

Нагли развој глобализације пословања узроковао је пораст конкуренције на међународном тржишту. Број организација различите форме организовања се увећавао у складу са развојем степена пословања. Међутим, услед све веће глобализације, неопходно је извршити класификацију учесника на глобалном тржишту, како бисмо имали јаснију слику односа између актера глобалног тржишта. Полазећи од евентуалног приступа и нивоа тржишне ангажованости, Кееген је извршио класификацију предузећа на: национална, међународна, мултинационална, транснационална и глобална. Међутим, у овој класификацији која је карактеристична за англосаксонско подручје највише нејасноћа односи се на мултинационално предузеће, јер се под овим појмом обухвата веома широка лепеза учесника на међународном тржишту, почев од националног до мултинационалног предузећа. Међутим, ако занемаримо ово виђење ствари, даје нам се могућност да прихватимо класификацију организација организација која је сада опште прихваћена у већем делу света. Разликујемо следеће форме предузећа: национално предузеће заснива своју активност на домаћем тржишту; извозно предузеће је национално предузеће које продаје производе на међународном тржишту преко својих филијала или врши лицензирање технологије за кориштење у иностранству; предузеће међународног карактера, врши своју активност и надомашем и на иностраном тржишту. Пут до међународног води од националног и извозно-орјентисаног предузећа. Међународно предузеће заснива своју стратегију раста и развоја на равноправном третману националног и међународног тржишта, обављајући своју активност истовремено на оба. За ова предузећа није битна величина тржишта. Већ позитивно мишљење о условима пословања, при чему се некад повољнији услови налазе на међународном него на домаћем тржишту; транснационалне компаније, заснивају своје пословање на капиталу једне земље која је заступљена у више земаља. Транснационална компанија послује у једној до пет земаља, односно има три од пет афилијала; афилијале учествују са 5 – 15% у укупном обиму продаје. Транснационалне компаније карактерише већа девентрализација контроле пословања, као и то да своје руководиоце не регрутују само из седишта компаније. Транснационалне компаније представљају сва предузећа која послују на принципу улагања капитала из више земаља и имају контролу над имовином у најмање две или више земље. Ове организације имају веома развијену мрежу сопствених афилијала које су лоциране широм света, преко којих се контролише производња, дистрибуција производа и услуга; глобалне компаније – термилошки под овим именом се спомињу први пут у литератури почетком 90-их година, међутим, када се говори о глобалним компанијама на први поглед долази до мале конфузије – какве су то компаније и да ли представљају нови облик пословања или су само синоним за мултинационалне или транснационалне компаније. Глобалне компаније примењују глобалну стратегију која цели свет третира као једно тржиште и делују у условима јачања снага глобалне интеграције и слабљења националне остелљивости. Транснационалне компаније се налазе у самом средишту економске глобализације: оне чине две трећине укупне светске трговине, оне су актери ширења нових технологија по целој земљиној кугли и главни чиниоци на међународним финансијским тржиштима. Као што је приметио један аутор, оне су “стожери савремене светске економије” (Хелд и др. 1999. , стр 282). Преко 400 транснационалних компанија имало је годишњи приход од продаје преко 10 милијарди долара 1996. године, док је у исто време само 70 земаља могло да се похвали бруто националним дохотком (БНД) у висини те цифре. Другим речима, водеће транснационалне компаније су економски снажније од већине земаља света. Оне су постале глобални феномен у годинама након Другог светског рата. Експанзија у првим послератним годинама дошла је из фирми које су имале седиште у САД, али су до 1970. године и европске и јапанске фирме почеле да

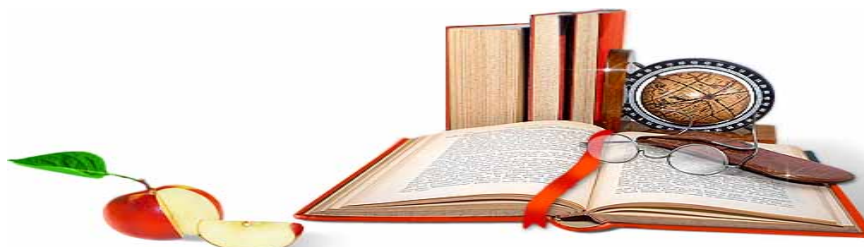
инвестирају у иностранству. Крајем осамдесетих и деведесетих година, ове компаније су се драматично прошириле успостављањем три моћна регионална тржишта, Европе, Азије и Пацифика, и Северне Америке.

