

Sandra Stojadinović Jovanović*

TRENDOVI I PROMENE U GLOBALNOJ KONKURENTNOSTI

Apstrakt: Svetsku privredu i svetsku trgovinu karakterišu novi trendovi u globalnoj konkurentnosti. Ovi trendovi se ogledaju u značajnim promenama u konkurentnosti pojedinih zemalja na svetskom tržištu. Proces globalizacije, rast globalnih tokova stranih direktnih investicija i aktivnosti transnacionalnih kompanija imaju veliki uticaj na porast tržišnih učešća pojedinih zemalja i njihove konkurentnosti. Transnacionalne kompanije su ključni nosioci globalne konkurentnosti. Ove kompanije mogu doprineti unapređenju konkurentnosti zemalja ostvarujući različite vrste veza sa domaćom privredom. Obe zemlje, izabrane za analizu u ovom radu, su ostvarile značajan porast svojih tržišnih učešća i konkurentnosti koji je bio povezan sa značajnim rastom priliva stranih direktnih investicija i aktivnostima transnacionalnih kompanija u ovim zemljama. Ali, kao što će rad pokazati, aktivnosti transnacionalnih kompanija su u različitoj meri bile ugrađene u privredu ovih zemalja. Potencijal aktivnosti transnacionalnih kompanija je daleko od svoje pune iskorišćenosti i u ovim, kao i u drugim zemljama, zavisi od implementacije nacionalnih politika stranih direktnih investicija.

Ključne reči: globalna konkurentnost, transnacionalne kompanije.

TRENDS AND CHANGES IN GLOBAL COMPETITIVENESS

Abstract: The world economy and world trade are characterized by new trends in global competitiveness. The new trends reflect the significant changes in competitiveness of individual countries in the world market. Process of globalisation, increase of global foreign direct investments flows and activities of transnational companies have a great impact on the increasing international market shares of some countries and their competitiveness. Transnational companies are the key drivers of global competitiveness. These companies can contribute to the upgrading of a country's competitiveness by creating the different kinds of linkages with local economy. Each of the two countries selected for analysis in the paper experienced a sharp increase in market shares and competitiveness connected with a significant increase of foreign

* Univerzitet u Kragujevcu, Ekonomski fakultet

direct investments inflows and activities of transnational companies. But, as the paper will show, the activities of transnational companies were embedded in their economies in different extents. The potential of activities of transnational companies is far from its full capacity and in these two countries, as in the others, depends on implementation of national foreign direct investments policies.

Key words: *global competitiveness, transnational companies.*

JEL Classification: F01

Uvod

Postoje brojne definicije pojma konkurentnosti. Neke od njih se odnose isključivo na makrokonkurentnost, odnosno na konkurentnost zemalja, neke se odnose na mikrokonkurentnost, odnosno konkurentnost preduzeća i konkretnih proizvoda i usluga, a neke pretenduju da obuhvate obe ove kategorije. Pored konkurentnosti na makro i mikro nivou, odnosno konkurentnosti zemlje i firme, sve veću pažnju zaslužuje globalna konkurentnost.

Sa procesom liberalizacije međunarodne trgovine, razvojem tehnologije, transportnih sredstava i sredstava masovnih komunikacija, u periodu posle Drugog svetskog rata, dolazi do globalizacije svetske privrede i svetske trgovine. Svet se integriše na ekonomskoj osnovi. Tržište postaje globalno. Firme razvijaju globalne strategije poslovanja, obavljaju proizvodnju i zapošljavaju resurse širom sveta, nastupaju i prodaju širom sveta, na globalnom tržištu. Firme postaju globalne. Distance, i geografske i vremenske, više ne predstavljaju prepreku u obavljanju poslova. Dolazi do rasta stranih direktnih investicija. Dominantni učesnici u međunarodnoj trgovini postaju transnacionalne kompanije, kao nosioci stranih direktnih investicija. Posredstvom stranih direktnih investicija, transnacionalne kompanije koriste konkurentske prednosti zasnovane na povoljnijoj lokaciji. Veliki deo razmene kompanije obavljaju sa svojim filijalama u inostranstvu, tako da se veliki deo međunarodne trgovine odvija unutar sistema transnacionalnih kompanija putem intrafirmiskih isporuka. Nacionalne granice sve više gube na značaju. Umesto nacionalne konkurentnosti, čiji je nocilac država, firme stupaju u konkurentsku borbu na globalnom tržištu i ostvaruju globalnu konkurentnost. Nosioci globalne konkurentnosti su firme i to, pre svega, transnacionalne kompanije. One su, ujedno, u sprezi sa državnim aparatom, kreatori globalne konkurentnosti.

Možemo reći da pod globalnom konkurentnošću podrazumevamo sposobnost zemlje da potstiče, privrednim, institucionalnim i socijalnim delovanjem, uspešan nastup i opstanak svojih firmi na svetskom tržištu i to tako da je rezultat interakcijskog nastupa, firma-vlada, sposobnost menjanja uslova konkurentnosti na globalnom, svetskom nivou (Kozomara, 1994, s. 50).

