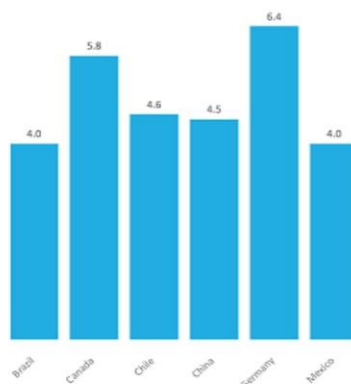


Ivan Đekić

KONKURENTNOST PREDUZEĆA I PRIVREDE



Beograd, 2025

Alfa BK Univerzitet

Dr Ivan Đekić

**KONKURENTNOST PREDUZEĆA
I PRIVREDE**

Beograd, 2025

Doc. dr Ivan Đekić
KONKURENTNOST PREDUZEĆA I PRIVREDE

Izdavač

ALFA BK UNIVERZITET
Bulevar maršala Tolbuhina 8, Novi Beograd

Za izdavača

Prof. dr Jovan Veselinović

Urednik

Prof. dr Jozefina Beke Trivunac

Recenzenti

Prof. dr Boban Stojanović
Prof. dr Lidija Madžar

Lektura

Lektorski tim Alfa BK Univerziteta

Dizajn korica

Doc. dr Ivan Đekić

Štampa

3D+ doo Beograd

Tiraž

100

ISBN

978-86-6461-095-7

Copyright © 2025 Ivan Đekić
Sva prava su zadržana. All rights reserved

PREDGOVOR

Udžbenik **Konkurentnost preduzeća i privrede** napisan je u skladu sa nastavnim planom i programom predmeta Konkurentnost preduzeća i privrede na Fakultetu za finansije, bankarstvo i reviziju Alfa BK Univerziteta u Beogradu. Ovaj udžbenik je prvenstveno namenjen studentima treće i četvrte godine osnovnih akademskih studija na studijskim programima ekonomije i menadžmenta. Istovremeno, predstavlja izuzetno koristan izvor znanja za naučne radnike, istraživače, poslovne ljude, kreatore ekonomskih politika, kao i za širu javnost i sve one koji želi da steknu dublji uvid i razumevanje oblasti konkurentnosti.

Udžbenik je nastao sa namerom da se njegovim čitaocima predstave i razjasne ključni pojmovi, aspekti i odnosi u oblasti konkurentnosti, kako na nivou preduzeća, tako i na nivou nacionalne privrede. U knjizi se na jasan, sistematičan i razumljiv način obrađuju koncept konkurentnosti, teorijske osnove konkurentnosti, različite vrste konkurentnosti, metode merenja i ključni faktore koji utiču na njeno oblikovanje i promene. Posebna pažnja posvećena je razumevanju konkurentnosti preduzeća, izgradnji konkurentne prednosti, kao i ulozi znanja, inovacija i kvaliteta u savremenom poslovanju. Takođe, razmatra se konkurentnost nacionalne privrede, uključujući uticaj međunarodne trgovine i stranih direktnih investicija, uz objašnjenje uloge i značaja politike konkurentnosti.

Udžbenik je napisan u skladu sa standardima međunarodne literature i prilagođen je potrebama studenata. Sadrži slikovne, tabelarne i grafičke prikaze koji olakšavaju razumevanje gradiva i približavaju temu čitaocu. Svako poglavlje sadrži pitanja za vežbanje. Poseban akcenat stavljen je na objašnjenje uzroka i posledica fenomena iz oblasti konkurentnosti, radi boljeg razumevanja procesa koji oblikuju konkurentski položaj preduzeća ili nacionalne privrede. Autor je uložio dodatni napor da složene ekonomske pojave i odnose prikaže na jednostavan i razumljiv način, kako bi udžbenik bio pristupačan i koristan širokom krugu čitalaca.

Ovaj udžbenik ne bi bio moguć bez podrške i pomoći mnogih ljudi, kojima sam iskreno zahvalan. Zahvaljujem se kolegama sa fakulteta na dragocenim smernicama i diskusijama, studentima koji su svojim pitanjima i razmišljanjima dali dodatnu dimenziju ovoj temi, kao i prijateljima i porodici na strpljenju i podršci tokom pisanja. Posebnu zahvalnost dugujem recenzentima prof. dr Bobanu Stojanoviću i prof. dr Lidiji Madžar za sugestije koje su doprinele kvalitetu ovog udžbenika.

Beograd, jul 2025. godine

Doc. dr Ivan Đekić

SADRŽAJ

PRVI DEO

KONCEPT KONKURENTNOSTI	1
1. POJAM KONKURENTNOSTI.....	2
1.1. Definisanje konkurentnosti	4
1.2. Razmatranje koncepta konkurentnosti.....	6
1.2.1. Koncept nulte i pozitivne sume	7
1.2.2. Jedno i višedimenzionalni koncept.....	8
1.2.3. Mikro i makroekonomski koncept.....	9
1.2.4. Statički i dinamički koncept.....	10
1.2.5. Koncept u kratkom i dugom roku.....	11
1.3. Komparativna, konkurentska i kolaborativna prednost	13
REZIME.....	15
LITERATURA	17

DRUGI DEO

TEORIJA KONKURENTNOSTI: OSNOVE I SAVREMENI PRISTUP	19
2. TEORIJE KONKURENTNOSTI	20
2.1. Teorije međunarodne trgovine	21
2.1.1. Teorija apsolutnih prednosti.....	25
2.1.2. Teorija komparativnih prednosti	26
2.1.3. Teorija faktorske raspoloživosti (Hekšer-Olinova teorija).....	27
2.1.4. Teorija monopolističke konkurencije	28
2.1.5. Teorija sličnosti zemalja	29
2.1.6. Teorija tehnološkog jaza	30
2.1.7. Teorija životnog ciklusa proizvoda	31
2.1.8. Teorija ekonomije obima	32
2.2. Savremene teorije konkurentnosti	33
2.2.1. Teorija konkurentske prednosti nacija	34
2.2.2. Kritika konkurentnosti Pola Krugmana	37
REZIME.....	38
LITERATURA	40

TREĆI DEO

VRSTE KONKURENTNOSTI: PREGLED I KLASIFIKACIJA	41
3. VRSTE KONKURENTNOSTI	42
3.1. Konkurentnost preduzeća	44
3.2. Sektorska konkurentnost.....	45
3.3. Regionalna konkurentnost	47
3.4. Nacionalna konkurentnost	48
3.5. Međunarodna konkurentnost	49
3.6. Globalna konkurentnost.....	51
3.7. Ostale vrste konkurentnosti	52
REZIME.....	54
LITERATURA	56

ČETVRTI DEO

KONKURENTNOST I KONKURENCIJA: MEĐUSOBNI ODNOSI	57
4. KONKURENTNOST I KONKURENCIJA.....	58
4.1. Pojam konkurencije.....	59
4.2. Uloga konkurencije	61
4.3. Vrste konkurencije	63
4.4. Uzajamnost konkurencije i konkurentnosti	65
4.4.1. Porterov model pet sila	67
4.5. Politika zaštite konkurencije.....	69
4.5.1. Politika zaštite konkurencije i konkurentnost	70
REZIME.....	72
LITERATURA	74

PETI DEO

FAKTORI KONKURENTNOSTI: PREGLED I ANALIZA	75
5. FAKTORI KONKURENTNOSTI.....	76
5.1. Faktori konkurentnosti i njihova klasifikacija.....	78
5.1.1. Cenovni i necenovni faktori	79
5.1.2. Ekonomski i neekonomski faktori.....	80
5.1.3. Interni i eksterni faktori	82
5.1.4. Osnovni i posredni faktori.....	83
5.1.5. Mikroekonomski i makroekonomski faktori.....	85
5.2. Dijamant nacionalne konkurentnosti	87
REZIME.....	90
LITERATURA	92

ŠESTI DEO

MERENJE KONKURENTNOSTI: PRISTUPI I INDIKATORI.....	93
6. MERENJE KONKURENTNOSTI.....	94
6.1. Merenje konkurentnosti na različitim nivoima posmatranja.....	95
6.2. Trgovinski pristup merenja konkurentnosti	98
6.3. Indeksi konkurentnosti	100
6.3.1. Indeks globalne konkurentnosti.....	101
6.3.2. Indeks globalne održive konkurentnosti	105
6.3.3. Indeks globalne konkurentnosti 4.0.....	106
6.3.4. Indeks lakoće poslovanja	107
REZIME.....	108
LITERATURA	110

