

KONKURENCIJA U KONTEKSTU GLOBALIZACIJE

COMPETITION IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

PhD. Gordana Bilbilovska, redovni profesor⁶

PhD. Ivana Bilbilovska, portparol⁷

Sadržaj: *Svet je postao globalno selo. Ne postoje tržišta već jedno globalno tržište. Udaljenost nije ograničenje već izazov. Svetska homogenost, je ambicija koja treba da slomi barijere kreirane od samih ljudi. Padom barijera otvaraju se vrata za bezbroj mogućnosti. Saradnjom i razmenom znanja pokriva se najveći ljudski nedostatak – nesavršenost. Globalizacija je povezivanje, identifikovanje i pretvaranje različitih kultura i ekonomija u jednu, globalnu.*

Globalizacija je igra interesa na višem nivou, rizična i konfliktna. Neke zemlje imaju korist od nje, a druge su na periferiji globalnog sela, kao na primer zemlje sa globalno prerađivačkom proizvodnjom. Njima se nameće šablon ekonomskog razvoja sa strane razvijenih država u svetu. Ono što je zajedničko za ove zemlje je potreba da se svi uključe u međunarodnu konkurenciju, koja promovira efikasnost putem konkurencije, podelu rada, specijalizaciju koja omogućava da se zemlje koncentrišu na one proizvode koje najbolje proizvode. Pored cene na konkurenciju deluje: kvalitet, asortiman, preferencije potrošača, način plaćanja i kreditiranje, rokovi isporuka, servisiranje, marketing i menadžment. Globalizacija je borba za nova tržišta, analogno nameće se sve jača konkurentna borba na globalnom tržištu. Konkurencija izražava veliku mobilnost, integraciju na svetskom tržištu, smanjenje važnosti nacionalnih granica i liberalizaciju trgovine, sa ciljem da se zadovolje potrebe pod povoljnijim uslovima.

Cilj rada je da dolovi konkurenciju u globalnom svetu, koja sa sobom nosi dobro i loše, gde su eksploatatori u potrazi za osvajanjem novih tržišta, gde stvaraju pravila igre, gde za njih ne postoji konkurentnost. Svetske sile utiču na sudbinu nerazvijenih zemalja.

Republika Makedonija je mala zemlja, koja treba da opstane na svetskom tržištu. Makedonska ekonomija je izvozno orientirana i otvorena prema trgovinskim partnerima. Makedonski izvoz ranije se sastajao glavno od izvoza sirovina, poluproizvoda i proizvoda sa niskim stenepenom obrade. Međutim kao rezultat procesa globalizacije i ulaza stranih firmi i stranih direktnih investicija u Makedoniji, struktura izvoza se menja. Pored rasta izvozne strane na trgovinskom saldu, javlja se promena i u vidu proizvoda koji se izvoze, raste izvoz proizvoda sa većom dodajnom vrednošću. Zasluga za ovo može se prepisati procesu globalizacije, ulaza novih tehnologija u domaćoj proizvodnji i input stranog know-how-a razvijenijih zemalja.

U radu su prezentirani plusevi ali i mogući minusi koji proizlaze iz procesa globalizacije. Poseban akcent je stavljen na konkurenciju u uslovima globalizacije, koja je ostavila nerazvijene zemlje na milost i nemilost razvijenih zemalja. Pitanje je da li trend za koji svi tvrde da je promenio svet nudi mogućnost za slobodnu konkurenciju i nastup na jednom zajedničkom tržištu na kome jači pobeđuje, profitira ili je način eksploatacije. Razvijene zemlje koriste prirodne resurse iz nerazvijenih zemalja, a zatim im prodaju proizvode od tih istih resursa i to na kredite, pa manji gomilaju dugove, a veći bogatstvo. U ovim uslovima pitanje je koliko može da se govori za slobodnu konkurenciju u globalnoj ekonomiji.

⁶ Ekonomski fakultet, Skopje, Makedonija, Bulevar "Krstе Misirkov" b.b.

⁷ Ministarstvo za finansije, Skopje, Makedonija

U radu su korišćeni sledeći metodi: analize, dedukcije, indukcije, sinteza, komparativna analiza.

Globalizacija treba da bude dobra za sve zemlje u svetu i kao takva treba da karakterizira novi svetski poredak.

