

ANALIZA ASPEKATA SAVREMENIH KONKURENTSKIH ODNOSA

Snežana Bešić, M.Sc., email: snezana.besic63@gmail.com

Visoka železnička škola strukovnih studija, Beograd, Republika Srbija

Akademik prof. dr Ibrahim Jusufrić, email: rektor@iu-travnik.com

Internacionalni univerzitet Travnik u Travniku

Prof. dr Dejan Đorđević, email: djole@rocketmail.com

Tehnički fakultet »Mihajlo Pupin«, Zrenjanin, Republika Srbija

Prof. dr Cariša Bešić, email: car.besic@gmail.com

Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet tehničkih nauka u Čačku, Čačak, Republika Srbija

Sažetak: Savremena ekonomija je globalizovana. Jedna od najuočljivijih posledica globalizacije jeste globalna konkurencija, koja postaje sve uočljivija i sve intenzivnija. Preduzeća koja žele da dugoročno budu uspešna, izvore svoga rasta traže na globalnom tržištu. Konkurenti na globalnom tržištu dolaze danas iz svih zemalja – najrazvijenijih zemalja sveta, novoindustrijalizovanih zemalja sveta, zemalja koje su zaokružile proces ekonomske tranzicije itd. Pobeđuju najbolji bez obzira na zemlju porekla.

Ključne reči: Globalizacija, konkurentnost, upravljanje, znanje.

THE ANALYSIS OF THE ASPECTS OF MODERN COMPETITIVE RELATIONS

Abstract: The contemporary economy has been globalized. One of the most obvious consequences of globalization is global competition, which is becoming more and more notable and intensive. Companies that wish to be successful in the long run are looking for the source of their growth in the global market. Today competitors in the global market come from all countries - the most developed countries in the world, the newly-industrialized countries of the world, countries that have completed the process of economic transition, etc. Regardless the country of origin only the best win.

Key words: Globalization, competitiveness, management, knowledge.

1. UVOD

Savremena ekonomija je globalizovana. Poslovne organizacije proizvode tamo gde su troškovi poslovanja najniži, proizvodi su standardizovani, a prodaju se širom sveta po ujednačenim cenama. Globalizacija podrazumeva jačanje konkurentne borbe i fokusiranje globalnog tržišta. Globalizacija posmatra svet kao jedinstveno tržište na kome će najefikasniji i najkonkurentniji napredovati. Globalna konkurencija, danas postaje sve uočljivija i sve intenzivnija. Globalna konkurencija se ne odvija samo između preduzeća koja posluju u okviru iste industrije ili grupacije, već i između različitih industrija i oblasti poslovanja. Konkurencija se odvija između različitih tehnologija i inovacija, a mala i srednja preduzeća konkurišu velikim poslovnim sistemima. Konkurentski odnosi će i dalje da se usložnjavaju na globalnom tržištu, a broj konkurenata se svakim danom povećava.

Prema nekim shvatanjima (5, str. 651), globalna marketing konkurentnost sve više počiva na racionalnom korišćenju raspoloživih poslovnih resursa, aktivnom inoviranju marketing know-how, orijentaciji kako na kupce tako i na konkurente. U njenoj osnovi se nalazi održiva i prenosiva konkurentna prednost. Globalni ekonomski trendovi ukazuju na ubrzanu

transformaciju svetske ekonomije. U tom smislu posmatrano, budućnost razvoja konkurentskih odnosa nalazi se u iskorišćenju ekonomskog i tržišnog potencijala regija.

Ekonomski centar sveta se pomera ka istoku. Ove se ne dešava prvi put, dešavalo se već i u prošlosti. Međutim sada je ovaj proces brz i uočljiv. Kina i Indija postaju svetske ekonomske sile, a veći broj zemalja Azije, poput Južne Koreje, Indonezije, Tajvana, Singapura, itd. ima značajnu ulogu u svetskoj ekonomiji. Jedan od najznačajnijih svetskih autoriteta u oblasti tržišta, Filip Kotler, napominje: „Bez obzira koliko kompanija može da proizvede svoj proizvod jeftino na domaćem terenu, to ne može biti jeftinije sve dok Kina ima šta da ponudi“, (6, str. 2005).

