

UVOD

Globalizacija predstavlja jednu od najaktuelnijih tema današnjice, ali ujedno i jednu od kontroverznijih tema. Ugledni britanski ekonomista i koautor jedne od najpoznatijih knjiga o globalizaciji Grejem Tompson je na jednom mestu napisao, da je "termin globalizacija okupirao centralno mesto u savremenim društvenim naukama". Te reči, kao i druge slične poruke - poput one Rolanda Robertsona o globalizaciji kao "konceptu devedesetih" - jasno ukazuju na prvorazedni značaj koji se tom fenomenu pridaje među akademskom elitom. Naravno, rasprave ove vrste ni izdaleka se ne iscrpljuju na polju nauke. Ogromna pažnja koju globalizacija zauzima u medijskom prostoru, njena uloga u političkim raspravama i, konačno, animiranje imaginacije šire javnosti, za posledicu imaju i jednu mnogo ozbiljniju pojavu - pojavu izrastanja planetarne svesti, odnosno oblikovanja jedne nove samosvesti o svetu kao "jedinstvenom mestu". Sve to jasno ukazuje da ideja globalizacije polako, ali sigurno, zadobija status novog lajtmotiva našeg doba.

Talas globalizacije generisao je radikalnu izmenu u strategiji velikog broja kompanija, naročito onih velikih. Sve do nedavno, domaće kompanije su bile zaštićene unutar granica svoje države. Vlade su štatile domaće kompanije iz razloga zaštite standarda svojih građana. Međutim, danas kompanije su suočene sa činjenicom da su domaća tržišta saturirana i da im jedina šansa za opstanak i rast leži u traženju novih tržišta van nacionalnih granica. Nove tehnologije ruše granice. Nove tehnologije koje su dovele do rapidnog smanjenja troškova u oblasti transporta i komunikacija predstavljaju najvažniji izvor globalnih promena. Jedna od najvažnijih posledica globalizacije ogleda se i u takozvanom „velikom pomaku“ u smislu tranzicije od nacionalnih strategija ka globalnom strategijskom menadžmentu u većini multinacionalnih kompanija. Upravo analiza ovog pomaka predstavlja osnovni predmet ovog rada.

U prvom poglavlju će se predstaviti tendencije u razvoju strategijskog menadžmenta. Najpre će se elaborirati sam pojam i suština, da bi se nakon kratkog potsećanja na evoluciju, predstavile i etape u razvoju strateškog menadžmenta.

Drugi deo tretira problematiku internacionalizacije poslovanja. Najpre će se definisati pojam, značaj i procesi internacionalizacije, a nakon toga forme obavljanja međunarodne poslovne aktivnosti. Nakon toga sledi rasprava o bazičnim pristupima formulisanju strategije internacionalizacije, da bi se na kraju identifikovali glavni pravci internacionalizacije poslovanja.

U trećem delu biće reči o samom procesu globalizacije. To podrazumeva analiziranje suštine samog fenomena. Nakon toga, sledi predstavljanje nekih od najpoznatijih definicija globalizacije, da bi se, potom, analizirale i njene najvažnije dimenzije. U nastavku teksta identifikovaće se glavni uzroci i posledice fenomena globalne promene, da bi se na kraju poglavlja istražile izmene koje je globalizacije proizvela u strukturi poslovanja preduzeća.

Poslednje poglavlje rada detaljnije tretira mesto i ulogu strategijskog menadžmenta u uslovima globalizacije. To podrazumeva istraživanje posledica koje globalna ekonomija izaziva u strukturi menadžmenta, konkurentnosti, okolini i tako dalje.

Naposletku predstaviće se globalni trendovi i izazovi pred kojima stoji strategijski menadžment.