Ključne reči: *globalizacija, globalno tržište, konkurencija, homogenost, nerazvijene zemlje, razvijene zemlje multinacionalne kompanije.*

Abstract: *The world has become a global village. Markets emerged into one global market. Distance is no more an obstacle but a challenge. Global homogeneity represents an ambition that should brake the barriers created by human. Overcoming that barriers opens the door to multiple possibilities. Cooperation and exchange of knowledge helps overcoming human imperfection. Globalization is about binding different cultures and economies into one, global.*

Globalization is game of higher level interests that are highly risky and conflict. For some countries globalization is an advantage, but for others, like countries with generally process production, it is not so favorable. For these countries globalization is a scheme for economic development imposed by the developed countries. But all countries should follow the trend of globalization that promotes competitiveness, efficiency, division of labor and specialization of production, and allows them to pursue the thing they do best. Competitiveness is determined by price, quality, assortment, customer preference, payment, terms of delivery, service, marketing and management. Globalization is competition for new markets, so competitiveness is closely related with globalization. Competitiveness expresses mobility, integration of world market, liberalization of trade in term of satisfying best customer needs.

This paper is about competitiveness in global world, pluses and minuses, and the effects that are produced for the developed and developing countries.

We also case study Macedonia, as a developing country that balances to survive on world market. Macedonian economy is export oriented and opened for the trade partners. Macedonian export mainly consisted of raw materials, intermediate goods, and semi finished products. But as a result of the process of globalization and entrance of foreign enterprises by direct investments in Macedonia, the structure of exports started changing. Beside increase of the export, there is advance in the export goods. It is a result of the new technologies in home production and input of know-how from developed and highly industrialized countries.

Globalization should have a positive impact for all countries. The question is does globalization allows free competition on the global market, or does it make partition of developed and undeveloped countries. The developed use the resources of undeveloped, and then sell them finished products. So the rich become richer and poor become poorer. This paper also analyses is there free competition in global economy.

Methods that are used in the paper are: analysis, deduction, induction, synthesis and comparative analyses.

Key words: *globalization, market, poverty, wealth, transnational corporations, new model*

1. UVOD

Globalizacija je složen i protivrečan proces čiji je nosilac kapital, koji deluje po zakonu povećanja profita i doprinosi razvoju konkurencije na svetskom nivou. Sposobnost za konkurentnost je kompleksno pitanje, a razvojne mogućnosti su unapređenje konkurentnosti kao osnovna pretpostavka za privređivanje i poslovni uspeh. Na globalnom tržištu mogu da

uspeju samo konkurentni proizvodi/usluge u pogledu kvaliteta, cena, načina plaćanja, rokovi isporuke i dr. U prirodi globalizacije ugrađeni su visoki rizici.

Svet je podeljen na globalizatore (zemlje sa visokim stepenom ekonomskog razvoja) i globalizirane (zemlje koje učestvuju sa primarnim proizvodima i imaju lošu poziciju u spoljnotrgovinskim poslovima).

Transnacionalne kompanije su nosioci globalizacije i vode igru interesa, koje su rizične i konfliktne. Svetsko tržište nosi opasnosti za nerazvijene zemlje, koje se brinu kako da prežive sa svojim ograničenim resursima. Treba da se prisposobe i da se nose u konkurentskoj borbi sa razvijenim zemljama. Na nerazvijene zemlje negativno se odražava kriza u svetskoj privredi, protekcionizam, prezaduženost i dr. Problemi postoje i u najrazvijenijim zemljama.

Procesi globalizacije treba da se gledaju i kroz promenu razlika u porastu stanovništva u pojedinim državama. Natalitet je uslovljen mnogobrojnim faktorima. Nerazvijene zemlje imaju veću stopu nataliteta od razvijenih. Tendencija opadanja nataliteta postoji gotovo u svim zemljama u svetu. Veliki broj stanovništva nije garancija da zemlja bude velika sila, zato je potrebno materijalno bogatstvo i politička moć. Povećana konkurentnost je važna za R. Makedoniju, jer vodi ka efikasnijem privređivanju.

