
Saša
POLJANEC-BORIĆ

MENADŽERSKO-
PODUZETNIČKA
KONKURENTNOST
U TRANZICIJSKIM
DIJELOVIMA GLOBALNE
EKONOMIJE: TEORIJSKI
OKVIR I EMPIRIJSKI UVID

Predmet ove rasprave su: tranzicijsko poduzetništvo, globalizacija i razvoj konkurentnosti u Srednjoj i Jugoistočnoj Europi, a time i u Hrvatskoj. Razlog za to je činjenica da ovaj dio Europe, od 1989. godine, prolazi kroz duboke promjene koje, istodobno, potiču gospodarsku homogenizaciju na načelima privatnog vlasništva i tržišne ekonomije i političku integraciju, na načelima: a) “zajedničkih stečevina” (*acquis communautaire*)¹ i b) zajedničke imigracijske i obrambene politike. Zbog toga se može reći da je proces promjena kroz koji trenutačno prolazi Srednja, Jugoistočna i Istočna Europa najkompleksniji od svih globalnih tranzicija, jer pored *tranzicijske preobrazbe nacionalnih gospodarstava* uključuje i *povijesnu preobrazbu nacionalnih institucija*.

Nije nevažno naglasiti da prvi proces *uključuje*, a drugi *isključuje* područje *Ruske Federacije, što objašnjava veliku kulturnu premoć zapadnoeuropskih institucija u upravljanju procesom*. Činjenica, pak, da se procesom obuhvaća i države kao što su Rumunjska i Bugarska, koje su tradicionalno bile pod *ruskim kulturnim i političkim utjecajem* te da se, u kontekstu europskih integracija, govori i o turskom ulasku u Europsku uniju, upućuje na zaključak da se radi *o jedinstvenu povijesnom i kulturnom projektu* utemeljenu na baštini *francuskog republikanizma* u kojem je *državljanstvo*, a ne ekonomski status ili vjera ključ za ostvarivanje - *ljudskih prava*.

Nema, pritom, nikakve sumnje da *ekonomska homogenizacija na temeljima tržišta i privatnog vlasništva na čitavom prostoru Euroazije teče brže od institucionalne preobrazbe*. Neposredni dokaz za ovu tezu je činjenica da je *Europska unija*, već od 2002. godine, potvrdila da je *Ruska Federacija* potpuno razvijena tržišna ekonomija (UNECE, CTIED, 2004.), iako je sasvim izvjesno da je *institucionalni kapacitet* ove zemlje da osigura ravnopravne uvjete tržišnog poslovanja državnom i privatnom sektoru još uvijek nizak (Kikeri, Nellis, 2001.; Estrin, Bennett,

Urga, Law, 2004.; Stiglitz, 2004.). Istodobno *Hrvatska*, koja već dugo vremena pripada krugu razvijenijih tržišnih ekonomija Srednje Europe, još uvijek nije *ni započela pregovore o političkoj integraciji u Uniju*.

Ova, pak, *dinamička asimetrija* u kojoj se *tržišni akteri*, na temeljima delegitimirane totalitarne institucionalne baštine (Rogić, 2000.), stvaraju brže od institucionalnog kapaciteta nacionalnih država da tržište *reguliraju* sukladno temeljnim načelima “zajedničkih stečevina” (acquis communautaire) stvara na Istoku Europe *društvenu stvarnost* koju sociolozi, primjerice u Hrvatskoj, definiraju kao *“politički kapitalizam”* (Županov, 2002.). Razložno je prihvatiti da tako određena društvena stvarnost, strukturno promatrano, nastaje zbog velikog transakcijskog troška koji, u uvjetima niskih stopa rasta u Istočnoj Europi, stvara *“dekomisija socijalizma”* (Županov, 2002., 72) a upravo u takvom institucionalnom ambijentu nastaju poduzetničko-menadžerske profesionalne skupine koje su predmet ovog rada. Iako su te skupine, s jedne strane, *politički favorizirane, jer su glavni socijalni akteri tržišne reforme*, one su istodobno u bitnoj strukturnoj “defanzivi” jer im: a) *manjka iskustvo* i profesionalna zrelost, s obzirom da nisu bile *legitimni dio prethodne (“paradoksalne”)² socio-profesionalne strukture*, b) nemaju podršku *povijesnog tržišnog institucionalnog okvira,³* pa ih stoga u poslovanju muče dvostruki problemi: a) *“nesavršenosti tržišta”* i b) *“nesavršenosti države”* (Stiglitz, 2000.). Zbog toga je razložno istražiti što, zapravo, u uvjetima globalizacije znači stjecati menadžersko-poduzetničku konkurentnost, imajući u vidu činjenicu da poslovanje u tranzicijskim sredinama nužno podrazumijeva *asimetrične kapacitete za ulaz na globalno tržište*.

No čak ni pojmovi *asimetrije i globalnosti nisu tako jasni* kako to često, na prvi pogled, izgleda. Stoga je posebno bitno prethodno pojasniti: a) što u ekonomskom smislu znači pojam *globalizacije* i što čini *geometriju “globalne asimetrije”* (Castells, 2000.), b) što je u *tranziciji* temeljni problem za *razvoj konkurentnosti*, c) kakvi su *stavovi lokalnih menadžera i poduzetnika* u malim i srednjim poduzećima o poslovnim performansama i perspektivama *u sadašnjim uvjetima u Hrvatskoj*.

U tom će se smislu ovaj rad sastojati od tri dijela. U prvom će se dijelu raspravljati o relevantnim ekonomskim obilježjima “globalizacije”. Drugi će dio biti posvećen strukturnoj analizi konkurentskog “algoritma” i utjecajima koju ta analiza ima za upravljanje ekonomskim razvojem u tranzicijskim uvjetima. Napokon, u trećem će se dijelu analizirati rezultati istraživanja koje je Institut društve-

nih znanosti Ivo Pilar proveo tijekom 2004. godine u Hrvatskoj na uzorku od 443 ispitanika, menadžera i poduzetnika u malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj. Pritom je smisao rasprave upozoriti na neka *bitna strukturna određenja globalizacije*, kako bi se one mogle uzeti u obzir pri definiranju *političke podrške* lokalnim poduzetnicima u Hrvatskoj radi postizanja *nacionalne konkurentnosti* u uvjetima *europskih integracija*.

ŠTO JE GLOBALIZACIJA U EKONOMSKOM SMISLU?

“Globalizacija” je pojam koji obilježava mnogo stvari, a znakovito je da je neki prihvaćaju s *izrazitim odobravanjem* (Bhagwati, 2004.), drugi je *smatraju novom vrstom tiranije* (Bourdieu, 2003.), dok treći tvrde da njome treba pažljivo upravljati jer izaziva *mnoge dvojbe* (Stiglitz, 2004.). Jasno je, stoga, da globalizacija nije homogeni termin te da je moguće razlikovati najmanje tri njezina vida: *kulturnu, komunikacijsku i ekonomsku* globalizaciju. U tom je smislu za ovaj rad značajno upozoriti da ekonomisti i sveučilišna zajednica općenito ekonomsku dimenziju globalizacije u načelu podržavaju, određujući je, prije svega, kao *polugu za rast blagostanja* (Bhagwati, 2004.; OECD, 2002.; World Bank, 2002.), pod uvjetom da se *njezinom dinamičkom racionalno upravlja* tako da osigura “*savršenost informacija*” (Stiglitz, 2004.).

Citat što slijedi jasno pokazuje što se zapravo smatra ekonomskom globalizacijom: “Ekonomska globalizacija predstavlja integraciju nacionalnih ekonomija u međunarodnu ekonomiju kroz trgovinu, direktna strana ulaganja (od strane korporacija i multinacionalnih kompanija), kratkoročne tokove kapitala, međunarodne tokove radne snage i ljudi općenito te međunarodne tokove tehnologija.” (Bhagwati, 2004., 3).

Budući da nema racionalnog razloga da se ova odredba “ekonomske globalizacije” ospori, razložno je zaključiti da je “ekonomska globalizacija” vrijednosno neutralna “integracija” ili “homogenizacija” još nehomogeniziranih tržišta, *sukladno predlošku razvijenih tržišnih ekonomskih struktura*. Kako su, pak, predlošci *razvijenih tržišnih ekonomskih struktura* ipak u velikoj mjeri *institucionalno organizirani, pa prema tome i kulturno determinirani* (na Zapadu su to prije svega američke tržišne institucije, dok su na Istoku to ponajprije japanske institucije), “*asimetrija*” mora biti temeljno *strukturno društveno* obilježje globalizacije.

Asimetrija globalizacijskih procesa pojačana je povijesnom činjenicom *ekonomskog kolapsa centralno plani-*

ranib ekonomija, pa ona implicira i posebnu *političku* narav ekonomske globalizacije koju sociolozi interpretiraju ovako: “Doista postoji globalna ekonomija, jer gospodarski čimbenici djeluju u globalnoj mreži interakcije koja prelazi nacionalne i zemljopisne granice. Ali takva ekonomija *nije politički ujednačena*, te nacionalne vlade igraju veliku ulogu u utjecaju na gospodarske procese. Pa ipak je gospodarska računovodstvena jedinica globalna ekonomija, budući da se na tako globalnoj razini odvijaju strateška proizvodnja i trgovinske djelatnosti, kao i gomilanje kapitala, stvaranje znanja te informacijski menadžment. Politička diferencijacija toga globalnog sustava definira gospodarske procese i oblikuje strategije konkurenata. U tom smislu, *smatram unutarnju regionalizaciju sistemskim obilježjem informacijske/globalne ekonomije*. Stoga su države izrazi društva, a ne gospodarstva. **Ono što je ključno u informacijskoj ekonomiji jest složeno međusobno djelovanje između povijesno ukorijenjenih političkih institucija i sve globaliziranijih gospodarskih čimbenika**” (označila S. P. B.) (Castells, 2000., 135).

I dalje: “Dodatno je ograničenje bitno u određivanju obilježja globalne ekonomije: *ona nije planetarna ekonomija*. Drugim riječima, *globalna ekonomija ne obuhvaća sve gospodarske procese na planetu, ne uključuje sve teritorije i ne uključuje sve ljude na svojim poslovima, iako izravno ili neizravno utječe na življenje cijelog čovječanstva*. Iako njezini utjecaji dostižu razmjere cijelog planeta, *njezino stvarno djelovanje i struktura odnose se samo na segmente gospodarskih struktura, država i regija, u razmjerima koji se kreću u skladu s posebnim položajem države ili regije u međunarodnoj podjeli rada... Pritom... strukturu globalne ekonomije stvara dinamika konkurencije između gospodarskih čimbenika te između lokaliteta (država, regija, gospodarskih područja) u kojima se nalaze. Takva se konkurencija zbiva na osnovi faktora koji su osobiti za novu informacijsku ekonomiju, globalnom sustavu koji sastavlja mreža zasnovana na informacijskim tehnologijama*” (označila S. P. B.) (Castells, 2000., 135–136).

Čini se da je iz ovog citata jasno da je globalna ekonomija posebna gospodarska struktura “informacijskog doba”, ona je, dakle, prije svega *informacijska ekonomija* te kao takva posjeduje tipičnu “geopolitičku sliku”, ali ne zato što je na okupu drži jaki vojni savez, već zato što je ona stvorena povijesnim procesom koji Castells naziva “uspomom umreženog društva”.⁴ Kao takva, ona je izraz sinergije koja izrasta iz međusobnog djelovanja *globaliziranih ekonomskih čimbenika*: multinacionalnih kompanija, banaka i burzi (Bhagawati, 2004.) koje povezuje *informacij-*

ska tehnologija i povijesno ukorijenjenih *političkih institucija*.

Čini se pritom da su države koje tradicionalno pripadaju zapadnom institucionalnom atlasu (Duverger, 1980.) ovo globalno povezivanje shvatile kao priliku da, preko podrške usponu umreženog društva, *političku dominaciju* zamijene stjecanjem *konkurentne prednosti* pa vrijednosno načelo, temeljem kojeg ove društvene strukture stvaraju *konvergirajuće saveze*, nije više isključivo vojna suradnja i politička afilijacija nego i *veličina potražnje*. Tako se globalizacija centrirala tamo gdje postoji perspektiva otvaranja novih tržišta (Kina), a nova tržišta, blagotvorno djeluju na poticanje konkurentne borbe među nacijama koje sudjeluju u borbi za nova tržišta (Sjedinjene Američke Države i Zapadna Europa).

Saša Poljanec-Borić
Menadžersko-poduzetnička
konkurentnost u tranzicijskim
dijelovima globalne ekonomije:
teorijski okvir i empirijski uvid

DVA POGLEDA NA KONKURENTNOST U GLOBALNOJ EKONOMIJI⁵

Dva su autora ključna za oblikovanje sociološke odnosno ekonomske perspektive konkurentnosti: sociološki uvid Manuela Castellsa (2000., 2001., 2002.), odnosno ekonomski algoritam Michaela Portera (1998.). Bez pretenzija da se u ovom radu široko razrađuje perspektiva obaju autora, valja odmah upozoriti da oni raspravu o konkurentnosti svrstavaju u bitno različite kontekste. I dok Castells izvore konkurentnosti smješta prvenstveno u institucionalne okvire nacionalnih država (Castells, 2000.) i njihovih integracijskih inačica, definirajući *četiri "procesa" koji određuju ishod konkurentne borbe*, Porter (1998.) raspravlja o "konkurentnosti" kao *strukturnom agregatu što ga, u okviru industrije kao temeljnog konkurentnog okvira, tvore 4 "sile" i dvije "intervenirajuće" varijable*. S obzirom da je Castellsova perspektiva šira, iako ne nužno i uvjerljivija, u nastavku će se, "sustavom lijevka", koji podrazumijeva postupak kojim se od šireg obuhvata dolazi do onog užeg, pokušati ukratko pokazati bitne dimenzije jedne i druge teorijske koncepcije. Evo stoga prvo uvida u Castellsovo shvaćanje problema:

"Četiri glavna procesa određuju oblik i ishod konkurencije. Prvi je *tehnološki kapacitet*. U taj pojam valjalo bi uključiti znanstvenu osnovu proizvodnje i proces menadžmenta, snagu istraživanja i razvoja, ljudske resurse potrebne za tehnološke inovacije, prikladnu primjenu novih tehnologija te razinu njihova širenja u cijeloj mreži gospodarske interakcije. Drugim riječima, tehnološki kapacitet nije samo ono što proizlazi iz zbroja različitih elemenata, nego je on osobina sustava: ono što zovem sustav znano-

sti-tehnologije-industrije-društva... Zato tehnološki kapacitet baš i nije obilježje pojedinačnih tvrtki... *Raspoloživi dokazi pokazuju da je konkurentnost industrijskih sektora u zemljama OECD-a uvelike određena tehnološkom razinom svakog sektora.* Također, sposobnost zemalja da konkuriraju u međunarodnoj ekonomiji izravno je povezana s njihovim *tehnološkim potencijalom*” (označila S. P. B.) (Castells, 2000., 136–137).

“Drugi veliki faktor koji utječe na konkurentnost jest *pristup velikom, integriranom, bogatom tržištu, kao što je Europska unija, SAD/Sjevernoamerička trgovinska zona ili, u manjoj mjeri, Japan.* Najbolji konkurentni položaj jest onaj koji tvrtkama omogućuje da neometano djeluju unutar jednoga od tih velikih tržišta, a da još uvijek imaju mogućnost pristupa drugim tržištima sa što manje mogućih ograničenja. Prema tome, što je veća i dublja integracija danog gospodarskog područja, veće su mogućnosti poticanja produktivnosti i profitabilnosti za tvrtke smještene u tom području. Stoga, dinamika trgovine i strano ulaganje između država i makroregija odlučujuće utječu na izvedbu pojedinačnih tvrtki ili mreža tvrtki” (Castells, 2000., 137).

