbija	-	90	102	91
Turska	46	48	41	46

Izvor: *World Economic Forum*

Pored toga što izveštaj Svetskog ekonomskog foruma ne prikazuje u celosti realno stanje, odnosno nije u potpunosti precizan pokazatelj konkurentnosti nacija, ne može se osporiti činjenica da prikazani rezultati i analize ukazuju na faktore koji ograničavaju razvoj Srbije i uslovljavaju loše pozicioniranje naše privrede na svetskom nivou.

Faktori koji određuju konkurentnost nacije

Pitanje šta je to što jednu kompaniju ili privredu čini konkurentnijom u odnosu na druge, odnosno koji faktori imaju presudan značaj za postizanje konkurentnosti na globalnom nivou, postaje sve aktuelnije. Intenzivan proces globalizacije, razvoj tehnologije i pojava na globalnom tržištu sve agresivnije konkurencije nameću potrebu za permanentnim preispitivanjem postojećih i pronalaženjem novih izvora rasta.

Michael Porter, profesor Harvard Business School, proučavajući uspehe nacionalnih privreda na globalnom nivou, razvija model faktora nacionalne konkurentne prednosti. U modelu nazvanom „nacionalni dijamant“ konkurentna sposobnost privrede, odnosno posmatrane industrije objašnjava se uzajamnim delovanjem četiri bitne determinante:

- Uslovljenost faktorima – pozicija nacije u faktorima proizvodnje: radna snaga, zemljište, kapital, infrastruktura i sl.
- Uslovi tražnje – karakter domaće tražnje, priroda potreba kupaca, veličina tržišta, sposobnost anticipiranja potreba potrošača i sl.
- Povezane i prateće delatnosti – prisustvo ili odsustvo dobavljača i drugih povezanih grana
- Strategija firme, struktura i rivalstvo – način stvaranja i upravljanja preduzećem, stepen rivaliteta na domaćem tržištu.

Veze između navedenih faktora modela «nacionalni dijamant» su interaktivne. Pozitivna kretanja u jednom segmentu uslovljavaju razvoj ostalih determinanti konkurentnosti i suprotno. U modelu, kao peti faktor, izdvaja se i uloga države, odnosno vlade. Država svojim merama može podsticajno, ali i ograničavajuće uticati na razvoj varijabli modela i na taj način uticati na konkurentne sposobnosti jedne privrede.

U dinamičnim uslovima poslovanja, bogatstvo jedne nacije faktorima proizvodnje poput zemljišta, radne snage, kapitala, infrastrukture, jeste bitan, ali ne i dovoljan uslov za postizanje konkurentnosti na globalnom tržištu. Bez adekvatnog menadžmenta koji ulaže u resurse i iste koristi u produktivne svrhe, razvoj privrede je skoro nemoguće ostvariti. Japan je dobar primer države koja bez obzira što oskudeva u određenim faktorima proizvodnje, uspeva da ostvari zapažene rezultate po pitanju nacionalne konkurentnosti, zahvaljujući veštinama i znanju menadžmenta.

Karakter tražnje, kao i prisustvo na tržištu kvalitetnih sistema dobavljača i drugih povezanih delatnosti, u velikoj meri određuju razvojne sposobnosti privrede, odnosno posmatrane industrije. Što je domaći potrošač zahtevniji u pogledu proizvoda, veći je i pritisak na proizvođača da inovira, unapređuje i oplemenjuje svoju ponudu. Na proizvođaču je da preduzima aktivnosti kojima se pospešuje kvalitet domaće ponude. Sofisticiranim proizvodom kojim se ispunjavaju očekivanja na domaćem tržištu, stvaraju se i mogućnosti za postizanje uspešnih rezultata na međunarodnom nivou. Još uvek niska kupovna moć stanovništva u Srbiji i sklonost ka potrošnji proizvoda inostranog porekla, ne idu u prilog navedenom faktoru.

Kvalitet poslovanja i intenzitet rivalstva na domaćem tržištu, posmatrani kao determinanta konkurentne sposobnosti privrede, imaju presudnu ulogu u pozicioniranju preduzeća na svetskom tržištu. Zdrava konkurencija na domaćem tržištu i učešće u intenzivnoj borbi za tržišni prostor jačaju kompaniju i čine je spremnijom za izlazak na inostrano tržište. Kreiranjem konkurentnog ambijenta na ovim prostorima i intenziviranjem konkurentnog rivaliteta, vrši se pritisak na srpske kompanije da kvalitetnije posluju razrađujući strategije i strukture kojima se lakše prevazilaze barijere ulaska na svetsko tržište. Praksa mnogih uspešnih kompanija upravo je pokazala da do zavidne pozicije na svetskom tržištu nije

moгуće doći bez prethodnog premeravanja snaga na domaćem tržištu, pod pretpostavkom da u njemu vladaju uslovi i pravila intenzivne konkurentske borbe.

Unapređenje konkurentske sposobnosti privrede Srbije je moguće ostvariti promenom karaktera tražnje i anticipiranjem potreba potrošača. Veličina tržišta i stepen rivaliteta na domaćem tržištu, kao i postojanje kvalitetnih sistema dobavljača i drugih povezanih delatnosti su determinante koje pospešujuće deluju na nivo konkurentnosti privrede. Pozicija po pitanju raspoloživosti faktora proizvodnje može biti značajan faktor za postizanje konkurentnosti na globalnom tržištu, ali presudnu ulogu u samom unapređenju poslovanja ima način upravljanja preduzećem.