I TENDENCIJE U RAZVOJU STRATEGIJSKOG MENADŽMENTA

1.1 POJAM STRATEGIJSKOG MENADŽMENTA

Ako se menadžment razume kao proces kojim se, kroz planiranje, organizovanje, vođenje i kontrolu, sa i preko ljudi i drugih resursa, obezbeđuje efektivno i efikasno ostvarivanje ciljeva preduzeća u promenljivoj sredini, proizilazi da se radi o svojevrsnoj aktivnosti koja podrazumeva puno mudrosti i veština da bi se osiguralo optimalno poslovanje preduzeća. U cilju da se bliže odredi, u literaturi iz ove oblasti ukazuje se na nekoliko njegovih bitnih karakteristika:

- 1) To je proces kojim jedna grupa ljudi (menadžeri) usmerava i koordinira aktivnost drugih ljudi na ostvarivanju zajedničkih ciljeva.
- 2) Tim procesom se sa i preko ljudi i efikasnom upotrebom drugih ograničenih resursa nastoje efektivno ostvariti ciljevi preduzeća u dinamičnoj poslovnoj sredini.
- 3) To se vrši kroz faze: planiranja, organizovanja, vođenja i kontrole kojima se određuju ciljevi, politike, strategije i pojedinačni planovi, kreira organizaciona struktura i druga infrastruktura i mehanizmi koji su nužni za njihovu implementaciju.
- 4) Budući, da bazira na sposobnosti da se posao obavi preko drugih ljudi, ovaj proces obuhvata poznavanje faktora motivacije, obezbeđivanje radnih uslova i drugih okolnosti koje opredeljuju grupni rad i ostvarivanje zajedničkih ciljeva.
- 5) Imajući u vidu promenljivost šansi i prisustvo rizika koje generiše dinamična konkurentna sredina, upravljački proces mora da, u izboru proizvoda i tržišta kao i selekciji i kombinovanju resursa, u podjednako meri uvažava zahteve efektivnosti i efikasnosti.

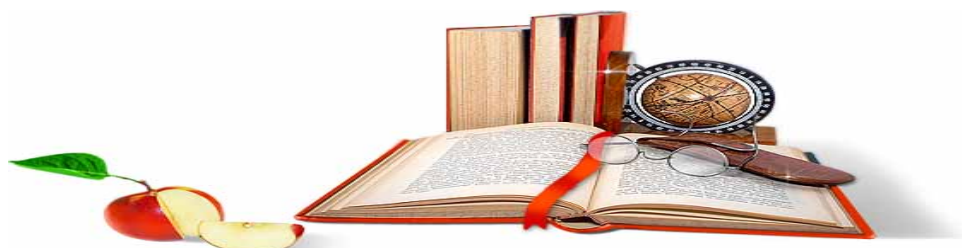
Budući da preduzeće figuriše kao organizacija ljudi sa istim ciljem koja se stvara da se, konverzijom inputa u tržišno prihvatljive autpute, ostvaruje profit, značajno je da menadžment preduzeća, u upravljanju tim transformacionim procesima, respektuje zahteve efektivnosti i efikasnosti. Efektivnost (bavljenje pravim poslom) i efikasnost (obavljanje posla na pravi način) su u najdirektnijoj funkciji sa ostvarivanjem profitnih ciljeva, te selekcija posla, odnosno proizvodnog programa i ciljnih tržišta kao i organizovanje radnih procesa, odnosno kombinovanje i korišćenje resursa, predstavlja srž ekonomske dimenzije menadžmenta. Kao što je prikazano na ilustraciji 1, moguće su različite situacije i ishodi, te je zadatak menadžmenta da obezbedi pravu kombinaciju upotrebe resursa i ostvarivanja ciljeva, odnosno da smanji ili eliminiše razmak između potencijalnog i faktičkog odnosa u poslovanju preduzeća.

Gornji levi kvadrant predstavlja situaciju efikasnosti i neefektivnosti, tj. preduzeće radi produktivno na pogrešnom području delatnosti. Naime, uprkos dobrom korišćenju resursa, preduzeće ne ostvaruje ciljeve jer su proizvod i tržište pogrešno izabrani. Donji levi kvadrant predstavlja još lošiju situaciju u pogledu ostvarivanja

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

**BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

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



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

maturskiradovi.net@gmail.com