SEDMI DEO

KONKURENTNOST PREDUZEĆA: TEORIJE I STRATEGIJE	111
7. KONKURENTNOST PREDUZEĆA	112
7.1. Cenovna i necenovna konkurentnost.....	113
7.2. Lanac vrednosti poslovanja	115
7.3. Konkurentnska prednost preduzeća	118
7.4. Teorije konkurentnske prednosti preduzeća	120

7.4.1. Tržišno zasnovan pristup	121
7.4.2. Resursno zasnovan pristup.....	123
7.4.3. Pristup zasnovan na znanju	125
7.4.4. Pristup zasnovan na sposobnostima.....	126
7.4.5. Relacioni pristup.....	127
7.5. Strategija konkurentnosti preduzeća.....	128
7.5.1. Strategija vođstva u troškovima	130
7.5.2. Strategija diferencijacije	131
7.5.3. Strategija fokusiranja	132
REZIME	133
LITERATURA	135
OSMI DEO	
POSLOVNO OKRUŽENJE: POJAM I VRSTE.....	137
8. POSLOVNO OKRUŽENJE PREDUZEĆA	138
8.1. Vrste poslovnog okruženja	140
8.1.1. Ekonomsko okruženje	142
8.1.2. Društveno okruženje.....	145
8.1.3. Političko okruženje	147
8.1.4. Pravno okruženje.....	149
8.1.5. Tehnološko okruženje.....	150
REZIME	152
LITERATURA	154
DEVETI DEO	
ZNANJE, INOVATIVNOST I POSLOVANJE.....	155
9. ZNANJE KAO FAKTOR KONKURENTNOSTI	156
9.1. Pojam i vrste znanja	158
9.2. Intelektualni kapital.....	160
9.3. Znanje kao resurs savremenog poslovanja	162
9.4. Uticaj znanja na inovativnost i konkurentnost preduzeća.....	164
9.5. Upravljanje znanjem u preduzećima	166
9.6. Inovativnost i konkurentnost preduzeća	168
REZIME	171
LITERATURA	173
DESETI DEO	
KVALITET I POSLOVANJE.....	175
10. KVALITET KAO FAKTOR KONKURENTNOSTI.....	176
10.1. Pojam i dimenzije kvaliteta.....	178
10.2. Uloga kvaliteta u savremenom poslovanju	181
10.3. Menadžment kvaliteta	183
10.3.1. Menadžment totalnog kvaliteta	185
REZIME	188
LITERATURA	190

JEDANAESTI DEO

KLASTERI I KONKURENTNOST.....	191
11. KLASTERI U FUNKCIJI KONKURENTNOSTI	192
11.1. Pojam klastera	193
11.2. Priroda klastera	195
11.3. Vrste klastera	197
11.4. Doprinos klastera konkurentnosti.....	200
11.5. Uspeh i neuspeh klastera	203
REZIME	205
LITERATURA	207

DVANAESTI DEO

KONKURENTNOST PRIVREDE: RAZMATRANJE KLJUČNIH ELEMENTA.....	209
12. KONKURENTNOST PRIVREDE.....	210
12.1. Trgovina, strana ulaganja i konkurentnost privrede	211
12.1.1. Trgovinski deficit i konkurentnost.....	213
12.1.2. Devizni kurs i konkurentnost	214
12.2. Finansijsko tržište i konkurentnost.....	216
12.3. Inovacije i konkurentnost privrede.....	218
12.4. Ekonomski rast i konkurentnost.....	220
12.5. Rangiranje zemalja saglasno nivou konkurentnosti	222
REZIME	226
LITERATURA	228

TRINAESTI DEO

OTVORENOST PRIVREDE I IZVOZ	229
13. EKONOMSKA OTVORENOST I IZVOZ.....	230
13.1. Trgovinska otvorenost	232
13.2. Trgovinska diversifikacija	234
13.3. Izvozna konkurentnost.....	236
14.4. Performanse izvoza	239
REZIME	242
LITERATURA	244

ČETRINAESTI DEO

STRANE DIREKTNE INVESTICIJE.....	245
14. STRANE DIREKTNE INVESTICIJE I INVESTICIONI AMBIJENT ...	246
14.1. Pojam i ciljevi stranih direktnih investicija.....	247
14.2. Vrste stranih direktnih investicija.....	248
14.3. Strane direktne investicije i konkurentnost.....	250
14.3.1. Uloga stranih direktnih investicija u povećanju konkurentnosti privrede.....	251
14.3.2. Negativni aspekti i izazovi stranih direktnih investicija	253
14.4. Privlačenje stranih direktnih investicija i investicioni ambijent.....	255
REZIME	258

LITERATURA	260
PETNAESTI DEO	
POLITIKA KONKURENTNOSTI NACIONALNE PRIVREDE.....	261
15. UNAPREĐENJE NACIONALNE KONKURENTNOSTI	262
15.1. Politika nacionalne konkurentnosti	264
15.1.1. Elementi politike nacionalne konkurentnosti	266
15.1.2. Strategija nacionalne konkurentnosti	268
15.2. Politika konkurentnosti SAD, Evropske unije i Kine	270
15.2.1. Politika konkurentnosti SAD	271
15.2.2. Politika konkurentnosti Evropske unije	273
15.2.3. Politika konkurentnosti Kine.....	275
15.3. Konkurentnost SAD, Evropske unije i Kine	278
REZIME	281
LITERATURA	283
REČNIK POJMOVA.....	285
BIBLIOGRAFIJA.....	293

SPISAK SLIKA

Slika 1: Komparativna, konkurentska i kolaborativna prednost	14
Slika 2: Dijamant nacionalne konkurentnosti	36
Slika 3: Pregled vrsta konkurentnosti	44
Slika 4 : Porterov model pet sila	69
Slika 5: Primeri internih i eksternih faktora preduzeća	82
Slika 6: Prva piramida konkurentnosti, 2003-2016. godine	83
Slika 7: Druga piramida konkurentnosti, 2016-2023. godine.....	84
Slika 8: Mikro faktori konkurentnosti.....	85
Slika 9: Makro faktori konkurentnosti	86
Slika 10: Determinante nacionalne konkurentske prednosti	88
Slika 11: Analitički okvir indeksa globalne konkurentnosti	102
Slika 12: Lanac vrednosti.....	117
Slika 13: Ključni faktori konkurentske prednosti	119
Slika 14: Generičke strategije konkurentnosti.....	129
Slika 15: Poslovno okruženje	141
Slika 16: Elementi intelektualnog kapitala.....	162
Slika 17: Interaktivni odnos znanja, intelektualnog kapitala i održive konkurentske prednosti	167
Slika 18: Zavisnost kvaliteta, konkurentnosti i performansi preduzeća.....	177
Slika 19: Dijagram nacionalne izvozne konkurentnosti	238
Slika 20: Uticaj izvoza na ekonomski rast	240
Slika 21: Determinante izvoznih performansi preduzeća.....	241

SPISAK GRAFIKONA

Grafik 1: Učešće izvoza robe u ukupnom svetskom izvozu (u %)	278
Grafik 2: Nominalni efektivni devizni kurs (indeks 2010=100).....	279
Grafik 3: Realni efektivni devizni kurs (indeks 2010=100).....	279

SPISAK TABELA

Tabela 1: Indikatori nacionalne konkurentnosti	97
Tabela 2: Rang lista konkurentnosti IMD, 2020-2024. godine	223
Tabela 3: Rang lista konkurentnosti IMD, 2024. godine	224
Tabela 4: Deset zlatnih pravila konkurentnosti	265
Tabela 5: Izvoz visoke tehnologije (% izvoza prerađivačke industrije).....	280
Tabela 6: Produktivni gep između SAD, Evropske unije i Kine	280

PRVI DEO

KONCEPT KONKURENTNOSTI

CILJ POGLAVLJA:

- 1 • Definisanje koncepta ekonomske konkurentnosti
- 2 • Razjašnjenje konkurentnosti firme, nacije i zemlje
- 3 • Razmatranje različitih aspekata posmatranja konkurentnosti
- 4 • Sagledavanje statičke i dinamičke konkurentnosti
- 5 • Razlikovanje konkurentske i komparativne prednosti
- 6 • Sagledavanje kolaborativne prednosti

1. POJAM KONKURENTNOSTI

Konkurentnost predstavlja jedan od najčešće razmatranih i analiziranih ekonomskih pojmova i fenomena u savremenom dobu. U ekonomskoj nauci ne postoji jedinstvo autora o tome kako na najbolji način definisati konkurentnost. Problem se ogleda u tome što ne postoji opšteprihvaćena teorija koja objašnjava konkurentnost (Porter, 1990, str. 25). Sam koncept konkurentnosti je veoma širok i obuhvata brojne karakteristike, zbog čega je njegovo definisanje složeno. Različiti oblici konkurentnosti definišu se na različite načine. Možemo govoriti o konkurentnosti proizvoda, poslovne aktivnosti, preduzeća, industrije, ekonomskog sektora, regiona, nacije ili države. Ovi termini odražavaju razlike u sadržaju, pristupima, faktorima i nivoima analize konkurentnosti. Reč je o multidisciplinarnom pojmu koji prožima i povezuje različite oblasti ekonomske nauke.

Pojam konkurentnosti počinje da se koristi u ekonomiji krajem 19. i početkom 20. veka, kada su se tržišta počela širiti i globalizovati, a konkurencija postajala ključni element ekonomskog razvoja. Termin „konkurentnost“ svoje originalno izvišće ima u mikroekonomskom značenju, kojim se ukazuje na sposobnost preduzeća da se takmiče i da na osnovu uspeha obezbede učešće na tržištu, uvećaju profit i ostvare rast. Drugim rečima, na mikro nivou pojam konkurentnosti označava uspešnost u poslovanju. Za razliku od konkurentnosti preduzeća, koncept konkurentnosti nacije je znatno složeniji za definisanje. Nacionalna konkurentnost se obično procenjuje kroz upoređivanje performansi jedne zemlje sa drugim zemljama koje opslužuju slična ili ista svetska tržišta.

Prvi ozbiljni pokušaji sistematskog uvođenja konkurentnosti kao samostalnog pojma u ekonomiji pojavili su se nakon Drugog svetskog rata, kada je globalna ekonomska scena počela da se menja usled obnove, ubranog razvoja i internacionalizacije tržišta. Pojam konkurentnosti se počeo koristiti u kontekstu konkurentnosti industrija i preduzeća, jer su se države sve više fokusirale na povećanje svoje ekonomske moći i sposobnosti da se takmiče sa drugim zemljama. U tom periodu, osnovna istraživanja konkurentnosti bila su usmerena na procenu ekonomskih faktora koji mogu doprineti rastu i efikasnosti, kao i na analizu faktora kao što su investicije u infrastrukturu, radna snaga i tehnologija.

Prava revolucija u shvatanju konkurentnosti dogodila se krajem 20. veka, naročito sa radovima Majkla Portera. Njegova knjiga Konkurentna prednost nacija (1990) bila je ključni trenutak u definisanju konkurentnosti na makroekonomskom nivou. Porter je prvi formulisao pojam konkurentnosti nacije, zemlje i regiona. Do tada, o konkurentnosti

se govorilo samo na nivou preduzeća ili industrija. Porter je uveo koncept konkurentske prednosti i postavio teoriju o tome kako zemlje, ali i preduzeća, mogu razvijati održive konkurentske prednosti kroz specifične faktore kao što su inovacije, obrazovanje, istraživanje i razvoj, kao i efikasnost tržišta. Porterov dijament nacionalne konkurentnosti predstavlja okvir koji pomaže da se razume međunarodna konkurentnost preduzeća (Smith, 2010, str. 105-130). Zapravo, Porterova teza jeste svrsishodni okvir koji pruža mogućnost predstavnicima javne vlasti da identifikuju izvore konkurentske prednosti zemlje koje lokalnim preduzećima omogućavaju unapređenje sopstvene konkurentske pozicije. Prema Porteru, konkurentnost jedne ekonomije determinisana je prvenstveno njenom sposobnošću da se konstantno unapređuje i inovira.

Pojam konkurentnosti dobio je na značaju sa ubrzanim procesima globalizacije i tehnološke revolucije krajem 20. i početkom 21. veka. Kako su tržišta postajala globalna, konkurencija više nije bila ograničena na domaće tržište, već se proširivala na međunarodnu scenu. Zemlje su počele da prepoznaju konkurentnost kao ključni faktor za privlačenje stranih investicija, unapređenje inovacija i poboljšanje životnog standarda. Ekonomisti su počeli da povezuju konkurentnost sa sposobnošću zemlje da stvori i podrži preduzeća koja mogu efikasno funkcionisati na globalnoj sceni, istovremeno se prilagođavajući brzim promenama u tehnologiji i tržištima. U tom kontekstu, konkurentnost postaje sveobuhvatan pojam koji uključuje mnoge dimenzije, od konkurentnosti preduzeća, sektora i industrija do konkurentnosti nacionalnih ekonomija. Pored ekonomskih faktora, konkurentnost se sagledava i kroz društvene, političke i institucionalne aspekte, uključujući obrazovni sistem, pravni okvir, vladine politike i infrastrukturu.

Postoji mnoštvo definicija konkurentnosti koje se mogu sresti u ekonomskoj literaturi, a koje predlažu brojni autori i međunarodne organizacije. Aiginger (2006) definiše konkurentnost kao sposobnost zemlje ili lokacije da stvori bogatstvo (Aiginger, 2006, str. 161-177). OECD tretira konkurentnost kao sposobnost zemlje da prodaje svoje proizvode na međunarodnom tržištu. Svetski ekonomski forum definiše konkurentnost kao skup institucija, politika i faktora proizvodnje koji određuju nivo produktivnosti jedne zemlje. Prema mišljenju Pola Krugmana, konkurentnost zemlje zavisi u najvećoj meri od njene sposobnosti da povećava produktivnost, što se postiže kroz inovacije, edukaciju i investicije u tehnologiju. Nivo produktivnosti, zapravo, iskazuje nivo prosperiteta koji neka zemlja može dostići. Biti konkurentan u suštini znači obezbediti kontinuirani rast i razvoj u dugom periodu.

Danas se konkurentnost nacije razume kao sposobnost zemlje da obezbedi održiv ekonomski rast kroz poboljšanje produktivnosti, inovacija i efikasnosti u svim sektorima. Preciznije, konkurentnost nacionalne ekonomije predstavlja rezultat državnih mera usmerenih prema postizanju održive i visoke stope rasta BDP po glavi stanovnika i stvaranju privredne strukture sposobne da produkuje dobra i pruži usluge koje zadovoljavaju zahteve svetskog tržišta. To se postiže kroz ulaganje u obrazovanje, infrastrukturu, istraživanje i razvoj, kao i kroz stabilne i efikasne institucije i politike koje podstiču preduzetništvo i strane investicije.

U suštini, konkurentnost predstavlja sposobnost takmičenja. Pod konkurentnošću se podrazumeva sposobnost stvaranja nove vrednosti u uslovima slobodne konkurencije. U najširem smislu, konkurentnost predstavlja sposobnost preduzeća, industrija, privrednih sektora, nacionalnih ekonomija i međunacionalnih regiona da na održivim osnovama ostvaruju relativno visoke dohotke i zaposlenost faktora proizvodnje uz istovremeno učešće u međunarodnoj konkurentskoj borbi.