“*Treći faktor koji objašnjava konkurentnu izvedbu na globalnom tržištu jest diferencijal između troškova proizvodnje na mjestu proizvodnje i cijena na tržištu odredišta – što je prikladnija računica od pojednostavnjujuće formule koja je usmjerena samo na troškove rada, budući da ostali faktori troškova mogu biti jednako važni (na primjer, troškovi zemlje, porezi, propisi za zaštitu okoliša itd.).* Međutim, taj faktor može utjecati na konkurentnost samo ako su dva prethodna pozitivno integrirana u tvrtkinu komercijalnu strategiju. To jest, potencijalni profit uključen u niže troškove proizvodnje, može biti ostvaren samo ako postoji pristup velikomu, bogatom tržištu. *Također, diferencijali između troškova i cijene nisu zamjena za tehnološki kapacitet*” (označila S. P. B.) (Castells, 2000., 137).

“Konačno, izgleda da je *konkurentnost u novoj globalnoj ekonomiji*, kao što je već prethodno utvrđeno, *veoma ovisna o političkoj sposobnosti nacionalnih i nadnacionalnih institucija da upravljaju strategijom rasta u onim državama ili regijama koje su pod njihovom nadležnosti, uključujući stvaranje konkurentne prednosti na svjetskom tržištu za one tvrtke za koje se smatra da služe interesima stanovništva na njihovu teritoriju, otvaranjem novih radnih mjesta i ostvarenjem prihoda... Europska neovisnost u ključnoj komercijalnoj avijacijskoj industriji ne bi se nikada postigla bez odlučujuće pomoći*

francuske, njemačke, britanske i španjolske vlade u lansiranju i prodaji airbusa” (označila S. P. B.) (Castells, 2000., 138).

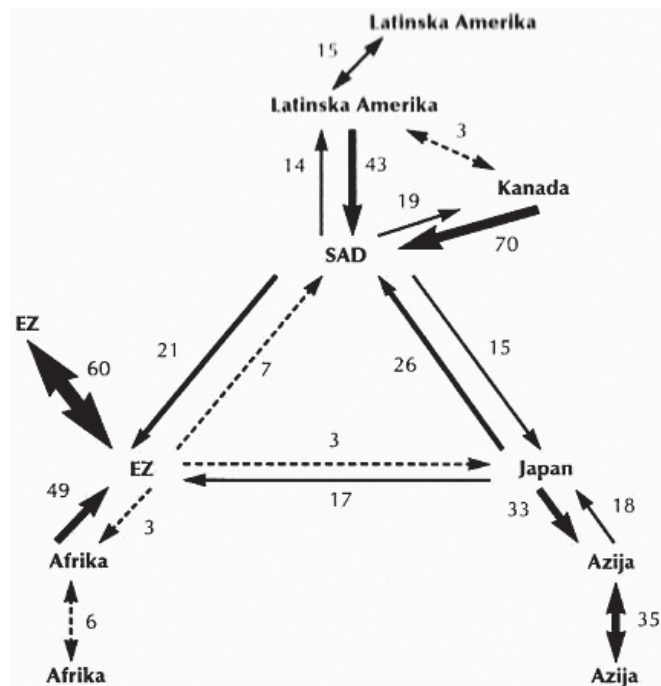
Pokuša li se, dakle, na ovom mjestu sažeti što prema Castellsovu mišljenju čini *algoritam konkurentnosti zemalja*, jer one su, da podsjetimo, središte njegova interesa, doći će se do tri ključna izvora: a) *tehnološki kapacitet* koji podržava *porast produktivnosti*, b) *integrirano tržište* koje podržava *efikasnost ekonomije*, c) moć *dislociranja proizvodnje* koja umnaža diferencijal između *troška i priboda* i d) pripadnost *moćnim nacionalnim i nadnacionalnim institucijama* koje posjeduju *institucionalni (politički) kapacitet* za osiguravanje *superiornih strategija rasta*.

S obzirom da tehnološki kapacitet određuje, prije svega, moć da se u *realnom vremenu* globalno dostavi informacija, to je *intenzitet “umreženosti”*, a s njom i *intenzitet međuovisnosti proizvodnih čimbenika*, ključna mjera tehnološke spremne, iz koje izrasta *konkurentnost*. Pritom nema nikakve dvojbe da je *transakcijski trošak umrežavanja poslovnih jedinki puno niži* nego što je *transakcijski trošak integriranja tržišnih i političkih institucija*. Ova, pak, činjenica uzrokuje izrazitu *asimetriju u konkurentnosti zemalja, mikro ili makro regija*, upravo zbog toga što *konkurentnost* ne izrasta samo iz “performansi” pojedinih poslovnih subjekata, već i iz *moći povijesnih političkih institucija koje* mjerama ekonomske politike (novčanim poticajima) *usavršavaju stvaralački kapacitet svojih građana*. Zbog toga *već integrirana tržišta* koja djeluju u *integriranom institucionalnom okviru*, kao što je ono *sjevernoameričko*, posjeduje aktualno *konkurentsku prednost*, usprkos činjenici da globalizacija sama po sebi zapravo *“teži poništenju povijesne, gospodarske geografije”* (Castells, 2000., 139).

Tako se “konkurentnost”, u Castellsovoj perspektivi, pojavljuje kao obrazac za novu *asimetričnu povezanost* koja s jedne strane učvršćuje: a) “modele dominacije koje su, kroz povijest, stvorili prethodni oblici ovisnosti” (Castells, 2000., 141) i b) pokazuje znatnu i znakovitu *promjenu u korist regije azijskog Pacifika formirajući koaliciju Japana i “četiri tigra” s Kinom i regijom Jugoistočne Azije*. U tim se uvjetima, prvi put u (europocentrično oblikovanoj) povijesti, formira konkurentski ring koji: a) umanjuje važnost europskog kontinenta u globalnoj ekonomiji, b) izbacuje “iz igre” prostor Zajednice nezavisnih država.⁷ Proces opadanja konkurentne moći Europe naziva se pritom *“eurosklerozom”*. U čemu je, pak, gospodarstva bit *“euroskleroze”* u globalnoj ekonomskoj perspektivi, najbolje će se vidjeti iz dvije slike što slijede.

Prihvati li se, naime, teza da se mjerom ekonomske globalizacije može smatrati: a) intenzitet trgovinske razmjene i b) intenzitet stranih ulaganja (Bhagwati, 2004.), onda pokazatelji veličine ovih gospodarskih aktivnosti u globalnim razmjerima mogu sugerirati relevantne zaključke o ključnim smjerovima ekonomske globalizacije *u planetarnim razmjerima*.

Slika 1.
Struktura svjetske trgovine
1991. godine



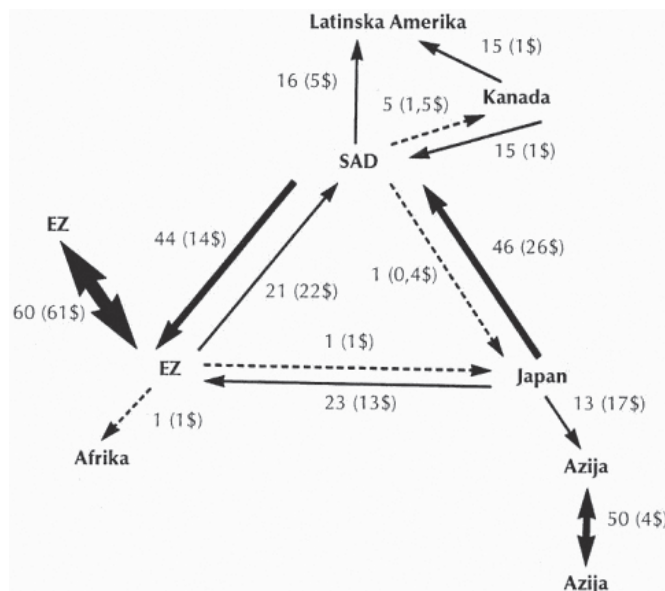
Izvor: Castells, 2000., 133, slika 2.2.

Napomena: Iznosi su postotci ukupne trgovine (izvoz plus uvoz). Punoća pravaca između trgovačkih partnera pokazuje intenzitet razmjene.

Iz prikazanog je razvidno da je 1991. godine: a) SAD izvozila u EZ tri puta više nego što je EZ izvozila u SAD, b) Japan izvezio u EZ 5 puta više nego što je EZ izvozila u Japan. Također razvidno je da su: a) prvenstveni trgovinski partneri EZ-a države iz EZ-a te afričke države, b) da su prvenstveni partneri SAD-a Kanada i Latinska Amerika te c) prvenstveni trgovinski partneri Japana s područja Azije. Pri tome je očito da, među promatranim konkurentskim polovima trokuta, *jedino Japan izvozi na gravitirajuća tržišta više nego što s njih uvozi, pa je tako, promatrano iz perspektive trgovinske bilance, Japan, u globalnim razmjerima, u najpovoljnijem položaju.*⁸

Imajući, napokon, u vidu pokazatelj iz kojeg je razvidno da je unutarazijska trgovinska razmjena dva puta veća

od unutarlatinoameričke trgovinske razmjene, te pet puta veća od unutarafričke trgovinske razmjene, ne treba čuditi da *regija azijskog Pacifika*: "... ima sklonosti postati najveća industrijska regija svijeta, s 26,9% proizvodnje 2000. godine, u odnosu prema 24,6% Zapadne Europe i 18% Sjeverne Amerike. A radi se o procjenama ne uzimajući u obzir Kinu, čiji će brz rast i tehnološka modernizacija od nje ubrzo stvoriti veliku gospodarsku silu." (Castells, 2000., 142). Gore opisana slika "ekonomske globalizacije" ne bi bila potpuna kad ne bi uzimala u obzir strukturu stranih ulaganja u svijetu. Zbog toga je zanimljivo prikazati sljedeću shemu:



Slika 2.

Struktura stranog svjetskog ulaganja 1989.-1991. (prosjek)

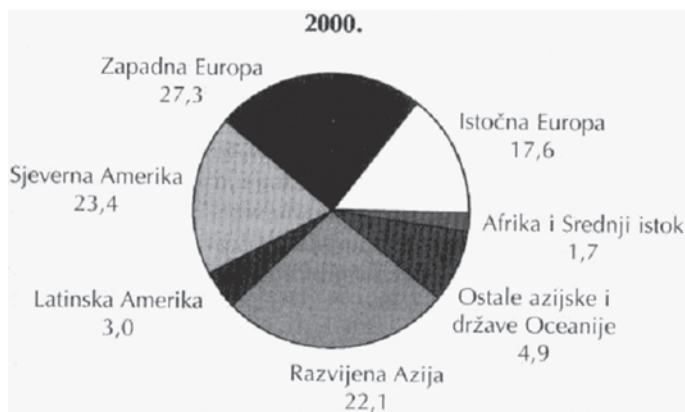
Izvor: Castells, 2000., 134, slika 2.3.

Napomena: Iznosi su postotci ukupnog izravnog ulaganja: oni u zagradama apsolutne su vrijednosti u milijardama američkih dolara. Vrijednost pravaca između trgovinskih partnera pokazuje intenzitet razmjene.

I ova, kao i prethodna slika, *zorno prikazuje vodeću poziciju Japana*, jer je iz prikazanog razvidno da je i u relativnom i u apsolutnom smislu *Japan najveći generator stranih ulaganja u globalnoj ekonomiji*. Istodobno *su strana ulaganja u Japan minimalnih razmjera*. Također, *struktura stranih ulaganja u globalnoj ekonomiji* pokazuje da se u odnosu *na gravitirajuća tržišta*, za razliku od trgovine, radi o *unipolarnim tokovima*, jer gravitirajuća tržišta pojedinih *regionalnih polova globalne ekonomije* ne uspijevaju ostvariti relevantan intenzitet stranih investicija u središta ekonomske moći: *EZ, SAD i Japan*.

Dvije gore prikazane slike dobro upućuju na: a) temeljnu geometriju globalne ekonomije i b) relativnu snagu ključnih uporišta nove globalne geometrije. Iz toga se lako može zaključiti da je u rasporedu sila, *po svim prikazanim kriterijima EZ⁹ u globaliziranoj ekonomiji u najslabijoj poziciji*. Stoga je jasno da je u takvim uvjetima *ključni motiv europskog ujedinjenja neka vrsta "sekularnog prestiža", tj. konkurentnost, kojem je u temelju želja da se, usprkos novom rasporedu snaga, zadrži povijesno akumulirana globalna moć*. Pogleda li se stoga slika što slijedi, vidjet će se kako Europa nastoji nadoknaditi prije očitani pad moći u globalnom rasporedu ekonomskih snaga.

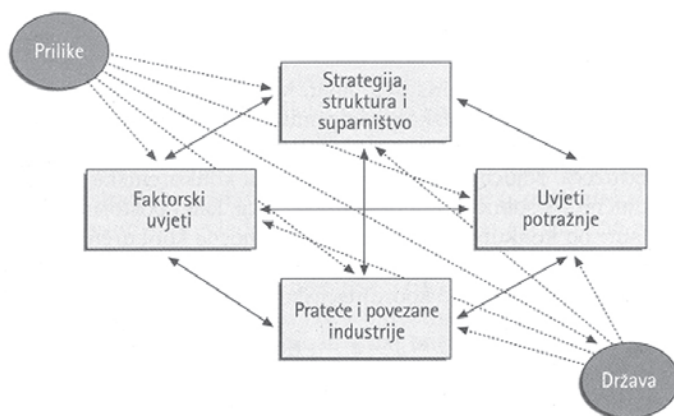
Slika 3.
Udio u svjetskoj proizvodnji
po regijama: prognoze za
2000. godinu (%)



Izvor: Castells, 2000., 143, slika 2.4.

Globalnom proizvodnjom, kao i u slučaju trgovine i inozemnih ulaganja, prikazanih u slikama 1 i 2, dominiraju tri regionalne ekonomske cjeline: *a) Zapadna Europa, b) Sjeverna Amerika, c) razvijena Azija*. Četvrto, pak, mjesto zauzima Istočna Europa. Istodobno je od svih prikazanih makroekonomskih regija jedino Europa do 1990. godine imala političku barijeru slobodnom protoku roba i usluga prema svojim neposrednim susjedima. *Zbog toga je integriranje Zapadne i Istočne Europe u zajedničko tržište proces duboko motiviran potrebom da ovaj kontinent zadrži povijesnu konkurentsku prednost koju je unutar globalne ekonomije počeo gubiti već šezdesetih godina prošlog stoljeća*. Kako, pak, borba za održanje konkurentne prednosti za Europu *de facto* znači otvaranje mogućnosti da se perspektiva ubrzanog rasta realizira ponajprije u Istočnoj Europi, gdje postoje goleme rezerve: a) porasta produktivnosti, b) širenja tržišta, bitno je razumjeti kako se *iznutra mogu stvoriti uvjeti za povećanje europske konkurentnosti*.

U tom je smislu razložno uzeti u obzir perspektivu koju brani Michael Porter, a koja problem *stjecanja konkurentne prednosti* bitno povezuje s *pojmom "industrije" i sa strukturom koju Porter naziva "dijamantom"* (Porter, 1998., 127). U tom je smislu korisno na ovom mjestu donijeti grafički prikaz Porterova "dijamanta" koji određuje ekonomsku dimenziju konkurentnosti unutar neke industrije.



Slika 4.
Porterov dijamant
konkurentskih sila

Izvor: Tipurić, 1999., 5 (slika 1.1); prema: Porter, 1998., 127 (slika 3-5)

Temeljnu ekonomsku strukturu nacionalne konkurentnosti čine, prema Porteru, četiri čvrsto međusobno zavisne varijable: a) uvjeti faktora, b) strategija, struktura i suparništvo među tvrtkama koje čine industriju, c) uvjeti potražnje i d) prateće i povezane industrije, dok dvije sile: e) opće prilike i f) država, konstituiraju u prikazanoj shemi "intervenirajuće" varijable.

Promatra li se pritom gore prikazani "dijamant sila" iz perspektive europskih integracija, razložno je primijetiti da je *sve prikazane elemente "konkurentnosti" moguće, iz povijesnih razloga, očekivati samo u zapadnom dijelu Europe*, jer relevantne sociološke analize pokazuju da se u tom dijelu Europe dogodio: a) sržni razvoj industrija, b) autentični razvoj institucija, dok nasuprot tome istok Europe karakterizira: a) *zakašnjela industrijalizacija i b) hibridna institucionalizacija* (Županov, 1983.; Kundera, 1985.; Rogić, 2000.; Katunarić, 2001.; Županov, 2001.). Zbog toga je racionalno pretpostaviti da ključne varijable konkurentnosti, opisane u gornjoj slici (Porter, 1998., 127), u tranzicijskim ekonomijama nedostaju.