Dok se država bori da, obezbeđujući povoljno okruženje za razvoj konkurentnosti svojih firmi, očuva svoju ulogu i nacionalne interese, transnacionalne kompanije su rukovođene samo svojim individualnim interesima - ostvarenjem profita. U ostvarenju svojih interesa, one koriste sve konkurentske prednosti koje mogu da ostvare posredstvom stranih direktnih investicija: povoljne lokacije, niže transportne troškove, jeftinu radnu snagu, resurse, itd. Pored toga, transnacionalne kompanije su nosioci inovacija, istraživačko-razvojnih aktivnosti i novih tehnologija. One kreiraju i uvode nove tehnologije, unapređuju postojeće i vrše njihovu difuziju. U vremenu kada nauka i tehnologija postaju primarno sredstvo ostvarenja konkurentskog položaja, transnacionalne kompanije postaju dominantni akteri u međunarodnoj trgovini koji formiraju nove uslove i nova pravila konkurencije na globalnom tržištu koja se dalje diktiraju ostalima – transnacionalne kompanije postaju dominantni nosioci i kreatori globalne konkurentnosti.

1. Trendovi i promene u globalnoj konkurentnosti

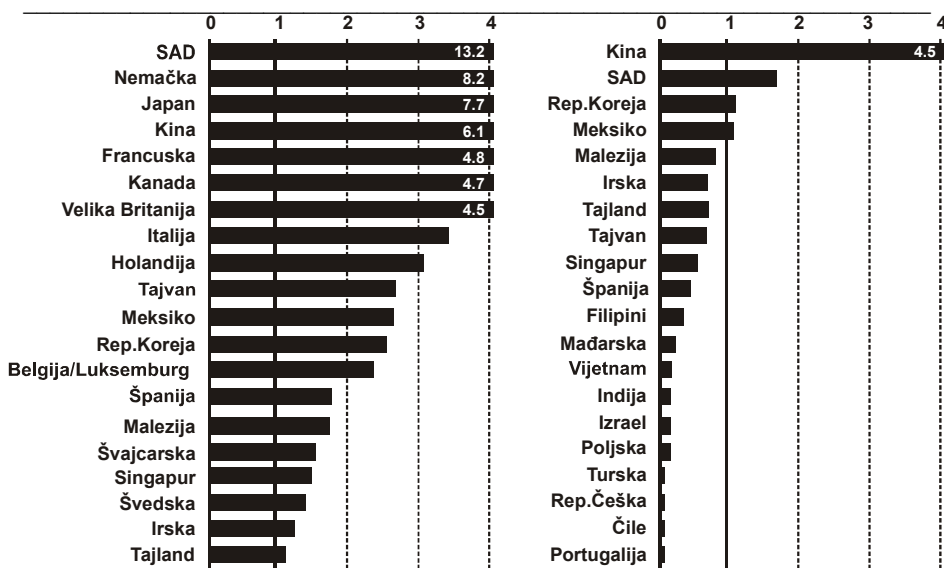
Najčešće korišćena mera konkurentnosti je ona koja se izražava preko kretanja učešća zemlje u svetskom izvozu. Činjenica je da ova mera nije potpuna i suviše je zasnovana na statističkim pokazateljima. Njome se ne iscrpljuje skala pokazatelja konkurentnosti, a oni mogu biti brojni počev od stanja trgovinskog bilansa, kretanja deviznih kurseva, stanja tehnološkog bilansa i mnogih drugih. Ali, činjenica je da je ova mera kao kvantitativni indikator najviše primenjena u konkretnim razmatranjima konkurentnosti zemlje. Udeo na tržištu, odnosno u svetskom izvozu, je veoma značajan indikator konkurentnosti. To je pokazatelj koji mnogo govori o konkurentnosti kako na nivou firme, imajući u vidu konkretan proizvod, tako i zemlje.

Ako pođemo od ove mere konkurentnosti, učešća zemlje u svetskom izvozu, stanje u svetskoj trgovini i konkurentnosti odslikava Slika 1.

Slika 1: Učešće pojedinih zemalja u svetskom izvozu u 2000. godini i promene u periodu 1985.-2000. godina (u %)

20 zemalja sa najvećim učešćem u svetskom izvozu, u 2000. godini

20 vodećih zemalja, prema rastu tržišnog učešća, u periodu 1985-2000



Izvor: UNCTAD, *World Investment Report 2002*, UN, New York and Geneva, 2002, s. 144.

Razvijene zemlje su bile i ostale najznačajniji izvoznici, što se može videti na prvoj listi Slike 1 koja prikazuje zemlje sa najvećim učešćem u svetskom izvozu. Na ovih 20 zemalja otpada preko 3/4 vrednosti svetske trgovine. Zapaža se da su najveći izvoznici razvijene zemlje, predvođene SAD, Nemačkom i Japanom. Međutim, ako se usredsredimo na one zemlje koje su, u periodu od 1985. do 2000. godine, ostvarile najznačajnije pomake u povećanju svog tržišnog učešća pojavljuje se druga lista, lista koja uglavnom sadrži zemlje u razvoju, predvođene Kinom, i uključuje jedan broj zemalja u tranziciji. Izuzev SAD, koje su na drugom mestu liste, uočava se napredak koji su ostvarile pojedine zemlje u razvoju i zemlje u tranziciji. Na prvom mestu ubedljivo je

Kina (koja je, u posmatranom periodu, povećala svoje učešće u svetskom izvozu za 4,5%), a prate je Republika Koreja, Meksiko, Malezija, Irska, Tajland, Tajvan, Singapur, Španija, Filipini, Mađarska i druge zemlje.

