

**Izvorni naučni članak**

**UDK 338.124.4:330.15**

## **ODRŽIVI RAZVOJ, KONKURENTNOST I MALE EKONOMIJE**

**Prof. dr Stevan Vasiljev, emeritus**

Ekonomski fakultet Univerzitet Novi Sad

**Rezime:** Održivi razvoj je složen i kompleksan problem savremenog sveta. Čovek je dugo živeo u određenom skladu sa prirodom i tek u XIX i XX veku, zahvaljujući naglom razvoju, počinje značajno narušavanje tog sklada. Borba za održivi razvoj leži na širokom frontu učesnika, od svakog pojedinca, preko Vlada mnogih zemalja do Ujedinjenih Nacija.

Problem malih ekonomija (male države i mala i srednja preduzeća) se u borbi za održivi razvoj usložnjavaju i rađaju određene poteškoće. Ovaj rad je nastojao da elaborira problem strukturne konkurentnosti ("infrastrukturni gap") prevashodno sa stanovišta malih ekonomija (država). Paralelno sa ovim "gap-om" u borbi za održivi razvoj razmatran je i poneki aspekt i položaj malih i srednjih preduzeća (mikro aspekt) u vidu tzv. "menadžment gap-a".

**Ključne reči:** *održivi razvoj, infrastrukturni gap, imenađžment gap.*

**Summary:** A sustainable development is a complex problem of the modern world. Man has long lived in a certain harmony with nature and only in the nineteenth and the twentieth century, thanks to sudden development, that harmony started to decay dramatically. The fight for sustainable development lies in a wide field of participants, from every single individual, the governments of many countries all the way through to the United Nations.

The problem of small economies ( small countries and small and middle – size companies ) in the fight for a sustainable development is complex and there are certain difficulties. This work endeavors to elaborate on the problems of structural competitiveness ( „the infrastructural gap“ ) foremost from the point of view of small companies ( countries ). Parallel with this „gap“ in the fight for a sustainable development some aspects and position of small and middle sized companies was also taken into account ( micro aspect ) in form of a so called „management gap“.

**Kay words:** *sustainable development, infrastructural gap, management gap.*

### **I**

Dosadašnja vladajuća logika "proizvodnje" čovekovog sveta ozbiljno se troši i takuje na budućnost opstanka života na Zemlji. Slobodno se može reći da je priroda ono što čovek može racionalno i moralno spoznati tj. dokučiti. Priroda je u osnovi čovekovo delo, ona je

proizvedena, stoga jedan od filozofa (Hajzenberg) konstatuje da mi pred sobom imamo prirodu koju smo preradili. Pre njega Hegel je uvideo da (već) samo imenovanje nečega znači prisvajanje. To se dogodilo i sa prirodom. Dakle, imamo nasleđene civilizacijske stereotipe, ali i ograničenja znanja i razuma koji se moraju novim pristupima rešavati.

Pored navedenog i niza drugih argumenata pokazuje se da je potrebno redefinisanje, ali i postupno korenito menjanje odnosa prema prirodnim resursima (sirovinama), klimatskim promenama kao bazičnim sadržajima promena "proizvodnje" života. Iluzorno je očekivati da će se preko noći uvesti čiste tehnologije na logici "nultog otpada", obnavljanje sirovina i energije, organske hrane, etc. Suviše veliki kapital, znanja i veština je do sada uložen u postojeće modele privređivanja i življenja da bi se njegovi akteri, posebno vlasnici kapitala lako odrekli. Uostalom dosadašnja logika proizvodnje je civilizacijsko nasleđe i ono se ne menja preko noći. Da li će zaista XXI vek biti vek ekologije ostaje otvoreno pitanje bez decidnog odgovora! Ali se zato "prljave" i druge tehnologije mogu redizajnirati u zadatosti smanjenja bespotrebnog trošenja prirodnih resursa, smanjenja zagađenja i postupnog ostvarivanja višeg kvaliteta života. Opomene u vidu prirodnih kataklizmi, klimatskih šokova i nestajanja zelenih površina (u vidu amazonije) – evidentne su i očigledne. Dakle, mora se u temelju proizvodnje života izvesti radikalni preokret.