Čak i da se gore navedena pretpostavka ospori u nekim elementima, ona nesumnjivo vrijedi za attribute koje Porter naziva: *a) individualnom strategijom poduzeća i*

b) domaćim rivalitetom, jednostavno zbog toga što je ove sile nemoguće povezati sa situacijom državnog monopola ili oligopola, ključnim ekonomskim strukturama centralno planirane ekonomije, koje u naslijeđu ima svaka tranzicijska zemlja. U tom je smislu, dalje, razložno pretpostaviti da tranzicijske ekonomije posjeduju neku vrstu “*nesavršenog konkurentskog dijamanta*” pa, prema tome, i krnju konkurentnost koja će, ne utječe li se na nju institucionalnim mjerama, *zasigurno u europskom kontekstu usporavati stjecanje konkurentске prednosti.* Već je prije pokazano da izgradnja institucija stvara puno veći transakcijski trošak od “uspona umreženog društva”, pa je stoga svaka tranzicijska država koja aspirira konkurentnosti nužno integracijska, jer se kroz taj algoritam dio troškova za razvoj konkurentskih ekonomskih struktura prelijeva Europskoj uniji koja trošak prihvaća jer ga definira kao investiciju u: a) porast trgovinske razmjene, b) porast izravnih stranih investicija. Tako, pak, raste konkurentna moć kontinenta u cjelini, unutar globalne ekonomije, pa se može zaključiti da je ključni *politički interes europskih integracija poticati razvoj konkurentnosti u tranzicijskim ekonomijama.*

U tom je kontekstu moguće pretpostaviti da je proces privatizacije koji je, kao reformska mjera, intenzivno proveden u tranzicijskim ekonomijama u razdoblju od 1990. do 2000. (OECD, 2002.; World Bank, 2002.) imao, osim uspostave temeljnih poluga tržišne ekonomije, za cilj riješiti i prvi problem “krnjeg dijamanta”, a to je insuficijencija u strategiji razvoja poduzeća.¹⁰ Kako je, međutim, iz Porterove analize razvidno da “konkurentnost” ne ovisi samo veličini, strukturi i strategijama razvoja pojedinih poduzeća, nego i o drugim *dimenzijama dijamanta koje u tranzicijskim ekonomijama najviše nedostaju, važno je proces reformi voditi tako da potpomognu i razvoj drugih elemenata konkurentnosti, a to je ponajprije element domaćeg rivaliteta.* To, nadalje, znači da se taj postupak vodi **optimalno** kad se poduzeća razvijaju tako da stvaraju *suparničku domaću vlasničku strukturu* da bi se uspostavila sinergija između *porasta performansi poduzeća i razvoja konkurentnosti.*

Evo, napokon, i zašto: “Veza između jakog domaćeg rivaliteta i stvaranja trajne konkurentске prednosti u industriji, pojavljuje se kao najjači empirijski nalaz našeg istraživanja... Nacije s vodećim svjetskim pozicijama često posjeduju jake lokalne rivale, pa čak i tako male nacije kao Švicarska i Švedska....Domaći je rivalitet superioran rivalitetu sa stranim konkurentima osobito kad su u pitanju poboljšanja i inovacija, radije nego statička efikasnost...”

(Porter, 1998., 117–118) “... Rivalitet među tvrtkama istog porijekla (home base) je osobito koristan iz više razloga. Prije svega domaći konkurenti stvaraju osobito vidljive pritiske jedan na drugog. Naime, uspjeh jednog domaćeg rivala znači ili dokazuje da su napredovanja moguća. On, također, često privlači nove rivale u industriju.” (Porter, 1998., 118–119) “... Ne samo da jaka domaća konkurencija zaoštava prednosti kod kuće nego i tjera domaće tvrtke da prodaju vani kako bi rasle... Veoma se rijetko poduzeće može natjecati na međunarodnom planu ako nema jaku konkurenciju kod kuće” (Porter, 1998., 119).

Navedeni citati nedvosmisleno pokazuju dvije stvari: a) da je sila “*domaćeg rivaliteta*” *presudna za stvaranje i razvoj konkurentnosti* i b) da pojam “domaćeg rivaliteta” podrazumijeva *natjecanje više “vlasnika” domaćeg porijekla* (home base). U tom je smislu razložno zaključiti da ekonomski *uspjeh integracijskih procesa* u Europi u bitnoj mjeri ovisi o: a) *privatizacijskoj reformi koja dekonstruira ekonomsku strukturu državnih monopola* i b) *razvoju suparničke domaće vlasničke strukture, jer upravo ova utječe bitno na razvoj konkurentnosti unutar svake industrije.*

Imajući u vidu činjenicu da se dosad u tranziciji pokazalo da privatizacijski algoritmi imaju ograničen utjecaj na stvaranje *domaćeg rivaliteta*, u tranzicijskim ekonomijama, zbog nedostatne volje stranih i domaćih reformatora da privatizaciju provedu i sukladno načelima razvoja konkurentnosti (Stiglitz, 2004.), slijedi da je *za razvoj domaćeg rivaliteta* u tranzicijskim ekonomijama presudan *koncept malih i srednjih privatnih poduzeća* koja su: a) *sektorski fleksibilna* i b) *pogodna za plasman domaće štednje ili ograničenih kreditnih alokacija*, jer je, *u situaciji niskog kreditnog vrednovanja tranzicijskih zemalja, nemoguće zamisliti neku drugu kreditnu politiku tržišno orijentiranih banaka.* Zbog toga je razvoj *konkurentnosti u tranzicijskoj Europi* ključno vezan za *strukturu malih i srednjih poduzeća* pa je u nastavku opravdano ispitati temeljne okvire u kojima taj proces nastaje.

TRANZICIJA, KONKURENTNOST I MALA I SREDNJA PODUZEĆA

Već je pokazano da je tranzicija stanje koje je duboko povezano s: a) usponom umreženog društva i b) novom geometrijom moći koju stvara globalna ekonomija. Nesumnjivo je, pritom, da je on na europskom kontinentu rukovođen i autentičnim političkim programom koji, prvi put u povijesti, stvaranje Europske unije definira kao proces

promjena koji: a) proširuje zonu regionalne stabilnosti i razvoja na nove države članice, b) potiče održivi ekonomski razvoj te c) smanjuje istodobno razinu apsolutnog siromaštva i nejednakost prihoda (UNECE - CTIED, 2004.). U tom je smislu razložno zaključiti da prointegracijska politička vodstva europskih zemalja žele da se ekonomski razvoj odvija tako da ne ugrožava europsku socijalnu koheziju pa se projekt europskog ujedinjenja može smatrati najsloženijim globalnim političkim projektom jer mora paralelno ostvariti tri teško pomirljiva cilja: a) rast, b) stabilnost i c) koheziju (Sapir i sur., 2003.).

Svaki od navedenih ciljeva, međutim, ima svoja *inter-na ograničenja*, pa se tako pokazalo da, primjerice, za *poticanje ekonomskog rasta* na kontinentu nije bilo dovoljno samo "maknuti barijere koje su priječile mobilnost dobara, usluga, rada i kapitala,... već da valja... smanjiti broj vertikalno integriranih poduzeća (čitaj: korporacija), osigurati veću mobilnost unutar i kroz poduzeća, ponuditi opcije prekvalificiranja, osigurati veću fleksibilnost tržišta rada, otvoriti mogućnost eksternog financiranja, osobito kroz dionice te osigurati veće investicije kako u istraživanje i razvoj unutar poduzeća, tako i u visoko obrazovanje. Ono što je, drugim riječima, potrebno da bi se postigao rast je ogromna promjena u institucijama i organizacijama, koja se u velikim razmjerima još nije dogodila u Europi." (Sapir i sur., 2003., 2).

S druge strane, *europska stabilnost*, tvrde analitičari, u velikoj mjeri ovisi o sposobnosti društva i države da zadrži: a) nisku inflaciju i b) niski proračunski deficit. Zbog toga se *poštivanje limita od 3% budžetskog deficita (per annum)*, smatra temeljem stabilnosti monetarne unije koje se svi, usprkos činjenici da će zbog takvog limita morati ulaziti u strukturalne reforme, moraju pridržavati (Sapir i sur., 2003., 2). Čini se, napokon, da će pitanja *stvaranja kohezije* u najvećoj mjeri *ovisiti o sposobnosti država članica* da europske strukturalne fondove koriste na način *koji promovira konvergenciju nacionalnih ekonomija*. U tom smislu je bitno istaknuti da napori za postizanje konvergencije moraju biti popraćeni i: "provedenjem nacionalnih politika koje pogoduju kako novim investicijama tako i razvoju ljudskog kapitala... osobito stoga što će nove članice *morati ostvarivati veće stope rasta kroz kraće vrijeme kako bi ostvarile konvergenciju s razvijenijim članicama Unije*" (Sapir i sur., 2003., 2). Zato se u kontekstu europskih integracija tranzicija sagledava kao "*dugoročni proces izgradnje novih političkih i ekonomskih institucija, a ne samo kao postupak liberalizacije trgovine, cijena i tržišta i privatizacije državnog vla-*

sništva” (UNECE - CTIED, 2004.), što se dugo smatralo glavnim tranzicijskim planom utemeljenim na viziji proizišnoj iz *Washingtonskog dogovora*.¹¹

Ova složena *“europska poslovno/povijesna misija”* uvjetovana je upravo činjenicom da integracije istodobno moraju proizvesti rast, konkurentnost i konvergentnost, što nikad prije u povijesti nije bio slučaj jer je *“ekonomija”*, po definiciji, bila usmjerena na *“rast”* (proizvodnje), a politika na dominaciju a ne na *“konkurenciju i konvergenciju”*. Budući da *poduzetnici sami nisu motivirani na poduzetničku aktivnost zbog širih socioekonomskih ciljeva* koji se poduzetništvom postižu već, prije svega, *“profitabilnošću”*, to *“konkurentnost i konvergentnost”* tranzicijskih ekonomija ovisi o sposobnosti nacionalne ekonomske politike da: *“...preusmjeri prihod na djelatnosti visoke produktivnosti koje zauzvrat mogu ostvariti visoke razine stvarnih zarada.”* (Cohen i dr., 1985., 4) prema Castells, 2000., 120).

Prema tome, tranzicijska konkurentnost u bitnoj mjeri ovisi, kako od poduzetničkih *ljudskih resursa* koji su angažirani *na stvaranju profita*, tako i od *izbora djelatnosti u kojima se razvoj poduzetništva odvija*, jer izbor djelatnosti ključno utječe na *izbor tehnološke baze koja podupire razvoj poduzetništva*, pa prema tome i na *količinu i oblik državne intervencije potrebne za razvoj “konkurentnosti” i “konvergentnosti”*.¹² Zbog toga je nakon 15 godina tranzicije svrsishodno analizirati elemente gore prikazanog okvira, kako bi se u nacionalnim gospodarskim politikama razvilo oruđe za razumijevanje i praćenje *konvergentnosti i konkurentnosti*, autentičnog privatnog sektora u tranzicijskim prilikama u Europi. U tom je smislu potrebno predočiti neke od rezultata istraživanja koje je, između ostalog, imalo za cilj ispitati, kako profesionalne parametre i vrijednosne orijentacije poduzetnika i menadžera koji posluju u tranzicijskim uvjetima, tako i odnos ove profesionalne skupine prema *problemima rasta i razvoja konkurentnosti u lokalnim tranzicijskim prilikama*. U tu će se svrhu u nastavku analizirati neki rezultati istraživanja provedenog tijekom 2004. godine u Hrvatskoj na uzorku od 433 poduzetnika.¹³

PODUZETNICI U HRVATSKOJ 2004. GODINE

Prije nego se, za potrebe lakše orijentacije, donese slika općeg profila hrvatskog poduzetnika, kako je ona *“izmjerena”* prethodno spomenutim istraživanjem, valja se, ukratko, iz unutrašnje perspektive osvrnuti na temeljne značajke već spomenutog, strukturno asimetričnog tranzicij-

skog institucionalnog okvira, što karakterizira ambijent u kojem je stasalo nacionalno poduzetništvo u malim i srednjim poduzećima. U tom je smislu opravdano ponovno upozoriti da je tranzicija, pogotovo u perspektivi europskih integracija, složen proces koji podrazumijeva “zaživljavanje višestranačja i parlamentarizma, vlasničkih sloboda i tržišne utakmice, slobode medija i vjerskog života” (Šundalić, 2001., 65), ali na istoku Europe ima više latentnih mogućih razvojnih scenarija (Županov, 2001.). U svakom slučaju, korisno je podsjetiti da se radi o institucionalnoj i gospodarskoj preobrazbi koja je u “zemljama jezgre”¹⁴ (Wallerstein, 1991.) trajala više stoljeća, dok se na istoku Europe ima odviti usporedno i u kratkom roku.

Kako se, s druge strane, u Istočnoj Europi proces odvija na bitno drugačijoj povijesnoj, institucionalnoj i društvenoj podlozi, koja, također je već spomenuto, ima obilježja modernizacijskog paradoksa, proces je u vrijednosnom smislu još uvijek netransparentan. Zbog toga je *problematično legitiman i institucionalno nestabilan*, što *proizvodi iznimno volatilnu raspored tranzicijskih prioriteta*. Ova činjenica, drže mnogi, uvjetuje “polarizaciju strategija društvenog razvitka... u kojoj dominira... orijentacija na vlasništvo kao na jedini argument zapadnog mentaliteta” (Šundalić, 2001., 68–70) te razvoj “predatorskog” ponašanja utemeljenog na “sirovom utilitarizmu” (Županov, 2002., 73). Zbog toga se, u svim tranzicijskim državama, pa tako i u Hrvatskoj, registrira *nisko povjerenje u nacionalne političke i građanske institucije* (Šundalić, 2001.).

Iako mnogi ovakav razvoj događaja povezuju s *naglim prodorom neoliberalizma kao temeljnog ideološkog okvira koji dominira procesom tranzicije*, autori koji nacionalnu tranziciju analiziraju iz ekonomske perspektive tvrde da se “skeptizam prema slobodnom tržištu i liberalnim reformama zasniva na pogrešnim predodžbama. Krađe, propasti banaka, korumpirana administracija, pogreške u privatizaciji, pretvaranje državnih u privatne monopole, loše performanse izvoznih sektora i preveliki državni sektori u nekim tranzicijskim zemljama, ne mogu se povezati s uvođenjem slobodnog tržišta i političke demokracije. Nasuprot tome, trebaju se tumačiti kao posljedica *neuspjeha u poduhvatu uvođenja političke demokracije i slobodnog tržišta*”¹⁵ (Šonje, Vujičić, 2001., 150–151). U tom je smislu bitno naglasiti da se neuspjeh u uvođenju “slobodnog tržišta” raščlanjuje na pet neuralgičnih točaka ekonomske politike i to: fiskalnu, trgovačku, novčarsku i bankovnu politiku, politiku privatizacije i restrukturiranja te politiku tržišta rada (Šonje, Vujičić, 2001., 151). Budući

da svih pet neuralgičnih točaka čine temeljni ambijent u kojem se razvija tranzicijsko malo i srednje poduzetništvo, korisno je, u nastavku, prikazati njihovu kritičku ocjenu.

Hrvatska je tranzicijska fiskalna politika, tvrde analitičari, u razdoblju od 1990. do 2000. bila neracionalna jer su: a) porezi bili preniski da bi zadovoljili potrebe države u kojoj više od 30% populacije čine ratni veterani, prognanici i izbjeglice te ljudi stariji od 65 godina, te s druge strane b) nedovoljno transparentna da bi bila efikasna. To ju je činilo neelastičnom, kako za potrebe države, tako i za potrebe privatnog sektora, pa je analitičari ocjenjuju negativno (Šonje i Vujičić, 2001., 153). S druge strane, trgovačka politika temeljila se na izrazitom carinskom protekcionizmu, koji je implicirao uspostavu "male i zatvorene ekonomije" pa ni ovdje analitičari ne nalaze razloga za pozitivnu ocjenu (Šonje i Vujičić, 2001., 153).