Rastuća tržišna učešća pokazuju dinamičnu konkurentnost (za razliku od statične konkurentnosti koja se prikazuje tržišnim učešćima u jednoj tački vremena, odnosno u jednom trenutku) i otkrivaju sposobnost zemlje da drži korak sa izmenjenim tehnološkim i trgovinskim obrascima. Treba zapaziti da na listu vodećih zemalja prema porastu tržišnog učešća nisu uključene zemlje veliki izvoznici koje nisu poboljšale svoju konkurentsku poziciju u periodu 1985.-2000. godina, što je na primer slučaj sa Japanom, čak iako su imale najveća tržišna učešća tokom celog perioda. Iako su to zemlje najveći izvoznici u apsolutnim brojkama, one nisu povećale svoje tržišno učešće, pa nisu ni prisutne na ovoj listi.

Potrebno je naglasiti da je u izvozu tržišno učešće teško steći a i teško održati. Istinska poboljšanja u međunarodnoj konkurentnosti mogu da se postignu poboljšavanjem ljudskih resursa ili upotrebom savremenih tehnologija. Sa druge strane, tržišno učešće se takođe može ostvariti zahvaljujući privremenim prednostima kao što je povlašćeni pristup tržištu, na primer tržištu radno-intenzivne, nisko-tehnološke robe. Ovi različiti faktori mogu da dovedu do rasta tržišnog učešća, s tim što će neki voditi ka održivom rastu a drugi ne.

Postavlja se pitanje kakvu su ulogu imale transnacionalne kompanije u uspehu vodećih zemalja, odnosno zemalja koje su napravile velike pomake u poboljšanju svoje izvozne konkurentnosti i kao posledica toga povećale svoja učešća na glavnim svetskim tržištima.

Odgovor na ovo pitanje zahteva podatke na nivou zemalja i kompanija koji nisu dostupni za većinu zemalja. Mada, za jedan broj njih postoje. Može se uočiti da se među vodećim zemljama prema ostvarenom porastu tržišnog učešća razlikuju dve kategorije: one koje su ostvarile tržišno učešće na svim glavnim tržištima i one čija su ostvarenja i dobiti koncentrisani na neki određeni region. Vodeće azijske zemlje su ostvarile tržišna učešća na svim glavnim tržištima (japansko, evropsko, severno-američko), dok su zemlje iz drugih regiona napredovale samo u kontekstu regionalnih tržišta. Vodeće zemlje Zapadne i Istočne Evrope su ostvarile tržišna učešća samo na evropskom tržištu, a zemlje Latinske Amerike i Kariba samo na tržištima Severne Amerike. Kina i Koreja bi, prema ovom kriterijumu, pripadale prvoj kategoriji, dok su druge zemlje u drugoj.

U narednom delu ćemo nastojati da pružimo uvid u ono šta se dešavalo u ovim zemljama i, naročito, ukažemo na ulogu transnacionalnih kompanija u poboljšanjima koja su ove zemlje ostvarile. Iz prve grupe zemalja biće posmatrana Kina, a iz druge Mađarska.

2. Trendovi i promene u konkurentnosti Kine

Impresivan rast izvoza Kine, od 26 milijardi USD u 1985. godini na 249 milijardi USD u 2000. godini, bio je praćen znatnim porastom priliva stranih direktnih investicija, od 2 milijarde USD u 1985. na 41 milijardu USD u 2000. godini. Najveći deo ovog priliva stranih direktnih investicija dolazio je iz drugih azijskih zemalja. Veliki rast izvoza ove zemlje bio je povezan sa jačanjem njene izvozne konkurentnosti na svim tržištima i odrazio se na porast tržišnog učešća zemlje u svetskoj trgovini sa manje od 2% na više od 6% za vreme ovog perioda. Ovaj porast je naročito bio izražen kod tehnološko-intenzivnih proizvoda. To se može videti u prikazanoj Tabeli 1.

Struktura izvoza Kine se takođe promenila: u 1985. godini izvoz primarnih proizvoda i na resursima baziranih industrijskih proizvoda je predstavljao 49% ukupnog izvoza dok je u 2000. godini njihov udeo opao na 12%, a udeo industrijskih proizvoda koji nisu bazirani na resursima se povećao sa 50% na 87% (Tabela 1). Može se zapaziti i to da je udeo visoko-tehnoloških proizvoda u izvozu skočio sa oko 3%, koliko je bio u 1985. godini, na oko 22% u 2000. godini. Na 10 glavnih izvoznih proizvoda ove zemlje u 2000. godini otpadalo je gotovo 42% ukupnog izvoza. Među 10 glavnih izvoznih proizvoda Kine, tri proizvoda su pripadala visoko-tehnološkim industrijama (telekomunikaciona oprema, mašine za automatsku obradu podataka i delovi i komponente za kompjutere) na koje je otpadalo 13% ukupnog izvoza.

Pitanje, koje nas zanima, je koju su ulogu imale transnacionalne kompanije u ovom rastu izvoza. Na strane filijale je otpadalo manje od 9% ukupnog izvoza Kine u 1986. godini, a u 2001. godini njihov udeo je porastao na 48% (Slika 2). Više od 90% izvoza stranih filijala činila su industrijska dobra, posebno mašine i oprema i drugi industrijski proizvodi.

