

Ниво националне конкурентности и улога стратегијског менаџмента у креирању конкурентске предности

Владимир Митровић, Ивана Митровић

Sadržaj — Нове привреде организују се око светских мрежа капитала, управљања и информација, чија је основа технолошка. При томе и све веће динамизирање међународне трговине и појава агресивније конкуренције на компетитивном и глобалном тржишту мењају правила игре и позиције које поједини чиниоци имају у креирању конкурентске предности на светском тржишту. Уствари технолошки развој, иновације, знање и вештине постали су одлучујућа сила укупног, па и економског развоја. Сматра се да се креирањем конкурентног пословног окружења и дефинисањем јасних правила за учеснике на тржишту, ствара стимулативно пословно окружење у коме главну улогу и одговорност за успехе на глобалном тржишту преузимају привредни субјекти, односно њихов стратегијски менаџмент. Имајући у виду да је укључивање у глобалне светске токове и даље приоритетан циљ економске политике Србије и да ће се у том правцу предузимати конкретне мере, реално је очекивати интензивнији развој привреде Србије у наредном периоду. У том смислу конкурентност наше привреде нема сумње у значајној мери биће одређен знањем и вештинама наших лидера и менаџера, односно могућностима да они проактивније реагују, стратегијски размишљају и делују на дешавања која се манифестују у релевантном окружењу.

Кључне riječi — фактори конкурентности, конкурентност, промене, пословање, стратегијски менаџмент.