Nadalje, isti autori drže da je novčarsku i bankarsku politiku obilježio "prigodni" oblik neoliberalizma koji je, u nedostatku pravila za provođenje tržišnog natjecanja, doveo do: "velikog broja ulazaka novih banaka na tržište dok su glavni dijelovi paketa ekonomske politike u potpunosti zadržali antiliberalna obilježja" (Šonje i Vujičić, 2001., 157). Isto vrijedi za politiku "privatizacije" pri čemu su pogreške učinjene na dva glavna načina u: a) lošem izboru načina regulacije tržišta i b) lošem izboru modela privatizacije: "...Regulacija tržišta započela je puno kasnije nego privatizacija (obilježila S. P. B.). Temeljni regulacijski zakoni, kao što su Zakon o preuzimanju dioničkih društava, Zakon o izdavanju i trgovanju vrijednosnim papirima te Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja, doneseni su tek u drugoj polovici devedesetih godina, u prosjeku pet godina kasnije nego u drugim tranzicijskim zemljama. Još je neko vrijeme prošlo dok nisu uspostavljene temeljne regulacijske institucije (Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja, Komisija za vrijednosne papire). Nakon uspostave proračuni tih neprocjenjivo važnih institucija zadržani su na zanemarivoj razini u usporedbi s veličinom problema (obilježila S. P. B.) te financijskom i političkom moći koja je koncentrirana u rukama mogućih prekršitelja zakona" (Šonje i Vujičić, 2001., 159). Napokon, kad je u pitanju peti stup liberalne ekonomske politike, a to je fleksibilno tržište rada, spomenuti autori tvrde da je ono u Hrvatskoj izrazito rigidno jer su "troškovi otpuštanja relativno visoki, a osobito izražena karakteristika je činjenica da su mogućnosti otpuštanja radnika zakonski znatno ograničene" (Šonje i Vujičić, 2001., 160).

Iz svega navedenog slijedi da je tranzicijski poslovni ambijent takav da privatnom poduzetniku *osigurava la-*

gan ulazak na tržište, jer se uspostava privatnog vlasništva smatra jedinim tranzicijskim prioritetom (Šundalić, 2001.), dok se istodobno namjerno opstruira izgradnja institucionalnog ambijenta koji pogoduje rastu poduzetničkog privatnog sektora (Šonje, Vujičić, 2001.). U tom se smislu može reći da su *privatni poduzetnici u Hrvatskoj politički poželjna skupina koja, međutim, djeluje u "opstruirajućem" institucionalnom ambijentu*. Stoga je razložno zaključiti da je obilježje "predatorstva" strukturno ugrađeno u *tranzicijski poduzetnički mentalitet* ne samo zbog vrijednosnog utilitarizma, nego i zbog činjenice da se bez njega nemoguće razvijati u uvjetima "političkog kapitalizma" (Županov, 2002.). Ipak, ovdje donesenu sliku politički favoriziranog i institucionalno destimuliranog "predatora" je u nastavku korisno dopuniti stvarnim "socioprofesionalnim obilježjima" ispitanika, poduzetnika koji su činili uzorak u već spomenutom istraživanju menadžera i poduzetnika u Hrvatskoj 2004. godine.¹⁶

Hrvatski su, dakle, poduzetnici *školovani muškarci, srednjih godina (većinom stariji od 46), što znači da su profesionalno formirani u doba jugoslavenskog samoupravnog socijalizma, rata za stjecanje nezavisnosti i tranzicijskog poraća*. Oni, dakle, nikada nisu poslovali u "normaliziranim tržišnim uvjetima" a ono što u tom kontekstu osobito začuđuje jest činjenica da je danas u Hrvatskoj ova profesionalna skupina u obrazovnom smislu po mnogočemu *elitna skupina*. Prije svega, *natprosječno su školovani*. Većina ih, naime, ima *višu ili visoku stručnu naobrazbu*, pa ovo s obzirom na *visoko tehnološki kontekst globalne ekonomije predstavlja važan prerogativ opstanka*.

Hrvatski poduzetnici uglavnom *nemaju međunarodnih profesionalnih iskustava*, što znači da svoju poduzetničku "motivaciju" crpe iz lokalnog sociokulturnog naslijeđa. U tom je smislu razložno očekivati da je i njihov "vrijednosni sustav" uglavnom *oblikovan lokalnim kulturnim matricama* koje limitiraju aspiracije na razinu nižu od onih koje iskazuju njihovi partneri iz Zapadne Europe,¹⁷ ali koje konvergiraju onim elementima sociokulturnog kapitala koji su prepoznatljivi i u Zapadnoj Europi (Čengić, Čolić, Topolčić, 2004.). Međutim, *izraziti profesionalni lokalizam*, čini se, predstavlja ograničenje, imajući u vidu važnost koju u ekonomiji temeljenoj na znanju igraju *globalne komunikacije i globalna umreženost* (Thurrow, 1999., 87).

Spomenuto ograničenje, ipak, u lokalnim razmjerima ne utječe na *materijalni status hrvatskih poduzetnika* jer je on, u svakom pogledu, *iznadprosječan*. Gotovo 63%

ispitanika ima dva do tri automobila, dok više od 55% ispitanika posjeduje, pored mjesta stalnog boravišta, i kuću za odmor. Usprkos “predatorskom mentalitetu”, o kojem se u literaturi govori, hrvatski su menadžeri i poduzetnici, u političkom smislu, *veoma umjereni*. Oni, naime, *preferiraju politički centar*, jer 59% ispitanika svoju političku orijentaciju, na skali od 1 do 10,¹⁸ smješta u interval od 4 do 7, pri čemu je znakovito da *relativno najveću zastupljenost (29,6% ispitanika) ima sredina ljestvice (5)*.

S druge strane, hrvatski poduzetnici nisu *niti politički niti strukovno organizirana profesionalna skupina*, jer čak 90% njih ne bilježi članstvo ni u jednoj političkoj stranci, a velika većina (također oko 80%) ne pripada ni jednom strukovnom udruženju, što sugerira zaključak da se radi o profesionalnoj skupini koja nema velik društveni utjecaj. Također, njihova je *eksponiranost međunarodnim organizacijama minimalna*, pa tako čak 96% hrvatskih poduzetnika nije nazočno ni u jednoj međunarodnoj strukovnoj udruzi. Zbog toga se može zaključiti da se radi o profesionalnoj skupini koja: a) u *nacionalnoj socijalnoj stratifikaciji* zauzima relativno *visok položaj*, b) u *političkom smislu* predstavlja *“šutljivu” centrističku opciju*, koja c) djeluje u *međunarodnoj profesionalnoj izolaciji*.

Promatrano iz perspektive klasične sociološke tipologije, radi se o profesionalnoj skupini koja se može poistovjetiti sa sociopolitičkim sklopom poznatim pod nazivom *“viši srednji sloj”*, koji može nositi *prerogative nacionalnog prestiža* ali zasigurno *nema velike globalizacijske ambicije* koje bi, u strukturnom smislu, bile *jakom podlogom za razvoj globalne konkurentnosti*. Značajno je ovdje zapaziti da gore doneseni okvir socioprofesionalnog poduzetničkog statusa upućuje na zaključak da se u tranzicijskim uvjetima *novi srednji sloj* koji je prije, u vrijeme jednopartijske vlasti i centralno planirane ekonomije, zapravo *pripadao dobro plaćenim državnim službenicima, formira, u sociokulturnom smislu, u poduzetničkim profesionalnim skupinama, zauzimajući mjesto koje je prije držala visoka politička i državna administracija*.

Od interesa je, stoga, u nastavku proučiti kakav je profesionalni *ethos* tog novonastalog srednjeg sloja.

Tablica 1. daje dobar presjek stavova koji stvaraju faktore *individualizma*, odnosno *kolektivizma*. Promatrajući u tom kontekstu distribuciju aritmetičkih sredina, u gore prikazanoj skali stavova lako se uočava da najviše vrijednosti postižu stavovi koji afirmiraju: a) *individualizam* (Ljudi trebaju preuzeti više odgovornosti brinući se sami za sebe, M=4,38); b) *konkurentnost* (Natjecanje je dobro jer potiče ljude na ustrajan rad i razvoj novih ideja, M=4,22), c)

Tablica 1.

Raspodjela ispitanika prema percepciji određenih dimenzija individualizma i kolektivizma (%)

	1	2	3	4	5	M
1. Ljudi trebaju preuzeti više odgovornosti brinući se sami za sebe	0,9	2,5	8,8	32,8	55,0	4,38
2. Država treba preuzeti odgovornost tako da zbrine svakog pojedinca	18,7	26,1	33,0	14,8	7,4	2,66
3. Ne prihvate li nezaposleni svaki ponuđeni posao, trebaju izgubiti naknadu za nezaposlene	12,7	16,6	31,2	19,2	20,3	3,18
4. Nezaposleni imaju pravo odbiti posao koji ne žele	22,2	24,7	27,3	13,9	12,0	2,69
5. Natjecanje je dobro jer potiče ljude na ustrajan rad i razvoj novih ideja	0,9	1,6	13,6	41,8	42,0	4,22
6. Natjecanje je loše jer ono rađa sve ono najlošije u ljudima	46,9	27,3	17,8	5,5	2,5	1,90
7. Država bi trebala dati više slobode tvrtkama	3,2	3,5	27,0	37,4	28,9	3,85
8. Država bi trebala djelotvornije kontrolirati tvrtke	16,2	14,3	29,6	24,9	15,0	3,08
9. Treba smanjiti razlike u plaćama kako bi svi imali podjednako	52,9	22,4	14,8	6,5	3,5	1,85
10. Trebalo bi uvesti veće nagrade za veća zalaganja pojedinaca	2,3	1,8	14,1	40,9	40,9	4,16
11. Trebalo bi povećati privatno vlasništvo u poduzećima i u industriji	2,1	3,7	24,5	37,0	32,8	3,95
12. Trebalo bi povećati državno vlasništvo nad poduzećima	50,3	27,0	18,5	3,5	0,7	1,77
13. Svaki bi pojedinac trebao biti odgovoran za osiguranje svoje mirovine	3,9	6,0	24,5	37,4	28,2	3,80
14. Država bi trebala svakome osigurati mirovinu	19,9	21,5	26,1	16,6	15,9	2,87
15. Svaki bi pojedinac trebao biti odgovoran za osiguranje vlastitoga "krova nad glavom"	2,8	3,7	26,3	37,4	29,8	3,88
16. Država bi trebala svakome osigurati "krov nad glavom"	36,0	30,7	23,8	6,0	3,5	2,10
17. Pojedinci bi trebali biti oprezni kada čine promjene u životu	2,1	3,9	24,2	36,3	33,5	3,95
18. Pojedinci neće nikada ništa postići ne djeluju li odvažno/hrabro	1,4	3,5	24,5	35,6	35,1	4,00

Napomena: Ispitanici su izrazili svoje mišljenje uz pomoć brojki od 1 do 5, pri čemu brojke znače sljedeće: 1 = uopće se ne slažem, 2 = uglavnom se ne slažem, 3 = niti se slažem niti se ne slažem, 4 = uglavnom se slažem, 5 = u potpunosti se slažem.

meritokratska načela alokacije (Trebalo bi uvesti veće nagrade za veća zalaganja pojedinaca, M=4,16) i d) **odvažnost** (Pojedinci neće nikada ništa postići ne djeluju li odvažno/hrabro, M=4,00). Razvidno je, također, da ni jedan stav koji podupire kolektivističku politiku nema podršku poduzetnika, jer svi takvi stavovi realiziraju vrijednosti niže od 3. U tom se smislu može zaključiti da je *ethos*

tranzicijskih poduzetnika suprotan ideološkom kontekstu ambijenta u kojem su odgojeni, usprkos činjenici da ih je velika većina, kako je pokazano u ovom istraživanju, *profesionalno izgrađena u vrijeme samoupravnog socijalizma u Hrvatskoj te da u sociokulturnom smislu dominantno pripadaju lokalnom društvenom ambijentu.*

Zanimljivo je, stoga, promotriti što tako izrazito individualistički usmjerena socioprofesionalna skupina u poslovnom smislu očekuje od države.

	<i>Prvi izbor</i>	<i>Drugi izbor</i>
1. Održavanje reda u državi	75,5	12,0
2. Omogućavanje više prava ljudima da se izjasne o važnim odlukama vlade	13,4	39,3
3. Borba protiv rasta cijena	5,3	25,9
4. Zaštita slobode govora	2,3	15,5

Izvor: Institut Ivo Pilar, 2004.

Tablica 2.

Percepcija uloge države – prvi i drugi izbor (%)

Iz prikazanih je odgovora razvidno da poduzetnike država zanima u prvom redu kao *regulativni mehanizam* (održavanje reda!) što, vjerojatno, znači *osiguravanje situacije u kojoj ista pravila vrijede za sve*. Naime, stav po kojem država mora ponajprije održavati red (75% ispitanika), snažno sugerira zaključak da *poduzetnički srednji sloj podržava djelovanje pravne države koja omogućava jednak pristup institucijama*. Ovo, pak, pokazuje da je poduzetnički *ethos* konzistentan, *kako na planu individualizma koji ističe kompetitivnost i odvažnost kao osobnu kvalitetu, tako i na planu solidarnosti* (koju ne treba miješati s pojmom kolektivizma), *jer jednakost u pristupu institucijama prije karakterizira solidarni nego "predatorski" svjetonazor.*

S druge strane, značajan postotak ispitanika (Usporedi: tablica 2., drugi izbor) pokazuje kako se poduzetnici zalažu za *veću komunikaciju između vlade i ljudi*, te sugerira želju da se pravni poredak u državi poprat i *odgovarajućim mehanizmima suradnje između javnog i privatnog sektora*. Ovi odgovori upućuju na zaključak da poduzetnička socioprofesionalna skupina državu vidi kao instituciju *poretka i suradnje* te od nje *ne zahtijeva branjenje* posebnih, *već javnih interesa.*

Imajući u vidu sve dosad navedeno, razložno je zaključiti da su hrvatski poduzetnici, slično općoj sociološkoj slici o profilu poduzetnika općenito, dio *tipične poduzetničke slike* koju sukladno sociološkim klasicima, kao što je Max Weber (1968.), ali i suvremenim domaćim autorima, kao što su A. Leburic i M. Krneta (2004.), karakterizira: a)

individualizam (meritokratizam), b) politički centrizam i c) demokratizam kao vrijednosne orijentacije, dok u društvenoj strukturi zauzimaju položaj novog višeg srednjeg sloja kojem treba nacionalna država kao regulator, ali koji još ne razmišlja o problemima globalne konkurentnosti.

Zanimljivo je stoga kako se ovaj novi sloj društvenih struktura, stvoren u tranzicijskoj Hrvatskoj u doba globalizacije, snalazi u novim društvenim i profesionalnim ulogama koje ostvaruju u ambijentu institucionalne nestabilnosti i nedorečenosti i brzog uspona informacijske ekonomije i umreženog društva te jakog konkurentskog usmjerenja koje dolazi sa Zapada iz povijesnih političkih institucija i iz multinacionalnih kompanija (Castells, 2000.).

VLASNIŠTVO, KONKURENCIJA I RAST HRVATSKIH PODUZETNIKA U 2004. GODINI

Hrvatski su poduzetnici u većini vlasnici i menadžeri, a u manjini samo menadžeri, jer *gotovo 60% ispitanika ima određeni postotak vlasništva u poduzećima kojima upravlja*,¹⁹ pa se u Hrvatskoj uglavnom radi o poduzećima koja se u teoriji smatraju “*obiteljskima*” (Huse, 2004.). Takva su poduzeća *u pravilu lokalnog karaktera*, a podaci pokazuju kako čak *85% ovih poduzeća nema udjela stranog kapitala*. Ovo upućuje na zaključak da ona još uvijek nemaju potrebu za stranim investitorima, *usprkos činjenici da 20% poduzeća ostvaruje ukupan prihod veći od 80 milijuna kuna godišnje (cca. 10 milijuna eura)*.

