

INCREASING OF NATIONAL COMPETITIVENESS AND POSSIBILITY OF APPLYING 'PORTER'S MODEL FIVE FORCES'

POVEĆANJE NACIONALNE KONKURENTNOSTI I MOGUĆNOST PRIMJENE „PORTEROVOG MODELA PET SILA“

Andjelko S.Lojpur¹, Anja A.Lojpur

¹Ekonomski fakultet Podgorica

Abstract: *In this paper is emphasized significance of different understanding of national economy competitiveness. Withal, it is given preview of countries, with emphasize on countries in transition, considering achieved level of competitiveness. Besides, it is presented practic appliance of 'Porter's model Five forces' on the example of „Starbucks“company.*

Key words: *Competitiveness, Porter's model Five forces, Management, Factor of the Competitiveness, Business strategy.*

Apstract: *U radu je ukazano na značaj drugačijeg poimanja konkurentnosti nacionalne ekonomije. Ujedno, dat je pregled pojedinih zemalja, sa naglaskom na zemlje u tranziciji, s obzirom na dostignuti nivo konkurentnosti. Pored toga, prezentirana je i praktična primjena „Porterovog modela pet“ sila na primjeru kompanije „Starbucks“.*

Ključne riječi: *konkurentnost, Porterov model pet sila, menadžment, faktori konkurentnosti, poslovne strategije.*

1. UVOD

Savremena preduzeća su suočena sa rastućom konkurencijom, posebno u dijelu njihove djelatnosti koji se odnosi na internacionalizaciju poslovanja. Sve intenzivnija konkurencija prijeti opstanku, kako preduzećima koja nisu u stanju da se transformišu, tj. da budu inovativna, produktivna i sposobna da odgovore pritiscima iz okruženja, tako i čitavim nacionalnim ekonomijama.

Globalizacija, kao i sve prisutnije inovacije na polju tehnologije bitno su promijenile pravila igre na svjetskom tržištu i uvele novine u poslovnoj orijentaciji preduzeća. Borba za osvajanje tržišnog prostora postaje sve agresivnija i dinamičnija. Na tržištu opstaju i uspijevaju samo ona preduzeća koja su dostigla visok nivo fleksibilnosti i inovativnosti što je rezultiralo postizanjem konkurentske prednosti. Biti konkurentan na globalnom tržištu znači izaći maksimalno u susret potrošaču po pitanju kvaliteta proizvoda i usluge, i to brže od ostalih konkurenata sa tržišta. Istovremeno, pojava globalizacije ne samo što je maksimalno zaoštrila konkurenciju preduzeća i država na svjetskom tržištu, nego je težište sa cjenovnih pomjerila ka necjenovnim faktorima konkurentnosti.

Ovaj rad koncipirali smo na način da u prvom dijelu pojasnimo pitanja koja se tiču potpunijeg poimanja i značaja konkurentnosti nacionalne ekonomije i kontinuiteta njenog povećanja. Pored toga, u radu smo prezentirali praktičnu primjenu Porterovog modela „pet sila“ i isti primjenili na primjeru kompanije „Starbucks“.

2. ZNAČAJ POSTIZANJA KONKURENTSKE PREDNOSTI ZA NACIONALNU PRIVREDU

„Preduzeće ima konkurentsku prednost ako uspijeva da njegova profitabilnost bude veća od prosječne profitabilnosti preduzeća u toj industriji, tokom određenog vremenskog perioda.”

*Michael
E.Porter¹*

Usponi i padovi pojedinih nacionalnih ekonomija, tj. njihova ciklična kretanja su potvrdila da ne postoje privrede koje osobine konkurentnosti i prestiž iskazuju i mogu ostvarivati u svim privrednim granama i njihovim segmentima u dugom roku. Tok međunarodnih ekonomskih odnosa i dinamičnost internacionalne konkurentnosti uzrokuju promjenu i utiču na gubljenje starih, kao i na osvajanje, usavršavanje i poboljšavanje novih konkurentskih pozicija. Konkurentnost je već odavno na nacionalnom nivou postala jedna od najaktuelnijih briga i podjednako zaokuplja kako nerazvijene, tako i one privredno najrazvijenije zemlje. To je i neophodan uslov da privreda neke države kao cjelina održi i unapređuje konkurentne pozicije u svetskoj privredi.

