



ВИСОКА
ПОСЛОВНА
ШКОЛА
СТРУКОВНИХ
СТУДИЈА
НОВИ САД

Мастер струковне студије

Тема прегледног рада:

УТИЦАЈ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ НА РЕПУБЛИКУ СРБИЈУ

Ментор:

др Ђорђе Ђузовић

Студенти:

Николина Дробац
Број индекса: 2020/200036
Марина Малинић
Број индекса: 2020/200049
Сава-Срђан Стојковић
Број индекса: 2020/200042

Нови Сад, 2021.

САДРЖАЈ:

УВОД	3
1. ПОЈАМ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ	4
2. УТИЦАЈ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ НА ДРУШТВЕНИ РАЗВОЈ СРБИЈЕ	5
3. ПРЕДНОСТИ НЕДОСТАЦИ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ	6
4. ПОЛИТИЧКА ЕКОНОМИЈА ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ	7
5. ГЛОБАЛИЗАЦИЈА И РАЗВОЈ СРПСКИХ ПРЕДУЗЕЋА	8
6. ПРИСТУП СРПСКИХ ПРЕДУЗЕЋА ГЛОБАЛНОМ ТРЖИШТУ	11
ЗАКЉУЧАК	12
РЕФЕРЕНЦЕ:	13

УВОД

Глобализација се углавном односи на међународне политичко-економске процесе који су се почели одвијати после 90-тих година прошлог века. Корен речи глобализација изводи се из француске речи „global” што значи целовитост или свеукупност.

Глобализација чини квалитативно нови степен економске, политичке и културне интеграције држава и региона света уз висок степен интегрисаности света и она чини повезивања, која превазилазе оквире националне државе. Код глобализације се ради о сплету свих оних односа којима се повезују многобројни учесници на државном и регионалном нивоу, у многим областима, временима, у оквирима различитим брзинама одвијања, а који имају тенденцију свеобухватности и ширења. Глобализација је нови степен економске, политичке и културне интеграције држава и региона света, уз висок степен интегрисаности света и значи повезивања која превазилазе оквире националне државе. Циљ је повећање економског раста и богатства, технолошка револуција, стварање глобалне економије са светом без граница и универзалном културом.

Глобализацију поспешује све бољи и ефикаснији транспорт, комуникациона и информациона технологија, што све скупа омогућава већи обим производње уз снижење трошкова производње, брзину и растојање којима се преноси роба са једног места на друго, уз смањење трошкова такве размене, с једне стране, и потпуније задовољавање укуса и потрошње код потрошача са становишта већег избора различитих врста производа и услуга, с друге стране.

Најболнији недостатак глобализације је проблем јаза између богатих и сиромашних. Међутим, главна замерка глобализацији је да нису све земље профитирале глобализацијом, већ су и изгубиле, поготово земље које су биле против глобализације. Земље које су прихватиле глобализацију наилазе на проблем либерализације трговине. И даље богате земље постављају препреке увозу пољопривредних и текстилних производа, примарних сировина, обуће и сл. из неразвијених земаља, где ове земље имају компаративне предности.

Србија је земља која гради свој геополитички положај на Балкану, са свим својим специфичностима и свакако је краси интензивирање политичке, економске и културне сарадње и међузависности, као и стварање интеграционих процеса. Свака земља у глобализацију улази са сопственим специфичностима, предностима, али и са свим својим недостацима. Србија је у процес транзиције ушла са позиције слабо развијене мале земље, социјалистички оријентисане и то је била њена стартна позиција.

Глобализација је, свакако, најзначајнији процес епохе и сама по себи контрадикторна појава, па је и предмет бројних спорова. Поставља се питање да ли је Република Србија добила или је више губила у процесу глобализације? У процесу глобализације, Србија је пре свега знатно добила на побољшању конкурентских предности, и то посебно тако што се користе специфични локални ресурси и потенцијали. Посебно је, у конкурентској предности, важно то што је Србија усвојила нове информационе технологије, које је собом донела глобализација. Позитивни утицаји су свакако снажнији, јер глобализацијом Србија је неминовно постала део света, јача се конкуренција, подиже се на крају и ниво увоза и извоза. Полазећи од садашње ситуације у којој се налази наша

земља, свакако да треба што више јачати конкурентске предности наше економије, али са друге стране и јачати конкурентске предности појединачних предузећа привреде у целини. Основни продукт глобализације, појава мултинационалних компанија у Србији, које су након преузимања домаћих компанија обезбедиле повећање економске ефикасности тако што су, поред других примењених мера, извршиле смањење и реструктурирање радне снаге.