2. DEFINIRANJE GLOBALIZACIJE

Reč globalizacija potiče od engleske reči "the globe" i označava zemljinu loptu, svet, što znači ukupno, nešto globalno, gde preduzeća rade po svetskim standardima, kriterijumima, uslovima i pravilima ponašanja."Pod globalizacijom se podrazumeva homogenizacija sveta, život po jedinstvenim principima, privrženost jedinstvenim vrednostima, poštovanje jedinstvenih običaja i normi ponašanja, ukupno stremljenje univerzalnosti". (Milorad Unković 2004, str. 47). Fizička rastojanja nisu problem, postoje



Prof. dr Gordana Bilbilovska rođena je u Skoplju 1950. godine. Diplomirala je na Ekonomskom fakultetu u Skoplju, gde se zaposlila kao asistent 1974. godine. Na postdiplomske studije se zapisala u 1976/77 godini. Magistrirala je na Ekonomskom fakultetu u Skoplju na temu "Primena matrica utvrđivanju zavisnosti finalne potražnje od društvenog proizvoda". Doktorirala je na Ekonomskom fakultetu u Skoplju na temu "Primena međusektorske analize u utvrđivanju odnosa cena u makedonskoj privredi".

Polje njenog naučnog interesa su: ekonomska statistika, matematika za ekonomiste i međusektorska analiza. Za redovnog profesora je izabrana 2011. godine.

Na osnovnim studijama predaje ekonomsku statistiku i matematiku za ekonomiste, a na postdiplomskom Menadzment za osiguranje, angažirana je za finansijsku i aktuarsku matematiku. Na Ekonomskom fakultetu u Štipu predavala je ekonomsku statistiku, a u Strugi i Velesu matematiku za ekonomiste.

Godine 1998. je bila na studijskom prestopu u Francuskoj, na univerzitetu, Nant, Ren i Orlean.

Objavila je univerzitetsku knjigu Ekonomska statistika, kao i zbirku zadataka za ekonomsku statistiku, izdavač je bio Ekonomski fakultet u Skoplju. U koautorstvu je objavila zbirke za matematiku za ekonomiste. Autor je skripte "Elementi za input-output analizu".

mogućnosti za saradnju geografski dalekih zemalja, postoji velika brzina u protoku informacija, kapitala, usluga, ljudi, i sve se to manifestuje porastom trgovine i investicija. Povećana je produktivnost rada, izvoz i ubrzan razvoj na globalnom nivou.

Na svetskom tržištu promoviše se konkurencija, efikasnost, specijalizacija, koja dozvoljava da se ljudi fokusiraju na ono što najbolje znaju da rade. Liberalizacija u trgovini i uklanjanje carinskih barijera, intenziviraju saradnju u svetu, kao i konkurenciju. Na globalnom tržištu pobeđuje najkonkurentniji, koji se javlja kao posrednik za sve zemlje u svetu u širenju novih tehnika, ideja, proizvodnih iskustva, novih metoda organizacije i upravljanja, međunarodne podele rada i međunarodnog kretanja kapitala.

Konkurentnost je važna i za pozitivan trgovinski bilans, koji zavisi od odnosa izvoza i uvoza, deviznog kursa i drugih faktora. "Dobitak od globalizacije za svaku zemlju u razvoju je njeno povećano učešće u svetskoj trgovini, a gubitak makaze u razvoju na štetu nerazvijenih zemalja". (Milorad Unković:2004, str. 52). Otvaraju se novi horizonti i nove dominacije. Velike korporacije prevazilaze snagu mnogih država i dalje osvajaju nova tržišta, kontrolišu cene sirovina, uvode nove promene i grade pravila na globalnom tržištu. U svetskoj privredi konkurencija je regulator globalnog tržišta, tj. globalizacija doprinosi razvoju konkurencije. Konkurencija jača i poboljšava kvalitet proizvoda i usluge za potrošače. Zemlja koja je nesposobna za konkurenciju ne uspeva na globalnom tržištu. Treba da radi na povećanju: kvaliteta proizvoda, produktivnosti i ekonomičnosti, organizaciji istupanja na tržištu, znanju, marketingu, a neke zemlje uvode i protekcionističke barijere. Za unapređenje nacionalne konkurentnosti potrebna je razvojna strategija koja dobija sve veće značenje u uslovima kada su razvijene zemlje sve bogatije, a nerazvijene zemlje sve nerazvijenije, prezadužene, imaju demografsku eksploziju i visok stepen nezaposlenosti. Njima je potrebna pomoć, a razvijene države nisu raspoložene da im pomognu, iako znaju da se produbljuje jaz između bogatih i siromašnih zemalja.