Danas se u literaturi pronalaze brojne i veoma različite definicije konkurentnosti, pri čemu se često i ne pravi jasna razlika između makro i mikro konkurentnosti. Tako se, kada je u pitanju makro dimenzija, makro konkurentnost odnosi na konkurentnost jedne privrede, odnosno na njenu sposobnost da proizvodi i distribuira robu na način kojim se povećava životni standard stanovništva. S druge strane, mikro konkurentnost odnosi se na konkurentnost preduzeća i znači njegovu relativnu efikasnost, odnosno sposobnost da prodaje svoje proizvode i usluge na tržištima u kojima je prisutna međunarodna konkurencija. Pri tome se sve više insistira na sticanju i zadržavanju konkurentne prednosti, što se svodi na potrebu da se pronađe neki aspekt proizvoda koji određenom ponuđaču omogućuje sticanje prednosti na tržištu u odnosu na njegovu konkurenciju². Nema dileme da se ovdje radi o dva međusobno uslovljena aspekta jednog istog pitanja. Tako, M.Porter, prilikom saopštavanja posljednjih rezultata (*World Economic Forum, 2007-2008*)

ističe sljedeće: “Mnoge zemlje su ostvarile uspjeh otvarajući se prema svjetskoj ekonomiji, stabilizovanjem makroekonomskih politika i otklanjanjem unutrašnjih barijera za konkurenciju. Naša saznanja pokazuju potrebu da se izgradi potporni dio mikroekonomske konkurentnosti koji će pomoći da se pomenuta nastojanja okrenu ka održivom prosperitetu”.

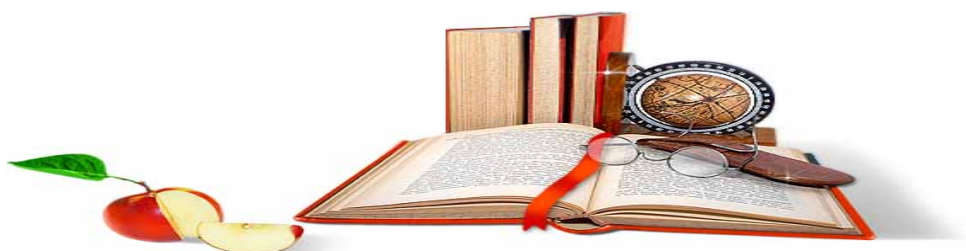
Jedna od mogućih definicija konkurentnosti privrede jedne zemlje je, da ona predstavlja sposobnost jedne nacionalne privrede, da najracionalnije uposlji raspoložive resurse u skladu sa međunarodnom specijalizacijom, tako da omogući porast društvenog proizvoda i životnog standarda. To svakako predstavlja i mjeru sposobnosti jedne nacionalne privrede da u slobodnim i ravnopravnim uslovima proizvede robe i usluge koje prolaze test međunarodnog tržišta, uz istovremeno zadržavanje i dugoročno povećanje realnog dohodka stanovništva.

Kada je u pitanju konkurentna prednost na nivou nacije, M.Porter je identifikovao četiri atributa države ili regiona koji pojedinačno i kao sistem sačinjavaju tzv. „dijamant” regionalne produktivnosti, a to su: a) uslovi faktora proizvodnje, b) uslovi tražnje, c) povezane firme ili industrije i d) strategija preduzeća, struktura i rivalitet. Ono što je bitno istaći je da „dijamant” funkcioniše kao sistem u kome svaka determinanta pojačava druge, što izaziva stalno unapređivanje i promjene u čitavom sistemu. Zbog međusobne povezanosti u dijamantu, u državama rijetko kada postoji samo jedna konkurentna industrija, obično se stvara okruženje u kojem se razvijaju klasteri koji se međusobno podržavaju. Ujedno, preduzeća iz pojedinih zemalja imaju najviše šanse da uspiju na međunarodnom planu u onim industrijama ili njihovim segmentima za koje su ove četiri determinante (nacionalni dijamant) najpovoljnije. Takođe, brojna istraživanja pokazala su na postojanje jake veze između intenzivne domaće konkurencije i stvaranja i održavanja nacionalne konkurentne prednosti.

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----**

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET**



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com