Osim što su spomenuta poduzeća u vlasničkom smislu uglavnom “*obiteljska*”, ona i većinu svojih prihoda ostvaruju *na domaćem tržištu*.

Tablica 3.
Raspodjela poduzeća prema
ukupnom prihodu poduzeća
ostvarenoga u zadnje tri
godine na domaćem
tržištu (%)

1. Ukupan prihod do 25%	8,1
2. Ukupan prihod od 26 do 50%	5,8
3. Ukupan prihod od 51 do 75%	7,9
4. Ukupan prihod od 76 do 100%	77,4

Izvor: Institut Ivo Pilar, 2004.

Tablica 3. jasno svjedoči da je domaće tržište prirodni okvir u kojem *nastaje i stasa malo i srednje poduzetništvo*. Tako je iz prikazanog razvidno da njih samo 14% većinu ukupnog prihoda realizira izvan domaćeg tržišta, dok velika većina njih – 77% na domaćem tržištu realizira od 51 do 75% ukupnog prihoda. Prema podacima dobitvenima istraživanjem, hrvatski poduzetnici na domaćem tržištu registriraju razmjerno jaku konkurenciju.

1. Nemamo pravu konkurenciju	5,5
2. Konkurencija je donekle prisutna	23,8
3. Konkurencija je veoma izražena, a čini je od 1 do 10 konkurenata	32,8
4. Konkurencija je veoma izražena, a čini je od 11 do 30 konkurenata	11,3
5. Konkurencija je veoma izražena, a čini je više od 30 konkurenata	14,3

Izvor: Institut Ivo Pilar, 2004.

Naime, razvidno je da 58% ispitanih poduzetnika registrira **jaku konkurenciju na domaćem tržištu koja, u pojedinim dijelovima privatnog sektora, registrira i do 30 konkurenata**, dok zanemariv dio poduzetnika, tek njih 5,5%, posluje u situaciji monopola. Iz toga se može zaključiti da privatni sektor u malim i srednjim poduzećima djeluje u razvijenoj ekonomskoj strukturi, što svakako dobro utječe, kako na razvoj produktivnosti, tako i na efikasnost poslovanja, ali i na razvoj nacionalne konkurentnosti (Porter, 1999.). Pored toga važno je naglasiti da **poduzeća obuhvaćena uzorkom posluju zapažaju, osim domaće (65%), i inozemnu konkurenciju (29%),**²⁰ te da, dijakronijski promatrano, usprkos jakoj konkurenciji, koja zasigurno potiče troškovnu efikasnost, **povećavaju zaposlenost u svojim poduzećima.**

	Broj zaposlenih u poduzeću 1999. godine	Broj zaposlenih u poduzeću 2004. godine
1. Poduzeće tada nije postojalo	7,9	
2. Od 1 do 10 radnika	33,0	29,3
3. Od 11 do 50 radnika	22,9	24,2
4. Od 51 do 250 radnika	23,1	29,8
5. Od 251 i više radnika	13,2	16,6

Izvor: Institut Ivo Pilar, 2004.

Promotri li se, naime, dinamika kretanja zaposlenosti u malim i srednjim poduzećima u posljednjih pet godina, vidi se da, ukupno promatrano, u uzorku dominiraju poduzeća u kojima broj zaposlenih raste, jer **71% ispitanika** tvrdi da se u **posljednjih 5 godina** broj zaposlenih **povećao**. Pritom se najveći strukturni pomaci događaju u poduzećima koja zapošljavaju **od 51 do 250 radnika (6%)**, dok najveći **pad (4%)** doživljavaju **poduzeća s najmanjim brojem zaposlenih (1–10)**. Doneseni podatci potvrđuju tezu da privatni sektor blagotvorno utječe na tržište rada jer,

Saša Poljanec-Borić
Menadžersko-poduzetnička konkurentnost u tranzicijskim dijelovima globalne ekonomije: teorijski okvir i empirijski uvid

Tablica 4.

Procjena konkurencije na relevantnom tržištu (%)

Tablica 5.

Broj zaposlenih u poduzeću u 1999. godini i u 2004. godini (%)

u načelu, povećava zapošljavanje, *pa se čini da niti nestabilni tranzicijski uvjeti niti međunarodna konkurencija na domaćem tržištu ne utječu negativno na performanse poduzeća koja, u promatranom razdoblju, u većini podižu razinu zaposlenosti.* Zanimljivo je, međutim, da rast zaposlenosti ne implicira nužno inovaciju proizvoda i usluga, *iako postoji i značajna skupina poduzeća koja se u posljednjih pet godina upustila u inoviranje.* Od interesa je, stoga, u nastavku pogledati kakav su opis inovacijskih aktivnosti dali poduzetnici u provedenom istraživanju.

Tablica 6.
Inovacijska aktivnost poduzeća
u zadnjih pet godina – kroz
broj značajno poboljšanih ili
inoviranih proizvoda/usluga (%)

1. Od 1 do 5	21,0
2. Od 6 do 15	12,5
3. 16 i više značajno poboljšanih ili inoviranih proizvoda/usluga	9,9
4. Bez odgovora/bez značajno poboljšanih ili inoviranih proizvoda/usluga	56,6

Izvor: Institut Ivo Pilar, 2004.

Iz tablice 6. je razvidno da *proizvodne inovacije nisu prvenstveno usmjerenje privatnog sektora u Hrvatskoj jer većina ispitanika (57%) ne bilježi značajnu inovaciju proizvodnje/djelatnosti u posljednjih 5 godina.* Iz toga se može zaključiti da rast performansi privatnog sektora koji se potvrđuje *kroz rast zaposlenosti* u Hrvatskoj proizlazi: ili iz a) *boljeg upravljanja faktorima proizvodnje (troškovna efikasnost)*, ili iz b) *širenja tržišta (ekonomija razmjera)*, ili c) zbog pokretanja *novog investicijskog ciklusa* (kreditna ekspanzija) ali u većini na promatranom uzorku još uvijek *ne iz inoviranja.* Ipak, s obzirom da *43% ispitanika navodi poboljšanje, odnosno inoviranje proizvoda i usluga, jasno je da i u tranziciji privatni sektor* predstavlja prirodni oslonac *inoviranju.* Zbog toga je potrebno u nastavku promotriti kako izgleda slika poslovne modernizacije malih i srednjih privatnih poduzeća u Hrvatskoj i što se iz nje može zaključiti o razvoju konkurentnosti u tranzicijskim uvjetima.

Tablica 7., koja donosi pregled aritmetičkih sredina realiziran na Lickertovoj skali daje modernizacijsku sliku hrvatskih poduzeća. Naime, *fokus modernizacijskih promjena* događa se na planu: a) *informatizacije uredskog poslovanja (M=3,86)*, b) *uvođenja nove tehnologije i opreme (M=3,82)* i c) *poboljšavanja proizvodnih/poslovnih sposobnosti (M=3,76)*. Malo se pomaka događa na planu: a) *razvoja nove organizacije rada (M=3,11)* i b) *u razvoju posve novih proizvoda (3,07)*, dok se na planu c) *prekvalifikacije radne snage (M=2,45)*, ne događa ništa.

Tablica 7.

Procjena stupnja ulaganja u različite aspekte modernizacije poduzeća uz pomoć ljestvice od 1 do 5 (1 = uopće se ne ulaže, a 5 = izrazito se ulaže) (%)

Oblik modernizacije	Ocjena stupnja ulaganja					M
	1	2	3	4	5	
1. U informatizaciju proizvodnje	10,6	4,6	23,6	29,8	31,4	3,67
2. U inoviranje postojećih proizvoda	12,9	5,3	30,7	31,9	19,2	3,39
3. U informatizaciju uredskoga poslovanja	2,8	4,8	28,4	31,4	32,6	3,86
4. U poboljšavanje proizvodnih/poslovnih sposobnosti	4,8	3,5	29,3	36,0	26,3	3,76
5. U obrazovanje stručnjaka i inženjera	10,4	11,3	28,2	30,7	19,4	3,37
6. U uvođenje nove tehnologije i opreme	7,2	3,7	21,9	34,4	32,8	3,82
7. U razvoj posve novih proizvoda	18,0	12,2	31,2	21,5	17,1	3,07
8. U obrazovanje rukovodilaca	11,3	10,4	34,2	29,6	14,5	3,26
9. U povećanje investicija za nove poslove	8,3	7,4	29,8	31,4	23,1	3,54
10. U prekvalifikaciju radne snage	30,9	17,6	31,9	14,3	5,3	2,45
11. U razvoj nove organizacije rada	15,9	10,9	33,7	25,2	14,3	3,11
12. U timski rad/posebne projektne skupine	16,6	11,1	30,7	25,2	16,4	3,14
13. U osnivanje profitnih/prihodnih/troškovnih centara	29,3	14,5	28,2	18,2	9,7	2,64

Izvor: Institut Ivo Pilar, 2004.

Tako se može reći da se ovom slikom *Castellsov "uspon umreženog društva"*, pokazuje u svom neposrednom tranzicijskom "algoritmu". Naime, tablica 7. zorno pokazuje da se u Hrvatskoj u novonastalom privatnom sektoru *informatička i tehnološka homogenizacija* (umrežavanje) *pretpostavlja*: a) *razvoju ljudskog kapitala* (prekvalifikacija), b) *inovaciji* (razvoj posve novih proizvoda) i c) *razvoju nove korporativne kulture* (razvoj nove organizacije rada), iz čega se može zaključiti da u tranziciji novi poduzetnici i novonastali privatni sektor *podupire tehnološko inoviranje, dok se razvoj ljudskog kapitala ne pojavljuje kao prioritarna aktivnost za privatni sektor u tranziciji*. U tom smislu se može, na Castellsovom tragu, naznačiti da *razvoj privatnog sektora u tranzicijskim uvjetima ne implicira "uspon umreženog društva"*, već *uspon "umreženih poduzetnika"* koji probleme razvoja društvenih i organizacijskih (korporativnih) kompetencija još ne "načinju" ili "prebacuju" (ostavljaju) drugim društvenim strukturama.

Razložno je, pritom, ovaj fenomen povezati, kako s činjenicom da tranzicijski privatni sektor mora nadoknaditi društvene troškove iz prošlosti (Beesly, Littlechild, 1999.) koji, u vidu tehnološkog manjka (podkapitalizira-

nosti), predstavljaju povijesno naslijeđe “paradoksalne modernizacije” (Rogić, 2000.) tako i s problemom “nekonzistentne ekonomske politike” (Šonje, Vujičić, 2001.), na koji je upozoreno na početku ovog poglavlja. Ova “nekonzistentna ekonomska politika” stvara asimetriju između rasta privatnog sektora, kao nužne posljedice propasti centralno planiranih ekonomija (Estrin, Bennett, Urga, Maw, 2004.) i institucionalnog kapaciteta države da *uspon privatnog sektora sinergijski poveže s razvojem sociokulturnog kapitala*.

Ovakav tijek društvenog razvoja strukturno pogoduje “divljem kapitalizmu” (Županov, 2002.) ali se, s druge strane, čini opravdanim zaključiti da se on prije može vezati uz problem “nesavršenosti države” (Stiglitz, 2004.) nego uz “utilitarizam” privatnika. Stoga je korisno u nastavku analizom podataka prikupljenih istraživanjem provjeriti radi li se u rastu privatnog sektora o izrazito utilitarnom redukcionizmu ili o složenom procesu koji se može smatrati višedimenzionalnim.

Tablica 8.
Konvergentni elementi
aktualne poslovne politike u
poduzećima²¹

<i>Poslovna politika</i>	<i>Faktor 1</i>	<i>Faktor 2</i>
1. U informatizaciju proizvodnje	0,581	0,230
2. U inoviranje postojećih proizvoda	0,584	0,249
3. U informatizaciju uredskoga poslovanja	0,401	0,236
4. U poboljšavanje proizvodnih/poslovnih sposobnosti	0,567	0,166
5. U obrazovanje stručnjaka i inženjera	0,670	0,270
6. U uvođenje nove tehnologije i opreme	0,605	0,245
7. U razvoj posve novih proizvoda	0,557	0,347
8. U obrazovanje rukovoditelja	0,525	0,402
9. U povećanje investicija za nove poslove	0,345	0,471
10. U prekvalifikaciju radne snage	0,216	0,598
11. U razvoj nove organizacije rada	0,246	0,726
12. U timski rad/posebne projektne skupine	0,333	0,601
13. U osnivanje profitnih/prihodnih/troškovnih centara	0,218	0,571

Izvor: Institut Ivo Pilar, 2004.

Rezultati faktorske analize provedeni na pitanju koje je istraživalo različite aspekte modernizacijske poslovne politike u malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj sugeriraju zaključak da prioriteti: a) informatizacije, b) tehnologizacije i c) proizvodnosti, predstavljaju dimenzije *šireg modernizacijskog faktora* koji okuplja *devet dimenzija* te koji tehnološki uspon povezuje s *razvojem (stručne) pro-*

fesionalne strukture, ali ne i s “prekvalifikacijom” naslijeđene radne snage.

Također, razvidno je da prije navedeni prioriteti *u jedinstven faktor povezuju i element inoviranja*. Zbog toga se može zaključiti *da tehnološki uspon privatnog sektora može ukazivati na čitav niz pozitivnih poslovnih inicijativa*, koje, međutim, *za poduzetnike u Hrvatskoj još ne predstavljaju* poslovni prioritet. S druge strane, *elementi korporativne kulture* koji podrazumijevaju razvoje nove organizacije rada ili prekvalifikaciju radne snage čine poseban faktor, *ne predstavlja aktualni poslovni prioritet, ni u jednoj svojoj dimenziji*, kako to pokazuju odgovori doneseni u tablici 8. Zbog toga je ovaj zaključak korisno promotriti u dijakronijskoj perspektivi, uzimajući u obzir poslovne aspiracije poduzetnika za sljedeće tri godine.

Saša Poljanec-Borić
Menadžersko-poduzetnička
konkurentnost u tranzicijskim
dijelovima globalne ekonomije:
teorijski okvir i empirijski uvid

Tablica 9.
Percepcija ne/važnosti
pojedinih dimenzija poslovne
politike poduzeća u iduće 2–3
godine (%)

Stupanj ne/važnosti	1	2	3	4	5	M
1. Širenje tržišta u zemlji	8,1	5,8	15,5	25,4	45,3	3,94
2. Razvoj tržišta u inozemstvu	30,5	10,4	13,9	13,6	31,6	3,06
3. Razvoj i proizvodnja novih proizvoda/usluga	16,2	8,8	21,0	28,2	25,9	3,39
4. Ulaganja u druga poduzeća u zemlji	57,7	15,9	17,6	4,2	4,6	1,82
5. Ulaganja u druga poduzeća u inozemstvu	62,4	13,9	14,5	4,8	4,4	1,75
6. Dodatna izobrazba/osposobljavanje sadašnjih rukovoditelja	12,0	6,9	30,3	33,7	17,1	3,37
7. Ulaganja u novu opremu i tehnologiju	5,8	4,6	18,0	35,8	35,8	3,91
8. Zapošljavanje sposobnih menadžera	15,0	7,4	20,6	30,9	26,1	3,46
9. Zatvaranje određenih proizvodnji/usluga	50,1	15,5	20,6	7,9	6,0	2,04
10. Kupovina drugih poduzeća	65,1	11,1	15,5	5,5	2,8	1,70
11. Otpuštanje dijela zaposlenih	63,7	15,5	15,5	2,8	2,5	1,65
12. Ulazak u zajednička ulaganja s nekom domaćom tvrtkom	46,0	10,4	23,6	15,2	4,8	2,23
13. Zapošljavanje sposobnih stručnjaka	13,4	5,3	17,8	30,0	33,5	3,65

Napomena: Pojedine poslovne dimenzije poduzeća ocjenjivane su uz pomoć ljestvice od 1 do 5 uz svaki ponuđeni odgovor, pri čemu krajnje brojke ljestvice znače sljedeće: 1 = posve nevažno, 5 = veoma važno.