Savremeni svet je već uveliko suočen sa zajedničkom odgovornošću i nužnošću da svoj razvoj uskladi s potrebama ljudi i prirode i sa svešću da se Zemlja mora sačuvati kako za sadašnju generaciju tako i za buduće generacije ljudi. Obaveza današnje generacije sa ostavi potomstvu bar onoliko šansi za razvoj koliko ih ona ima proističe iz fundamentalnog principa moralne pravde, a to je da svi ljudi imaju podjednaka prava na najšire osnovne slobode koje ne ugrožavaju slobodu drugih. Sadašnja generacija ima pravo na resurse i zdravu životnu sredinu, ali ne sme ugroziti isto takvo pravo narednim generacijama.

Shodno ovom promišljanju o vitalnoj potrebi zaštite i očuvanja životne sredine, mnoge zemlje su, pored čitavog niza odluka na nivou UN, Evropske Unije i tsl. odlučile da učine korak više i usvoje neke oblike nacionalnih strategija o održivom razvoju. Među mnogim državama i Republika Srbija je donela svoju Nacionalnu strategiju održivog razvoja, prema kojoj: "Održivi razvoj podrazumeva i usklađivanje različitih razvojnih aspekata i suprotstavljenih motiva sadržanih u programima pojedinih sektora. Za celishodno rešavanje takvih konflikata potrebni su politička volja i opredeljenost. Ključne pretpostavke neophodne za prihvatanje i primenu koncepta održivog razvoja privrede i društva, kao i za njegovo uspešno ostvarenje jesu odgovarajuće vodstvo, široka politička, socijalna i medijska podrška, kao i društvena saglasnost s tim da je neophodno prihvatiti taj koncept. Pri tome, jaka politička volja, posvećenost Vlade i podrška javnosti predstavljaju najneposrednije faktore uspeha. Karakteristika održivog razvoja je i veće uključivanje javnosti u donošenje odluka o rešavanju problema životne sredine. Nije dovoljno da

se samo vlast deklarativno opredeli za to, već se i mora posebno podsticati javnost, pre svega pravovremeno informisati i obučavati da bi objektivno mogla da utiče na ishod rešavanja problema za koji je zainteresovana." (1, str. 2-3). Nije teško uočiti da je problematika održivog razvoja višeslojan i kompleksan problem čija vremenska dimenzija rešavanja seže od sadašnjosti pa do duboko u budućnost.

Generalno posmatrajući cilj bilo koje strategije održivog razvoja jeste težnja da se u ravnoteže tri ključna faktora održivog razvoja a to su: razvoj ekonomije (privreda i tehnologija) uz socijalnu ravnotežu i zaštita životne sredine (uz racionalno raspolaganje prirodnim resursima).

Znači, onaj ko teži održivom razvoju mora vešto sinergetski da povezuje tri komponente: ekonomiju, društvo i životnu sredinu, uz opasku da i velike i male ekonomije (radi li se o državnom ili privrednom subjektima) staje pred istim problemom, sa ocenom, da velika (po profitu) trebaju i mogu tom pitanju uspešnije da se suprotstave.

## II

Većina autora u svetu se slaže da savremena konkurentnost, posmatrana u najširem smislu, počiva na:

- znanju
- inovacijama i
- preduzetništvu

Čuvena Harwardska škola ekonomije na čelu sa M. Peter-om i njegove dve knjige na temu "Konkurentnost nacija" i "konkurentna prednost" tvrdi da se konkurentnost najbolje očituje

- u troškovnoj prednosti (niži troškovi),
- diferenciranosti ponude i
- fokusiranju (vidi šire 2)

Već iz ovih par navoda vidi se sva moguća širina pogleda na temu konkurentnosti (vidi 3, 85-96). U našem slučaju, održivog razvoja, svi aspekti konkurentnosti su u igri, nas međutim u ovom slučaju interesuje širi aspekt tzv. "strukturne konkurentnosti". Naime, u malim ekonomijama (male države ili mali privredni subjekti) posebno u zemljama u tranziciji javlja se strukturalna (ne)konkurentnost odnosno tzv. "infrastrukturni gap".

Infrastrukturni gap se manifestuje u različitim aspektima strukturalne (ne)konkurentnosti koja u sebe uključuje širok spektar institucionalnih, socijalnih i političkih fenomena. Naime, konkurentnost preduzeća ne zavisi samo od ponašanja pojedinačnih preduzeća u datoj zemlji već i od raznolikih drugih faktora, uključujući i neke teško opipljive kao što su kultura, radne navike, industrijska i institucionalna infrastruktura, koje najšire posmatrano obezbeđuju manje-više stimulatívno okruženje za npr. aktivnosti (istraživanja i razvoja) (I + R), inovativnost, preduzetništvo i na primer globalni marketinški nastup na pojedinim sektorima.