Zemlje se bore da svoje proizvode plasiraju na svetskom tržištu, gde konkurencija podstiče takmičarski duh među nacijama i jača svetsku ekonomiju. Multinacionalne kompanije su motorna sila koja deluje na alokaciju i korišćenje resursa u svetu, stimuliraju nove vidove potražnje, razvoj proizvodnje i distribuciju, na konkurenciju i teže prema maksimizaciji profita u vidu monopolskog ekstra profita. "Pri tome kompanije pojedinih zapadnih zemalja u zemlji vode lavovsku konkurenciju, a u izvozu međusobno se pomažu i tesno saraduju." (Milorad Unković 2004, str. 22). Zemlje u tranziciji se bore sa pitanjem šta treba da urade da ne ostanu provincija u globalnom selu. Sistemski preobražaji u zemljama u tranziciji imaju značenje za globalizaciju. Institucionalna rešenja su deo međunarodnog i globalnog poretka.

Dr Ivana Bilbilovska je rođena u Skoplju 1983. godine. Diplomirala je na Ekonomskom fakultetu u Skoplju 2006. godine. Na postdiplomske studije na Ekonomskom fakultetu u Skoplju se zapisala u 2007/2008 god, gde je položila predviđene ispite sa prosečnom ocenom 10. Magistrirala je 2009. godine na Ekonomskom fakultetu u Skoplju na temu "Strategijski menadžment vo mediumite". Doktorirala je 2013. godine na Ekonomskom fakultetu u Skoplju na temu "So planiranje do razvoj na mediumite-sostojbi i perspektivi vo Republika Makedonija".

Radila je kao novinar za ekonomsku problematiku u dnevnom listu "Vreme", zatim kao novinar za ekonomsku problematiku u "Sitel" televiziji. Sada je portparol u ministarstvu za finansije u Republici Makedoniji.

Republika Makedonija je mala zemlja, zainteresovana za saradnju sa inostranim partnerima. Makedonska izvozna preduzeća su konkurentno slaba, sa niskim stepenom diverzifikacije, sa masovnom proizvodnjom, sa korišćenjem zastarene tehnologije i niskom dodatnom vrednošću. Rast treba da se održava mudrom politikom.

Slika globalizacije je, na jednoj strani bogatstvo, a na drugoj prezaduženost i velika beda siromašnih zemalja, koje imaju brojno stanovništvo, što pogoršava bedu u mnogim zemljama.

3. STANOVNIŠTVO U GLOBALIZIRANOM SVETU

Stanovništvo u razvoju zemlje ima važno mesto. Orijentirano je prema svetu, gde je bilo važno formiranje Evropske unije, Japan je postao industrijska sila i konfrontacije između bogatih i siromašnih zemalja u uslovima konkurencije na globalnom tržištu. Karakterne osobine stanovništva, sposobnost za uključivanje i saradnju na globalnom tržištu, da veruju u sebe, ima svoje značenje. Važan je broj stanovnika za sve oblasti socio-ekonomskog razvoja.

U svetu živi više od sedam milijardi ljudi. Postoji opasnost od prenaseljenosti planete. Najveći broj stanovništva živi u Aziji, više od četiri milijardi ljudi, ili 60% od svetskog stanovništva. Samo u Kini i Indiji žive 41% svetskog stanovništva. Zatim, po broju stanovnika dolazi Afrika sa oko milijardu ljudi i sa 15% svetskog stanovništva. U Evropi žive 733 miliona stanovnika ili 11% od svetskog stanovništva. U Južnoj Americi i Karibima žive 589 miliona stanovnika ili 9% od svetskog stanovništva. U Okeaniji i Australiji žive 35 miliona stanovnika ili nešto manje od 1% od svetskog stanovništva.

Stanovništvo brzo raste u nerazvijenim zemljama. Demografska eksplozija izaziva zabrinutost, jer usporava ekonomski razvoj i ne omogućava zadovoljavanje osnovnih čovekovih potreba, niti bolji život. One su prezadužene, imaju veliku nezaposlenost i ekspanzivan tip starosne strukture, sa izrazito mladim stanovništvom. Poznato je da u zemljama u razvoju jedna trećina otpada na decu do pet godina starosti. Zato treba da prihvate poruke za sopstveni razvoj, kao i za njihov aktivan odnos ka savremenim tokovima, jer je iluzija da očekuju pomoć od razvijenih zemalja. Najviši porast stanovnika ima Afrika, Južna Amerika, Azija i Okeanija. Siromaštvo, nizak nivo obrazovanja, niske radne kvalifikacije, loša ishrana, nehigijenska sredina i loši stambeni uslovi su negativni efekti. Da bi se smanjio natalitet neophodno je da se poboljša obrazovanje u tim zemljama.