Kao što je razvidno iz gornje tablice, prioriteti domaćih poduzetnika su, u prvom redu: a) širenje *na nacionalnom tržištu* ($M=3,94$), b) ulaganje *u novu opremu i tehnologiju* ($M=3,91$) te, napokon, c) investiranje *u ljudski kapital* (*zapošljavanje sposobnih stručnjaka* ($M=3,65$), odnosno d) *zapošljavanje sposobnih menadžera* ($M=3,46$). Iza toga slijede: *razvoj i proizvodnja novih proizvoda i usluga* ($M=3,39$) te dodatna *izobrazba i osposobljavanje sadašnjih rukovoditelja* ($M=3,39$). Zanimljivo je da su odgovori na pitanja prikazana u tablici 9. realizirali više

aritmetičke sredine, nego odgovori na pitanja koja su se odnosila na aktualnu poslovnu politiku (tablica 7.), te da se, očito, pri pogledu na budućnost sustav prioriteta *obogaćuje ulaganjem u ljudske resurse*, ali u prvom redu u *stručnjake i rukovoditelje*.

Tako se kroz ovu hijerarhiju dobro vidi da investiranje u ljudski kapital *u privatnom sektoru ovisi o faktoru proširenja tržišta, te da predstavlja nadolazeću dimenziju u poslovnom razvoju privatnog sektora u Hrvatskoj*. Međutim, za razliku od prethodnog slučaja, kad je izbor poslovnih prioriteta ukazao na postojanje jakih višedimenzionalnih faktora koji se s njima povezuju, u ovom su slučaju rezultati faktorske analize manje “čvrsti” ali zato objašnjavaju veći postotak varijance.²²

Tablica 10.
Poslovna politika u skoroj budućnosti²³

Elementi poslovne politike	Faktori			
	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
1. Širenje tržišta u zemlji	0,250	0,138	-0,040	-0,022
2. Razvoj tržišta u inozemstvu	0,198	0,129	0,047	0,668
3. Razvoj i proizvodnja novih proizvoda i usluga	0,442	0,112	0,043	0,207
4. Ulaganja u druga poduzeća u zemlji	0,128	0,797	0,195	0,062
5. Ulaganja u druga poduzeća u inozemstvu	0,059	0,587	0,130	0,411
6. Dodatna izobrazba/osposobljavanje sadašnjih rukovoditelja	0,591	0,159	0,063	0,184
7. Ulaganja u novu opremu i tehnologiju	0,651	0,004	0,020	0,039
8. Zapošljavanje sposobnih menadžera	0,730	0,147	0,191	0,078
9. Zatvaranje određenih proizvodnji/usluga	0,119	0,290	0,449	-0,046
10. Kupovina drugih poduzeća	0,155	0,771	0,252	0,073
11. Otpuštanje dijela zaposlenih	0,018	0,206	0,850	0,127
12. Ulazak u zajednička ulaganja s nekom domaćom tvrtkom	0,192	0,395	0,321	0,105
13. Zapošljavanje sposobnih stručnjaka	0,709	0,003	0,122	0,047

Izvor: Institut Ivo Pilar, 2004.

Kao što se vidi iz prikazanog, odgovori vezani za pitanje *o poslovnoj politici poduzetnika* u malim i srednjim poduzećima *u skoroj budućnosti* pokazuju da *specifični poslovni izbori* povlače za sobom *konvergentne poslovne poteze* koji, na neki način, oblikuju *opći izgled poslovnog ambijenta u kojem poduzetnici djeluju*. Tako se kroz faktor koji je za potrebe ovog istraživanja nazvan *orijentacijom na zapošljavanje sposobnih menadžera i stručnjaka* pokazuje da su inovacije, definirane kao “razvoj i proizvodnja novih proizvoda i usluga”, duboko ovisne o poduzetničkom *upravljanju ljudskim resursima*, koje uz sebe veže i “*ulaganje u novu opremu i tehnologiju*”. Zanimljivo je, međutim, da dimenzija *širenja tržišta u zemlji* ne predstavlja dio ovog faktora, iako predstavlja poduzetnički poslovni prioritet.

S druge strane, vidi se da je drugi faktor po snazi nazvan za potrebe ovog istraživanja *orijentacijom na akvizicije* (usporedi tablicu 10., faktor 2), jasno povezan s *ekspanzijom vlasništva, kako u zemlji, tako i u inozemstvu*, koja nužno *ne implicira niti inoviranje niti tehnološki rast ili rast stručne kompetencije u poduzeću*. Napokon, dva posljednja "slaba faktora" koja su nazvana *orijentacijom na smanjenje radne snage* (usporedi: tablica 10., faktor 3), odnosno orijentacijom na širenje tržišta u inozemstvu (usporedi: tablica 10., faktor 4) pokazuju da opcija "otpuštanja dijela zaposlenih" veže uz sebe tendenciju "zatvaranja poduzeća", dok strategija "razvoja tržišta u inozemstvu" veže uz sebe i namjeru "ulaganja u druga poduzeća u inozemstvu". *Slijedi da svaki mogući rast privatnog sektora, sam po sebi, ne implicira određeni tijek društvenog razvoja, već da su različite dimenzije razvoja izrazito ovisne o strategiji poslovnog rasta koji privatni poduzetnici izabiru.*

S obzirom da je iz dosad prikazanog razvidno da su *izrazita tranzicijska obilježja poslovanja hrvatskog privatnog sektora: a) asimetrični oslonac na informatizaciju i tehnološku adaptaciju i b) izrazita usmjerenost na nacionalno tržišno okruženje*, ovdje doneseni rezultati sugeriraju potrebu da se, uz pomoć odgovarajuće metodologije, gore navedeni nalazi promotre iz još jedne perspektive. Iako je, naime, razložno očekivati da mala poduzeća nemaju osobitog interesa aspirirati dalje od lokalnog tržišta ili, pak, ulagati u razvoj novih proizvoda i usluga zbog racionalnih ograničenja koja proizlaze iz *veličine kao interverirajuće varijable*, nije samo po sebi razumljivo da se, u perspektivi integriranog europskog tržišta, *srednja poduzeća izrazito fokusiraju isključivo na domaće tržište*. Zbog toga je razložno pretpostaviti da *veličina*, odnosno *djelatnost* u kojoj poduzetnici djeluju utječe na percepciju širenja tržišta, odnosno na ulaganja u inovaciju. U tom je smislu korisno analizom kontingencijskih tablica ispitati utječe li sektorska pripadnost privatnih poduzeća u Hrvatskoj na poslovne percepcije o: *a) proširenju tržišta, b) inoviranju.*

Metodološki promatrano ovaj postupak zahtijeva uvid u **statistički značajne razlike** u percepciji konkurencije i izvozne orijentacije između poduzeća koja: a) posluju u različitim ekonomskim djelatnostima i b) razlikuju se po poslovnom volumenu (realiziraju bitne razlike u ukupnom prihodu). Također je korisno provjeriti postoji li statistički značajna razlika u percepciji važnosti pojedinih elemenata poslovne politike u odnosu na sektore u kojima posluju mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj. Ova je analiza korisna da bi se ispitalo *je li usmjerenost na domaće tržište "isključiva sudbina" svih poduzeća koja posluju u*

tranzicijskim ekonomijama ili različite karakteristike poduzeća ipak utječu na percepciju razvoja poslovanja, što predstavlja bitni oslonac za provođenje učinkovite makroekonomske politike koja podržava razvoj konkurentnosti.

Imajući stoga u vidu gore navedeno, učinjen je *Pearson-ov hi kvadrat test* na kontingencijskim tablicama u kojima je *sektorska pripadnost poduzeća ukrštena s procjenama porasta izvoza, odnosno procjenom broja domaćih i stranih konkurenata na tržištu* (Pearson = 43,776, $p \leq .000$).

Tablica 11.
Dimenzioniranje prihoda od izvoza u tri sljedeće godine i sektor/djelatnost kojoj pripada poduzeće

<i>Prihodi na inozemnom tržištu će se u tri sljedeće godine</i>	<i>Sektorska pripadnost poduzeća</i>			
	<i>Proizvodnja</i>	<i>Trgovina</i>	<i>Usluge</i>	<i>Ukupno</i>
1. Smanjivati	5,20%	4,10%	2,50%	3,90%
2. Povećavati	23,30%	61,50%	54,10%	48,40%
3. Ostati isti	71,60%	34,30%	43,40%	47,70%
Ukupno	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Izvor: Institut Ivo Pilar, 2004.

Kao što je iz prikazanog razvidno, *hi kvadrat testovi* vezani za tablice 11. i 12., *značajni su na razini manjoj od 0,05%*, što upućuje na zaključak da su *razlike u distribuciji frekvencija u prikazanim tablicama statistički značajne* (u tablici 12.: Pearson = 49,873, $p \leq .000$). Zbog toga je razložno zaključiti da *sektorska pripadnost poduzeća utječe, kako na percepciju porasta prihoda na inozemnom tržištu, tako i na procjenu konkurencije*. U svim prikazanim distribucijama frekvencija, sektor trgovine pokazuje *najveću kompaktnost* u izboru ponuđenih opcija *rasta*, jer ukupno 61% ispitanika iz ove djelatnosti procjenjuje da će se prihodi na inozemnom tržištu u sljedeće tri godine povećavati

Tablica 12.
Procjena aktualne konkurencije i djelatnost poduzeća

<i>Konkurencije na tržištu</i>	<i>Sektorska pripadnost poduzeća</i>			
	<i>Proizvodnja</i>	<i>Trgovina</i>	<i>Usluge</i>	<i>Ukupno</i>
1. Nema	3,40%	0,60%	13,10%	5,20%
2. Donekle	22,40%	17,20%	35,20%	24,10%
3. Od 1 do 10 konkurenata	31,00%	42,00%	21,30%	32,70%
4. Od 11 do 30 konkurenata	10,30%	15,40%	5,70%	11,10%
5. Više od 30 konkurenata	19,00%	13,60%	13,10%	15,00%
6. Bez odgovora	13,80%	11,20%	11,50%	12,00%
Ukupno	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Izvor: Institut Ivo Pilar, 2004.

Također, razvidno je da u procjeni konkurencije najviše respondenata, iz sva tri promatrana sektora, određuje

intenzitet konkurencije na razini od 1 do 10 konkurenata, pri čemu je *najveća kompaktnost opet registrirana u djelatnosti trgovine (42%)*. Tako se čini da **privatni sektor u trgovini** ima u tranzicijskim uvjetima najjasniju sliku poslovnih očekivanja koja su uglavnom obilježena perspektivom rasta, ali koja, razvidno je iz rezultata faktorske analize (usporedi tablicu 10., faktor 4), osim vjerojatnih novih akvizicija u inozemstvu, *ne jamči osobite poslovne iskorake na planu razvoja ljudskih resursa ili razvoja novih proizvoda i usluga*.

Procjena intenziteta ulaganja u informatizaciju proizvodnje	Sektorska pripadnost poduzeća			
	Proizvodnja	Trgovina	Usluge	Ukupno
1. Uopće se ne ulaže	2,60%	19,50%	6,60%	10,80%
2. Ne ulaže se osobito	5,20%	5,30%	4,10%	4,90%
3. Tu i tamo se ulaže	31,00%	18,30%	24,60%	23,80%
4. Ulaže se	31,90%	23,70%	33,60%	29,00%
5. Izrazito se ulaže	29,30%	33,10%	31,10%	31,40%
Ukupno	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Izvor: Institut Ivo Pilar, 2004.

Tablica 13.
Intenzitet informatizacije proizvodnje i djelatnost poduzeća

Tablice 13. (Pearson = 29,316, $p \leq .000$) i 14. (Pearson = 32,183, $p \leq .000$) pokazuju da *sektorska pripadnost utječe i na percepciju intenziteta ulaganja u informatizaciju proizvodnje te na percepciju intenziteta ulaganja u inoviranje postojećih proizvoda*. Pritom je zanimljivo da se *u djelatnosti trgovine*, prema procjenama ispitanika, najviše ulaže u *informatizaciju proizvodnje* (tablica 13.), ali je proces *inovacije*, s druge strane, čini se, *rezerviran za proizvodne djelatnosti*. Naime, tvrdnju o ulaganju u inovaciju proizvoda najviše zastupaju poduzetnici iz *proizvodnih djelatnosti (67%)*, nasuprot broju od 48% poduzetnika iz uslužnih djelatnosti, te 41% poduzetnika iz djelatnosti trgovine.

Procjena intenziteta ulaganja u inoviranje postojećih proizvoda	Sektorska pripadnost poduzeća			
	Proizvodnja	Trgovina	Usluge	Ukupno
1. Uopće se ne ulaže	1,70%	21,30%	13,10%	13,30%
2. Ne ulaže se osobito	5,20%	4,70%	5,70%	5,20%
3. Tu i tamo se ulaže	25,90%	32,50%	33,60%	31,00%
4. Ulaže se	44,00%	24,30%	32,80%	32,40%
5. Izrazito se ulaže	23,30%	17,20%	14,80%	18,20%
Ukupno	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Izvor: Institut Ivo Pilar, 2004.

Tablica 14.
Intenzitet ulaganja u inoviranje postojećih proizvoda i djelatnost poduzeća

Iz navedenog slijedi da *na odabir poslovnih politika*, kao i na *procjenu poslovnih kretanja izrazito utječe vrsta djelatnosti* u kojoj poduzetnici posluju, pri čemu *trgovina projicira najveće aspiracije poslovnog rasta i najizraženije razumijevanje konkurentne strukture, uz jak oslonac na informatizaciju proizvodnje, ali slab oslonac na inovaciju*. S druge strane, *proizvodne djelatnosti*, koje *prednjače u ulaganju* u procese *inovacije*, u većini *ne očekuju porast prihoda na inozemnom tržištu* (usporedi: tablica 11.), iako registriraju *isti intenzitet konkurenata na lokalnom tržištu kao i djelatnost trgovine*. Iz toga slijedi da *proizvodne djelatnosti ulažu u Hrvatskoj u inovacije ne očekujući pritom stjecanje konkurentne prednosti na inozemnim tržištima*, pa se ovo može tumačiti kao *sektorski razvojni konflikt, u koji će morati intervenirati država želi li podržati proizvodne djelatnosti u stjecanju konkurentne prednosti*.

Imajući u vidu ove nalaze, zanimljivo je u nastavku pogledati utječe li *veličina prihoda koju realiziraju pojedina poduzeća, na percepciju procesa modernizacije poslovanja u privatnom sektoru u Hrvatskoj*. Valja, pritom, istaknuti da je *hi-kvadrat testom* testirano ukupno trinaest kontingencijskih tablica. Testovi su pokazali da *veličina poduzeća nije statistički relevantna ni u jednom vidu modernizacije poslovanja, osim kad su u pitanju potezi vezani za razvoj ljudskih resursa u tvrtkama*. Zbog toga će se u nastavku donijeti kontingencijske tablice u kojima je *hi-kvadrat test* ukazao na statističku značajnost razlike u distribucijama frekvencija na razini: < 0,05% (tablice 15. – 17.).

Tablica 15.
Intenzitet ulaganja u
rukovoditelje i veličina
prihoda poduzeća

Procjena intenziteta ulaganja u rukovodioce	Veličina prihoda poduzeća			Ukupno
	Do 20 milijuna kn	Od 21 do 80 milijuna kn	81 + milijuna kn	
1. Uopće se ne ulaže	20,80%	5,80%	8,80%	11,30%
2. Ne ulaže se osobito	14,40%	7,20%	10,00%	10,40%
3. Tu i tamo se ulaže	26,40%	41,30%	34,10%	34,20%
4. Ulaže se	20,80%	34,10%	32,40%	29,60%
5. Izrazito se ulaže	17,60%	11,60%	14,70%	14,50%
Ukupno	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Izvor: Institut Ivo Pilar, 2004.; Pearson = 28,386, p<=.000.