EKONOMSKI HORIZONTI

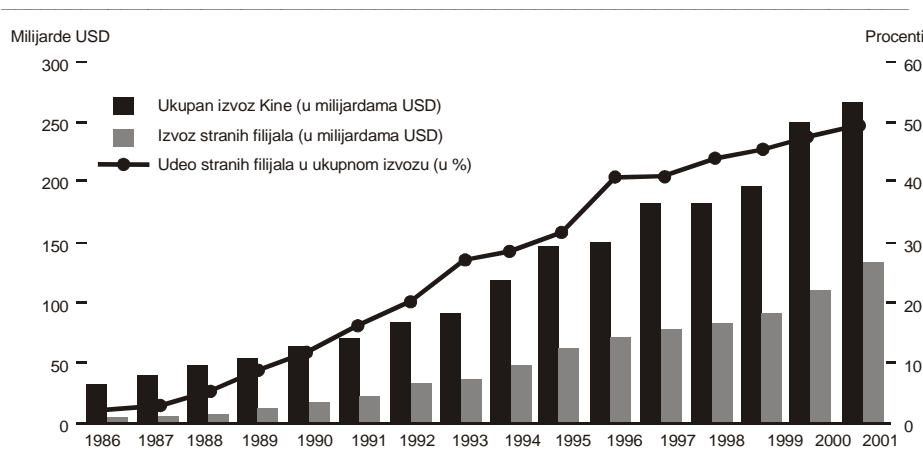
Tabela 1: Konkurentnost Kine u svetskoj trgovini, u periodu 1985.-2000. godina (u %)

Proizvod		1985	1990	1995	2000
I Udeo na tržištu		1,6	2,8	4,8	6,1
1. Primarni proizvodi		2,4	2,6	2,5	2,3
2. Ind. proizvodi bazirani na prir.resursima		1,1	1,3	2,1	2,7
3. Ind.proizvodi koji nisu bazir. na prir. resurs.		1,5	3,4	6,1	7,8
Nisko-tehnološki		4,5	9,1	15,5	18,7
Srednje-tehnološki		0,4	1,4	2,6	3,6
Visoko-tehnološki		0,4	1,4	3,6	6,0
4. Drugi proizvodi		0,7	0,7	1,4	1,8
II Struktura izvoza		100,0	100,0	100,0	100,0
1. Primarni proizvodi		35,0	14,6	7,0	4,7
2. Ind. proizvodi bazirani na prir.resursima		13,6	8,2	7,4	6,9
3. Ind.proizvodi koji nisu bazirani na prir. resursima		50,0	76,2	84,6	87,1
Nisko-tehnološki		39,7	53,6	53,5	47,6
Srednje-tehnološki		7,7	15,4	16,9	17,3
Visoko-tehnološki		2,6	7,3	14,2	22,4
4. Drugi proizvodi		1,4	0,8	1,0	1,1
III Glavni izvozni proizvodi	U	14,2	30,2	38,5	41,5
1. Oprema, igračke za bebe, igrice i sport. odeća	+	2,5	7,3	8,4	8,5
2. Obuća	+	1,2	4,6	7,2	5,5
3. Telekomunikaciona oprema	+	0,4	1,9	3,5	4,9
4. Mašine i jedinice za automat. obradu podat.	+	/	0,3	1,6	4,1
5. Razna odeća, ispletena ili heklana	+	3,6	4,4	4,1	3,9
6. Delovi i komponente za kompjutere	+	0,1	0,3	1,8	3,6
7. Razna odeća, za žene i devojke, tekstilni mat.	+/-	3,8	5,5	4,8	3,5
8. Putnička roba (koferi i sl.)	+	1,8	3,6	3,6	2,8
9. Proizvodi od plastičnih materijala	+	0,3	1,4	2,3	2,3
10. Nameštaj i delovi	+	0,5	0,8	1,3	2,3

U – grupe proizvoda kod kojih je Kina osvojila (+) ili izgubila (-) učešće na svetskom tržištu

Izvor: UNCTAD, World Investment Report 2002, UN, New York and Geneva, 2002, s. 162.

Slika 2: Učešće stranih filijala u ukupnom izvozu Kine, u periodu 1986.-2001. godina (u milijardama USD i %)



Izvor: UNCTAD, World Investment Report 2002, UN, New York and Geneva, 2002, s. 163.

Udeo izvoza stranih filijala u tehnološko-intenzivnim industrijama je porastao sa 59% u 1996. godini na 81% u 2000. godini. Mogu se navesti i neki primeri učešća stranih filijala u izvozu pojedinih proizvoda Kine:

- Elektronska kola: su ostvarila ogroman rast u izvozu između 1996. i 2000. godine, a na strane filijale je otpadao 91% njihovog izvoza u 2000. godini. Samo je *Intel* izvezao proizvode vredne preko 400 miliona USD u 2000. godini. *Samsung* je bio glavni izvoznik elektronskih kola kao i potrošne elektronike;
- Mašine za automatsku obradu podataka: na strane filijale je otpadalo 85% njihovog izvoza u 2000. godini. *IBM* je sam ostvario izvoz u vrednosti od 1.5 milijardi USD, dok su *Seagate* i *Epson* ostvarili svaki po 1 milijardu USD;
- Mobilni telefoni: izvoz ovih proizvoda je, od 1996. do 2000. godine, 6 puta povećan. Na strane filijale je otpadalo 96% kineskog izvoza ovih proizvoda u 2000. godini (Tabela 2). Filijale *Motorola-e*, *Nokia-e*,

Ericsson-a i *Siemens*-a su bile glavne snage ove ekspanzije. Samo Motorola je u 2000. godini ostvarila izvoz u vrednosti većoj od 1 milijarde USD.