U ekonomski razvijenim zemljama natalitet kontinuirano opada i starosna struktura u kojoj starija godišta pokazuju veće učešće od mlađeg stanovništva, sobom nosi posledice za njihovu budućnost. Politika da se rađa jedno dete u Kini dovela je do opadanje nataliteta i starenja stanovništva.

Starosna struktura u Republici Makedoniji je nepovoljna, jer je smanjeno učešće mlade generacije, koje dalje povlači opadanje nataliteta. Mortalitet stanovništva je u funkciji starosti stanovništva, kao i od starosne strukture zemlje. Uticaj bioloških faktora važniji je kod manje razvijenih zemalja. To pokazuje da između stope nataliteta i stepena ekonomske razvijenosti postoji visoka negativna korelaciona zavisnost.

I pokraj opadanja stope nataliteta, svetsko stanovništvo raste po stopi od 1,73%.

4. KONKURENCIJA U KONTEKSTU GLOBALIZACIJE

Globalizacija je u funkciju razvoja konkurencije na globalnom tržištu, koja promovira efikasnost. Zato je potrebno da se prilagode i standardi poslovanja u pojedinim zemljama. "Ni jedna ekonomija ne može da bude izolirana od svetske konkurencije. Iako nacionalne ekonomije, gledane u celini zajedno, ostvaruju dobit od povećane trgovine, ti dobitci su

neravnomerno raspoređeni.”(Held Dejvid, Entoni Mekgru: (2010) str.3). Koliko je jedna zemlja razvijena toliko je jak i njen konkurentski kapacitet, za plasman njenih proizvoda na globalnom tržištu. Potrebno je da izvoznik osvaja strane kupce sa povoljnim uslovima proizvodnje i prodaje, sa niskim ukupnim troškovima (za koje su zaduženi menadžeri u preduzeću), diferenciranjem proizvoda ili usluga (marka na koju se gleda unikatno, na primer Koka kola, patike NIKE, kompjuteri i softveri sa znakom SAD, kineska i indijska svila, japanska elektronika, ruska votka), ili da se fokusira na određenom tržištu gde bi trebalo da osvoji natprosečne prinose.

“Kupci uvek znaju šta rade i ko proizvodi najbolje proizvode i usluge u svetu i ko osvaja želje i interese svetskih proizvođača (kupaca).”(Milorad Unković:2004, str. 30). Zemlje izvoznici treba da znaju da osvajaju strane kupce kvalitetnim proizvodima/uslugama kao i konkurentnim cenama, asortimanu, trajnost. Najunosnije izvozne grane su sa visokim stepenom obrade. Multinacionalne kompanije raspolažu proizvodnim kapacitetima u više zemalja i deluju na alokaciju i korišćenje resursa u svetu, stimuliraju novu potražnju, razvoj novih metoda u proizvodnji i distribuciji i primenjuju nova tehnološka dostignuća. One deluju na konkurenciju, na razvojnu strategiju zemlje stalnim porastom sopstvene efikasnosti. Zakon akumulacije ih tera ka maksimiziranju profita. Od nerazvijenih zemalja kupuju sirovine, energiju i jeftinu radnu snagu, a koriste njihova tržišta. Primenjuju protekcionizam, a od nerazvijenih zemalja traže slobodnu trgovinu. Ekonomska i finansijska moć je kod krupnog kapitala i organizaciono-komunikacionih sistema. To predstavlja silu u poslu u većem broju zemalja, gde opredeljuju svetsku ponudu i tražnju, diktiraju cene i vladaju globalnom privredom. Svuda gde se oseća njihovo delovanje potrebno je da budu otvoreni prema svojim konkurentima. “Liberalizacija na domaćem tržištu sa širokim otvaranjem domaće ekonomije za uticaj inostranih tržišta i visokih kamata izazvao je negativne posledice, opadanje proizvodnje, porast nezaposlenosti, mali procent korišćenja kapaciteta, pad akumulativnosti, supstituciju domaće sa stranom proizvodnjom, pad izvoza i veliki rast unutrašnje nelikvidnosti.