Iz prikazanog je razvidno da *najveću inertnost vezanu za ulaganje u ljudske resurse pokazuju poduzeća koja registriraju prihod od 20 milijuna kn*, jer kontinuirano iskazuju najveći postotak frekvencija u kategoriji *“uopće se ne ulaže” u ljudske resurse i organizacijske aspekte poslo-*

vanja. S druge strane, *najviše odgovora u kategoriji "izrazito se ulaže" prikazuju poduzeća koja ostvaruju 81 i više milijuna kuna prihoda godišnje*. Napokon, najkompaktniju skupinu odgovora u sve tri kategorije prihoda poduzeća čini skupina odgovora "tu i tamo se ulaže", koja se vezuje uz opcije "ulaganje u rukovoditelje", odnosno "u timski rad". Međutim, kad su u pitanju *ulaganja u obrazovanje stručnjaka i inženjera, tada posebnu skupinu odgovora pokazuje opcija "ulaže se" u sve tri kategorije poduzeća, pri čemu ovdje najviše dinamike iskazuju poduzeća srednje kategorije prihoda, koja godišnje realiziraju od 21 do 80 milijuna kn.*

Procjena intenziteta ulaganja u obrazovanje stručnjaka i inženjera	Veličina prihoda poduzeća			Ukupno
	Do 20 milijuna kn	Od 21 do 80 milijuna kn	81 + milijuna kn	
1. Uopće se ne ulaže	18,40%	4,30%	9,40%	10,40%
2. Ne ulaže se osobito	13,60%	10,10%	10,60%	11,30%
3. Tu i tamo se ulaže	24,80%	28,30%	30,60%	28,20%
4. Ulaže se	23,20%	39,90%	28,80%	30,70%
5. Izrazito se ulaže	20,00%	17,40%	20,60%	19,40%
Ukupno	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Izvor: Institut Ivo Pilar, 2004.; Pearson = 21,085, $p < .007$.

Prihvati li se pretpostavka da je *inovacija jedna od ključnih poluga konkurentnosti* (Porter, 1998.) te da je, s druge strane, *izvoz ključni pokazatelj konkurentne moći*, izloženi su podatci više nego zanimljivi. Čini se, naime, da su sukladno rezultatima ovih istraživanja, *poduzeća temeljena na znanju ona koja glede prihoda pripadaju skupini srednje velikih poduzeća (20–81 milijun kn prihoda godišnje), pa se među njima mogu očekivati efekti inovacije*, dok su s druge strane ona koja očekuju *najviše rasta na inozemnom tržištu poduzeća koja se nalaze u sektoru trgovine* ali koja istodobno *manje od drugih ulažu u inovacije*.

Procjena intenziteta ulaganja u timski rad/ posebne projektne skupine	Veličina prihoda poduzeća			Ukupno
	Do 20 milijuna kn	Od 21 do 80 milijuna kn	81 + milijuna kn	
1. Uopće se ne ulaže	28,80%	12,30%	11,20%	16,60%
2. Ne ulaže se osobito	16,80%	8,00%	9,40%	11,10%
3. Tu i tamo se ulaže	20,00%	33,30%	36,50%	30,70%
4. Ulaže se	19,20%	29,70%	25,90%	25,20%
7. Izrazito se ulaže	15,20%	16,70%	17,10%	16,40%
Ukupno	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Izvor: Institut Ivo Pilar, 2004.; Pearson = 30,945, $p < .000$.

Tablica 16.

Intenzitet ulaganja u stručnjake
i veličina prihoda poduzeća

Tablica 17.

Intenzitet ulaganja u timski rad
i veličina prihoda poduzeća

Zbog toga je nužno, u svjetlu ovih nalaza, zaključiti da u Hrvatskoj poslovna usmjerenja na tržišnu ekspanziju, odnosno na ulaganje u inoviranje trenutano *nisu jednako prisutna u svim sektorima te su zavisna od djelatnosti, pa iz toga proizlazi jaka potreba za državnim poticajima želi li se proizvodne djelatnosti opremiti za tržišnu ekspanziju*. Imajući, pak, u vidu nalaze koji pokazuju da poduzetnici u većini tržišnu ekspanziju pretpostavljaju razvoju ljudskih resursa, jasno je da nalazi ovog istraživanja snažnije sugeriraju potrebu razvijanja veće sinergije između proizvodnih djelatnosti u privatnom sektoru malog i srednjeg poduzetništva i države, kako bi se prevladala ograničenja vezana za tržišnu ekspanziju.

ZAKLJUČAK

Globalizacija je fenomen povezan s rastom *“umreženog društva”*. Ona u ekonomskom smislu podrazumijeva rast: a) izravnih stranih investicija, b) međunarodne trgovine i c) kratkoročnih i dugoročnih financijskih aranžmana. Sve su to aktivnosti koje u najvećoj mjeri ovise o: monetarnoj stabilnosti, integriranosti tržišta i tehnološkoj moći širih društvenih zajednica da u jedinci “realnog” vremena, prenesu “informaciju”. Ipak, *globalizacija ni u kom slučaju nije lišena svog povijesnog konteksta*, jer se ne odvija u politički zrakopraznom prostoru, nego se ona “oblikuje” sukladno *snazi povijesnih političkih institucija i saveza*. Ove, pak, političke institucije i savezi u uvjetima globalizacije, *prestiž grade ne samo na području vojne nadmoći, nego i gospodarske konkurentnosti*. Zato globalizacija iz planetarne konkurentne borbe *eliminira područje Ruske Federacije i Zajednice nezavisnih država* a u prvi plan, *porad Sjedinjenih Američkih Država i Zapadne Europe, izbacuje regiju azijskog Pacifika*.

Izvori konkurentnosti su mnogostruki, ali *tehnološka baza nekog društva*, kao i *veličina tržišta*, svakako imaju *najveći utjecaj na stjecanje konkurentne prednosti*. U takvim se uvjetima, u kojima veličina tržišta i tehnologija igraju ključnu ulogu, stvaraju tri velika konkurentna kruga: SAD, Japan i Zapadna Europa koji u međusobnom gospodarskom suprotstavljanju nastoje izboriti prednost, oslanjajući se čvrsto na svoje povijesne političke “stečevine”, ali i tehnološku prednost koju baštine iz doba modernizacije. Međutim, *Zapadna Europa* u srazu s ostalim konkurentnim silama *znatno zaostaje*, kako u trgovinskoj razmjeni, i tako i u investicijama, gubeći tako svoju povijesnu prednost. Također, Zapadna Europa je jedina od tri konkurentne sile svijeta koja do 1990. godine nije iz poli-

tičkih razloga mogla trgovati niti investirati u svom najbližem regionalnom susjedstvu – Istočnoj Europi. Zbog toga *pitanje političkog integriranja na europskom kontinentu valja promatrati i u kontekstu konkurentne borbe za globalnu ekonomsku premoć i s njom povezan politički prestiž europskog kontinenta*. Europske su integracije, prema tome, *sinergijski proizvod* kraha vojno-tehnološke moći bivšeg Sovjetskog Saveza i potrebe Zapadne Europe da proširi svoje tržište *na način na koji su to nekad učinile Sjedinjene Američke Države*. Međutim, *europske integracije imaju i jedinstveni kulturni supstrat*, jer aktualno predstavljaju *jedini globalizacijom motiviran proces*, koji otvaranja nacionalnih tržišta usporedno prati i izgradnjom *novih kontinentalnih političkih institucija*.

I dok se ovaj povijesni proces razvoja novih kontinentalnih političkih institucija na zapadu Europe odvija u razvijenim tržišnim strukturama, *istočni dio Europe provodi elemente tržišne reforme s asimetričnim rasporedom prioriteta, u stalnoj mijeni institucionalnih uvjeta*. Zbog toga se može reći da istočna Europa razvija poduzetništvo *uz neku vrstu političkog pritiska*, u uvjetima nesavršenih ekonomskih struktura i neizgrađenih tržišnih institucija. Ovakva kretanja obilježavaju i Hrvatsku. Imajući u vidu činjenicu da je hrvatska ekonomska struktura iz povijesnih razloga krnja i nerazvijena kao mahom i drugdje u Istočnoj Europi te da procesi privatizacije bivših državnih monopola ili oligopola uglavnom ne utječu na rast konkurentnosti, jer naslijeđene ekonomske strukture prije privatizacije nisu bile odgovarajuće restrukturirane, razložno je bilo kvalitetu tranzicijskog poduzetništva te rast konkurentnosti promatrati na malim i srednjim poduzećima zato jer su ona, za razliku od privatiziranih državnih poduzeća: a) vlasnički konsolidirana, b) sektorski fleksibilna. Budući da u tranzicijskoj Europi razvoj malog i srednjeg poduzetništva traje već petnaest godina, pretpostavilo se da stavovi i profil lokanih poduzetnika i menadžera mogu mnogo reći o aktualnom odnosu prema konkurentnosti, kao i o globalizacijskom kapacitetu novostvorenog privatnog sektora u Hrvatskoj kao tranzicijskoj zemlji.

U tu svrhu pokazano je da je stjecanje vlasništva u Hrvatskoj bilo *politički poželjno ali da je istodobno, u određenoj mjeri, na individualnoj razini predstavljalo iracionalni izbor zbog netransparentnog institucionalnog okruženja* koje čini “strukturnu” podlogu “predatorstva” kao *površnog obilježja* tranzicijskog poduzetnika. Nasuprot ovakvom stereotipu, analiza rezultata prikupljenih istraživanjem koje je na uzorku od 443 ispitanika provedeno u Hrvatskoj 2004. godine, pokazala je da *domaći podu-*

zetnici, vlasnici i menadžeri predstavljaju iznadprosječno obrazovanu socioprofesionalnu skupinu, autohtono izraslu iz lokalne sociokulturne sredine. S obzirom na prosječnu razinu obrazovanja te na sklonost "materijalizmu", ali i vrijednosnu sklonost "meritokratizmu" i "političkom centrizmu", ova je skupina prirodni nositelj vrijednosti poduzetničkog kapitalizma u društvu.

Također, izrazita okrenutost informatizaciji koju u izboru poslovnih prioriteta pokazuje ova skupina, upućuje na zaključak da je ona i društveni čimbenik "globalizacije", iako ne u onoj mjeri u kojoj je to prisutno u zemljama jezgre. Što se, pak, tiče socijalne strukture, čini se da je upravo ova profesionalna skupina predstavnik *novе, tranzicijske više srednje klase*, koja danas polako popunjava razgrađeni dio socijalne strukture što ga je nekad čvrsto određivala partijska politička i administrativna "samoupravna" elita.

Rezultati istraživanja pokazali su da hrvatski poduzetnici uglavnom upravljaju obiteljskim poduzećima koja se u ovoj fazi tranzicije *usmjeravaju na informatizaciju poslovanja te ekspanziju na domaćem tržištu*. Iako lokalni poduzetnici već danas posluju u jakim konkurentskim uvjetima te usprkos tome pozitivno utječu na porast zapošljavanja, ipak se čini da u poduzetničkom krugu u Hrvatskoj još ne dolazi do interesnog niti profesionalnog udruživanja, jer većina ispitanika *ne pripada ni domaćim ni relevantnim međunarodnim organizacijama*. Ovaj nalaz u svakom slučaju *implicira potrebu da institucije države pomognu organizirati odgovarajuće poduzetničke mreže koje bi otvorile putove relevantne međunarodne komunikacije nacionalnom privatnom sektoru* i tako pomogle prevladati ograničenja naslijeđenog lokalizma, koji predstavlja strukturno obilježje novonastalo hrvatskog poduzetništva.

Ovakav se zaključak čini osobito opravdanim u svjetlu daljnjih nalaza koji sugeriraju da *postojeći elementi poslovnih politika što ih u većini provode hrvatski poduzetnici, predstavljaju tek dio šireg faktora poslovnog ponašanja, koje uključuje i druge dimenzije modernizacije poslovanja, kao što su: inoviranje (razvoj novih proizvoda), razvoj menadžmenta, zapošljavanje stručnjaka te upravljanje ljudskim resursima općenito*. Istodobno valja istaknuti da *ni u kom slučaju poslovni rast privatnog sektora ne ukazuje na mogućnost da privatni sektor, koji pripada kategoriji malog i srednjeg poduzetništva, preuzme rješavanje problema društvenih troškova iz prošlosti, koji uključuju i proces "prekvalifikacije" radne snage*. Zbog toga valja imati na umu da će hrvatsko društvo morati

oblikovati socijalnu podršku institucijama koje će racionalno rješavati društvene troškove prošlosti, bez obzira na razinu ekonomske ravnoteže u kojoj se aktualno nalazi.

Istraživanje je dokazalo da je *poduzetnička percepcija konkurencije, kao i ekspanzija na inozemno tržište, ovisna o djelatnosti u kojoj poduzetnici posluju. U tom se smislu pokazalo da u Hrvatskoj poduzetnici iz proizvodnih djelatnosti više ulažu u inovaciju, a manje u širenje tržišta nego poduzetnici vezani za trgovinu ili usluge, koji uglavnom planiraju širenje na inozemna tržišta, ali ne i ulaganja u inovacije.* Osim toga, nalazi upućuju na zaključak da hrvatskim poduzetnicima nedostaje perspektiva konkurentskih strategija razvoja. Naime, inoviranje bez ideje proširivanja tržišta i obratno, upućuje na manjak svijesti o važnosti konkurentskog ponašanja na nacionalnom tržištu, koje se u uvjetima globalizacije i europskih integracija može smatrati tek specifičnom potrošačkom nišom širokog europskog tržišta. *Također, iz rezultata je razvidno da je proces stručnog usavršavanja i kontinuiranog obrazovanja izrazito ovisan o veličini tvrtke, što upućuje na zaključak da malo i srednje poduzetništvo neće moći preuzeti jedinu odgovornost za trajno profesionalno usavršavanje te da, u tom smislu, ono ne može nadomjestiti društvenu ulogu korporativno organiziranog privatnog sektora.*

Zbog toga se iz rezultata istraživanja može zaključiti da *uspostavljanje produktivnih veza između malog i srednjeg i korporativnog privatnog sektora predstavlja novi izazov na kojem će također morati raditi država želi li u novim društvenim uvjetima ostvariti elastičnost profesionalne strukture.* Napokon, iz istraživanja je razvidno da *malo i srednje poduzetništvo eksplicitno treba državu, i to državu koja regulira na način da štiti pravo na jednak pristup.* Također, osim prava na jednakost u administriranju, *poduzetnici žele vladu i politiku koja s njima razgovara tako da se razgovorima proizvodi sinergija privatnog poduzetništva i javnog sektora.*

U tom smislu *nalazi ovog istraživanja ne podupiru one sociološke rasprave koje hrvatske poduzetnike definiraju uglavnom kao rentijere čija je ključna poslovna misija instrumentaliziranje države za vlastite interese.* Zbog toga je temeljem rezultata ovog istraživanja moguće zaključiti da će u budućnosti više znanstvene pozornosti morati biti posvećeno *istraživanju razlika između malog i srednjeg privatnog poduzetništva te onog povezanog s nastankom novog korporativnog sektora na temeljima privatiziranih državnih tvrtki, kako bi se dobio relevantni empirijski uvid u društvene procese povezane s alokacijom vlasništva u tranzicijskim ekonomijama.*

Čini se da je na kraju opravdano zaključiti kako cjelina ovog rada snažno sugerira spoznaju da *privatni poduzetnici u malim i srednjim poduzećima predstavljaju pozitivan i razmjerno stabilan dio društvene strukture koji pridonosi razvoju stabilne strukture hrvatskog društva jer popunjava prazninu nastalu osipanjem srednje klase stvorene na temeljima redistributivne ekonomije*. S druge strane, više je nego sigurno da će za formuliranje konkurentskih poduzetničkih strategija biti *nužno razviti više povjerenja između privatnog i javnog sektora u zemlji*. Podsjećajući stoga na ovom mjestu na činjenicu po kojoj dosadašnja povijest tranzicije pokazuje da se elementi tržišta na istoku Europe razvijaju brže od institucionalnog kapaciteta pojedinih nacionalnih ekonomija, pravo pitanje postaje: *Hoće li novonastali privatni sektor u zemlji uspjeti razviti kapacitet za konkurentnost u uvjetima zaostalih institucionalnih preobrazbi koje vladaju u Hrvatskoj?*

BILJEŠKE

¹ Cjelina europskih zakona, sporazuma i regulacija te ključnih presuda Vrhovnog suda koja je podijeljena u 31 poglavlje, a koje države pristupnice moraju prihvatiti da bi postale članicom Europske unije.