Од почетка деведесетих година, и земље у осталим деловима света су либерализовале ограничења иностраном инвестирању. До почетка двадесет првог века било је мало економија у свету које су остале ван домашаја транснационалних компанија. У току последње деценије, транснационалне компаније са седиштем у индустријализованим економијама посебно су активне у ширењу свог пословања на земље у развоју и друштва бившег Совјетског Савеза и источне Европе. Своју глобалну моћ транснационалне компаније остварују путем контроле три најзначајнија тржишта: тржишта роба и услуга, финансијског тржишта и тржишта информација. На тај начин се поред економских процеса, контролишу и нееоомски процеси, као што су: политички, културни, идеолошки итд. Тиме постаје јасно зашто се транснационалне компаније не устручавају да предузму све што сматрају потребним да заштите своје монополске интересе и убеди светску јавност да је и економски, а и сваки други рат, легитимно средство у заштити слободне трговине, слободног тока капитала, знања, људи и свега осталог што доприноси повећању профита. Иза моћних транснационалних компанија стоје њихове моћне националне државе, које су увек спремне да их подрже у “светој мисије глобализације”, ако треба и оружаном силом. У тим чињеницама треба тражити најважније разлоге пружања отпора присуству транснационалним компанијама у неразијеним земљама, чак и ако је оно из економских разлога добродошло. Као позитивни ефекти присуства транснационалних компанија, као “мотора” привредног раста у земљама тзв. трећег света, најчешће се наводе нови “свежи” капитал у виду директних инвестиција, без чега не може бити никаквог привредног раста; нова технологија, без које није могућ никакав напредак у подизању квалитета производа, конкурентности, структурних промена итд; повећање запослености, али и незапосленост, када се изводи технолошка модернизација, или приликом тзв. преузимања, када се затварају преузета домаћа предузећа; пораст извоза и девизних прихода неопходних за сервисирање спољних дугова и за нови увоз. Почетком 21. века, транснационалне компаније контролишу директно или индиректно, две трећине светске производње и трговине, и три четвртине међународног трансфера технологије. Велика концентрација индустријског и финансијског капитала прети да наредих година достигне такав степен економске и финансијске моћи да ће бити у стању да практично контролише државне институције, па чак и установе међународне заједнице. На тај начин настаје један нови квалитет капитала чија логика није више везана за матичну земљу него за систем као целину. Корпорацијски капитал рађа нови социоекономски систем: корпорацијски, односно предаторски капитализам. Оваква трансформација власничких односа представља претварање индивидуалног власништва у групно, односно у власништво производних група и групација, чиме су опет националне границе постале преуске за даљи развој производних снага. Мондијализацијом се урушавају класичне државе – нације и јавља се нови тип капитализма којег “краси” неограничена експанзија. Овај агресивни тип капитализма неки теоретичари називају и турбокапитализмом, јер има логику свеопште приватизације уз помоћ савремених технологија, посебно компјутерске. Зато се многе земље суочавају с неизбежним питањем економске одбране од турбокапитализма. Једна од најзначајних мера јесте примена новог концепта пословне шпијунаже, јер је недостатак информација, односно информацијски јаз у модерном друштву, кривац број један за све његове проблеме. Велике светске силе, ради остваривања својих интереса често користе средства економског притиска и уцене. По свом циљу, облику испољавања, снагама које их спроводе и последицама које из њих произилазе она су добила таква обележја да се

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA  
SAJTU [WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA  
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)  
[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://WWW.MATURSKIRADOVI.NET)



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

[maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)