Adekvatan poslovni nastup, opredeljen globalnim tržišnim razmišljanjem je od posebne važnosti za preduzeća koja dolaze iz zemalja u tranziciji. Konkurenti preduzećima iz zemalja u tranziciji nisu samo preduzeća iz najrazvijenijih zemalja sveta, već sve češće preduzeća iz novointerijalizovanih zemalja (Kine, Indije, Rusije, Brazila, itd) i to ne samo na globalnom tržištu, već i na regionalnim, kao i domaćem tržištu.

2. OSNOVNI ASPEKTI KONKURENTNOSTI

Konkurencija predstavlja uslove koji utiču na ponašanje poslovnih subjekata u sferi razmene. Konkurentnost podrazumeva sposobnost preduzeća da se takmiči sa ostalim preduzećima - konkurentima na tržištu.

Autor Porter smatra (11, str. 22) da konkurentna prednost u suštini nastaje iz vrednosti koju je firma u stanju da stvori za svoje kupce, a koja prevazilazi troškove njenog stvaranja. *Sa aspekta poslovne organizacije, konkurentna prednost podrazumeva poziciju konkretne organizacije kada se njena ponuda percipira od strane potrošača kao pružanje većih vrednosti u odnosu na konkurente.*

Konkurentski odnosi između učesnika na tržištu zavise od sledećih faktora:

1. **broja i pojedinačne veličine kupaca,**
2. **broja i pojedinačne veličine prodavaca,**
3. **moгуćnosti pojave novih konkurenata na tržištu,**
4. **prostornog rasporeda prodavaca i kupaca,**
5. **homogenosti, odnosno diferencijacije proizvoda,**
6. **stabilnosti elastičnosti tražnje za dati proizvod,**
7. **stanja vertikalne integracije**

Pet sila određuje privlačnost određene privredne grane i njen potencijal za profitabilnost dugoročno posmatrano. Tih pet sila su: **priroda rivaliteta, opasnost od ulaska novih konkurenata, opasnost od alternativnih proizvoda ili usluga, pregovaračka moć dobavljača i pregovaračka moć kupaca.**

Jedan od načina za merenje konkurentnosti na globalnom tržištu kada su u pitanju nacionalne ekonomije jeste i lista Svetskog ekonomskog foruma, koja svake godine u septembru mesecu publikuje *Izveštaj o globalnoj konkurentnosti*. Konkurentnost se analizira po osnovu ispunjenosti određenih zahteva koji je definisao Svetski ekonomski forum. Osnovne zahteve konkurentnosti zemlje čine sledeći indikatori – **institucije, infrastruktura, makroekonomsko okruženje, zdravlje i osnovno obrazovanje**. Zahteve koji se odnose na **efikasnost** sačinjavaju *visoko obrazovanje i obučavanje, efikasnost tržišta roba, efikasnost tržišta rada, razvoj finansijskog tržišta, tehnološka sposobnost i veličina tržišta*. Zahteve za **inovativnost** čine sofisticiranost poslovanja i inovativnost.

Prema novom izveštaju Svetskog ekonomskog foruma za 2017. godinu, koji je obuhvatio 137 zemalja u svetu, Švajcarska, SAD i Singapur su prve tri rangirane ekonomije na svetu u odnosu na konkurentnost u globalnim okvirima. Kada se radi o prvih deset najkonkurentnijih ekonomija u svetu, spisak zemalja je isti kao i prošle godine.

Tabela 1: Rangiranje prvih 10 zemalja u svetu prema konkurentnosti u 2017. godini

Zemlja	Mesto u 2017-2018	Mesto u 2016-2017
Švajcarska	1	1
SAD	2	3
Singapur	3	2
Holandija	4	4
Nemačka	5	5
Hong Kong	6	9
Švedska	7	6
Velika Britanija	8	7
Japan	9	8
Finska	10	10

Izvor: *The Global Competitiveness Report 2017-2018*, World Economic Forum, 2017, str. 13.

Švajcarska je i dalje prva, a SAD i Singapur su ove godine zamenili mesta. Holandija je četvrta, a Nemačka na 5. mestu (isto kao i prošle godine). Hong Kong je popravio svoju poziciju i ove godine se nalazi na 6. mestu (prošle godine je bio na 9. mestu). Švedska je sedma (prošle godine je bila na 6. mestu), Velika Britanija je osma (prošle godine je bila na 7. mestu), a Japan je na devetom mestu (prošle godine 8. mesto). I na kraju, Finska je na desetom mestu, na kom je bila i prošle godine.