1. ПОЈАМ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ

Глобализацији је могуће приступити са становишта различитих наука: политикологије, економије, социологије, историје, психологије и филозофије. Глобализација као феномен постоји вековима и одражавала се, пре свега у утицају које су различите културе имале једна на другу. Путем трговине, долази до размене идеја и информације почињу да личе једна на другу. То се односи да културе и народи путем трговине, имиграције, размене идеја и информација почињу да личе једна на другу. У периоду после два светска рата ниво и интензитет размена између различитих култура, нација и економија се драматично повећао. Глобализација представља повезивања која превазилазе оквире националне државе, а циљ им је повећање економског раста и богатства. Могло би се рећи да је свет постао “глобално село”, у коме се препоручује да човек мисли глобално, а делује локално. Свет је постао глобално село захваљујући убрзаном развоју телекомуникација и појефтињењу транспорта, огромним миграцијама људи и укрупњавањем на територијалном, тржишном и економском плану. Информације, роба, људи, капитал слободно се крећу. Различите културе долазе у додир једна са другом, делују једна на другу, мењају се и допуњују. Развија се космополитски идентитет, мултикултуралност, толеранција.

Пет димензија глобализације су друштво, политика, економија, култура и животна средина, и они се не могу сасвим стриктно одвојити једна од друге, већ се међусобно прожимају. Ова повезаност између актера и области представља једну од посебности глобализације.

У периоду после два светска рата ниво и интензитет размена између различитих култура, нација и економија се драматично повећао. О нарочито наглом појачавању економских, политичких и културних утицаја између држава у свету можемо да говоримо о периоду крајем 20-ог века, тренд појачавања је наравно настављен и у почетку 21-ог века. Који год показатељ да узмемо, било да је он економски, политички, војни, научни, образовни, еколошки уочава се да су подручја изузета из процеса глобализације веома ретка. Подручја се међусобно разликују по степену уклапања у глобалне трендове.

Глобализација се, ипак, највише разматра са економског аспекта, будући да се може рећи да су остали аспекти глобализације нус-ефекат економске глобализације или су пак у служби економске глобализације. Економска глобализација заснива се на минимизирању улози државе, уз превласт слободног тржишта на бази савршено функционишућих тржишних механизма.

Термин глобализација се крајем двадесетог века веома ретко користио у академској литератури, а нарочито у свакодневном говору, док је данас необилазна тема како политичких и економских, тако и других дешавања. Занимљиво је да се све чешће чује и

термин „глобалитет“ којим се означава стање у коме процес глобализације као да је већ завршен, баријера више нема, и постоји нова глобална реалност. Савремена употреба овог термина се највише односи на појачавање конкуренције. Овакво стање карактерише структурно померање токова трговине те компаније конкуришу међусобно за све: потрошаче, добављаче, партнере, капитал, капацитете, системе дистрибуције.

2. УТИЦАЈ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ НА ДРУШТВЕНИ РАЗВОЈ СРБИЈЕ

Глобализација се огледа и у интензивном мешању култура, религија и идеологија, што доводи до смањења нивоа конфликтности између различитих народа и не врши насилан притисак на народе да се одрекну својих култура. Људи прихватају промене за које сматрају да су нове вредности за њих боље и да их унапређују.

Крајем XX века глобализација је доживела велико убрзање на плану ширења информационе технологије, посебно кроз неспутано глобално кретање информација савременим техничким средствима.

Глобализација се испољава у заједничком истраживању и коришћењу нових проналазака, у стварању нових производа и нових технологија. Глобализација доноси стварање нових политичких институција на нивоу света, чији је задатак да на другим основама заступају интересе свих грађана. Она не форсира постојеће идеологије и оставља да се на том плану људи слободно изразе на изборима кроз демократске процесе. Глобализација доноси велику миграцију људи из неразвијених области у развијене, доноси огроман пораст трговине, глобализацију тржишта капитала, што за последицу има инвестирање у све крајеве света. Данас велика предузећа бирају неразвијеније државе света, тј. селе се изван својих моћних матичних држава, где су услови привређивања повољнији (јефтинија радна снага) и доносе им већи профит. Да би дошли до тог циља, односно до што већег профита, технологија представља основу бољег начина живљења а такође нас усмерава ка новим различитим и побољшаним моделима друштвене и економске прилагодљивости.