Nasuprot tome, kineska domaća preduzeća su dominirala u nisko-tehnološkom sektoru, naročito u izvozu igračaka, putnih torbi i konca i tkanina.

Tabela 2: Udeo domaćih kompanija i stranih filijala u izvozu odabranih proizvoda Kine u 1996. i 2000. godini (u milionima USD i %)

Vrsta robe	Ukupno		Domaće kompanije		Strane filijale	
	1996	2000	1996	2000	1996	2000
Predivo i tkanine						
Vrednost	4 547	5 900	3 441	4 223	1 107	1 677
Procenat	100	100	76	72	24	28
Igračke						
Vrednost	5 473	8 293	2 979	4 594	2 494	3 699
Procenat	100	100	54	55	46	45
Putne torbe						
Vrednost	2 653	3 767	1 461	2 361	1 192	1 406
Procenat	100	100	55	63	45	37
Elektronska kola						
Vrednost	996	4 105	216	288	781	3 817
Procenat	100	100	22	7	78	93
Mašine za obradu podataka, kancelar. mašine						
Vrednost	5 391	16 547	940	2 551	4 451	13 996
Procenat	100	100	17	15	83	85
Mobilni telefoni						
Vrednost	487	2 931	37	108	450	2 823
Procenat	100	100	7	4	92	96

Izvor: UNCTAD, World Investment Report 2002, UN, New York and Geneva, 2002, s. 166.

Izvozna aktivnost stranih filijala u Kini može biti dokumentovana na nivou kompanija posmatranjem 80 vodećih stranih filijala u ovoj zemlji u 2000. godini. Na izvoz samo ovih kompanija, odnosno njihovih filijala lociranih u Kini, otpadalo je 10% ukupnog izvoza iz Kine. Većina ovih kompanija je bila koncentrisana u industrijama elektronike i telekomunikacija.

Kina je zemlja koja nesumnjivo ima prednosti veličine i rasta svog domaćeg tržišta i obilne raspoloživosti jeftinom radnom snagom. Druge prednosti koje Kina nudi su mreže isporučioaca koje veoma brzo rastu, odnosno brojni klasteri domaćih i stranih firmi koje mogu da obezbede širok niz usluga i zaliha i tako omogućće transnacionalnim kompanijama da posluju efikasno, u okviru svake investicione lokacije, smanjujući na taj način značajno logističke troškove.

Postoje neki dokazi koji ukazuju da se domaći sadržaj pojačava i da se dešava poboljšanje industrije u Kini. Domaća komponenta koja se odnosi na dobavljače raste u broju, gustini i kapacitetu, naročito u industrijskim klasterima duž priobalnih područja. Zato su mnoge lokalne vlasti i preduzetnici, naročito duž ovih obalskih područja, učinile posebne napore da izgrade klastere dobavljača saradjući sa transnacionalnim kompanijama u nekoj određenoj industriji. Tako je, na primer, udeo lokalnog snabdevanja u ukupnim kupovinama japanskih filijala u industrijskom sektoru porastao sa 35% u 1993. godini na 42% u 1999. godini (UNCTAD, 2002, ss 164-165).

Udeo visoko-tehnoloških industrija u ukupnim stranim direktnim investicijama brzo se povećavao izazivajući poboljšanja industrije ove zemlje. Visoko-tehnološke transnacionalne kompanije su osnovale preko 100 centara za istraživanje i razvoj, uglavnom u Šangaju (*Shanghai*) i Bejingu (*Beijing*). Na primer, *Motorola* je osnovala 18 istraživačko-razvojnih centara u oblasti elektronike, a *Mikrosoft* tri. Postojanje značajne istraživačko-razvojne infrastrukture (posebno visoko kvalifikovanih istraživača) privuklo je istraživačko-razvojne centre. Ovi centri su imali značajnu ulogu u pojačavanju inovativnih sposobnosti stranih filijala i poboljšavanju njihovih aktivnosti. U isto vreme, domaće firme su postajale sve više izvozno-orijentisane i pele su se na tehnološkoj lestvici. Veliki broj visoko-tehnoloških izvozno-orijentisanih stranih filijala je sprovodio zajednička ulaganja sa domaćim firmama, što je takođe doprinosilo pozitivnim efektima.