Uloga strategijskog menadžmenta u kreiranju konkurentske prednosti srpskih preduzeća

Pod procesom strategijskog menadžmenta podrazumeva se skup analiza, odluka i akcija koje određena organizacija preduzima kako bi ostvarila konkurentske prednosti. Proces strategijskog menadžmenta se može razumeti i kao tok odlučivanja i akcija koji dovodi do razvoja efikasnih strategija preduzeća. Bez obzira na koji se način pristupa objašnjenju pomenutog procesa, kao i na to da li se prilikom definisanja koriste stariji ili noviji pristupi, suština procesa strategijskog menadžmenta se uvek pronalazi u težnji preduzeća da proaktivno deluje na dešavanja u okruženju i da, na bazi prepoznavanja šansi i opasnosti koje okruženje nudi, kreira adekvatno strategijsko rešenje.

Strategijska orijentacija upravo nastaje kao odgovor savremenih i tržišno orijentisanih preduzeća na turbulencije i neizvesne situacije u okruženju, i u savremenim uslovima poslovanja postaje jedini i pravi način delovanja i reagovanja preduzeća na dešavanja i zahteve okruženja.

Uloga strategijskog menadžmenta u iznalaženju izvora konkurentske prednosti iz dana u dan postaje veća, bez obzira na veličinu, tip ili delatnost u kojoj preduzeće posluje. Strategijskom analizom iznalaze se novi izvori konkurentske prednosti i jačaju stečene pozicije na tržištu. Fokus se pri tome stavlja na ljudski faktor, znanje i veštine, kao i sposobnosti da se kontinuirano inovira u procese i proizvode. Detaljnom analizom eksternog i internog okruženja prepoznaju se kritični faktori poslovnog uspeha i na bazi njih donose adekvatne strategijske odluke.

Jasno je da u savremenim uslovima poslovanja bez sagledavanja zahteva i promena u okruženju, adekvatnog donošenja i implementacije odluka, kontrole kojom bi se otklonile nepravilnosti nije moguće ostvariti uspehe kako na domaćem tako i na inostranim tržištima.

Pored neprocenjivog značaja koji bi mogao imati u jačanju konkurentnosti, savremeni koncept upravljanja nije postao praksa naših preduzeća. Na to upravo ukazuje pozicija koju naša privreda ima, prema Indeksu poslovne konkurentnosti, odnosno indikatoru sofisticiranosti poslovnih operacija i strategija koju primenjuju preduzeća. U narednom periodu, radi postizanja efikasnosti u poslovanju, kvalitetnijih izvoznih rezultata i pozicije na globalnom tržištu, od menadžmenta srpskih preduzeća se očekuje da shvati ulogu strategijskog razmišljanja i delovanja, i u tom pravcu izvrši niz radikalnih promena po pitanju:

- Redefinisanja prevaziđene strukture poslovnog portfolija
- Pronalaženja novih tržišta
- Jačanja kvalitativnih elemenata konkurentnosti
- Iznalaženja novih i usavršavanja postojećih proizvoda
- Unapređenja tehnologije procesa i proizvoda
- Permanentnog učenja i sticanja novih znanja
- Unapređenja kvaliteta (prihvatanjem filozofije *upravljanja totalnim kvalitetom* – TQM) i sl.

Navedene i mnoge druge promene nije moguće sprovesti bez detaljne analize eksternog i internog okruženja, adekvatnog donošenja i implementacije odluka. Savremeni pristup u upravljanju je preduslov sprovođenja brojnih promena, sve u cilju unapređenja poslovanja preduzeća. U budućnosti strategijska orijentacija će odigrati ključnu ulogu u pospešivanju proizvodnje, izvoza i konkurentnosti na svetskom tržištu.

Zaključak

Konkurentnost privrede Republike Srbije, u poređenju sa ekonomijama drugih država, i dalje je na nezavidno niskom nivou. Loša pozicioniranost na svetskom tržištu i slaba konkurentna sposobnost domaćih kompanija, nameću potrebu za konstantnim pronalaženjem novih mogućnosti za stvaranje konkurentnog ambijenta i postizanja veće efikasnosti u poslovanju. Aktivnosti usmerene na uključivanje Srbije u svetske ekonomske tokove doprineće bržem i intenzivnijem razvoju naše privrede, ali i ostvarivanju bolje pozicije u odnosu na sve oštriju konkurenciju. Pored ulaganja u tehnološki razvoj i inovacije, kao faktore ključne za razvoj jedne privrede, posebnu pažnju neophodno je usmeriti na znanje i veštine menadžmenta, kao nove izvore konkurentne prednosti. Samo kompanije čiji su menadžeri spremni da konstantno ulažu u nova znanja i veštine, i kod kojih je razvijena svest o proaktivnom delovanju na dešavanja u okruženju, mogu očekivati siguran pomak i bolju pozicioniranost na globalnom tržištu.

Literatura

1. Gregory G. Dess, G.Lumpin i Alan Eisner, «Strategic Management», Data status, Beograd, 2007.
2. Michael E. Porter «Competitive Advantage», The Free Press, New York, 1985.
3. Stephen P. Robbins, Mary Coulter «Management» Data status, 2005.
4. Lawrence R. Jauch and William F. Glueck «Business Policy and Strategic Management» McGraw Hill, New York, 1988.
5. Dejan Erić, Ivan Stošić, Zvonko Brnjas, «Strategijski menadžment u agrobiznisu», monografija, Institut ekonomskih nauka, Beograd, 2007.
6. James M. Higgins, «Organizational Policy and Strategic Management:Text and Cases», 2 nd, The Dryden Press, 1986.
7. www.weforum.org