Kina se prema listi Svetskog ekonomskog foruma za 2017. našla na 27. mestu (28. mesto u prošloj godini). Treba naglasiti, da Kina svake godine pomalo napreduje na ovoj listi. Indija se našla na 40. mestu (prošle godine je zauzimala 39. mesto), Rusija je na 38. mestu (prošle godine je bila na 43. mestu). Južna Afrika je na 61. mestu (prošle godine je zauzimala 47. mesto), a Brazil je na 80. mestu (prošle godine je bio na 81. mestu). Od grupe BRIKS, Kina, Rusija i Brazil su popravili poziciju, dok su Indija i Južna Afrika pogoršale svoju poziciju na rang listi u odnosu na 2016. Južna Afrika je zapravo zabeležila značajan pad u odnosu na 2016. godinu (čak za 14 pozicija).

3. ANALIZA ASPEKATA SAVREMENIH KONKURENTSKIH ODNOSA

Početkom devedesetih godina dvadesetog veka konkurentske odnose je definisalo nekoliko zemalja u svetu. Naime, tri vodeće ekonomije sveta SAD, Japan i Nemačka su određivale pravac dešavanja u konkurenciji. Ovaj Model trijade, koji je funkcionisao krajem osadesetih i tokom devedesetih godina dvadesetog veka više nije funkcionalan. Ekonomski razvoj Kine i Indije, kao i drugih novoindustrijalizovanih zemalja u svetu (Brazil, Južna Afrika, Indonezija, Turska, UAE, itd) uticao je na to da se konkurentski odnosi izmene. Prema mišljenju Bžežinskog, uzdizanje tri azijske sile, Japana, Kine i Indije na rangu globalnih sila drastično je izmenilo globalnu podelu moći i utrlo put njenoj disperziji (2, str. 22).

Od devedesetih godina dvadesetog veka brzi ekonomski razvoj Kine, reforme ekonomskog sistema u Indiji, zaokruživanje procesa tranzicije socijalističkih zemalja u istočnoj Evropi, uticali su na unapređenje ekonomskih performansi globalnog tržišta. Liberalizacija svetske trgovine omogućila je jednostavniji promet proizvoda i usluga, što je rezultovalo povećanjem broja konkurenata na globalnom tržištu. Prvih pet zemalja u svetu po ekonomskoj snazi su SAD, Kina, Nemačka, Japan i Indija. Iako se Kina ne nalazi trenutno među prvih 20 ekonomija po konkurentnosti, ona će to uskoro biti. Neke od novoindustrijalizovanih zemalja, poput UAE, su dobro kotirane na listi Svetskog ekonomskog foruma i nalaze se među prvih 20 najkonkurentnijih nacija na svetu.

S druge strane, neke od zemalja bivšeg socijalističkog bloka, poput Češke ili Slovenije, danas su dobro kotirane na listi Svetskog ekonomskog formuma. Tako se Slovenija i Češka nalaze u grupi vodećih zemalja u svetu kada se radi o inovativnosti nacionalnih ekonomija – najbolja grupa zemalja koja se u Izveštaju Svetskog ekonomskog foruma označava kao grupa zemalja koje su vođene inovativnošću. Prema analizama Svetskog ekonomskog foruma, sve zemlje u svetu se dele na **pet grupa**. **Prvu** grupu čine zemlje koje svoju privredu zasnivaju na resursima, **drugu** grupu zemalja čine zemlje u tranziciji od prve ka trećoj grupi, **treću** grupu zemalja čine zemlje koje su vođene efikasnošću (tu se nalazi i Srbija), **četvrtu** grupu čine zemlje u tranziciji od treće ka petoj grupi i **petu** grupu čine zemlje koje su vođene inovacijama. Ova pomenuta situacija sa Češkom i Slovenijom nije bila moguća devedesetih godina dvadesetog veka, kada je tek nekoliko najrazvijenijih zemalja u svetu zasnivalo svoju ekonomiju na kreiranju inovacija.