Србија је већ две деценије у конфликтним односима са свим својим суседима. Извоз њених производа мањи је три пута од хрватског, пет пута мањи од словеначког, двадесет пута мањи чехословачког. Када се узме број становника ових држава слика Србије није баш најсјајнија. Годишње инвестирање развијених држава у Србију је 2-5 пута мање него инвестирање у суседне државе. Грађанима Србије ограничене су могућности кретања по свету због неповољног визног режима. Он је последица примењених санкција према Србији као изазивачу минулих ратова. Регионална сарадња је услов за пријем Србије у ЕУ, а на том плану Србија јако заостаје и постаје све конфликтнија.

Глобализација налаже потребу да се на планетарном нивоу оствари организација за заједничко решавање локалних и глобалних конфликта и стварање планетарних одбрамбених механизма. Заједничко решавање проблема је препуштено људима, а ти проблеми су везани за загађење река, мора, језера, ваздуха и земље, посебно у индустријским регионима и великим градовима. Значајна улога глобализације везана је за ширење духовних вредности у области књижевности, сликарства, архитектуре,

музике, спорта, филма, итд. Ипак, овај процес најспорије напредује на плану повезивања цивилизација и култура, јер су код свих народа ови обрасци колективног живљења јако стамени. Проблем је што глобализација културе и цивилизације представља предуслов за изградњу новог хуманијег и праведнијег света. Само се преко њих може избећи сукоб великих сила, а посебно сукоб цивилизација. Најочигледнији примери глобализације јављају се у области трговине, инвестиција и у области привредног развоја и инфраструктуре, као и у међународном саобраћају. Посебни облици глобализације јављају се у области менаџерских техника, административних техника и других стандарда, као и универзитетске наставе.

Србија кроз своју дугогодишњу изолацију и свој антиглобализам не учествује у овим процесима; зато стагнира, али и катастрофално страда. И данас водеће личности из Српске академије наука и уметности, Друштва књижевника Србије, великодостојници Српске православне цркве и лидери моћних странака заступају идеје државног централизма, антирегионализма. Ове антиглобалистичке идеје озбиљно угрожавају будућност Србије.

3. ПРЕДНОСТИ НЕДОСТАЦИ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ

У свакодневним животима темељ свега су углавном националне државе и национална економија. Међутим, и ти темељи су подложни променама. Како би објаснили све те процесе које су узрок тим променама, долазимо до глобализације, што значи максимизирање профита, међутим сматра се како она може бити и претња, посебно транзицијским земљама. Баш због збога, она би се у свету економије требала схватати као нешто позитивно због могућности и прилика које она нуди у данашњем економском свету. Конкретно, прилике за раст и развој. Ако глобализација није феномен новијег доба и ако егзистира неколико столећа, с правом се питати је ли оправдан значај који се даје тој теми расправе у данашњем свету. Глобализација је настала од ријечи „the Globe“, што значи Земља, земаљска кугла, округло небеско тело, при чему треба имати на уму да глобализација повезује све друштвене радње и процесе које имају међународни значај, који се представљају и појављују у свим светским збивањима. Глобализација је прерасла националне оквирице и циљ јој је повећање економског раста и богатства. Присталице глобализације сматрају да је она процес која вуче к друштвеном благостању и развоју у свим пољима доприносећи да сви (и богати и сиромашни) постају богатији. Исто тако постоје и они на другој страни који сматрају да је глобализација пројект доминације запада и американизације света. Док за једне глобализација представља економску и светску интеграцију, те развој, за друге је она разлог за сукоб и разне пођеле између цивилизација. За присталице глобализације она представља цивилизацијски напредак, док је за противнике она сила која продубљује јаз између богатих и сиромашних, стварајући претпоставке које погодују богатима да постају још богатији у односе на сиромашне.