Ostvarenom porastu stranih direktnih investicija i aktivnosti transnacionalnih kompanija u Kini doprineli su brojni faktori. Od 1980-tih, politike stranih direktnih investicija u Kini su bile u potpunosti proaktivne na oba nivoa: i na

centralnom i na nivou unutrašnjih oblasti i gradova. Glavni elementi ovih politika obuhvatali su usmeravanja:

- privrednih grana (pravljena je razlika između tri kategorije: one u kojima strane direktne investicije treba ohrabrivati, ograničavati ili potpuno zabranjivati),
- podsticaja (koji su se posebno odnosili na visoko-tehnološke i izvozno-intenzivne grane), i
- ekonomskih i tehnoloških zona razvoja (koja su se uglavnom odnosila na izvozno-orijentisane industrijske transnacionalne kompanije, naročito u oblasti visoke tehnologije).

Kina početkom XXI veka ima na stotine izvozno-proizvodnih zona, razvojnih zona, industrijskih parkova i naučnih i tehnoloških zona. One su osnovane da privuku ne samo strane investitore već i domaće kompanije.

3. Trendovi i promene u konkurentnosti Mađarske

Kao i u slučaju Kine, visoki izvozni rezultati Mađarske bili su praćeni velikim porastom priliva stranih direktnih investicija. Izvoz se gotovo utrostručio, sa 10 milijardi USD u 1990. godini (godini kad je ova privreda počela da se otvara) na 28 milijardi USD u 2000. godini. Istovremeno, prilivi stranih direktnih investicija su se u ogromnoj meri povećali, sa 311 miliona USD u 1990. godini na 1,6 milijardi USD u 2000. godini. Tržišno učešće Mađarske u Zapadnoj Evropi, njenom glavnom tržištu, se utrostručilo, sa 0,3% povećalo se na 0,9%. To se može videti iz Tabele 3. Struktura njenog izvoza na ovo tržište se takođe drastično promenila: udeo primarnih proizvoda i industrijskih proizvoda baziranih na resursima u ukupnom izvozu pao je sa 60% u 1985. godini na 14% u 2000. godini, dok je udeo industrijskih proizvoda koji se ne baziraju na resursima povećan sa 39% u 1985. na 85% u 2000. godini. Udeo visoko-tehnoloških izvoznih proizvoda povećao se značajno, sa 4% u 1985. na više od 25% u 2000. godini. Srednje-tehnološki izvozni proizvodi takođe su povećali svoj značaj, pomerajući svoj udeo od približno 13% u 1985. na 45% u 2000. godini. Ova promena u konkurentnosti se odrazila na kategorije izvoznih proizvoda uključene u listu prvih 10 izvoznih proizvoda Mađarske. Na njih otpada polovina izvoza zemlje. Osam proizvoda od ovih deset je iz oblasti elektronske i industrije automobila. O ovome svedoče podaci u narednoj Tabeli 3:

EKONOMSKI HORIZONTI

Tabela 3: Konkurentnost Mađarske na tržištu Zapadne Evrope, u periodu 1985-2000

Proizvod		1985	1990	1995	2000
I Udeo na tržištu		0,3	0,3	0,5	0,9
1. Primarni proizvodi		0,3	0,5	0,4	0,4
2. Ind. proizvodi bazirani na prir.resursima		0,4	0,5	0,5	0,5
3. Ind.proizvodi koji nisu bazirani na prir.resursima		0,2	0,3	0,5	1,1
Nisko-tehnološki		0,4	0,5	0,8	0,8
Srednje-tehnološki		0,1	0,2	0,5	1,3
Visoko-tehnološki		0,1	0,1	0,4	1,1
4. Drugi proizvodi		0,1	0,2	0,2	0,1
II Struktura izvoza		100,0	100,0	100,0	100,0
1. Primarni proizvodi		26,9	20,8	10,5	4,5
2. Ind. proizvodi bazirani na prir.resursima		32,9	27,1	18,4	9,8
3. Ind.proizvodi koji nisu bazirani na prir.resursima		39,2	50,5	70,0	85,1
Nisko-tehnološki		22,6	27,2	25,9	14,9
Srednje-tehnološki		12,7	18,2	32,6	44,9
Visoko-tehnološki		3,9	5,1	11,6	25,2
4. Drugi proizvodi		1,0	1,6	1,0	0,6
III Glavni izvozni proizvodi	U	2,8	4,9	23,9	50,2
1. Klipni motori sa unutraš.sagorevanjem i delovi	+	0,1	0,1	7,2	12,4
2. Mašine za automatsku obradu podataka	+	0,1	0,0	1,0	10,1
3. Putnička motorna vozila	+	0,0	0,1	1,8	6,6
4. Zvučna oprema, mašine i sl.	+	0,0	0,0	1,1	3,4
5. Telekomunikaciona oprema	+	0,2	0,9	2,4	3,4
6. Oprema za distribuciju električne energije	+	0,1	1,1	3,7	3,3
7. Delovi i komponente za motorna vozila	+	0,3	0,5	2,0	3,1
8. Delovi i komponente za mašine za AOP	+	0,1	0,2	0,9	2,8
9. Električne mašine i aparatura	+	1,7	1,5	3,1	2,7
10. Televizori	+	0,1	0,5	0,9	2,4

U – grupe proizvoda kod kojih je Mađarska osvojila (+) ili izgubila (-) učešće na tržištu Zapadne Evrope

Izvor: UNCTAD, World Investment Report 2002, UN, New York and Geneva, 2002, p. 169.