Makedonska preduzeća nisu mogla da izdrže stranu konkurenciju” (Bilbilovska G. (2014) str. 34). Za uspešnu poziciju i opstanak u konkurenciji potreban je: visok stepen obrade izvoznih proizvoda, svetski kvalitet, cena, način plaćanja, rokovi isporuke, servisiranje i dr. Da bi zemlja uspela na globalnom tržištu treba na najbolji način da kombinira raspoložive faktore proizvodnje, polazeći od prirodnih resursa, preko radne sile, kapitala, tehnologije, menadžmenta i marketinga. Treba stalno da moderniziraju privredu, da smanjuju troškove i da jačaju konkurentsku sposobnost.”Proizvođači treba da uvode nove vrednosti i promene, da nabavljaju kvalitetni materijal, da primenjuju mnogobrojne metodologije i metode koje su u funkciji poboljšanja kvaliteta proizvoda usluga, da koriguju propuste i da uočavaju poboljšanja sa kojima će da budu zadovoljene potrebe kupaca”.(Bilbilovska G (2014) str. 32).

Prvo se polazi od tehnoloških svojstva proizvoda, a zatim se ide na komercijalne, finansijske i druge uslove. Samo visoko efikasna privreda ima konkurentsku moć na globalnom tržištu. Razvijene zemlje sele pogone širom sveta, obezbeđuju plasman finalnih proizvoda, a snabdevanje sirovinama i jeftinom radnom snagom, zemlje koje imaju niske poreze, liberalne ekološke propise, da postoji politička i pravna država, stabilan devizni kurs, da bi iskombinovali faktore proizvodnje i dobro se snalaze na atraktivnim tržištima. Zainteresirane su u zemlji plasmana da postoje sve tržišne institucije. Za njih je konkurencija poželjna, jer imaju prednosti i uspevaju sa svojom sposobnošću da diktiraju cene na tim tržištima. One izvlače ogromne ekstra profite iz zemalja u razvoju i tranziciji, koje su pogodne za ulaganje kapitala. Napredak je kada se zemlja bori da nadvlada poteškoće u konkurenciji na globalnom tržištu u pojedinim oblastima proizvodnje i usluga.

Zemlje u tranziciji i zemlje u razvoju zainteresirane su za konkurentnost njihovih nacionalnih privreda. Gledaju da razviju spoljnu razmenu sa izvozom sirovina i polufabrikata, a da obezbede potrebna dobra, tehnologiju i kapital za svoj razvoj. Preduzeća treba da budu sposobna da izdrže konkurenciju prodajom najboljih proizvoda koje treba da prodaju probirljivim kupcima. Povećan kvalitet treba da bude prilagođen svetskim standardima, produktivnosti, organizaciji nastupa i znanju kao faktorima za uspeh. Potrebno je da se ide u korak sa privrednim kretanjima u svetu, da se poznaju želje stranih kupaca. Treba da imaju ideju da privuku inostrana ulaganja i da ubrzaju razvoj privrede i konkurentnost na globalnom tržištu. Potrebno je da stvaraju novu ekonomiju i da imaju dobru razvojnu strategiju. Ovo su napravili Hong Kong, Južna Koreja, Tajvan, Singapur, Meksiko i Brazil. Izvozom su obezbedili razvoj. Danas izvoze proizvode sa visokim stepenom obrade.

Na globalnom tržištu važna je i kupovna moć tržišta na koju trebaju preduzeća da se prilagođavaju, da znaju da li se isplati da se izvozi na njemu. Postoji opasnost od konkurentnosti novih proizvoda/usluga, od novih kompanija, pregovaračkih sila kupca, pregovarački rivalitet među postojećim kompanijama. Osim delovanja ekonomskih faktora, na konkurentnost utiču i vanekonomske faktori kao na primer: sličnost privrednog sistema, bliskost prijateljskih veza i poslovnih kontakata privrednih subjekata, tradicija u odnosima, embarga, psihološki faktori, poznavanje jezika i dr. Svi faktori razvoja konkurentnosti na globalnom tržištu su u funkciji globalnog razvoja, gde svaka privreda da bi bila konkurentna, treba da se razvija pod uticajem svetske privrede. "Nema apsolutnih uslova konkurentnosti koje važe za sva vremena i sva tržišta u svetu. Svako je tržište specifično, pa na njima treba i da se prilagođavaju izvozne kompanije, iz čega i proizilazi šansa svih zemalja, pa i zemalja u razvoju, da izvoze, često i proizvode visoke složenosti". (Milorad Unković: 2004, str.174).