Кључ проблема о глобализацији није у томе да ли смо за или против, односно за једну од супротстављених струја. Узимајући у обзир како је глобализација данас готово свуда око нас, битно је да се с увида и анализа прође на комплексна схваћања њених обележја и законитости. Најважније је покушати потиснути све негативне последице, а максимално искористити све позитивне ставке. Тим више што савремени облик глобализације, за разлику од свих претходних управо због међузависности појединачних друштава има шансу да се временски и постепено стабилизује на дужи

временски период, без обзира на неправде која она може носити са собом, поготово према неразвијеном делу света или земљама у развоју. Позитивна страна глобализације је и ширење господарских успеха широм света, као нпр. проналажење начина да се произведе више хране за сиромашнији део данашњег света. Томе успеху битно доприноси знаност, тј. знанствена истраживања. Такође глобално позитивни успех је и материјална помоћ становништву које је погођено елементарним непогодама. Производња производа и добара по знатно јефтинијој циени без царина, те увођење демократије у оне државе које се биле у рукама разних властодржача исто је плод глобализацијског процеса. Данас захваљујући савременим средствима комуникације људи могу међусобно по целом свијету препричавати своја открића, идеје, спознаје и искуства. По том питању све баријере су уклоњене. У сваком случају глобализација има много својих позитивних тачака које треба даље неговати и развијати.

Како постоје позитивне стране глобализације, тако имамо и неке њене негативне стране. Требало би да велике и моћне државе искоришћавају господарску немоћ мањих народа, како би их подвргли својим економским и политичким опцијама. Тако за мале државе у овом подручју постоји опасност да се потпуно интегришу с великим, те тако да и готово нестану. Свесно или несвесно, глобализација брише разлике међу људима, односну њихову историју, језик и културу, тј. све оно што чини неки народ посебним и по чему би требао бити препознатљив у свету. Негативни аспекти глобализације видљиви су на економском, господарском, културолошком и религијском подручју. У данашњем свету све је подређено остваривању профита. Новац и профит имају велику моћ која се налази у транснационалним банкама и корпоративним мутлинационалним друштвима. Тако је настала глобализациона економија која више не познаје државне границе, а вођена је логиком максималног искоришћавања свих понуђених потенцијала за остварење што већег профита. Такав развој економије не води рачуна о социјалној компоненти, односно о последицама свог деловања. Та ставка је остављена на бригу појединим државама које се морају бринути за своје становништво и друштвени развој.

4. ПОЛИТИЧКА ЕКОНОМИЈА ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ

Постоји тежња да се процес глобализације сведе на статистичке показатеље о економском расту и благостању, на једној, и о повећању јаза између сиромашних и богатих, на другој страни. Треба нагласити да је несумњив статистички пораст трговине и финансијских трансакција на планетарном нивоу; међутим, постоји њихова велика несразмера у односу на реални GDP. Такође, чињеница је да тај раст није довео до значајнијег смањења разлика између богатог севера и сиромашног југа, јер 20% најсиромашнијих има још увек преко 50 пута мање приходе од 20% најбогатијег дела светске популације. Дешава се контрадикторан процес да и на све богатијем северу расте број сиромашних. Од превеликог броја статистичких параметара теоретичари често нису у стању да уоче процесе који нису лако мерљиви егзактним статистичким инструментима, а то су промене, пре свега, у социјалној и културној сфери. Промене о којима је овде реч нису на нивоу глобалног ланца Мекдоналдсових ресторана и глобалне дилерске мреже ГМЦ, већ је реч о нечему што може да се окарактерише као фундаментална друштвена промена и прелазак у нову епоху чији смо ми савременици. Глобална средства комуникације нису омогућила само повећање економске ефикасности, проток роба и трансфер финансија, него су допринела стварању једне

глобалне заједнице у којој људи сваког тренутка могу да сазнају шта се дешава на другом крају планете, какав је културни живот у Лондону, Паризу или Њујорку. „Глобални грађани” могу да прате ситуацију насталу са рупама у озонском омотачу и да процењују ефекте потенцијалних еколошких катастрофа на читавој планети. Захваљујући савременим комуникационим средствима, контакти на даљину нису скупи. Чак има и парадокс да је комуникација између Београда и Франкфурта преко интернета јефтинија него одговарајући трошкови за исто временско трајање разговора између Београда и било ког места у Србији обичним телефонским линијама.

Покретљивост људи и велике миграције, поготову високообразованих кадрова, стварају интерперсоналне везе које прерастају у глобалне мреже професионалних осталих друштвених група. Није реткост да постоји приснији однос с неким ко је хиљадама километара удаљен него са људима из непосредног окружења. Описана ситуација довела је до стварања многих комуникационих заједница чије мреже чине основу новог, глобалног друштва у настајању. Настајућа заједница има све карактеристике које су некад биле довољне за одређење нације, државног и културног простора. Нове везе не трпе укалупљивање у постојеће границе, њихов простор је читав планета.