O značaju novoindustrijalizovanih zemalja najbolje govori činjenica da su najrazvijenije zemlje sveta krajem 2008. i 2009. organizovale sastanak G20, grupe zemalja koje pored članice G8 (najrazvijenije zemlje sveta) čine i novoindustrijalizovane zemlje. Dakle, pored Kine, Indije, Brazila i zemlje poput Meksika, Indonezije, Turske, Južne Afrike itd.

Kina, SAD i Indija učestvuju u kreiranju globalnog rasta sa 61,7% (zbirno posmatrano). Zemlje Evro zone i Velika Britanija učestvuju sa nešto manje od 10%. Ostale zemlje u svetu učestvuju sa 27,9%. Zemlje čije se učešće kreće između 1 i 2 % su i Južna Koreja, Australija, Kanada, Velika Britanija, Meksiko, Japan, Brazil Turska, Iran i Rusija.

Uobičajeno je mišljenje (10, str. 171) da Pacifik postaje srce sveta, okean biznisa. Kina, Singapur, Indonezija, Australija, Kalifornija, Sibir, zamenjuju vodeće atlanske nacije. Japanski ekonomisti i menadžeri su se nadali da će lider buduće pacifičke civilizacije biti Japan, zbog svojih tehnoloških dostignuća i banaka. I tako je izgledalo sve do 2008. godine i početka globalne ekonomske krize.

Danas je sasvim očigledno da je lider pacifičkog regiona Kina i da je glavna osovina saradnje u svetu Kina-SAD. Najveća trgovina se odvija sa obe strane Pacifika. Region Šangaja i Južna Kalifornija se nalaze u centru ekonomske pažnje u globalnoj ekonomiji.

Kako se danas zemlje nadmeću? Prema Vietoru (14, str. 297), one se danas takmiče za izvozna tržišta i strane investicije. *Takmiče se u obrazovanju, produktivnosti i odbrani.*

4. ULOGA NOVOINDUSTRIJALIZOVANIH ZEMALJA U RAZVOJU GLOBALNE KONKURENCIJE

Uloga novoindustrijalizovanih zemalja sveta, poput Kine i Indije, je danas ekstremno značajna. Pored njih često se pominju i druge zemelje u kontekstu novih tržišnih lidera – Turska, Brazil, Južna Afrika, Rusija, UAE, Indonezija, itd. Investiciona banka Global Sachs osmislila je akronim BRIK (od Brazil, Rusija, Indija i Kina), želeći da ukaže na tržišta koja će igrati značajnu ulogu u budućem razvoju ekonomskih odnosa. Kasnije je ovim zemljama dodata i Južna Afrika. Globalna ekonomija je bila ključni faktor u ekonomskom napretku ovih zemalja.

Prema nekim shvatanjima (7, str. 267), dve stvari razlikuju tih pet zemalja od ostalih zemalja nastajućih tržišnih privreda. **Prva** je nastojanje da se menja socijalna struktura jačanjem srednjih socijalnih slojeva društva. To je osnova za jačanje domaće kupovne moći i tražnje na domaćem tržištu. **Druga** je stimulisanje pojave preduzeća koja nisu u velikom broju vodeća, ali su veoma prisutna na globalnom tržištu. Ta preduzeća su motorna snaga za pokretanje privredne aktivnosti tih preduzeća.

Brzi rast tržišta novoindustrijalizovanih zemalja predstavlja jednu od najznačajnijih karakteristika novog poslovnog okruženja. Ta tržišta znače budućnost. Uz brzi rast stanovništva i prihoda na tržištima u razvoju, ta tržišta dobijaju značaj u određivanju

budućnosti mnogih industrija. Ona već sada pomažu u oblikovanju tehnoloških standarda. Nadolazeće države, kako neki zovu novoindustrijalizovane zemlje, postaju polako ekonomski zamajci, i u značajnoj meri utiču na rast globalne ekonomije. O značaju novoindustrijalizovanih zemalja za unapređenje globalne konkurencije najbolje govori činjenica da su zemlje u razvoju i ekonomije u tranziciji u 2010. godini prvi put privukle više stranih investicija nego razvijene zemlje. Preduzeća iz novoindustrijalizovanih zemalja, sledeći savremene trendove, primenjujući savremene metode i tehnike upravljanja i unapređujući svoje poslovanje, postaju globalni konkurenti, što je bilo nemoguće pre samo dvadeset godina.

