

SEMINARSKI RAD

Predmet: Međunarodna ekonomija i finansije

Tema: Međunarodni monopoli: transnacionalne i multinacionalne kompanije

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

<http://www.MATURSKIRADOVI.NET/>

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:¹

- Nivou tržišne angažovanosti
- Veličini, imovini, dohotku, profilu, prodaji, zaposlenosti i sl.

Polazeći od eventualnog pristupa i nivoa tržišne angažovanosti, Keegen je izvršio klasifikaciju preduzeća na: ²nacionalna, 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; ***izvožno 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 izvožno-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

¹ Brien R. Jet, *Contesting Global Governance: Multinational Economic Institutions and Global Social Movements*, Cabridge Universitz Press, 2000, pp. 18.

² Scholte J. A., *Globalization a critical introduction*, New Zork, 2000, pp. 17-23.

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 posluju 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.

TRANSNACIONALNE KOMPANIJE

- pojam i razvoj transnacionalnih kompanija -

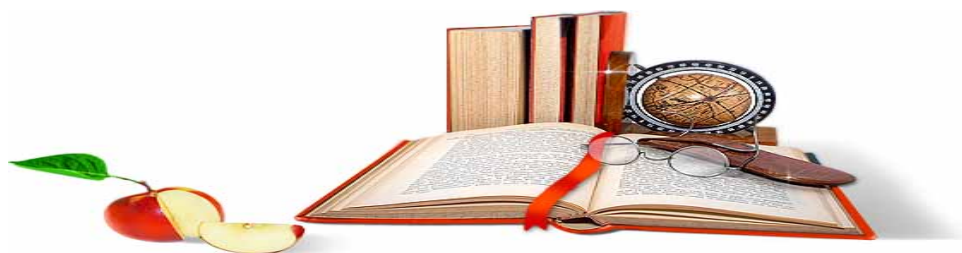
Razvoj transnacionalnih kompanija se vezuje za kolonijalne ili imperijalne zemlje zapadne Evrope, odnosno za Englesku i Holandiju koje su ostvarile ekonomsku i vojnu dominaciju još u XVI veku i uspešno ih održavaju do današnjih dana. Tokom ovog perioda firma British East India Trading Company je osnovana u cilju da promoviše trgovinske aktivnosti i teritorijalne akvizicije u zemljama domaćinima Dalekog istoka, Afrike i Amerike. TNK koje danas znamo, međutim, nisu nastale u XIX veku, u periodu industrijskog kapitalizma, već u periodu razvoja velikih fabrika, velikih početnih kapitalnih proizvodnih proces, informacionih tehnologija i razvoja komunikacija. Za vreme XIX i početkom XX veka TNK su tragale za sirovinama, naftom i drugim resursima koji bi osigurali nesmetan rad i zaštitu od sve većeg pritiska od strane konkurencije, odnosno kompanija iz SAD i zemalja zapadne Evrope.

Među mnogim ekonomskim faktorima koji podstiču globalizaciju, uloga transnacionalnih korporacija (TNK) je od posebnog značaja. TNK su kompanije koje proizvode robu i usluge u više od jedne zemlje. To mogu biti relativno male firme sa jednom ili dve fabrike izvan države u kojoj im se nalazi sedište, ili gigantski međunarodni poduhvati čije se poslovne operacije prostiru širom zemljine kugle. Neke od najvećih TNK su kompanije poznate u celom svetu: Koka-kola, Dženeral Motors, Kolgejt-Palmoliv, Kodak,

**---- 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