Глобализација представља дугорочни процес који прожима и обликује унутрашњу и спољну политику свих земаља; одређује услове пословања привредних и финансијских актера и преобликује светсваког од нас појединачно. Међутим, неретко се глобализација поистовећује са интернационализацијом, либерализацијом, универзализацијом, вестернизацијом и сличним процесима који су претходили глобализацији или се одвијају само као део процеса глобализације. Несумњиво је да сваки од побројаних процеса и, наравно, још много других непоменутих, подстичу и убрзавају (а неки и успоравају) глобалне процесе. Глобализација у својој основи садржи чињеницу да ништа што се на овоме свету деси није само локални догађај, већ да су сви проналасци, победе и катастрофе саставни део једног – нашег света. Глобално друштво није меганационално друштво које апсорбује и у себи раствара сва национална друштва, већ је то светски скуп који карактерише разноликост и, не нужно, интеграција. Ово друштво се успоставља и одржава кроз разнолике облике комуникација које га чине целином. Шири се свест о повезаности и међузависности света, расте осетљивост за проблеме удаљених земаља, напуштају се стари и прихватају нови идентитети.

5. ГЛОБАЛИЗАЦИЈА И РАЗВОЈ СРПСКИХ ПРЕДУЗЕЋА

У организацији привреде као и трци за стицање конкурентских предности, светски трендови уважавају квалитет, а не квантитет раста. Као једна од атрактивнијих и на неки начин нужних концепата привређивања фаворизују се стратегијске алијансе.

Циљ њиховог формирања огледа се у успостављању стабилности пословања привредних субјеката као и тржишта, уз истовремену тежњу за његовим проширењем, такође путем ове врсте удруживања постиже се сарадња односно заједничко деловање и то путем упаривања различитих компетентности и самим тим смирити кокурентцију. Због различитих интереса партнери који су укључени у саму стратегијску алијансу, су веома обазриви што један позитиван допринос бржем привредном развоју. Због тога су стратегијске алијансе биле један од главних покретача српских предузећа у стасавању ради ефикаснијег и бржег интегрисања у светске процесе везане за трансфере како

капитала тако и нових технологија, па је самим постизањем ефикасности коришћења дошло и до смањења трансакционих трошкова, стварања технолошких и вертикалних мрежа и конзорцијалних споразума поготово у сферама истраживања и развоја.

На основу процеса глобализације тржишта, које за последицу има интернационализацију пословања и глобализацију предузећа долази се до условљавања развојног понашања предузећа путем стања на тржишту производа и капитала, развојним иновацијама и организационим формама. И као што је већ а почетку поглавља речено у савременим условима све се више афирмише квалитет раста предузећа, а не кванитет истог. Далје као битна ствар везана за развој српских предузећа јесте повећање конкурентских позиција на тржишту, и то због непрестаног развоја и увођења нових технологија као једног фактора, и либерализације законске регулативе као другог фактора, који приморавају самим тим предузећа да се повезују како и заједничким снагама могле да се прилагоде немилосрдом пословном окружењу.

Значи под утицајем глобализације долази до формирања стратегијских алијанси односно коалиција путем који предузећа која су укључења у коалицију постижу бржи и већи раст и развој односно напредак. Управо стратегијске алијансе претпостављају врло флексибилне облике стратегије (маркетинг аранжмани, лиценцирање, истраживање и развој, набавка, франшизинг, заједничка улагања, конзорцијуми и слично) у смислу: повећање обима продаје (проширивањем граница тржишта), приступ савременим технологијама, синергетски ефекти (комбиновање асиметричних предности фирми), приступ ретким ресурсима, релативизирање (олакшање) услова уласка на нова тржишта, интензивирање међународног пословања (капитала и знања).

Дакле, уместо судара конкурената на самом тржишту заснованих на солирању, све више се прибегава сарадњи и испомагању у отклањању баријера. Предузећа учесници алијансе путем комбиновања својих асиметричних предности такође остварују могућност да остваре обострану корист у оквиру наступа на новим тржиштима и технолошким сферама са друге стране. Све више се фаворизује комбиновани раст у односу на интерни или екстерни раст.

Удари са тржишта такође представљају још један од разлога због којих предузећа прибегавају сарадњама са већим бројем партнера у оквиру алијанси, како би очувало своју виталност и повећало отпорност на притиске са тржишта. Савремено предузеће остваривањем синергије може да остварује путеве свога развоја широким спектром могућности, користећи асиметрију у односима међу деловима, суптилне маневре на плану реструктурирања пословног портфолиа и заснивања веза са окружењем.

