

1. Paradigme koje menjaju svet tržišnog poslovanja i strategije održivog kulturnog, socijalnog, ekonomskog i tehnološkog razvoja

Ne postoji ljudska aktivnost potpuno izolovana od uticaja i koja ne vrši uticaj na druge ljudske aktivnosti. Posledično, svaki element okruženja koji utiče na jednu aktivnost utiče i na sve ostale pre ili kasnije, direktno ili indirektno u većem ili manjem stepenu i intenzitetu. Reč je o procesu koji može biti donekle sputan ali ne i zaustavljen. Razmotrimo sledeći istorijski primer: na Bliskom Istoku, kada je carstvo Mesopotamije uništeno, otvorila su se vrata 500 - godišnje Otomanske dominacije nad arapskim svetom. Rezultat sudara dve civilizacije bio je između ostalog usporavanje razvoja arapske nauke ali i njeno širenje na prostore koje je obuhvatala Otomanska imperija. Danas ona više ne postoji ali u zemljama koje su nekada bile u njenom sastavu kao i u drugim zemljama sveta u upotrebi su arapski brojevi.

Savremene fabrike tekstila, prehrambenih proizvoda, građevinskih mašina, automobila i kućanskih aparata, izgledaju i jesu vrlo različite po velikom broju kriterijuma. Međutim, sve one dele jednu zajedničku karakteristiku: prilagodavaju se svetu dramatičnih promena. Još pre dvadesetak godina državne granice ublažavale su pritisak inostrane konkurencije. Iz perspektive 90-ih XX. veka one postaju irelevantne. Američka kompanija Ford proizvodi motore u Evropi, karoserije u Severnoj Americi, sastavlja automobile u Brazilu, uvozi ih i prodaje u USA. Otis elevator proizvodi pokretna varta u Francuskoj, male pogonske delove u Španiji, elektroniku u Nemačkoj, specijalne motore u Japanu i koristi američki sistem integracije. Mitsubishi (Japan), Siemens (Nemačka), Royal Dutch/Shell (Holandija) četiri su primera stotine milijardi dolara vrednih investicija širom sveta.

Navedeni primeri reflektuju promene poslovnog ambijenta koje nikada nisu bile radikalnije, brže sa neizvesnijim i dugoročnijim posledicama. Uzroke treba tražiti u svetkoj pojavi i svetskom procesu globalizacije, tehničko-tehnološkom progresu posebno u oblasti komunikacije i transporta, promeni socijalnih očekivanja, kulturnim različitostima, rastućem preduzetničkom interesu i globalnoj inicijativi, ekspanziji i kontrakciji pojedinih privrednih oblasti, privatizaciji državnog sektora, zahtevnijim i osetljivijim potrošačima. Kao proces pribavljanja i organizovanja resursa i postizanja ciljeva preko drugih ljudi, menadžment je pre dinamičan nego statičan.