1.1. Definisane konkurentnosti

Pojam konkurentnosti je kompleksan. Razlikujemo različite oblike konkurentnosti, pa zato za ovaj pojam postoji mnoštvo definicija i objašnjenja. Definicije konkurentnosti saglasno različitim autorima i međunarodnim institucijama predstavljene su u hronološkom redu:

- Konkurentnost je sposobnost zemalja, regiona i kompanija da stvaraju bogatstvo, što je preduslov za visoke plate (Bobba et al., 1971).
- Konkurentnost je sposobnost sektora, industrije ili subsektora da razvija i prodaje svoju robu po cenama, kvalitetu i drugim karakteristikama koje su privlačnije od uporedivih karakteristika robe koju nude konkurenti (Flejterski, 1984).
- Nacionalna konkurentnost je sposobnost zemlje da kreira, proizvodi, distribuira i/ili obezbedi proizvode u međunarodnoj trgovini, dok istovremeno ostvaruje rastuće prinose na svoje (nacionalne) resurse (Scott & Lodge, 1985).
- Konkurentnost firme znači njenu sposobnost da proizvodi i prodaje proizvode i usluge boljeg kvaliteta i nižih troškova od svojih domaćih i međunarodnih konkurenata. Konkurentnost podrazumeva dugoročnu profitabilnost firme i njenu sposobnost da kompenzira svoje zaposlene i obezbedi superiorne prinose svojim vlasnicima (Buckley et al., 1988).

- Konkurentnost na nacionalnom nivou predstavlja nacionalnu produktivnost. Konkurentnost je sposobnost privrede da svojim stanovnicima obezbedi rastući životni standard i visoku zaposlenost na održivoj osnovi (Porter, 1990).
- Konkurentnost, ako ima neko značenje, to je prosto drugi način da se izrazi produktivnost. Sposobnost neke zemlje da poboljša svoj životni standard gotovo u potpunosti zavisi od njene sposobnosti da podigne svoju produktivnost. Pojam konkurentnosti je besmislena reč kada se primenjuje na nacionalne ekonomije (Krugman, 1990, 1994).
- Konkurentnost je sposobnost zemlje da postigne održive visoke stope rasta BDP-a po glavi stanovnika (WEF, 1996).
- Konkurentnost zemlje je stepen do kojeg ona može, pod slobodnim i poštenim tržišnim uslovima, da proizvodi dobra i usluge koje ispunjavaju test međunarodnih tržišta, dok istovremeno održava i povećava stvarne prihode svog stanovništva na duži rok (Barker & Kohler, 1998).
- Konkurentnost nacije je sposobnost privrede da svom stanovništvu obezbedi visok i rastući životni standard i visoke stope zaposlenosti na održivoj osnovi (European Commission, 2001).
- Konkurentnost preduzeća podrazumeva prilagođavanje njegovih proizvoda zahtevima tržišta i konkurencije, posebno u pogledu asortimana, kvaliteta, cene, kao i optimalnih kanala prodaje i načina promocije (Adamkiewicz-Drwillo, 2002).
- Konkurentnost je skup institucija, politika i faktora koji određuju nivo produktivnosti jedne zemlje (World Economic Forum, 2004).
- Konkurentnost firme je njen udeo na konkurentskom tržištu (Ajitabh & Momaya, 2004).
- Konkurentnost intuitivno definišemo kao učešće države u svetskom tržištu u pogledu njenih proizvoda. To čini konkurentnost igru sa nultom sumom, jer dobitak jedne zemlje dolazi na račun drugih zemalja (Porter et al., 2008).
- Konkurentnost firme je njena ekonomska snaga u odnosu na rivale na globalnom tržištu gde se proizvodi, usluge, ljudi i inovacije slobodno kreću uprkos geografskim granicama (Chao-Hung, & Li-Chang, 2010).
- Eksterna ili međunarodna konkurentnost je sposobnost razmene dobara i usluga kojih ima u izobilju u matičnoj zemlji za dobra i usluge koji su retki u ovoj zemlji (Altomonte et al., 2012).

1.2. Razmatranje koncepta konkurentnosti

Konkurentnost je višeznačan koncept koji ima centralnu ulogu u određivanju ekonomskog uspeha zemlje, industrije ili preduzeća. Ona odražava sposobnost subjekta da proizvodi dobra i usluge koje zadovoljavaju zahteve tržišta po kvalitetu i ceni boljoj od konkurencije. Razmatranje konkurentnosti podrazumeva analizu različitih faktora koji utiču na sposobnost preduzeća ili država da ostvare prednost u tržišnom nadmetanju. Koncept konkurentnosti se često ispituje u smislu njegovih komponenti, koje uključuju produktivnost, inovativnost, ekonomičnost i prilagodljivost promenama. Međutim, on takođe obuhvata šire faktore, kao što su pristup tržištima, ljudski kapital, kvalitet institucija, infrastruktura, poslovno okruženje, pristup kapitalu i prirodnim resursima.

U suštini, konkurentnost se može shvatiti kao sposobnost da se proizvede i isporuči vrednost potrošačima efikasnije od drugih na tržištu. Za državu to znači sposobnost da razvije svoju privredu, privuče investicije, stvara nova radna mesta i poboljša životni standard svojih građana. To zahteva stabilan institucionalni okvir, efikasne ekonomske politike, kvalitetnu infrastrukturu i obrazovni sistem koji omogućava razvoj kvalifikovane radne snage. Za preduzeće, konkurentnosti se može razumeti kao veći tržišni udeo, profitabilnost i dugoročna održivost. To podrazumeva efikasno upravljanje resursima, inovativne strategije, prilagođavanje promenama na tržištu i sposobnost da se odgovori na potrebe potrošača.

U ekonomskoj i poslovnoj literaturi predložen je veliki broj koncepata konkurentnosti. Razlog zašto imamo veliki broj koncepata konkurentnosti je taj što je konkurentnost složena i višestruka ideja koja se može razumeti iz različitih perspektiva, u zavisnosti od konteksta i nivoa na kojem se ispituje. Konkurentnost nije koncept koji odgovara svima, a različite zainteresovane strane - vlade, preduzeća, ekonomisti i kreatori politika mogu joj pristupiti na različite načine. Primera radi, različite zemlje mogu definisati i dati prioritet konkurentnosti na način koji je u skladu sa njihovim razvojnim strategijama i izazovima. Neki se fokusiraju na podsticanje izvoza, dok drugi mogu naglasiti inovacije i infrastrukturu.

U nastavku izlaganja razmatrani su sledeći koncepti konkurentnosti: koncept konkurentnosti nulte i pozitivne sume, jedno- i višedimenzionalni koncepti, mikro- i makroekonomski pristup, statički i dinamički koncept, kao i konkurentnost u kratkom i dugom roku. Ovi koncepti omogućavaju dublje razumevanje konkurentnosti, njenog uticaja na ekonomski rast i razvoja, kao i načina na koji različiti faktori utiču na sposobnost nacija, regiona i preduzeća da se takmiče i opstanu na globalnom tržištu.

1.2.1. Koncept nulte i pozitivne sume

Konkurentnost se tradicionalno definiše kao udeo zemlje na svetskim tržištima. Ova definicija čini konkurentnost igrom sa nultom sumom. Koncept konkurentnosti nulte sume predstavlja glediše gde se globalno tržište posmatra kao fiksni kolač, što znači da dobit jedne zemlje u konkurentnosti dolazi na račun gubitka druge zemlje. Iz ove perspektive, resursi i tržišta su ograničeni, pa da bi jedna zemlja poboljšala svoju poziciju na globalnoj sceni, druga zemlja mora zaostati. Razmišljanje o igri sa nultom sumom podstiče ekonomski nacionalizam, gde je fokus na jačanju domaće industrije i minimiziranju strane konkurencije. To može dovesti do politika poput protekcionizma, subvencija, održavanja niskih plata i devalvacije nacionalne valute, a sve u cilju proširenja izvoza.

Tradicionalni pristup konkurentnosti je duboko pogrešan, i postupanje na osnovu njega deluje protivno ekonomskim interesima zemlje. Kritičari tvrde da razmišljanje o igri sa nultom sumom ograničava ukupni ekonomski rast, jer ignoriše potencijale za inovacije, trgovinsku saradnju i stvarnje globalne vrednosti. Umesto da rade na širenju ekonomskog kolača, zemlje se fokusiraju na to da ga agresivnije dele. U stvarnosti, međunarodna trgovina može imati koristi za sve strane, posebno kada su zemlje specijalizovane za oblasti u kojima imaju komparativnu prednost. Pristup nulte sume ne prepoznaje potencijale saradnje i obostrane koristi za sve. Povrh toga, politike nulte sume imaju brojne negativne posledice. Primera radi, niske plate signaliziraju slabu konkurentnost i ometaju prosperitet. Subvencije crpe nacionalni dohodak i pogrešno usmeravaju resurse. Devalvacija nacionalne valute smanjuje nacionalne plate tako što smanjuje vrednost izvoza i povećava troškove uvoza. Oslanjanje na niske plate i podcenjenu valutu ne poboljšava životni standard stanovništva.