Облици сарадње у алијансама, утврђују се зависно од природе посла и очекиваних резултата. Тако оне могу обухватити: споразумно улагање капитала (једне у акције друге фирме), лиценцирање, франшизинг, заједничка улагања, пружање помоћи у производњи, маркетингу, истраживању и развоју.

Предности од стратегијских алијанси се класификују на следећи начин:

- 1. Лакши приступ тржишту продаје и набавке-** савладавање баријера на основу заједничког наступа на одређеним тржиштима, чврсти аранжмани за промоцију одређених производа, отварање, снабдевање сировина, услугама,...
- 2. Ефикасно управљање процесом производње-** усавршавање производних процеса и трансфер производног кнов-хов, промоција нових производних процеса, равномерније запошљавање капацитета,...
- 3. Бенефити у сфери управљања производом-** благовремен развој производа и изношење производа на тржиште, ефикасније креирање истраживачке и маркетинг помоћи,...
- 4. Јачање технологије и њена ефикаснија координација-** унакрсним лиценцирањем разводњавају се трошкови, проширује се истраживачки хоризонт, обезбеђује критичне масе истраживача, инволвирање више партнера.
- 5. Унапређење управљачког и организационог кнов-хов-** промоција нове културе и организације пословања, унапређење интерног предузетништва.
- 6. Јачање финансијске снаге-** повећавање или убрзавање стварања прихода помоћу одређених аранжмана, смањење издатака одређених активности које се финансирају.
- 7. Јачање развојног потенцијала-** екстерни фактори (премошћавање препрека приликом уласка у грану, употреба предвиђених могућности)

Коришћење алијанси за сврхе јачања тржишне снаге предузеће може да се сведе на:

- 1. Индивидуално испомагање-** подразумева помаганје партнерима које фактички доводи до помаганја самом себи у осигурању или проширењу тржишта продаје и набавке.
- 2. Формирање стратегијских мрежа-** Остваривање заједничке користи на основу интегрисања већег броја независних фирми у једну групу. Врсте мрежа које се успостављају могу бити: путем вертикалног повезивања, за заједничко коришћење технологије, које се заснивају на унакрсном власништву.

6. ПРИСТУП СРПСКИХ ПРЕДУЗЕЋА ГЛОБАЛНОМ ТРЖИШТУ

Процес формулисања глобалне стратегије у суштини је активност стављања у однос и усклађивање компетентности предузећа са могућностима и опасностима у међународној средини. Приступ глобалном тржишту захтева одговарајући микс пословних функција, прилагођен циљевима који желе да се постигну. Различита циљна тржишта имају различите етапе у животном циклусу међународног производа. Анализа глобалног и индивидуалних националних и регионалних тржишта основа је да се дефинишу циљеви и стратегије за свако тржиште, предвиђајући њихову међузависност. Акцент је на балансу између глобалних, регионалних и националних сличности и разлика.

Циљеви предузећа помажу да се донесе одлука о избору атрактивних тржишта, а при томе су присутне три врсте циљева:

1. краткорочни и дугорочни принос на инвестиције (профит и ток готовине),
2. учешће на тржишту (способност суочавања са конкуренцијом),
3. улаз на тзв. водећа тржишта (посебно је битан циљ у иницијалној фази).

Да би преузеће остварило иакакав пословни успех на глобалном тржишту оно мора да располаже одговарајућим потенцијалом. На глобалном тржишту, стручност и извори предузећа битно детерминишу политику, стратегију и структуру предузећа. Приступ глобалним тржиштима претпоставља и разумевање основних детерминанти националне конкурентске предности. Карактер конкуренције и извори конкурентске предности разликују се не само по гранама већ и по сегментима (групацијама) гране. Предузећа освајају и одржавају конкурентску предност побољшањем, иновацијама и укупним успехом.

