

## SADRŽAJ

Uvod.....	str.1
Transnacionalne kompanije.....	str.2
- pojam i razvoj.....	str.2
- korporacijski kapitalizam.....	str.3
- globalna imperija.....	str.4
- povećanje moći.....	str.5
- faze razvoja o organizacioni oblici TNK.....	str.6
- uloge transnacionalnih menadžera.....	str.7
Multinacionalne kompanije.....	str.7
- šta su to MNK i koja je njihova uloga u ekonomskom i kulturnom životu.....	str.8
- zbog čega nerazvijene zemlje ulaze u integracije.....	str.9
- zašto bi MNK trebalo da podležu međunarodnim propisima...str.11	
- prva investicija japanske MNK u Srbiji.....	str.12
Zaključak.....	str.13
Literatura.....	str.15

## UVOD

Nagli razvoj globalizacije poslovanja uzrokovao je porast konkurencije na međunarodnom tržištu. Broj organizacija različite forme organizovanja se uvećavao u skladu sa razvojem stepena poslovanja. Međutim, usled sve veće globalizacije, neophodno je izvršiti klasifikaciju učesnika na globalnom tržištu, kako bismo imali jasniju sliku odnosa između aktera globalnog tržišta.

Organizacije koje su prisutne na svetskom tržištu klasifikuju se prema:

Nivou tržišne angažovanosti

Polazeći od eventualnog pristupa i nivoa tržišne angažovanosti, Keegen je izvršio klasifikaciju preduzeća na: nacionalna, međunarodna, multinacionalna, tansnacionalna i globalna. Međutim, u ovoj klasifikaciji koja je karakteristična za anglosaksonsko područje najviše nejasnoća odnosi se na multinacionalno preduzeće, jer se pod ovim pojmom obuhvata veoma široka lepeza učesnika na međunarodnom tržištu, počev od nacionalnog do multinacionalnog preduzeća.

Međutim, ako zanemarimo ovo viđenje stvari, daje nam se mogućnost da prihvatimo klasifikaciju organizacija organizacija koja je sada opšte prihvaćena u većem delu sveta. Razlikujemo sledeće forme preduzeća: nacionalno preduzeće zasniva svoju aktivnost na domaćem tržištu; izvozno preduzeće je nacionalno preduzeće koje prodaje proizvode na međunarodnom tržištu preko svojih filijala ili vrši licenciranje tehnologije za korištenje u inostranstvu; preduzeće međunarodnog karaktera, vrši svoju aktivnost i nadomućem i na inostranom tržištu. Put do međunarodnog vodi od nacionalnog i izvozno-orjentisanog preduzeća. Međunarodno preduzeće zasniva svoju strategiju rasta i razvoja na ravnopravnom tretmanu nacionalnog i međunarodnog tržišta, obavljajući svoju aktivnost istovremeno na oba. Za ova preduzeća nije bitna veličina tržišta. Već pozitivno mišljenje o uslovima poslovanja, pri čemu se nekad povoljniji uslovi nalaze na međunarodnom nego na domaćem tržištu; transnacionalne kompanije, zasnivaju svoje poslovanje na kapitalu jedne zemlje koja je zastupljena u više zemalja. Transnacionalna kompanija posluje u jednoj do pet zemalja, odnosno ima tri od pet afilijala; afilijale učestvuju sa 5 – 15% u ukupnom obimu prodaje. Transnacionalne kompanije karakteriše veća deventralizacija kontrole poslovanja, kao i to da svoje rukovodioce ne regrutuju samo iz sedišta kompanije.

Multinacionalne kompanije predstavljaju sva preduzeća koja posluje na principu ulaganja kapitala iz više zemalja i imaju kontrolu nad imovinom u najmanje dve ili više zemlje. Ove organizacije imaju veoma razvijenu mrežu sopstvenih afilijala koje su locirane širom sveta, preko kojih se kontroliše proizvodnja, distribucija proizvoda i usluga; globalne kompanije – terminološki pod ovim imenom se spominju prvi put u literaturi početkom 90-ih godina, međutim, kada se govori o globalnim kompanijama na prvi pogled dolazi do male konfuzije – kakve su to kompanije i da li predstavljaju novi oblik poslovanja ili su samo sinonim za multinacionalne ili transnacionalne kompanije. Globalne kompanije primenjuju globalnu strategiju koja celi svet tretira kao jedno tržište i deluju u uslovima jačanja snaga globalne integracije i slabljenja nacionalne osteljivosti.

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)