² O tome više u: Rogić, 2000.

³ Tezu o povijesnoj dimenziji tržišnih institucija razvija ekonomist nobelovac Joseph Stiglitz: "Staromodni ekonomski udžbenici često govore o tržišnom gospodarstvu kao da se ono sastoji od triju osnovnih sastojaka: cijena, privatnog vlasništva i dobiti. Ti elementi, zajedno s konkurencijom, daju poticaje, koordiniraju donošenje gospodarskih odluka kojima se osigurava da tvrtke proizvode ono što pojedinci žele i to po najnižoj mogućoj cijeni. Ali odavno se uviđa i kolika je važnost *institucija*...U zemljama sa zrelim tržišnim gospodarstvima, pravni i zakonski okviri razvijali su se tijekom sto pedeset godina, odgovarajući na probleme u nesputanom tržišnom kapitalizmu. Bankarski propisi uvedeni su nakon mnogobrojnih propasti banaka, propisi o vrijednosnicama nakon najvećih epizoda u kojima su prevareni nepreznici dioničari... No reformatori tržišta možda su i spomenuli tu institucionalnu infrastrukturu, ali tu su temu brzo zaključili" (Stiglitz, 2004., 161). S druge strane, teoretičari poduzetništva koji ne raspravljaju o evolutivnom karakteru institucija, ipak često govore o različitim aspektima institucionalne podrške tržišnoj ekonomiji koji se zbirno nazivaju "dobrom upravom" ("good governance") a koji, najčešće, podrazumijevaju: a) makroekonomske aspekte, b) troškove legislative, c) poreznu politiku, d) monetarnu politiku, e) društveno vrednovanje "poduzetništva", f) direktne intervencije (usporedi: Smalbone, 2004.).

⁴ Radi se o naslovu Castellsove knjige koja pripada trilogiji što ju je u nas objavio Golden marketing u razdoblju 2000. – 2003.

⁵ Za potrebe ove rasprave izabrana su dva pristupa problemu "konkurentnosti" koja su, prema mišljenju autorice ovog članka, ponajviše obilježila područje društvenih znanosti, a to su onaj koji je razvio sociolog Manuel Castells u trilogiji *Informacijsko doba* (usporedi Castells: 2000., 2001., 2002.) i ekonomist Michael Porter u svom kapitalnom djelu *The Competitive Advantage of Nations* (1998.).

- ⁶ Četiri tigra je uobičajeni naziv za: Tajvan, Hong Kong, Južnu Koreju i Singapur, azijske države koje su u razdoblju od 1960. do 1990. godine ostvarivale dvoznamenkasti gospodarski rast.
- ⁷ Radi se o novom imenu za bivši Sovjetski Savez.
- ⁸ Usporedi također: Thurow, 1999.
- ⁹ Castells ovdje namjerno rabi termin EZ (Europska zajednica) kako bi označio činjenicu da se radi o području koje čini 12 država, za razliku od 15, koje čine temeljnu jezgru Europske unije.
- ¹⁰ Razložno je, naime, očekivati da "smanjenje vlasništva" (divesting), tj. prodaja državne imovine novim vlasnicima, proizvodi učinak prijenosa odgovornosti za vlasništvo koje mora polučiti pomake u strateškom planiranju poslovanja.
- ¹¹ *Washington Consensus* je naziv za paket ekonomskih mjera koje, u najširem smislu, podržavaju razvoj tržišta i odgovarajućih institucija, a skovao ga je 1990. godine John Williamson. Otad je naziv doživio mnoge semantičke preinake pa ga se često upotrebljava kao sinonim za "tržišni fundamentalizam". Sam Williamson, međutim, osporava ovakvu interpretaciju. O tome više u: Williamson, J (1999.) What Should the Bank Think about the Washington Consensus, www.iie.com/publications/papers/williamson07999.htm
- ¹² Čini se da je Hrvatska dobar praktični primjer za sinergiju koju je potrebno stvoriti između države i privatnog poduzetništva da bi se u pojedinoj djelatnosti postigla konkurentnost. Poznata je, naime, činjenica da se od stjecanja državne nezavisnosti i prestanka rata u hrvatskom priobalju naglo razvija malo i srednje poduzetništvo povezano s nekretninama i turističkim uslugama, jer faktori kojima u ovim djelatnostima raspolaže Hrvatska imaju međunarodnu razmjensku vrijednost. Međutim, uzimajući u obzir performanse konkurentskih mediteranskih zemalja u ovim djelatnostima, Hrvatska nema nikakvih izgleda postići konvergenciju ako ne riješi problem "dostupnosti" tj. infrastrukturnu zaostalost. Zbog toga tehnološka baza (kvalitetna infrastruktura) predstavlja temelj za uspjeh poduzetništva, kako u hotelijerstvu i ugostiteljstvu, tako i u ostalim povezanim djelatnostima od kojih se sastoji turistička ponuda.
- ¹³ Radi se o istraživanju koje je pod vodstvom dr. Drage Čengića, u okviru projekta "Razvojni akteri i ekonomska modernizacija hrvatskog društva", proveo 2004. godine Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- ¹⁴ Sukladno Wallersteinu, povijesno su "zemlje jezgre" protokapitalističke zemlje.
- ¹⁵ Obilježila S. P. B.
- ¹⁶ Usporedi: Tablica 1. - 8. u Prilozima.
- ¹⁷ Ova je teza utemeljena u podacima dobivenim iz kvalitativnog istraživanja, koje je za potrebe međunarodnog projekta pod nazivom "Socioekonomska kultura Istočne Europe: prednost ili ograničenje" u Hrvatskoj, na uzorku od 90 ispitanika, stranih i domaćih menadžera i poduzetnika (pod vođenjem dr. Drage Čengića iz Instituta Ivo Pilar) proveo nacionalni konzorcij istraživača. Intervjui su pohranjeni u arhivi Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar.
- ¹⁸ 1 = krajnje lijevo; 10 = krajnje desno.
- ¹⁹ Vidi tablice 9. - 13. u Prilozima.
- ²⁰ Usporedi tablicu 13. u Prilozima.
- ²¹ Prikazani faktori objašnjavaju 41% varijance.
- ²² Usporedi bilješku 21.
- ²³ Faktori navedeni u tablici 10. objašnjavaju 47% varijance.

LITERATURA

- Beesley, M., Littlechild, S. (1999.), Privatization: Principles, Problems and Priorities, u: Bishop, M., Kay, J., Mayer, C., *Privatization and Economic Performance*, Oxford University Press, str. 15-32.
- Bhagwati, J. (2004.), *In Defense of Globalization*, Oxford University Press.
- Bourdieu, P. (2003.), *Against the Tyranny of the Market*, The New Press.
- Castells, M. (2000.), *Uspón umreženog društva*, Golden Marketing.
- Čengić, D., Čolić, S., Topolčić, D. (2004.), Menadžerska elita i neke dimenzije socioekonomske kulture u Hrvatskoj, *Društvena istraživanja*, 12(1-2):73-96.
- Duverger, M. (1980.), *Janus, dva lica Zapada*, Globus.
- Estrin, S., Bennet, J., Urga, G., Maw, J. (2004.), Privatization Methods and Economic Growth in Transition Economies (July), *FEEM Working Paper No. 105.04*. <http://ssrn.com/abstract:569141>
- Huse, M. (2004.), Corporate Governance in Advanced Market Economies: Understanding Important Contingencies, *Expert meeting on Good governance for SMEs. United Nations, Economic Commission for Europe, Information Notice and Programme*, mimeo.
- Katunarić, V. (2001.), Nove elite, nacionalni konsenzus i razvoj, u: Čengić, D., Rogić I. (ur.), *Upravljačke elite i modernizacija*, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Kikeri, S., Nellis, J. (2001.), *Privatization in Competitive Sectors: The Record so Far, Private Sector Advisory Services*, World Bank. <http://ppppure.undp.org/indexActuibcfm?module=Library&action>
- Kundera, M. (1985.), Tragedija Srednje Europe, *Gordogan* br. 17-18, Zagreb.
- Leburić, A., Krneta, M. (2004.), *Profil poduzetnika*, Naklada Bošković.
- Porter, M. (1998.), *Competitive Advantage of Nations*, The Free Press.
- Rogić, I. (2000.), *Tehnika i samostalnost*, Hrvatska sveučilišna naklada.
- Roland, G., Grosfeld, I. (1997.), Defensive and Strategic Restructuring in Central European Enterprises, *Journal of Transforming Economies and Societies*, (3)4:21-46.
- Sapir, A. i sur. (2003.), *An Agenda for a Growing Europe. Making the EU Economic System Deliver*, Report presented to European Commission (mimeo).
- Smallbone, D. (2004.), Institutions, Governance and SME Development in Transition Economies, *Paper No. 5, Expert Meeting on Good Governance for SMEs, 1-2 April 2004*, Economic Commission for Europe, United Nations.
- Stiglitz, J. (2000.), *Economics of the Public Sector*, W. W. Norton & Company, Inc.
- Stiglitz, J. (2004.), *Globalizacija i dvojbe koje izaziva*, Algoritam.
- Šonje, V., Vujičić, B. (2001.), "Liberalizam" u vođenju ekonomske politike, u: Meštrović, M. (ur.), *Globalizacija i njene refleksije u Hrvatskoj*, Ekonomski institut Zagreb, str. 149-165.
- Šundalić, J. (2001.), Sustav vrijednosti u vrijeme politike zaborava, u: Meštrović, M. (ur.), *Globalizacija i njene refleksije u Hrvatskoj*, Ekonomski institut Zagreb, str. 65-83.
- Thurow, L. C. (1999.), *Building Wealth, the New Rules for Individuals, Companies and Nations in a Knowledge-Based Economy*, Harper Business.
- UNECE, CTIED, (2004.), *Expert meeting on Good governance for SMEs. United Nations, Economic Commission for Europe, Information Notice and Programme* (mimeo).

- Wallerstein, I. (1991.), *Geopolitics and Geoculture*, Cambridge University Press/Editions de la maison des Sciences de l'homme.
- World Bank (2002.), *Transition - The First Ten Years, Analysis and Lessons for Eastern Europe and the Former Soviet Union*, IBRD/WB, Washington, D.C.
- World Bank (2003.), Croatia, Private Sector Share in GDP, www.worldbank.org/ecsp/PSd-Yearbook/croatia.html
- Županov, J. (1983.), *Marginalije o društvenoj krizi*, Globus.
- Županov, J. (2001.), Industrijalizirajuća i dezindustrijalizirajuća elita u prvoj polovici 20. stoljeća, u: Čengić, D., Rogić I. (ur.), *Upravljačke elite i modernizacija*, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, str. 11-36.
- Županov, J. (2002.), *Od komunističkog pakla do divljeg kapitalizma*, Hrvatska sveučilišna naklada.

Saša Poljanec-Borić
**Menadžersko-poduzetnička
konkurentnost u tranzicijskim
dijelovima globalne ekonomije:
teorijski okvir i empirijski uvid**

Prilog I. Uz tekst Saše Poljanec-Borić

Tablica 1.

Raspodjela ispitanika prema spolu (%)

1. muškarci:	81,5
2. žene:	18,5

Izvor: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2004.

Tablica 2.

Raspodjela ispitanika prema dobi (%)

1. do 45 godina	48,0
2. 46 godina i više	52,0

Izvor: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2004.

Tablica 3.

Raspodjela ispitanika prema obrazovanju (%)

1. srednja škola (različiti smjerovi)	27,5
2. viša škola (tehnički i drugi smjerovi)	16,9
3. fakultet i viši oblici obrazovanja	55,7

Izvor: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2004.

Tablica 4.

Raspodjela ispitanika prema profesionalnom (međunarodnom, domaćem) iskustvu %

1. od 1 do 3 godine	4,4
2. od 4 do 10 godina	3,0
3. 11 i više godina	1,6
4. nije radio/radila u inozemstvu	91,0

Izvor: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2004.

Tablica 5.

Raspodjela ispitanika prema broju automobila u kućanstvu (%)

1. jedan automobil	32,8
2. dva automobila	49,7
3. tri i više automobila	13,2
4. bez odgovora	4,4

Izvor: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2004.

Tablica 6.

Raspodjela ispitanika prema vlasništvu vikendice/apartmana za odmor i/ili dodatnog stana/kuće (%)

1. imam vikendicu/apartman za odmor	30,3
2. imam dodatni stan/kuću	16,2
3. da, imam i jedno i drugo	8,8
4. nemam ništa od toga	43,2

Izvor: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2004.

Tablica 7.

Raspodjela ispitanika prema percepciji vlastitog političkog svjetonazora između klasičnih političkih polova "ljevice" i "desnice" (%)

<i>Lijevo</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<i>Desno</i>
	2,5	1,8	4,6	12,9	29,6	14,8	9,5	8,8	1,6	3,2	
	bez odgovora: 10,6										

Napomena: Procjena vlastite političke orijentacije između ljevice i desnice utvrđena je uz pomoć ljestvice od 1 do 10, pri čemu 1 označava lijevu političku orijentaciju, a 10 desnu političku orijentaciju.

Izvor: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2004.

Tablica 8.

Članstvo u različitim udrugama i organizacijama civilnoga društva (%)

	<i>Da</i>	<i>Ne</i>
1. član neke međunarodne poduzetničke/menadžerske udruge	3,5	95,8
2. član Hrvatske udruge menadžera CROMA	9,0	90,8
3. član Hrvatske udruge poslodavaca HUP	18,9	80,1
4. član neke parlamentarne političke stranke	9,0	90,1
5. član upravnog odbora lokalnog/regionalnog športskog kluba	10,2	89,6
6. član upravnog odbora nekoga od športskih klubova u prvoj ligi	4,4	95,2
7. član upravnog odbora neke građanske udruge/(NGO)	5,3	94,2
8. osnivač neke građanske udruge (NGO)	4,6	94,0

Izvor: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2004.

Tablica 9.

Raspodjela ispitanika prema su/vlasničkom udjelu u dionicama sadašnjeg poduzeća (%)

1. nema dionica – ovdje radi samo kao menadžer	35,8
2. ima do 25% dionica ovoga poduzeća	13,9
3. ima od 26 do 50% dionica ovoga poduzeća	6,5
4. ima u su/vlasništvu 51% i više dionica ovoga poduzeća	7,4
5. jedini je su/vlasnik ovoga poduzeća/ poduzeće nije dioničko društvo	32,8
6. nešto drugo	3,7

Izvor: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2004.

Tablica 10.

Tipologija poduzeća ispitanika prema većinskom vlasniku poduzeća (%)

1. poduzeće gdje su većinski vlasnici zaposleni radnici (bez menadžera)	13,2
2. poduzeće gdje su većinski vlasnici državni fondovi/država	9,7
3. poduzeće gdje su većinski vlasnici pojedinačni vlasnik/vlasnici iz Hrvatske	22,4
4. poduzeće gdje su većinski vlasnici inozemni građani ili inozemna poduzeća/banke	9,0
5. poduzeće gdje su većinski vlasnici osobno ispitanici kao vlasnici/ većinski dioničari	40,0
6. nešto drugo	5,8

Izvor: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2004.

Tablica 11.

Udio stranog kapitala u vlasništvu poduzeća ispitanika (%)

1. do 50%	5,3
2. preko 50%	9,5
3. bez udjela stranog kapitala	85,2

Izvor: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2004.

Tablica 12.

Raspodjela poduzeća prema ukupnom prihodu (u kunama) 2003. godine (%)

1. do 1 milijun kuna	12,9
2. od 1 do 20 milijuna kuna	15,9
3. od 21 do 50 milijuna kuna	13,6
4. od 51 do 80 milijuna kuna	18,2
5. više od 80 milijuna kuna	20,1
6. bez odgovora	19,2

Izvor: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2004.

Tablica 13.

Tipovi glavnih konkurenata prema vlasničkoj strukturi (%)

1. uglavnom domaća poduzeća	64,9
2. uglavnom inozemna poduzeća/podružnice inozemnih kompanija u Hrvatskoj	29,3
3. netko drugi	3,0

Izvor: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2004.