Према Портеру четири фактора доприносе нацији да уобличава средину у којој домаћа предузећа конкуришу да унапреде или ограниче креирање конкурентске предности: услови фактора – позиција нације у факторима производње (стручна радна снага и инфраструктура), услови тражње – карактер домаће тражње за производе и услуге гране, повезане и подржавајуће гране – присуство или одсуство грана које снабдевају или су повезане (а које су међусобно конкурентне), стратегија, структура и ривалитет предузећа – услови у националној привреди који усмеравају стварање, организовање, управљање предузећем, као и карактер домаћег ривалитета. Портерова анализа детерминанти националних предности, показује да се услови за пословни успех стварају прво у националној привреди, односно на домаћем тржишту. Дакле, најбитнији разлог међународног успеха је интензивна конкуренција међу предузећима унутар домаћег тржишта. Многи аутори наводе више стратегијских опција на глобалном тржишту, односно различите варијације генеричких стратегија (вођство у трошковима, диференцирање и фокус – на основу трошкова или диференцирања) које се користе на домаћем тржишту.

Основне стратегије, на глобалном тржишту су:

1. глобална стратегија високог учешћа
2. глобална стратегија локалног учешћа
3. стратегија глобалне „нише”

Потом, могу се издвојити и четири начина остваривања конкурентске предности:

1. глобална мега предузећа
2. предузећа оријентисана на географске „нише”
3. тзв. европски специјалисти односно регионални специјалисти,
4. предузећа „корисници портфолиа”

Ове четири стратегије нису међусобно искључиве. Међутим, једно од кључних питања при одлучивању у наступу на новим тржиштима је да се поуздано одговори на питање да ли предузеће има конкурентну предност и да ли је она од користи на новим тржиштима. У тражењу поузданог одговора на ово питање са маркетинг аспекта користи се комбинација: интерне анализе, анализе конкуренције, и екстерне анализе.

На основу сагледавања конкурентске предности може се ићи на тражење адекватних стратегија наступа на новим тржиштима. Сматра се, да су добре оне стратегије које се заснивају, с једне стране – на компетентности предузећа, а са друге – на критичним факторима успеха у грани. Глобална оријентација значи да се предузеће не ограничава само у пословним активностима на познатим или традиционалним тржиштима, већ и на нова атрактивна национална тржишта (при чему је битно изабрати право време и прави начин наступа на новим тржиштима).

Неки аутори у том смислу наводе шест типова стратегија:

1. наступ на тржишту са широком линијом производа високог квалитета
3. предузеће следи интегрисану стратегију

ЗАКЉУЧАК

Суштина овог рада огледа се у сагледању сложеног односа који повезује глобализацију као један светски привредни феномен са једне стране, и саму привреду наше Републике Србије са друге стране, и на што једноставнији начин је представио резултате утицаја саме глобализације на привредни систем Републике Србије. Република Србија као земља у транзицији је путем глобализације ушла кроз велика врата и постала део света, а самим тим чином је дошло до јачања конкуренције, а и скока увоза и извоза. Освртом на садашње домаћег тржишта страних директних инвестиција, Република Србија је у веома повољној ситуацији и самим тим је достигла веома висок степен глобализације, и привукла доста страних инвеститора и у великој мери допринела порасту животног стандарда и повећања ГДП-а, и себи путем оваквих корака обезбедила стабилну основу за будућност.

Питања за испит:

1. Које су димензије глобализације?
2. Предности и недостаци глобализације су?
3. Класификација предности стратегијских алијанси?

РЕФЕРЕНЦЕ:

Добрица Весић, Утицај глобализације пословања на привредни систем Србије, фебруар 2010, стр. 136-164, вол. LXII.

Преузето са: <http://www.republika.co.rs/442-443/15.html> (29.12.2021.)

Преузето са: <https://www.seminarski-diplomski.co.rs/SOCIOLOGIJA/pojam%20i%20znacaj%20globalizacije-.html> (приступ 30.12.2021.)

Преузето са: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1452-4457/2016/1452-44571601039L.pdf> (приступ 30.12.2021.)

Преузето са: <https://www.makroekonomija.org/0-raniji-autori-i-citati/z-jovo-drobnjak/srbija-u-kandzama-globalizacije/> (23.12.2021.)

Преузето са: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1820-6859/2014/1820-68591401349T.pdf> (23.12.2021.)

Преузето са: https://www.diplomacy.bg.ac.rs/pdf/medj_problemi/2010/Medjunarodni_problemi_br.1_2010.pdf (23.12.2021.)

<http://www.womenngo.org.rs/feministicka/tekstovi/boaventura-de-soza-santos.pdf>

Преузето са: <http://www.doiserbia.nb.rs/img/doi/0352-5732/2014/0352-57321449001D.pdf>

Преузето са: <https://edukacija.rs/poslovne-vestine/menadzment/globalizacija-i-menadzment-u-globalnom-okruzenju>