Glavne snage rasta izvoza Mađarske činile su transnacionalne kompanije, obzirom da su ostvarile 4/5 izvoza ove zemlje u 1999. godini. U 2000. godini preko 50% osnovnih sredstava u privredi Mađarske bilo je vlasništvo inostranih kompanija, a preko 2/3 ukupnog izvoza Mađarske bio je izvoz inostranih filijala lociranih u ovoj zemlji (Kovačević, 2002, s. 125). Naročito značajnu ulogu su imale filijale locirane u izvozno-proizvodnim zonama, koje su, neprekidno povećavajući svoj izvoz između 1996. i 2000. godine, dostigle i ostvarile polovinu izvoza stranih filijala i 45% ukupnog izvoza Mađarske.

Prvih 10 proizvoda koje Mađarska izvozi na svetsko tržište proizvode transnacionalne kompanije. U 1999. godini, sedam od tih deset su proizvele strane filijale same, a preostala tri delimično (UNCTAD, 2002, ss 288-289, Aneks A.VI.2 i A.VI.3).

Na vodećih 50 stranih filijala otpadalo je 44,5% ukupnog izvoza Mađarske u 2000. godini. Među industrijama u kojima su one prisutne ističu se:

- automobilska industrija, u kojoj su *Audi/Volkswagen* (sa preko 3 milijarde USD ostvarenih u izvozu Mađarske), *Opel/GM* i *Suzuki* kao i proizvođači delova *Delphi* i *ZF*, među glavnim izvoznicima Mađarske;
- i elektronika, u kojoj *IBM* i *Philips* ostvaruju izvoz svaki preko 2 milijarde USD, a prate ih *GE*, *Flextroniks* i *Samsung* (UNCTAD, 2002, s. 171, Tab. VI.11).

Dinamičnom rastu priliva stranih direktnih investicija i broja i aktivnosti stranih filijala u ovoj zemlji doprineo je niz prethodno preduzetih mera. Mađarska je bila jedna od prvih zemalja u tranziciji koja je aktivno tragala za stranim direktnim investicijama, odnosno politikom dopunjenom inovativnim režimom izvozno-proizvodnih zona. Sporazum sa Evropskom Unijom dozvolio je Mađarskoj preferencijalni pristup na njeno glavno tržište, naročito domaćih montažnih proizvoda. Međutim, ono što, takođe, karakteriše ovu zemlju jeste njena visoka zavisnost od stranih filijala lociranih u izvozno-proizvodnim zonama koja podiže rizik da te aktivnosti ne budu duboko ugrađene u domaću privredu. Novi izazov koji se postavlja pred politiku ove zemlje je da poboljša domaće kapacitete i privuče strane filijale i njihove aktivnosti koje će uspostaviti čvršće veze sa domaćim dobavljačima i biti više ugrađene u domaću privredu.

Zaključak

Savremenu svetsku privredu karakterišu značajne promene u globalnoj konkurentnosti. Nosioци tih promena su transnacionalne kompanije koje širenjem svog poslovanja ostvaruju konkurentnost u globalnim razmerama. Transnacionalne kompanije su dominantni nosioci globalne konkurentnosti i kreatori njenih promena. Osnivanjem filijala u drugim zemljama one utiču na konkurentnost matičnih zemalja i na konkurentnost zemalja domaćina svojih filijala.

Značajne promene u globalnoj konkurentnosti, koje su nastale pod uticajem transnacionalnih kompanija, ogledaju se u tome da se kao vodeće zemlje na svetskom tržištu, prema ostvarenom porastu tržišnog učešća, javljaju zemlje u razvoju i zemlje u tranziciji koje su domaćini velikog broja filijala transnacionalnih kompanija.

Izvršena analiza stanja u svetskoj trgovini i konkurentnosti pokazuje vrlo izraženo povećanje ili smanjenje učešća pojedinih zemalja u svetskom izvozu. Učešće zemlje u svetskom izvozu, korišćeno kao mera konkurentnosti, govori da dolazi do pada konkurentnosti razvijenih zemalja. Razvijene zemlje jesu bile i ostale su najznačajniji izvoznici, ali u pogledu povećanja svog učešća u svetskom izvozu one dosta zaostaju za zemljama u razvoju. Razlozi, dobrim delom, leže u tome što su transnacionalne kompanije vremenom sve više umesto klasičnog izvoza forsirale podizanje filijala u sve većem broju zemalja i obavljanjem proizvodnje u njima osvajale tržišta zemalja u kojima se one nalaze ali i tržišta drugih zemalja. Zbog toga se cifre o padu učešća pojedinih razvijenih zemalja u svetskom izvozu mogu dobrim delom objasniti sve većom orijentacijom njihovih kompanija na osvajanje stranih tržišta preko proizvodnje u filijalima u stranim zemljama, a ta proizvodnja i izvoz iz filijala statistički se pripisuje zemljama gde se nalaze filijale.

Za razliku od razvijenih zemalja, jedan broj zemalja u razvoju i zemalja u tranziciji, je značajno povećao svoja tržišna učešća i poboljšao svoju konkurentsku poziciju. Analiza sprovedena u radu na primeru dve zemlje, Kine i Mađarske, pokazuje da je sa rastom priliva stranih direktnih investicija i dolaskom velikog broja filijala stranih transnacionalnih kompanija, znatno porastao izvoz ovih zemalja. Strane filijale su dovele do značajnog rasta izvoza

pojedinih proizvoda ovih zemalja i do značajnog porasta učešća ovih zemalja u svetskom izvozu.