Koncept konkurentnost pozitivne sume posmatra globalnu konkurenciju ne kao igru nulte sume, već kao situaciju gde više nacija može da raste i napreduje poboljšanjem svoje produktivnosti. U modernom pristupu, konkurentnost se definiše kroz produktivnost. U kontekstu igre pozitivne sume, zemlje ili kompanije mogu poboljšati svoju konkurentnost bez potrebe da uzimaju od drugih, odnosno više učesnika može napredovati. Inovacije, saradnja i efikasno korišćenje resursa mogu povećati sveukupno bogatstvo i omogućiti da više entiteta istovremeno uspe. Centralni izazov u ekonomskom razvoju je stvaranje uslova za održiv rast produktivnosti. Produktivnost smanjuje troškove proizvodnje, a produktivan rad podržava veće plate. Ovaj pristup ohrabruje politike koje promovišu trgovinu, međunarodnu saradnju i širenje globalnog bogatstva.

1.2.2. Jedno i višedimenzionalni koncept

Konkurentnost se može posmatrati na jednodimenzionalan ili višedimenzionalan način, u zavisnosti od obima analize i razmatranih varijabli. U svom najjednostavnijem obliku, konkurentnost se posmatra kao jedinstvena mera ili ishod, poput ekonomskog učinaka, tržišnog udela ili efikasnosti. Jednodimenzionalna konkurentnost se fokusira na jedan aspekt. Na primer, preduzeće se može smatrati konkurentnim ako ostvaruje veće profitne marže ili veći tržišni udeo od konkurenata. U ovom slučaju metrika je jednostavna: profit ili udeo na tržištu. Kompanija se smatra konkurentnom ako nadmašuje rivale na toj jednoj osnovi. Nacionalna konkurentnost se objašnjava metrikom poput BDP-a ili trgovinskog suficita u odnosu na druge nacije. Takav pristup pruža uvid u način na koji se ekonomija te zemlje poredi sa drugima u smislu bogatstva ili trgovinskog bilansa. On je koristan za jednostavna poređenja, ali zanemaruje dublje faktore, kao što su nejednakost prihoda ili socijalno blagostanje, koji takođe utiču na prosperite nacije. Ograničenja jednodimenzionalnog pristupa nastaju jer se konkurentnost retko odnosi na samo jednu varijabilu. Fokusiranje samo na jednu metriku može prikriti važne aspekte koji doprinose dugoročnom uspehu.

Višedimenzionalni pogled na konkurentnost je daleko sveobuhvatniji, ali i složeniji, s obzirom na međudelovanje različitih faktora koji doprinose ukupnom uspehu. Ovaj pristup ide dalje od posmatranja samo jednog aspekta (poput profita ili BDP), već uključuje različite elemente, kao što su inovacije, ljudski kapital, infrastruktura, politička stabilnost, prirodni resursi, kulturni faktori i dr. Multidimenzionalni pogled priznaje da konkurentnost nije samo jedna ključna metrika, već uključuje različite faktore koji zajedno određuju uspeh tokom vremena. Ovaj pristup jasno daje do znanja da nijedan faktor ne može odrediti dugoročni uspeh. Umesto toga, potrebna je kombinacija faktora kako bi se osiguralo da entitet ostane konkurentan u suočavanju sa izazovima. Primera radi, kompanije trebaju da razmatraju ne samo svoje finansijske performanse, već i svoju sposobnost da inoviraju, privlače talente i stvaraju vrednost. Preduzeća fokusirana na jednu metriku, kao što je profit, mogu otkriti da na duge staze zaostaju za konkurentima koji ulažu u šire, višedimenzionalne strategije. Zemlje koje žele da poboljšaju svoju konkurentnost moraju da usvoje sveobuhvatne politike koje se bave različitim oblastima, kao što su unapređenje obrazovanja, poslovnog okruženja, ulaganje u infrastrukturu i promovisanje inovacija. Fokus na jednu oblast, kao što je smanjenje poreza ili poboljšanje trgovinskih odnosa, možda neće biti dovoljno da podstakne održivi rast na dugi rok.

1.2.3. Mikro i makroekonomski koncept

Koncept konkurentnosti se određuje različito na različitim nivoima posmatranja. Konkurentnost se može posmatrati na dva osnovna nivoa ekonomije: mikro i makro nivou. Koncept mikro i makro konkurentnosti nudi dva različita nivoa analize kada je u pitanju procena konkurentne pozicije preduzeća ili zemlje (Buzigoli & Vivani, 2009, str. 13 i 22).

Konkurentnost na mikro nivou se odnosi na konkurentnost pojedinih firmi i industrija. Fokusira se na faktore koji utiču na učinak i stratešku poziciju entiteta u okviru određenog tržišta ili sektora. Primarni fokus je na sposobnosti pojedinačnih kompanija da se uspešno takmiče u svojim industrijama. Konkurentnost kompanija se procenjuje u smislu njene strukture troškova, kvaliteta proizvoda, inovacija, usluga za korisnike i efikasnosti. Konkurentnost na mikro nivou se obično poistovećuje sa tržišnim udelom kompanije, prihodima i profitabilnošću u poređenju sa konkurentima. Kompanija koja održava ili povećava svoj udeo na tržištu uz povećanje profita smatra se visoko konkurentnom na mikro nivou.

Mikro konkurentnost se odnosi na konkurentnost preduzeća kao relativnu prednost nad drugim preduzećima (niže cene, bolji kvalitet proizvoda i usluga) u cilju privlačenja potrošača, osvajanja tržišta, prodaje proizvoda i ostvarenja što veće dobiti. Mikro konkurentnost predstavlja relativnu efikasnost preduzeća da nude svoje proizvode i usluge na tržištu na kojem je prisutna međunarodna konkurencija. Mikro konkurentnost je sposobnost određenog preduzeća da učestvuje i pobeđuje u svetskoj ponudi konkretnog proizvoda ili usluge, pri čemu se konkurentnost preduzeća temelji na relativnim cenama i kvalitetu proizvoda u odnosu na ponudu drugih proizvođača (Unković & Kordić, 2014, str. 179). Tipični činioci mikro konkurentne prednosti su niski troškovi poslovanje i viši rast faktorske produktivnosti u poređenju sa konkurentima u nekoj grani.

Konkurentnost na makro nivou se odnosi na ukupnu konkurentnost jedne zemlje. Makro konkurentnost predstavlja konkurentnost nacionalne privrede u celini. Na makro nivou, konkurentnost se često definiše ekonomskim rastom, BDP-om, produktivnošću i životnim standardom. Zemlje koje imaju visok nivoa ekonomskog rasta, produktivnosti i stvaranja bogatstva smatraju se konkurentnijim. Makro konkurentnost podrazumeva sposobnost nacionalne privrede da proizvede proizvode i usluge, u međunarodnim okvirima, u konkurenciji sa proizvodima i uslugama iz drugih zemalja, na način koji obezbeđuje porast životnog standarda stanovništva. Makro konkurentnost predstavlja sposobnost zemlje da nacionalne resurse specijalizuje u pravcu rasta realnog dohotka

i životnog standarda stanovništva, kao i pozitivnog salda tekućeg platnog bilansa. Činioci makro konkurentnosti su ekonomski faktori, institucionalni faktori, obrazovanje i ljudski kapital, infrastruktura, tehnološka spremnost i inovacije, tržište rada i ekološki faktori.