Preduzeća se orijentiraju na globalni rad, koriste ekonomiju obima, stiču iskustva. Zato je globalno tržište važno za poboljšanje radnih uslova, tačnije za promene u svetu."Aziski zmajevi su se brzo razvili što su prevazišli mnoge ekonomije sa razvijenim tržištem po indikatoru – BDP per kapita." (Malkolm Voters: 2003, str.120). Uvek je prisutna potraga za konkurentskim prednostima koje traže strategiju za nastup na novim tržištima. Globalizacija je željen proces, kreira jedno zajedničko tržište koje je otvoreno za sve zemlje u svetu, a pitanje je kako će zemlje da ga iskoriste za svoje interese. Verovatno je da će velika riba (kompanije iz razvijenih zemalja), da pojedu malu ribu, zemlje u razvoju koje ostvaruju spor razvoj i njima se namiče šablon sa strane razvijenih zemalja, međunarodnih institucija i multinacionalnih kompanija. Zato sa jedne strane raste bogatstvo razvijenih zemalja i širi se nepravedna raspodela u svetu. Pozicija u kojoj se nalaze nerazvijene zemlje samo produbljuju njihovu krizu, zato treba da imaju ideju šta treba da urade da bi se bolje plasirali u konkurentskoj borbi. Potrebna im je razvojna strategija. Intelektualci treba da shvate šta im se dešava, ekonomisti da predlože reforme i delovanje, a političari da ih realiziraju. Za napredak i pravilnu raspodelu potrebna je svetska politika i adekvatna institucionalna infrastruktura, sa kojim bi bilo obezbeđeno interventno delovanje i koordinacija raznih aspekata na globalnom tržištu gde se odmeravaju konkurentne snage.

5. MAKEDONIJA U GLOBALIZIRANOM SVETU

Republika Makedonija u procesu globalizacije je zainteresirana da obezbedi dobru poziciju na globalnom tržištu. Ovo je bilo važno i za tranzicioni period, kada se prešlo na tržišnu ekonomiju i primenu svetskih standarda koji su u funkciju stvaranja uslova za odvijanje ekonomske aktivnosti. Bile su preduzete reforme u makedonskoj ekonomiji, koje su bile u funkciji da obezbede prelaz ka tržišnom privređivanju. Transformirana je bila sopstvenička struktura i uvedeno je pretprijemaštvo, a slobodna konkurencija je trebala da obezbedi: porast

proizvodnje, produktivnosti rada i plasman proizvoda, koji bi zadovoljili kriterijume probirljivih potrošača na globalnom tržištu.

Preduzete reforme nisu dale očekivane rezultate, jer privredni subjekti nisu bili dovoljno pripremljeni da se suoče sa daleko konkurentnijim proizvodima zemalja, a spoljnotrgovinska razmena se pogoršavala. Makedonska privreda je izgubila mnogo tržišta, a preduzeća su smanjila proizvodnju, neka su bila i likvidirana. Oni koji su uspeli da opstanu tražili su strateške partnere. Radilo se na poboljšanju konkurentnosti makedonskih proizvoda i usluga, koje je osnova za efikasnije privređivanje i porast životnog standarda stanovništva. Preduzete su reforme u ekonomskom sistemu, doneti su zakoni, formirane su institucije, izvršena je liberalizacija u spoljno-trgovinskom režimu, ukinute su kvote za uvoz i izvoz pojedinih proizvoda, a smanjena je i visina carina. Sklopljeni su ugovori za slobodnu trgovinu sa većim brojem zemalja. Radi se na povećanju inostranih investicija. Važna je bila i liberalizacija cena, tako 80% cena slobodno se formiraju. Kontrola cena postoji samo za mali broj proizvoda i usluga koji su od važnosti za standard stanovništva ili imaju monopolski položaj na tržištu. Uvode se standardi za proizvode koje traže strana tržišta. Primenjuju se ISO standardi koji su uslov za konkuriranje u zemljama članicama Evropske unije. "Standardi obezbeđuju željene karakteristike proizvoda usluga, kao što su kvalitet, pozitivno delovanje na život i zdravlje, bezbednost imovine, efikasnost i dr." (Bilbilovska G. (2014) str. 36)

Povećanje konkurentnosti makedonskih preduzeća zavisi i od strukturnih relacija, a poreska politika treba da bude prilagođena realnoj situaciji. Potrebna je i podrška državnih institucija. U drugoj polovini devedesetih godina u Makedoniji su bili stvoreni razvojni uslovi, zaokružen je bio tržišni sistem, stabilizirane su cene, kurs denara, unapređenje trgovinskih, finansiskih i druge vidove saradnje sa inostranim partnerima i bolje okruženje. Ukupna razmena sa svetom je svedena na trgovinu sa partnerima iz 20 zemalja, a oko 80% od ove spoljno trgovinske razmene je sa partnerima iz Nemačke, Italije, Grčke, Srbije, Crne Gore i drugih bivših jugoslovenskih republika. Ovo stavlja zemlju u zavisnost od faza ekonomskih ciklusa sa zemljama sa kojima saraduje. Treba da se radi na povećanju broja spoljno trgovinskih partnera, da se dinamizira industrijska proizvodnja, da se unapređuje zemljoradnja, da se povećava porast BDP, da se povećava porast izvoza, plata, penzija, socijalnih izdataka, životnog standarda stanovništva.