Prema shvatanju Žaka Atalija, prvog predsednika Evropske banke za obnovu i razvoj, 11 novih **ekonomsko-političkih sila** dominira tržištem: *Japan, Kina, Indija, Rusija, Indonezija, Koreja, Australija, Kanada, Južna Afrika, Brazil i Meksiko*. Osim njih, postoje i zemlje sa jakim ekonomskim potencijalom, kao što su: *Argentina, Iran, Vijetnam, Malezija, Filipini, Venecuela, Kazahstan, Turska, Pakistan, Arabija, Alžir, Maroko, Nigerija, Egipat, Norveška, Dubai, Singapur, Izrael* (1, str. 143).

Dakle, radi se uglavnom o novoindustrijalizovanim zemljama sveta, osim nekoliko izuzetaka, a svakako najznačajniji region jeste region jugoistočne Azije, koji će postati budući ekonomski centar sveta, uzimajući u obzir i značaj saradnje sa SAD. Smatra se (8, str. 46) da zemlje BRIKS nemaju pravog lidera – ekonomski to je ubedljivo Kina. Na neki način, priča o zemljama BRIKS je pre svega priča o Kini. O zemlji koja je u protekle tri i po decenije ostvarila najveći ekonomski rast u istoriji civilizacije. Kada se isključi ovaj džin, ostale četiri zemlje BRIKS imaju blag rast udela u svetskoj ekonomiji u poslednjoj deceniji.

Zemlje BRIK i zemlje Srednjeg istoka trenutno stabilizuju globalnu ekonomiju budući da potrošnja u tim vodećim rastućim tržišnim ekonomijama premašuje usporavanja u SAD i Evropi.

Ekonomska kriza nije previše uticala na razvoj novoindustrijalizovanih zemalja, poput Kine, Indije, Brazila, Indonezije, itd. Ta tržišta znače budućnost. Uz brzi rast stanovništva i prihoda na tržištima u razvoju, ta tržišta dobijaju središnju vrednost u određivanju budućnosti mnogih industrija. Ona već sada pomažu u oblikovanju tehnoloških standarda i imaju sve veću važnost u kulturi i zabavi.

Kineski predsednik na Svetskom ekonomskom forumu u Davosu 2017., predložio je novi model globalnih ekonomskih odnosa. Predsednik Kine, **Si Điping** je rekao: *"Sviđalo se to vama ili ne, globalna ekonomija je veliki okean koji ne možete izbeći. Države bi trebalo da gledaju svoje interese u širem kontekstu i uzdže se od ostvarivanja svojih ciljeva na štetu drugih. Nebi trebalo da se povlačimo u luku svaki put kada se suočimo sa olujom, inače nikada nećemo stići na drugu obalu"*. Kineski lider smatra da je globalizacija nepravedno proglašena krivcem za društvene i ekonomske nedaće današnjeg sveta.

Protekcijonizam se ponovo javlja kao barijera u razvoju globalizacije. Trgovinski spor između Kine i SAD predstavlja značajnu pretnju globalnoj trgovini i može negativno da utiče i na druge aspekte globalizacije poslovanja. Prema mišljenju predsjednika Si Đipinga (9), protekcijonizam je kao kada se zaključate u mračnu sobu sa namerom da izbegnete opasnost, a pri tom sebe lišite svetla i vazduha. Takođe, Peking ne namerava da devalvira juan kako bi pojačao konkurentnost izvoza.

Imajući u vidu sve napred navedene činjenice, zemlje u razvoju koje žele da se pridruže procesu globalizacije nemaju dugoročnog izbora osim da se restrukturiraju i da se uključe u globalne tržišne tokove.

5. KINA I INDIJA I GLOBALNI TRŽIŠNI TOKOVI

Dugoročni ekonomski cilj Kine na globalnom tržištu jeste unapređenje saradnje i ekonomskog razvoja u grupi zemalja koje se nalaze na takozvanom **putu svile**. Ovaj model ekonomske saradnje na globalnom nivou podrazumeva izgradnju partnerskih odnosa sa zemljama koje se nalaze u pojasu puta svile (The Silk road economic belt). Na ovaj način, zemlje južne i jugoistočne Azije, uspostavljaju nove proizvodne kanale, proširujući i produbljujući postojeće lance vrednosti, obezbeđujući ekonomsku i tehničku kooperaciju između Azije i Evrope.