Mikro i makro konkurentnost su međusobno uslovljeni (Bjelić, 2018, str. 92). Konkurentna ekonomija na makro nivou pruža povoljno okruženje za napredovanje preduzeća, dok pojedinačna preduzeća doprinose ukupnom ekonomsko učinku jedne nacije. Bez unapređenja na mikro nivou, reforme na makro nivou neće imati uspeha u unapređenju konkurentnosti nacionalne privrede. Suštinu konkurentnosti jedne zemlje predstavlja određeni nivo konkurentnosti domaćih preduzeća i njihovih proizvoda. Država ne može da se pojavi kao subjekt koji samostalno stvara konkurentnost jer je to sfera delatnosti preduzeća. Tvorcima konkurentnosti su prvenstveno firme i privredne grane s obzirom da samo one mogu da je realizuju, dok se država javlja u svojstvu subjekta zaduženog za stvaranje povoljnog poslovnog okruženja kao uslova za formiranje konkurentnosti.

Mezo konkurentnost predstavlja srednji nivo analize konkurentnosti, koji se nalazi između mikro i makro nivoa. Mezo konkurentnost se odnosi na industrije ili sektore unutar zemlje, regionalne ili lokalne ekonomije, kao i klastere firmi koje posluju u određenoj geografskoj oblasti ili sektoru.

1.2.4. Statički i dinamički koncept

Koncept statičke i dinamičke konkurentnosti govore o tome kako se konkurentna pozicija firme ili zemlje posmatra tokom vremena. Ovi termini predstavljaju različite načine razumevanja konkurentnosti sa aspekta vremena, bilo kao pregled trenutnog stanja (statički) ili kao proces promene i prilagođavanja tokom vremena (dinamički).

Statička konkurentnost fokusira se na sliku konkurentne pozicije preduzeća ili zemlje u datom trenutku, bez uzimanja u obzir promena ili budućeg razvoja. Obično posmatra resurse firme, tržišni udeo, tehnologiju i druge sposobnosti u sadašnjost, pod pretpostavkom da ovi faktori ostaju relativno konstantni. U statičkom pogledu, nacionalni faktori proizvodnje su fiksni, a tehnološke promene se posmatraju kao egzogene, odnosno van domašaja same teorije (Porter, 1990, str. 53). Konkurentnost preduzeća se procenjuje na osnovu njegovog trenutnog tržišnog udela, strategije cena i ponude proizvoda. Statički pogled podrazumeva analizu trenutnog funkcionisanja kompanija u odnosu na konkurente, ali ne uzima u obzir potencijalne promene na tržištu ili izgleda za rast. Na primer, kompanija može imati najveći udeo na tržištu u momentu posmatranja, ali

sa pojavom novih tehnologija ili novih učesnika, tržišna situacija može značajno da se promeni. Kada je reč o zemlji, statička konkurentnost se fokusira na merljive faktore, kao što su tekući nivo produktivnosti, resursi zemlje, infrastruktura i neposredna tržišna pozicija u odnosu na druge nacije. Konkurentnost zemlje može se procenti na osnovu industrijske proizvodnje, produktivnosti rada ili trgovinskog bilansa u datom trenutku. Zemlja sa nižim platama i jakom infrastrukturom može delovati konkurentna u odnosu na druge nacije u momentu kada se posmatra.

Dinamički pogled posmatra kako se konkurentnosti razvija tokom vremena, uzimajući u obzir promene na tržištu, tehnologiji, preferencijama potrošača i drugim spoljnim faktorima. Ovaj pristup smatra da se firme ili zemlje nalaze u okruženju koje se stalno menja, a konkurentnost se posmatra kao nešto što se mora stalno prilagođavati da bi se odžalo ili unapredilo. Dinamički koncept se fokusira na kapacitete za dugoročni rast i inovacije, kao i na sposobnosti prilagođavanja promenljivim uslovima, kao što su tehnološki napredak ili promene tržišta (Vuković et al, 2012, str. 59). Konkurentnost firme se ne odnosi samo na njen trenutni udeo na tržištu, već na njenu sposobnost da inovira, prilagođava se novim trendovima i predviđa promene. Statička efikasnost u jednom trenutku brzo biva prevaziđena bržom stopom napretka. U stvarnoj konkurenciji, suštinska odluka je inovacija i promena (Porter, 1990, str. 55). Na primer, tehnološka kompanija može vremenom prilagoditi svoju strategiju kako bi ostala konkurentna, ulaganjem u nove tehnologije, menjanjem ponude ili ulaskom na nova tržišta. Dinamički pogled razmatra kako se strategija kompanije razvija kao odgovor na nove trendove i eksterne promene, kao što su regulatorne promene, poteze konkurenata ili nove potrebe kupaca. U slučaju zemlje, dinamička konkurentnost može se proceniti na osnovu ulaganja u obrazovanje i tehnologiju, kapaciteta za inovacije i ekonomsku diversifikaciju tokom vremena. Na primer, zemlja koje strateški ulaže u zelenu tehnologiju, digitalnu infrastrukturu i ljudski kapital može zadržati ili poboljšati svoju konkurentsku poziciju čak i u uslovima ubrzanog razvoja industrije.

1.2.5. Koncept u kratkom i dugom roku

Konkurentnost je moguće posmatrati sa aspekta kratkog i dugog roka. Ekonomska konkurentnost, bilo krakoročno ili dugoročno, odnosi se na sposobnost preduzeća ili zemlje da obezbedi robu i usluge koje ispunjavaju test međunarodnih tržišta, uz održavanje ili povećanje ukupnih performansi entiteta. Međutim, dinamika konkurentnosti se značajno razlikuje u zavisnosti od vremenskog okvira posmatranja.

Konkurentnost u kratkom roku prvenstveno zavisi od faktora koji omogućavaju zemlji ili preuzeću da brzo osvoji ili zadrži tržišni udeo. Entiteti su tada reaktivniji i fokusirani na trenutne dobitke ili prilagođavanje kao odgovor na spoljne faktore. Konkurentnost se u ovom kontekstu fokusira na trenutni učinak i rezultate. Reč je o sticanju prednosti „ovde i sada“ i postizanju brzih pobeda. U kratkom roku, kretanje cena, troškova, deviznog kursa i drugih makroekonomskih agregata značajno utiče na konkurentnost domaćih preduzeća, bez obzira na nivo njihove produktivnosti. Kratkoročna konkurentnost često se oslanja na kontolu troškova, poput plata, cena sirovina i energije. Zemlje ili preduzeća koja mogu da zadrže niske troškove moći će da se takmiče nudeći jeftinije proizvode na globalnom tržištu. Povoljni devizni kurs može učiniti izvoz jedne zemlje jeftinijim i privlačnim za strane kupce, pružajući dodatni podsticaj kratkoročnoj konkurentnosti. Takođe, zemlje koje mogu brzo da se prilagode promenama u globalnoj tražnji, reagujući na povećanje potražnje za određenim dobrima ili uslugama, mogu iskusiti kratkoročne prednosti u pogledu konkurentnosti. Međutim, kratkoročna konkurentnost može biti nestabilna ili neodrživa s obzirom da se previše zasniva na faktorima kao što su jeftina radna snaga, ratovi cena ili brza rešenja, što može podkopati dugoročne izgleda za rast i razvoj.

Konkurentnost u dugom roku označava sposobnost zemlje ili preduzeća da očuva i unapređuje svoju tržišnu poziciju kroz vreme. Ona uključuje dublje strukturne faktore koji određuju održiv rast i inovacije. Fokusira se na izgradnju sposobnosti koje osiguravaju budući ekonomski uspeh, čak i kada kratkoročni faktori fluktuiraju. Ovde se manje radi o neposrednim dobitcima, a više o stvaranju trajnih prednosti koje obezbeđuju uspeh. Konkurentnost u dugom roku uključuje sledeće faktore: inovacije i tehnologije, ljudski kapital, infrastrukturu, kvalitet institucija, diversifikaciju, održivost i otpornost. Zemlje ili preduzeća koja ulažu više u inovacije i tehnologiju ostvariće konkurentsku prednost tokom vremena. Obrazovana i kvalifikovana radna snaga je jedna od najvažnijih dugoročnih pokretača konkurentnosti. Ulaganje u obrazovanje i razvoj radne snage osigurava da se nacija može takmičiti u industrijama visoke vrednosti. Dobra infrastruktura povećava efikasnost proizvodnje i distribucije na duži rok, podstičući konkurentnost. U dugom roku, konkurentnost je u osnovi pitanje povećanja produktivnosti, odnosno nivoa efikasnosti i kvaliteta proizvoda i usluga. Produktivnost je dugoročno posmatrano ključna odrednica visine životnog standarda i kvaliteta života stanovništva, jer omogućava veću proizvodnju sa istim ili manjim resursima, čime se podstiče ekonomski rast i socijalna stabilnost.