Veliki rast izvoza Kine bio je povezan sa jačanjem njene konkurentnosti na svim tržištima i odrazio se na rast tržišnog učešća zemlje u svetskoj trgovini, naročito kada su u pitanju tehnološko-intenzivni proizvodi. Kolika je bila uloga transnacionalnih kompanija u ovom rastu izvoza govori činjenica da su u ukupnom izvozu Kine strane filijale učestvovala sa 48% u 2001. godini. Nezavisno od toga, kineska domaća preduzeća su se razvijala, posebno ona u nisko-tehnološkom sektoru. Pored toga, značajna pažnja je posvećena povezivanju domaće privrede sa aktivnostima transnacionalnih kompanija. Domaći dobavljači su saradivali sa filijalama transnacionalnih kompanija u pojedinim industrijama, stvarali su se klasteri domaćih i stranih firmi koji su opsluživali transnacionalne kompanije, transnacionalne kompanije su osnivale niz istraživačko-razvojnih centara, strane filijale su ulazile u zajednička ulaganja sa domaćim firmama, domaće firme su postajale sve više izvozno-orijentisane - što je sve zajedno dovelo do određenih poboljšanja u privredi Kine. Zahvaljujući proaktivnim politikama stranih direktnih investicija u Kini se radilo na ugrađivanju aktivnosti transnacionalnih kompanija u nacionalnu privredu i izvlačenju koristi i pozitivnih efekata iz aktivnosti filijala transnacionalnih kompanija na razvoj domaće privrede.

Za razliku od Kine, veliki rast izvoza Mađarske bio je povezan sa poboljšanjem njene konkurentnosti i povećanjem tržišnog učešća (ne na svim glavnim tržištima, kao u slučaju Kine, već), pre svega, u Zapadnoj Evropi, njenom glavnom tržištu, naročito kada su u pitanju (sada kao i u slučaju Kine) tehnološko-intenzivni proizvodi. Glavne snage rasta izvoza Mađarske, koje su ostvarile 4/5 izvoza ove zemlje u 1999. godini, su transnacionalne kompanije. Međutim, filijale transnacionalnih kompanija locirane u izvozno-proizvodnim zonama (kojih takođe u velikom broju ima i u Kini) su, u slučaju Mađarske, imale naročito značajnu ulogu. Obzirom da izvozno-proizvodne zone karakteriše određena izolovanost od domaće privrede, u privredi Mađarske aktivnosti filijala transnacionalnih kompanija ne bivaju ugrađene i povezane sa domaćom privredom, kao što je to ostvareno u slučaju Kine, tako da bi se u toj meri mogli ostvarivati pozitivni efekti od saradnje sa transnacionalnim kompanijama. Visoka zavisnost zemlje od stranih filijala lociranih u izvozno-proizvodnom zonama podiže rizike za tu zemlju i ovo pitanje čini važnim za politiku zemlje kao i pitanje poboljšanja domaćih kapaciteta.

Zato nastojanja zemalja da ostvare rast izvoza, rast tržišnih učešća i poboljšanja konkurentnosti, nemaju samo svoju kvantitativnu dimenziju koja se meri samo porastom ovih pokazatelja, već imaju i kvalitativnu dimenziju koja se meri kvalitetom tog rasta: načinom njegovog ostvarenja i mogućnošću njegovog održanja.

Potencijalne koristi od aktivnosti transnacionalnih kompanija su još uvek daleko od svoje pune iskorišćenosti i rastu. Tehnologije se menjaju, postupci i radnje su sve više deljivi, granice šta je unutrašnje a šta spoljašnje za firme, takođe, se menjaju. Velike razdaljine i opadajući troškovi njihovog savladavanja šire mapu mogućih lokacija. Nove aktivnosti se pridružuju talasu globalizacije, uključujući mnoge iz zemalja u razvoju i zemalja u tranziciji. Izazov za zemlje koje bi da poboljšaju svoju konkurentnost u saradnji sa transnacionalnim kompanijama je kako da uspostave vezu sa međunarodnim sistemom proizvodnje ovih firmi i kako da ostvare koristi od toga.

Reference

1. Kovačević, Mladen, Međunarodna trgovina, 2002, *Ekonomski fakultet, Beograd.*
2. Kozomara, Jelena, Tehnološka konkurentnost, 1994, *Ekonomski fakultet, Beograd.*
3. Kozomara, Jelena, Spoljnotrgovinsko poslovanje, 2003, *Međunarodni naučni forum "Dunav-reka saradnje", Beograd.*
4. Porter, Michael E., "The Competitive Advantage of Nations", Harvard Business Review, *March-April 1990, Number 2, Vol. 68, Boston, Massachusetts.*
5. Vidas-Bubanja, Marijana, "Redefinisanje komparativnih prednosti i konkurentnosti – uloga tehnološkog faktora", *Ekonomski anali, br. 115, januar-mart 1993, Ekonomski fakultet, Beograd, str. 118-131.*
6. UNCTAD, World Investment Report 2000, *UN, New York and Geneva, 2000.*
7. UNCTAD, World Investment Report 2002, *UN, New York and Geneva, 2002.*