Čitav niz aspekata strukturalne (ne)konkurentnosti ukazuju na postojanje infrastrukturnog gap-a u mnogim zemljama u tranziciji pa tako i u zemljama nastalim na prostoru bivše Jugoslavije.

Kao prvo posmatrano, aspekt svojine tj. vlasništva. U osnovi evropske socijaldemokratije, njenog modela tržišne privrede leži mnoštvo oblika vlasništva, dok u poimanju tranzicionih zemalja leži prevashodno privatno vlasništvo kao globalno rešenje ekonomske efikasnosti društva u celini. Rezultati takvih pogleda su u praksi uglavnom poznati. U principu to znači da savremena ekonomska teorija (i praksa) tržišne privrede veže za sebe mešovito vlasništvo kao osnovicu za ekonomski racionalno i efikasno privređivanje, ali i izgrađenosti tržišnih institucija kao osnove za realno vrednovanje bilo koje ekonomske efikasnosti. Posmatrano u čisto teorijskom obliku, transformacija vlasništva (iz državnog i društvenog u mešovito) vezana je za potrebu izgradnje odgovarajućih tržišta i tržišnih institucija kao pretpostavke "realne" i ekonomski efikasne transformacije vlasništva, što kod nas uglavnom nije slučaj.

Tržišni tip privrede predpostavlja postojanje velikog broja tržišta (od tržišta ideja, roba, usluga, n ovca, radne snage, tehnologije i dr.) i uspostavljen sistem institucija (instituti za razvoj, za marketinško istraživanje, za informisanje, za distribuciju i logistiku, za patente, za osiguranje i dr.) u okviru kojih preduzeća kao osnovni subjekt privređivanja imaju svoju vrednost. naime, želi se ovim putem istaći da se vrednosti preduzeća odnosno njihove imovine, ne mogu realno kupovati, osnivati, prodavati itd., bez da postoji tržišni sistem institucija. Znači, ključ transformacije vlasništva je adekvatno formiranje tržišnih institucija kao preduslov, da bi se koliko toliko na nivou preduzeća odgovorilo izazovima tranzicije tj. društveno odgovornog poslovanja (vidi detaljnije /4. str. 4-7).

Uzmimo primera radi kao drugi aspekt kod strukturalne (ne)konkurentnosti, pitanje tehnološke konkurentnosti zemlje odnosno njenih preduzeća, koja o fundamentalnim tehnologijama i tehnološkim paradigmatama ima nekoliko implikacija. pre svega, prirodne nauke i tehnologije koje razvijaju ove zemlje, mogu se opredeliti postojanjem tehnološke paradigme utvrđene izvan te zemlje. Konkretni opstanak industrija na međunarodnim tržištima može odlučujuće zavisiti od razvoja fundamentalnih tehnologija osnovnih nekim industrijama i mnogim preduzećima. Odluka o tome, gde investirati fondove za istraživanje i razvoj, i na kom nivou, mogu biti nametnuti zemlji, a možda ne odgovaraju uvek, onom što najviše odgovara toj zemlji. Ove zemlje (male) moraju da potroše relativno veliki deo svojih sredstava i resursa za razvoj neke tehnologije, zato što minimum aktivnosti istraživanja i razvoja mora da bude ostvaren (finansiran) da bi se osigurao dovoljan stepen konkurentnosti na određenom tehnološkom području.

Kada se tehnološke paradigme (pitanja) postave i da bi se počele „rešavati“ (istraživati) neophodno je, vrlo često, sinhronizovati, uključiti set institucija, što znači mora se obezbediti „zupčasti“ prenos, primera radi, zadataka privrednog razvoja na području nauke, tehnologije, preduzetništva, inovacija i sl. Iskustva razvijenih tržišne privrede upućuju

da je racionalno delovanje ovog tipa privređivanja nužno ostvariti i optimalne odnose unutar privredne strukture na osnovu razvijene institucionalne strukture. U slučaju tehnološke konkurentnosti, odnosno želje da se recimo ona ostvari, izuzetno je teško u uslovima transformacija koje doživljavaju posebno male zemlje, opet, između ostalog, usled nepostojeće racionalne i adekvatne institucionalne infrastrukture tržišnog tipa. Znači, opet neka vrsta infrastrukturnog gap-a.