Ekonomski pojas puta svile (3) jeste razvojna strategija koja je predložena od strane vlade Kine i koja je fokusirana na povezivanje i saradnju između zemalja koje se nalaze na kopnenom i pomorskom putu svile. Ova inicijativa je poznata od 2016. godine kao One belt and One road initiative – Inicijativa jednog pojasa i jednog puta, ili skraćeno inicijativa **Pojas i put**. Ova inicijativa obuhvata saradnju Kine sa sledećim zemljama – Kirgistan, Uzbekistan, Turkmenistan, Iran, Turska, Bugarska, Ukrajina, Rusija, Belorusija, Poljska, Nemačka, Belgija, Francuska i Italija – kada je u pitanju kopneni put svile. Kada se radi o pomorskom putu svile, u pitanju je saradnja Kine sa sledećim zemljama – Vijetnam, Malezija, Indonezija, Indija, Šri Lanka, Kenija, Džibuti, Grčka i Italija. Da bi Kina ostvarila dugoročni ekonomski rast, potrebno je da širi svoje tržište, kao i svoj uticaj. Svi analitičari su svesni da će Kina u relativno kratkom vremenskom periodu postati globalna ekonomija broj 1. To znači da Kina već sada mora da uspostavlja nova tržišta kako bi mogla spremno da dočeka globalnu ekonomsku nadmoć i da tu poziciju dugoročno održi.

Predsednik Kine Si Điping je u Davosu 2017. godine objavio ambiciozne investicione poduhvate u zemlji i inostranstvu. U sledećih pet godina planira se uvoz robe u vrednosti od oko osam biliona USD, oko 600 milijardi USD stranih investicija i oko 750 milijardi USD kineskih ulaganja u inostranstvo. Kineski turisti će u narednih pet godina ostvariti 700 miliona putovanja u inostranstvo. Kina će biti otvorena prema svetu. Da bi realizovala novi ekonomski model, Kina je ušla u novu fazu sporijeg, ali i održivog ekonomskog rasta, koji je dostigao 6,7% u 2016. Sa ovim privrednim rastom, udeo Kine u ukupnom rastu BDP sveta

iznosi 1,2%. Poređenja radi, SAD je prošle godine ostvarila 2,2% rasta, ali je njen udeo u globalnom BDP 0,3%.

Ovu viziju povezivanja zemalja Azije sa drugim kontinentima dele i Indija i Japan, pri čemu se kod Indijske vizije saradnje u značajniji fokus stavlja i Afrika. Naime, radi se o inicijativi uspostavljanja Azijsko-afričkog koridora rasta (Asia-Africa Growth Corridor), (13). Krajnji cilj ove inicijative jeste industrijsko povezivanje i saradnja jugoistočne Azije i južne Azije preko Indijskog regiona. Indijski premijer Modi je istakao da će Indija da se uključi u razvoj azijsko-afričkog koridora rasta zajedno sa Japanom. Ovako posmatrano, očigledno je da i Indija želi da igra značajniju ulogu u globalnoj ekonomiji, barem u onom delu koji se odnosi na značajniju saradnju sa afričkim zemljama (istočna Afrika i basen mediterana) i jugoistočnom Evropom. Vlade Kine i Indije su napravile dugoročne poslovne strategije usmerene kako regionalnom tržištu Azije, tako i globalno posmatrano, sa ciljem ostvarivanja sve značajnijeg uticaja u ekonomskim, a posebno trgovinskim tokovima u budućnosti.

Ipak, ovde se treba uzeti u obzir i činjenica da iako se Kina i Indija posmatraju zajedno sa aspekta ekonomije, a posebno analiza globalnih konkurentskih odnosa, Indija još uvek nije ekonomski faktor takvog značaja, kao što je to Kina, koja je već otpočela sprovođenje svoje nove globalne ekonomske strategije razvoja na novom putu svile.