1.3. Komparativna, konkurentna i kolaborativna prednost

Komparativna prednost označava sposobnost preduzeća ili zemlje da proizvodi po nižim oportunitetnim troškovima od drugih. Zemlja ima komparativnu prednost u proizvodnji nekog dobra ako ga može proizvesti po nižim oportunitetnim troškovima od druge zemlje, čak i ako je manje efikasna u proizvodnji tog dobra. Najčešće nastaje kao rezultat posedovanja prirodnih resursa ili razvijene infrastrukture, što dovodi do nižih troškova proizvodnje u odnosu na konkurente (Vuković et al., 2012, str. 58). Koncept komparativne prednosti se primenjuje na međunarodnu trgovinu. Objasnjava zašto bi zemlja trebalo da se specijalizuje za određene proizvode i trguje sa drugima kako bi maksimizirala ekonomsko blagostanje. Komparativna prednost podstiče specijalizaciju koja vodi rastu izvoza i boljoj relativnoj poziciji zemlje na međunarodnom tržištu.

Komparativna prednost predstavlja temeljni koncept koji doprinosi konkurentnosti zemlje ili kompanije na globalnom tržištu. Zemlje ili kompanije, specijalizacijom za proizvode u kojima imaju komparativnu prednost, mogu ojačati svoju poziciju u međunarodnoj trgovini i time povećati konkurentnost. Iako razlika između konkurentnosti i komparativne prednosti može izgledati trivijalno, ova dva pojma su suštinski različita (Bhawsar & Chattopadhyay, 2015, str. 668). Država može izgubiti konkurentnosti, a da zadrži svoju komparativnu prednost. Dalje, zemlja može biti konkurentna a da nema komparativnu prednost. Konkurentna prednost često proizilazi iz sposobnosti zemlje ili kompanije da kapitalizuje svoju komparativnu prednost. Međutim, na konkurentnost mogu uticati i faktori izvan komparativne prednosti, kao što su inovacije, tehnologije, ljudski kapital i kvalitet infrastrukture.

Brazil ima komparativnu prednost u proizvodnji kafe zbog svoje povoljne klime i nižih oportunitetnih troškova, što mu omogućava da efikasno trguje sa drugima. Međutim, njegova konkurentnost zavisi od faktora kao što su infrastruktura, radna snaga, tehnologija i trgovinska politika. Iako je kafa ključan sektor u kojem Brazil ima prednost, konkurentnost se takođe oslanja na inovacije, produktivnost i diversifikaciju u nove oblasti.

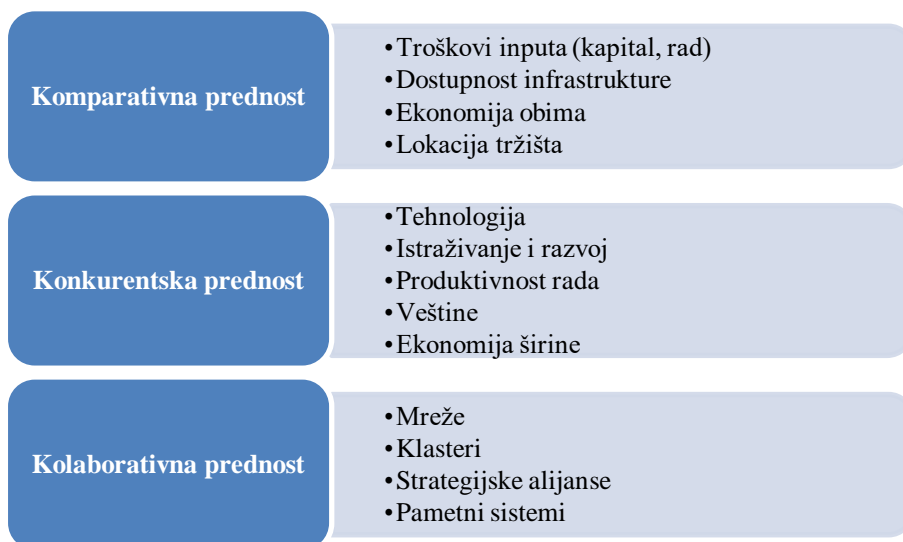
Pojam konkurentnosti i konkurentne prednosti su povezani, ali imaju različita značenja u kontekstu biznis i ekonomije. Konkurentnost označava sposobnost kompanije, zemlje ili entiteta da se efikasno takmiči na tržištu. To je ukupni kapacitet da se održi i poboljša ekonomski učinak, produktivnost i kvalitet proizvoda i usluga u poređenju sa drugima. Za razliku od toga, konkurentna prednost se odnosi na specifične osobine ili strategije koje omogućavaju kompaniji ili zemlji da nadmaši svoje rivale

na određenom tržištu ili industriji. Radi se o jedinstvenoj snazi ili posebnosti koja obezbeđuje prednost u odnosu na konkurente.

Konkurentna prednost predstavlja sposobnost preduzeća da se diferencira od svojih konkurenata. Uključuje atribute i sposobnosti koje omogućavaju kompaniji da nadmaši svoje rivale na tržištu. Ove prednosti omogućavaju subjektima da stvore vrednost na način koji je efikasniji, efektivniji i poželjniji od konkurencije, što može dovesti do većeg profita, tržišnog udela ili lojalnosti potrošača. Konkurentna prednost odražava kvalitet poslovanja i uspešnog pozicioniranja firme. Kompanija može da stekne konkurentnu prednost kroz faktore kao što su jedinstveni proizvodi, niži troškovi, inovacije, jak brend i operativna efikasnost.

Kolaborativna prednost je benefit koju organizacije dobijaju od zajedničkog rada, a ne od takmičenja. Kolaboracija (saradnja) olakšava razmenu resursa, znanja i iskustva, što omogućava preduzećima da pokrenu inovacije, podstiču rast i podignu konkurentnost. Kolaborativna prednost proističe iz jačine veze ili mreže između preduzeća. Navedeni pojam se neretko dovodi u vezu sa klasterima, međusobnim partnerstvima i stratezijskim alijansama. Što je jača veza i izraženija sinergija po tom osnovu, klasteri će biti konkurentniji, što dugoročno gledano doprinosi unapređenu ukupne konkurentnosti preduzeća i privrede. Saradnja između preduzeća, lokalne javne administracije i vlade ima za rezultat rast konkurentnosti privrede i ostvarenja održivog ekonomskog rasta.

Slika 1: Komparativna, konkurentna i kolaborativna prednost



Izvor: Gavrić, 2022, str. 59.

REZIME

- Konkurentnost predstavlja sposobnost da se efikasno takmiči i ostvari prednost u odnosu na druge. Može se primeniti na preduzeća, industrije ili čitave nacije. Konkurentnost podrazumeva težnju da se nadmaše rivali putem superiornih veština, performansi, inovacija ili efikasnosti. Koncept konkurentnosti se koristi u više različitih konteksta: ekonomski, poslovni, društveni, kulturni, sportski i lični.
- Konkurentnost predstavlja sposobnost preduzeća, industrija ili zemlje da proizvode robu i usluge koje ispunjavaju zahteve međunarodnih tržišta uz istovremeno održavanje ili povećanje prihoda svojih građana. Uključuje faktore kao što su produktivnost, inovativnost, isplativost i sposobnost prilagođavanja promenama na tržištu.
- Konkurentnost preduzeća i nacionalna konkurentnost su povezani koncepti. Konkurentnost preduzeća podrazumeva sposobnost pojedinačnog preduzeća da se efikasno takmiči na tržištu u odnosu na svoje konkurente. Nacionalna konkurentnost se odnosi na sposobnost zemlje da postigne održiv ekonomski rast, poboljša životni standard svojih građana i poboljša svoju poziciju na globalnom tržištu.
- Koncept konkurentnosti pozitivne sume objašnjava situaciju u kojoj više učesnika (kompanije, industrije ili zemlje) može istovremeno da poboljša svoju konkurentnost, bez nužnosti da jedan dobija na račun gubitka drugog. Ovaj pristup je suprotan konceptu igre nulte sume, u kojoj dobit jednog aktera automatski podrazumeva gubitak za drugog.
- Višedimenzionalni koncept konkurentnosti podrazumeva pristup koji konkurentnost ne posmatra kao jedinstvenu, jednostavnu meru, već kao složeni skup različitih faktora i nivoa koji međusobno utiču jedni na druge. Umesto da se konkurentnost meri samo kroz, recimo, cenu rada ili izvoz, višedimenzionalni pristup obuhvata više aspekata.
- Mikro konkurentnost se odnosi na sposobnost pojedinaca, timova ili manjih organizacija (preduzeća) da nadmaše svoje konkurente u specifičnom, lokalnom okruženju ili određenim oblastima aktivnosti. Za razliku od toga, makro konkurentnost se odnosi na konkurenciju velikih razmera na nivou zemalja, regiona ili globalnih tržišta.
- Dinamička konkurentnost predstavlja sposobnost kompanije ili zemlje da se kontinuirano prilagođava i poboljšava svoju konkurentsku poziciju na tržištu ili globalnoj ekonomiji tokom vremena. Nasuprot tome, statička konkurentnost se odnosi na sposobnost kompanije ili zemlje da održe stabilnu konkurentsku poziciju u datom trenutku.