Ne ulazeći dalje u elaboriranje infrastrukturnog gap-a – strukturalne konkurentnosti (institucionalni aspekt) postavlja se pitanje: ima li izlaza? Ukoliko se želi ostvariti otvoreni, tržišni model privređivanja, tada strategija privrednog rasta i razvoja (i set institucija koje je planiraju ostvariti) moraju voditi računa o sledećim postavkama:

- usmeriti se na određene tržišne segmente shvaćeno geografski i/ili proizvodno-granski/grupacijski na kojima zemlja može učiniti propulziju,
- ohrabriti (zakonskom regulativom) multinacionalne kompanije (MN) da se „baziraju“ u zemlji, ali istovremeno poželjno je stvarati i svoje MN kompanije,
- podstaći „unutrašnju“ investicionu aktivnost (kreditno-monetarynom i fiskalnom politikom) MN kompanije u dotičnoj zemlji,
- razviti kooperaciju sa drugim zemljama (u cilju proširenja tržišta) i
- specijalizovati se za ona područja gde su resursi i znanja zemlje najpovoljniji.

Uz navedeno, da bi se u određenoj meri „sagledao“ infrastrukturni gap, nužno je paralelno (ukoliko je moguće) stvarati normativno-institucionalne pretpostavke, kako bi se tržište „podgrejalo“ i „ubrzaloo“.

### III

Menadžment gap bi se na neki način mogao, uslovno, uz znatna simplifikovanja protumačiti kao fenomen nemoći poslovnih struktura u tranzicionim zemljama pretežno na nivou preduzeća (a i šire), da blagovremeno i sa malim stepenom rizika donose poslovne odluke na strateškom i taktičko-operativnom području. Jednostavno rečeno, postoji „međuprostor“ (raskorak) između objektivno mogućeg i onoga što se u praksi čini.

U praktičnom smislu govoreći management gap je raskorak između stepena razvoja (i primene) savremene tehnike i tehnologije, sve većeg stepena internacionalizacije poslovanja, te nešto drugačijeg tretmana položaja i sadejstva poslovnih funkcija s jedne strane i stepena razvoja upravljanja (načina, metoda i tehnika) u preduzeću sa druge strane. Treba priznati, da u ovaj raskorak nije specifikum samo kod preduzeća zemalja u tranziciji, već da je on opšte prisutan fenomen uz veće ili manje amplitude prisutnosti od zemlje do zemlje u datom vremenu. Osim toga, kada je vreme u pitanju onda nije nebitno naglasiti, da ukoliko je privreda jedne

zemlje razvijenija, utoliko se brže skraćuje reakcijsko vreme potrebno za donošenje odluka. U toj srazmeri rastu i utoliko su veći i problemi menadžmenta u preduzećima. Stoga nije slučajno, da su upravo preduzeća u razvijenijim zemljama prva naišla na problem menadžment gap-a.

Prelaskom sa industrijsko zasnovanog na znanju i informatički zasnovan privredni razvoj, u principu u tim zemljama tehnika i tehnologija se razvijaju munjevitom brzinom što je u proizvodnji dovelo do dramatičnih promena skoro neograničenih mogućnosti i stalno lebdećeg pitanja: Imamo li (i) odgovarajuće stručne kadrove koji mogu odgovoriti izazovima koji se ubrzano javljaju u procesima poslovanja preduzeća?

Drugi raskorak proizilazi iz potrebe sve veće internacionalizacije poslovanja, gde oblici poslovanja postaju ne samo mnogobrojniji nego i drugačijeg karaktera. Pojam globalizacije (5.337-339), sam po sebi, izaziva mnoge komentare i kritike. Dva aspekta te kritike nisu zanemarljivi.

Prvo, globalizacije znači istraživanje sličnosti da bi se došlo do ekonomije obima standardnih proizvoda (Coca-Cola, Toyota, McDonald's), niskih cena i prodora na „globalno“ tržište. To mogu pretežno veliki. Globalni marketing je određena specifičnost. Sa svojim standardnim proizvodima i logikom „dugo i svuda“, predstavlja (donekle) određenu novost u teoriji i praksi marketinga i menadžmenta.

Dati ocenu budućeg dugoročnog razvoja globalizacije, znači odmeravanje odnosa razvoja homogenizacije i posebnosti (osobnosti) na području formiranja potreba tj. tražnje.

Drugo, razvoju globalnog marketinga ozbiljno stoje na putu državni protekcionizmi, koji uopšte nisu zanemarljivi posebno kada se uzmu u obzir vojno-politički savezi.

