

УВОД

Релативизирањем националних граница у тржишном и пословном смислу отвара се нова пословна перспектива. Подјела на локална, национална, регионална и међународна тржишта постаје све мање релевантна за међународни бизнис и менаџмент. Ниједно тржиште не може да се развија изоловано. Свијет све више постаје јединствено и доступно тржиште за свако активно, конкурентски оријентисано предузеће. Наиме, можемо рећи да глобализација представља логичну и реалну посљедицу достигнутог ниво развоја, а поготово нивоа свјетског извоза и увоза. Долази до слободног кретања капитала, рада, идеја и информација у свјетским размјерама. Надмоћ пословних и развојних полуга (технологије, капитала, менаџмента и маркетинга) над државном регулативом појединих земаља представља својеврсни интерес глобалног бизниса.

Логично је да су мултинационалне и транснационалне корпорације прве почеле да слиједе и уважавају процес глобализације тржишта. Њихово пословно размишљање у наднационалним размјерама најближе је глобалном начину размишљања. Оне имају све већи значај у свјетској привреди и јављају се као њени креатори.

Свјетско тржиште даје нове шансе и нове изазове свим активним учесницима на њему. Међутим, оно што се неминовно намеће као питање тим великим наднационалним системима јесте:

- која су то најконкурентнија стратегијска одређења која ће обезбиједити опстанак и водећу позицију предузећа на тржишту, те
- какав је то профил људи којима би се могло повјерити управљање таквим компанијама

Професионализација и квалитет међународно оријентисаног менаџмента и школовање кадрова за обављање послова у различитим условима и културама представља одређељујући фактор у обезбјеђењу тржишне позиције.

У процесу глобализације побјеђују предузећа која развијају бољи менаџмент и практикују бољи маркетинг, а подручје свог дјеловања не ограничавају локалним, нити националним границама.