- Konkurentnost u dugom roku odnosi se na sposobnost zemlje, sektora ili preduzeća da ostvari prednost na tržištu tokom dužeg perioda. Dugoročna konkurentnost je temelj trajnog prosperiteta, jer kratkoročne prednosti (npr. niska cena rada) mogu brzo nestati. Kratkoročna konkurentnost fokusira se na trenutno takmičenje, dok dugoročna odgovara na pitanje kako ostati konkurentan u budućnosti.
- Konkurentska prednost odnosi se na attribute ili uslove koji omogućavaju kompaniji ili zemlji da nadmaši svoje konkurente na tržištu. Ove prednosti omogućavaju kompaniji da proizvodi robu ili usluge efikasnije, nudi poželjnije proizvode ili postigne veće zadovoljstvo kupaca u poređenju sa drugima. Kao rezultat, kompanija ostvaruje jaču tržišnu poziciju, veću lojalnost potrošača i veći profit.

PITANJA

1. Kako se definiše pojam konkurentnosti?
2. Koja je razlika između konkurentnosti preduzeća i nacionalne konkurentnosti?
3. Da li postoji razlika između konkurentnosti nacije, države i privrede?
4. Šta predstavlja koncept međunarodne konkurentnosti?
5. Zbog čega je teško dati jedinstvenu definiciju konkurentnosti?
6. Zašto Pol Krugman smatra da pojam konkurentnosti nije primenjiv na nacionalne privrede?
7. Koji su ključni aspekti konkurentnosti i kako ih razlikujemo?
8. Koje su prednosti, a koji su nedostaci višedimenzionalnog pristupa konkurentnosti?
9. Kako koncept konkurentnosti pozitivne sume objašnjava odnose među ekonomijama?
10. U čemu se razlikuju mikroekonomski i makroekonomski pristupi konkurentnosti?
11. Šta podrazumevamo pod pojmom mezo konkurentnosti?
12. Objasnite vremenski aspekt posmatranja konkurentnosti.
13. Zašto se dinamička konkurentnost smatra boljom od statičke?
14. Koja je uloga inovacija u razvoju dinamičke konkurentnosti?
15. Kako definišemo konkurentsku prednost i zašto je ona važna?
16. Šta predstavlja pojam komparativne prednosti i kako se primenjuje u savremenoj ekonomiji?
17. Koja je ključna razlika između konkurentske i komparativne prednosti?
18. Šta je kolaborativna prednost i kako doprinosi ukupnoj konkurentnosti?

LITERATURA

- Adamkiewicz-Drwiłło, H. G. (2002). *Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw*. PWN, Warszawa.
- Aiginger, K. (2006). Competitiveness, from a Dangerous Obsession to a Welfare Creating Ability with Positive Externalities. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 6(2), 161-177.
- Ajitabh, A., & Momaya, K. (2004). Competitiveness of Firms: Review of Theory, Frameworks and Models. *Singapore Management Review*, 26(1), 45–61.
- Altomonte C., Aquilante T., & Ottaviano G. I. P. (2012). *The Triggers of Competitiveness: The EFIGE Cross-Country Report*. The Bruegel Blueprint Series, Bruegel, Brussels.
- Barker, T., & Köhler, J. (1998). Environmental Policy and Competitiveness. *Environmental Policy Research Briefs*. 6(1), 1–12.
- Berger, T. (2008). Concepts of National Competitiveness. *Journal of International Business and Economy*, 9(1), 91-111. DOI:10.51240/jibe.2008.1.5
- Bhawsar, P., & Chattopadhyay, U. (2015). Competitiveness: Review, Reflections and Directions. *Global Business Review*, 16(4), 665–679. DOI:10.1177/0972150915581115
- Bjelić, P. (2018). *Međunarodna trgovina: teorija, poslovanje i politika*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Univerzitet u Beogradu.
- Bobba F., Langer W., & Pous J. W. (1971). *Bericht über die Wettbewerbsfähigkeit der Europäischen Gemeinschaft*. Brussels.
- Buckley P. J., Pass C. L., & Prescott K. (1988). Measures of International Competitiveness: A Critical Survey. *Journal of Marketing Management*, 4(2), 175–200.
- Buzigoli, L., & Vivani, A. (2009). Firm and System Competitiveness: Problems of Definition, Measurement and Analysis. In A. Vivani (Ed), *Firms and System Competitiveness in Italy*, 11-37. Firenze University Press, Firenze.
- Chao-Hung W., & Li-Chang H. (2010). The Influence of Dynamic Capability on Performance in the High Technology Industry: The Moderating Roles of Governance and Competitive Posture. *African Journal of Business Management*, 4(5), 562–577.
- European Commission. (2001). *European Competitiveness Report 2001*. DG for Enterprise and Industry, Brussels.

- Flejterski, S. (1984). Istota i mierzenie konkurencyjności międzynarodowej. *Gospodarka Planowa*, 9, 390–394.
- Gavrić, O. M. (2022). *Uticaj klastera na razvoj zelene ekonomije: posledice po konkurentnosti privrede* (Doktorska disertacija). Ekonomski fakultet, Univerzitet u Beogradu.
- Krugman, P. (1990). *The Age of Diminished Expectations*. The MIT Press, Cambridge.
- Krugman, P. (1994). Competitiveness: A Dangerous Obsession. *Foreign Affairs*, 73(2), 28–44.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press, New York.
- Porter, M. E. (2007). *Konkurentna prednost - ostvarenje i očuvanje vrhunskih poslovnih rezultata*. ASEE Books, Novi Sad.
- Porter, M. E. (2008). *O konkurenciji*. Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju, Beograd.
- Scott B. R., & Lodge G. C. (1985). *US Competitiveness in the World Economy*. Harvard Business School Press, Boston.
- Siudek, T., & Zawajska, A. (2014). Competitiveness in The Economic Concepts, Theories and Empirical Research. *Acta Scientiarum Polonorum-Oeconomia*, 13(1), 91-108.
- Smith, J. A. (2010). The Competitive Advantage of Nations: Is Porter's Diamond Framework a New Theory That Explains the International Competitiveness of Countries? *Southern African Business Review*, 14(1). 105-130.
- Unković, M., & Kordić, N. (2014). *Međunarodna ekonomija*. Univerzitet Singidunum, Beograd.
- Vuković, D., Jovanović, A., & Đukić, M. (2012). Defining Competitiveness Through the Theories of New Economic Geography and Regional Economy, *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijić" SASA*. 62(3), 49-64. DOI: 10.2298/IJGI1203049V
- World Economic Forum. (1996). *The Global Competitiveness Report 1996*. WEF, Geneva.
- World Economic Forum. (2004). *The Global Competitiveness Report 2004-2005*. WEF, Geneva.
- Zabojnik, S., Čiderova, D., & Krajčik, D. (2020). *Competitiveness in International Business: Challenges for the EU Economies*, Wolters Kluwer ČR, Prague, Czech Republic.