Stepen internacionalizacije poslovanja privrednih subjekata malih zemalja nije zadovoljavajući. Međutim, poznata je činjenica po kojoj veličina zemlje i stepen njene razvijenosti determiniše nivo upućenosti (zavisnosti) njene privrede u međunarodnu podelu rada, s tim što je zemlja manja njena potreba za uključenošću u međunarodnu podelu rada je veća. Isto tako stoji i činjenica, što je privreda male zemlje na višoj lestvici razvijenosti, ona utoliko više „zahteva“ šire uključivanje u međunarodne tokove i obratno.

Inače, na sve teži i složeniji položaj u međunarodnoj podeli rada, posebno manjih nedovoljno razvijenih zemalja, značajno utiču sledeće tri savremene tendencije privrednog razvoja (vidi šire 6. str. 71-77):

- 1 Tehnički progres (tehnologija), koji ima snažan efekat na sve dimenzije privređivanja: tržište, kapital, kadrovski potencijal, naučno istraživački rad i sl.
- 2 Proizvodnja se naime u mnogim granama i grupacijama više ne isplati ako nije zaista masovna, pri čemu je optimalna količina proizvoda sa stanovišta troškova „određena“ nivoom primenjene tehnologije i njoj odgovarajućoj širini tržišta.
- 3 Na bazi sve masovnije proizvodnje narastaju džinovski centri moći u svetu: veliki proizvodni sistemi (transnacionalne i

multinacionalne kompanije), moćna bankarska središta, snažni naučno-istraživački centri koji privlače kadrove iz celog sveta, posebno iz manjih pa i nedovoljno razvijenih zemalja.

- 4 Stvaraju se sve jači političko ekonomski savezi između pojedinih grupa zemalja, tj. sve više narastaju unutar njih razni oblici međunarodne kooperacije i integracije ali i protekcionizma posebno između pojedinih grupacija.

Iako se situacija za poslednjih 20-tak godina značajno menjala u mnogim pojedinostima, posebno kada je u pitanju opšta tendencija rasta međunarodne robne razmene u odnosu na rast proizvodnje i populacije, u biti, kada su u pitanju male – nedovoljno razvijene – zemlje, položaj je ostao gotovu isti. U slučaju malih zemalja koje se nalaze na višim lestvicama razvijenosti, situacija je nešto povoljnija, pošto se njihovo „uklapanje“ u međunarodnu robnu razmenu uspostavlja i po osnovu znatnog učešća proizvoda višeg stepena obrade u strukturi robne razmene, posebno je to značajno kada je izvoz u pitanju. Primeri Finske, Danske i sličnih zemalja to potvrđuje.

I treći raskorak drugačiji tretman poslovnih funkcija u smislu da poslovne funkcije u privredama tržišnog tipa moraju dobiti karakter fleksibilnih poslovnih sadejstvujućih podsistema, kako bi preduzeće bilo što efikasnije. Upravljati preduzećem u ovakvim okolnostima predstavlja veliki izazov za rukovodeće kadrove. Izazov je u suštini veoma jednostavan: Znaš li i možeš li? Ili, ne...“ Selekcija na ovom principu je skoro nemilosrdna.

Najteža stvar, posmatrano u celini kod menadžment gap-a je u tome, što su potrebe privrednih subjekata za savremenim menadžerima rastuće i što se traže istovremeno raznovrsni profili, a obrazovanje (institucije) koje treba da ih „proizvede“ je u većini malih zemalja slabi i neadekvatno organizovano i u stalnom kašnjenju za savremenim zbivanjima u poslovanju u svetu.

## **Literatura**

### A Knjige i časopisi

- 1 „Nacionalna strategija održivog razvoja“, izdanje „Službeni glasnik“ RS br. 05/05, 71/05 (i ispravke) i br. 101/07)
- 2 Porter M.: „Konkurentna prednost“, izdanje „Masmedia“ Zagreb, 2007.g.
- 3 Župljanin S.: „Konkurentna prednost kao uslov kompanijskog razvoja i opstanka na tržištu“, časopis „Svarog“ br. 1/2010, Izdanje NU Banja Luka.
- 4 Vasiljev S. i ostali: „Marketing menadžment“, izdanje Ekonomski fakultet Subotica, 2007.god.
- 5 Vasiljev S.: „Marketing“, principi, izdanje Prometej, Novi Sad, 2010.g.
- 6 Ranchhod A.: „Marketingstrategies: A Twenty-first Century Approach“, izdanje Prentice Hall, Boston, 2004.g.

### B Web portali

- <http://www.allrecyclingfacts.com> – html august 2010,
- <http://www.businessgreen.com> , 5 septembar 2010.