Uspeh makedonskih preduzeća zavisi i od eksternih faktora, kao i od odnosa preduzeća sa sredinom. Treba da rade na jačanju svoje fleksibilnosti, tačnije svoje sposobnosti, blagovremeno da iskoriste svoje mogućnosti, a da izbegavaju nepovoljne okolnosti, kao i uvek da se prilagođavaju spoljnim faktorima okruženja. Potreban je miks poslovnih funkcija prilagođenih ciljevima koji treba da budu ostvareni na tržištu. Treba da budu definirani ciljevi i strategije za svako tržište i da se predviđa njihova međuzavisnost. Stručnost treba uvek da determinira politiku, strategiju, razumevanje faktora konkurentnosti. Potrebno je da se radi na inovacijama, koje uvek obezbeđuju uspeh.

Kao rezultat procesa globalizacije i ulaza stranih firmi i stranih direktnih investicija u Makedoniji, došlo je do izmene u porastu i strukturi izvoza. Raste izvoz proizvoda sa većom dodajnom vrednošću. Zasluga za ovo može se prepisati procesu globalizacije, ulaza novih tehnologija u domaćoj proizvodnji i input stranog know-how-a razvijenijih zemalja. Sa aspekta potrebnih reformi, modernizacija i demokratizacija razvoja sistema treba da produžimo da pristupamo u integracijske procese sa balkanskim zemljama i evrointegraciji. Nadamo se da ćemo postati zemlja članica u Evropskoj uniji, NATO i drugim integracijama. Zato je potreban ekonomski razvoj koji bi ubedio Evropsku uniju da smo zemlja koja bi omogućila jačanje integracije i međunarodnu razmenu sa zemljama članica integracije. Makedonska ekonomija treba da raste, a zato su potrebne strane investicije.

ZAKLJUČAK

Globalizacija kao proces postoji odavno. Danas dejstvuje intenzivno, sa starim i novim karakteristikama. Pod delovanjem konkurencije na globalnom tržištu kontinuirano se povećava moć razvijenih država, a osiromašuju siromašne zemalje u svetu što sa sobom nosi socijalnu nestabilnost u svetu.

Jačanje konkurencije na globalnom tržištu dinamizira efikasnost i razvoj. Pridonosi Republika Makedonija da se transformira u savremenu ekonomiju, integriranu u svetskim tokovima.

Preduzimanjem mera, globalizacija treba da bude funkcionalna i da se bazira na nova pravila, značajna i presudna kako za visoko razvijene zemlje, tako i za zemlje u razvoju. Treba da se radi sve zemlje da participiraju u daljem razvoju svetske privrede, sa istovremenom primenom liberalizacije koja treba da bude korisna za sve zemlje u svetu.

REFERENCES

- [1.] Bilbilovska Gordana: (2014), "Totalni menadžment kvaliteta i razvoj makedonske ekonomije", FBIM Transactions, Vol2, No 2 juli 2014, Beograd, str. 36-38
- [2.] Stevan Brakman, Harry Garretsen, Charles van Marrewijk, Arjen van Witteloostuijn: (2006) "Nations and Firms in the global economy", Cambridge university press, p.30-63
- [3.] Malkom Voters: (2003), "Globalizacija", Institut za demokratija, solidarnost i civilno opštstvo, Skopje, str. 39-68, 106-132
- [4.] Sreten Sokić (2003), "Ekonomija tranzicije", Zavet, Beograd, str. 47-61, 110-121
- [5.] Milorad Unković: (2004) "Savremena međunarodna trgovina", Beogradska knjiga, Beograd, str. 20-31, 45- 53, 162-175
- [6.] Held Dejvid, Entoni Mekgru: (2010), "Upravljanje sa globalizacijom: moć, vlast i globalno upravljanje" (prevod), Akademski pečat, Skopje, 2-6, 28-34