Tabela 2: Indija naspram Kine

	Kulturne privlačnosti	Administrativne privlačnosti	Geografske privlačnosti	Ekonomske privlačnosti
Indija	➤ engleski jezik, ➤ zapadnjački orijetisana elita.	➤ zajednički kolonizator, ➤ običajno pravo, ➤ političko prijateljstvo, ➤ niži dugoročni rizik.		➤ specijalizovana radna snaga, ➤ profitabilnost, ➤ stabilna strategija i napredak.
Kina	➤ jezička i etnička homogenost, ➤ dijaspora.	➤ lakoća u obavljanju poslovanja, ➤ enklave.	➤ bliža zapadnoj obali SAD, ➤ bolje luke i ostala infrastruktura.	➤ veće tržište, ➤ veći prihodi, ➤ radni inputi i produktivnost, ➤ dostupnost kapitala, ➤ kanali snabdevanja i strane kompanije kao izvozni mostovi.

Izvor: Ghemawat P., *Redefiniranje globalne strategije*, Mate, Zagreb, 2010., str. 46.

Put Svile, kao i većina kineskih ekonomskih projekata je dugoročnog karaktera i prevazilazi okvir jedne državne administracije. Klaus Švab, idejni tvorac inicijative SEF, očekuje da Kina postane odgovorni i prijemčivi globalni lider. Kina je jaka kada se suočavamo sa deglobalizacijom i dezintegracijom globalne saradnje. Kina je stabilizovala svoje odnose sa Indijom i fokusira se na ekonomski razvoj i trgovinu. Indija je nepoverljiva prema svom ogromnom susedu (jaka su sećanja na epizodu vojne i političke podrške Kine Pakistanu i traumatičnog rata na granici 1962).

6. ZAKLJUČAK

Globalni konkurentski odnosi su izmenjeni. Novoindustrijalizovane zemlje su se uključile u globalnu tržišnu utakmicu. Delovanje preduzeća iz ovih zemalja uticalo je na kreiranje novih konkurentskih odnosa. Ekonomski rast u budućnosti će dolaziti iz novoindustrijalizovanih zemalja. Zemlje u tranziciji moraju da se okrenu globalnom tržištu. Poslovanje preduzeća iz zemalja u tranziciji koje je usmereno ka nacionalnim i regionalnim tržištima (npr. tržište zapadnog Balkana, ili delova EU) nije adekvatan pristup dugoročno posmatrano. Preduzeća iz zemalja u tranziciji moraju da izmene svoju poslovnu filozofiju zasnovanu na poslovanju na domaćem tržištu i da se okrenu ka izazovima globalnog tržišta. Izvori rasta se nalaze u globalnim okvirima, a najbolji put za ekonomski razvoj zemalja u tranziciji jeste okretanje industrijskoj proizvodnji i globalnom tržištu.

LITERATURA

- [1] Atali Ž., *Kratka istorija budućnosti*, Arhipelag, Beograd, 2010.
- [2] Bžežinski Zbignjev, *Amerika – Kina i sudbina sveta*, Albatros plus, Beograd, 2013.
- [3] *Chinas 9000 billion new silk road*, World Economic Forum, april 2018, www.weforum.org
- [4] Ghemawat P., *Redefiniranje globalne strategije*, Mate, Zagreb, 2010.
- [5] Grubor A., *Globalna marketing konkuretnost*, Ekonomske teme, decembar 2011, Vol. 49, br. 4, Ekonomski fakultet Niš, str. 651-667.
- [6] Kotler P., *Deset smrtnih grehova u marketingu*, Adižes, Novi Sad, 2005.
- [7] Milisavljević M., *Marketing – suočavanje sa stvarnošću*, Marketing, Vol. 45, No. 4, 2014, SEMA, Beograd, str. 267-270.
- [8] Nikolić G., *Ekonomija krize*, Arhipelag, Beograd, 2014.
- [9] *Opening plenary with Xi Jiping President of PR China*, World economic forum, Annual meeting 2017. Davos, WEF, <https://www.weforum.org/events/world-economic-forum-annual-meeting-2017/sessions/opening-plenary-davos-2017>
- [10] Petrović Z., *Ekonomska špijunaža*, Draslar partner, Beograd, 2005.,
- [11] Porter M., *Konkurentska prednost*, Asee, Novi Sad, 2007.
- [12] *The challenges to Chinas new silk road*, World Economic Forum, april 2018, www.weforum.org
- [13] *The Global Competitiveness Report 2017-2018*, World Economic Forum, 2017.
- [14] Vietor R., *Kako se zemlje natječu*, Mate, Zagreb, 2011.