

UDK: 338.1(497.11)
Bibliid 1451-3188, 14 (2015)
Год XIII, бр. 51, стр. 273–294
Изворни научни рад

др Миленко МАЦУРА¹
проф. др Марко АТЛАГИЋ²

УТИЦАЈ САВРЕМЕНИХ ТРЕНДОВА НА ПОСЛОВНУ ФИЛОЗОФИЈУ СРПСКЕ ПРИВРЕДЕ У ЕРИ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ

ABSTRACT

Globalization, as a universal process of integration and change on an international basis, affected almost all spheres of scientific, economic and social life. In striving for domination and spheres of influence competitive battle without scruples is being intensified, primarily in the area of political and economic relations. Globalization is not just an intensification of international cooperation, as it is often interpreted, but also means the interweaving of different business cultures, respecting of the same principles and application of similar tools in business. In parallel with processes of globalization, processes of interdependence and integration are being developed both in the field of technology and economics, as well as in politics. The world is changing so rapidly that almost every next year does not resemble the previous one, and consequently new circumstances require different behavior and constant adjustment or change management. The era of globalization, as an irreversible process, has led to having a large number of foreign companies, in one national economy, which use the same geographical and cultural space in order to achieve its primary interest, which is profit. Regardless of the fact that globalization equalizes the values in business; it still cannot erase customs, mentality, habits and

¹ Трећа београдска гимназија, Београд. E-mail: macuratreca@gmail.com.

² Филозофски факултет у Косовској Мировици, E-mail: atlagicmarko@gmail.com.

traditions of a particular region. The attempt to change those, as a rule, gives the negative effects and the basic starting points of all multinational companies are that in addition to knowing the economic environment in which they want to enter, they also have to know the indirect business parameters that are difficult to change. It is necessary to adapt to these parameters, such as habits, customs and traditions, in order to make a profit. The era of globalization is a synonym for the global market and the world economy.

Key words: Globalization, transformation processes, profit, bank, modern management.

I УВОД

Наше доба је време трансформација и промена. Ера глобализације као друштвени феномен не подразумева само интензивну међународну сарадњу, већ брисање административних граница за проток роба, капитала, радне снаге, информација, технологија и свега осталог што чини циљ и средство привређивања. Све се више говори о феномену глобалних проблема који се не могу са успехом решавати у оквиру нације, земље, државе, него захтевају активности на нивоу регија или читаве планете. Појам глобализације аутори дефинишу на различите начине, у зависности од предмета истраживања. Нобеловац Џозеф Штиглиц, сматра да је глобализација процес ширења, уклањања препрека на слободном тржишту, и да глобализација може да буде врло користан процес за светску економију, као и за сиромашне земље, али и не на начин на који су тај процес злоупотребиле у протеклој деценији најразвијеније државе света.³ За разлику од њега, Томас Фридмен под глобализацијом подразумева ширење капитализма на све државе света. Џорџ Сорос, ватрени поборник глобализације, дефинише је као слободно кретање капитала, доминацију глобалних финансијских тржишта мултинационалних корпорација над националним привредама.⁴ По Смиту и Бејлису глобализација је процес који је довео до тога да догађања на једном крају света имају снажан утицај на догађања на сасвим другом крају света, док за Скота глобализација је интернационализација, вестернизација, универзализација (ширење вредности и слободног тржишта), детериторијализација. Теоријски приступи појму глобализације формално су различити, али ипак у суштини блиски. Разлике у формулацијама се могу свести на нијансе, јер *de facto* код свих се ради о дефинисању једне те исте тенденције чији је крајњи циљ нови, глобални светски поредак. Појам глобалан (од *globus-lat.* лопта, кугла) значи

³ J. Stiglitz, *Велико разочарење*, (фр. изд.), *Мондијализација и њени промашаји* (ен. изд.), Противречност глобализације, СБМ-Х Београд, 2003, стр. 14.

⁴ G. Soros, *On Globalization*, Public Affaric Ltd, Oxford, 2002, p. 56.

округао, заокружен, приближно тачан, све укупан, планетаран, светски а односи се на целу нашу планету, на читав свет. У том контексту реч глобализација се тумачи као процес унификације националних система у свим сегментима (друштвени, политички, економски, социјални, културни итд.) Под глобализацијом у најширем смислу речи често подразумевају нужни, савременом технологијом детерминисани процеси, који повећавају трговинске и политичке, али и научне, културне и социјалне односе међу људима различитих земаља и поднебља. Што се економског тумачења глобализације тиче “једни јој прилазе као процесу интеграције *id est* универзализације националних привреда у јединствену, заједничку, светску привреду чија *differentiatio specifica* нову форму организације, нови тип функционисања и нови стил управљања економским токовима. Други схватају глобализацију као процес трансформације националних привреда у правцу глобалног система производње, потрошње и промета (расподела остаје дезинтегрисана)”.⁵ Присутна су честа мишљења да је глобализација процес формирања заједничког, интегралног тржишта путем либерализације тржишних роба и услуга, рада, капитала и информација. Ако покушамо да одговоримо на питање када је отпочела глобализација, тешко ћемо доћи до егзатног одговора, али као приближно тачан одговор можемо сматрати тренутак формирања Европске уније.

Од момента формирања Европске уније, државе оснивачи одлучиле су да жртвују део свог националног и државног суверенитета ради стварања јединственог тржишног, монетарног и правног простора. Без обзира на формалне аспекте остварења неког тржишта, капитал је у међувремену постао толико јак и доминантан у светским оквирима, да профит као циљ без алтернативе неумољиво руши све административне баријере. Није мали број случајева где смо имали пример да зарађене државе одмах након успостављања мира почињу са интензивном сарадњом која је потакнута управо капиталом и његовом тежњом да се шири изван националних граница. У том контексту, потпуно је депласирано причати о било каквој националној економији јер она губи своје обресе све интензивнијим преплитањем тржишта, технологија, пословних култура и радне снаге. У наведеној глобализацији, која не признаје националне економије и национални суверенитет, ипак не постоје уједначена правила игре. По постојећим правилима игре јаче економије овладавају слабијим економијама, улазе у њих, намећу своја правила и остварују своје интересе. Слабије економије морају

⁵ О. Градишка –Теменугова, „Глобализација – хаотичан или управан процес“, *Економске теме*, 2003/2, Економски факултет Ниш, стр. 49.

да прихвате оваква правила игре као би временом и оне ојачале, али без реалног права на реципроцитет, јер без обзира на сва декларативна залагања да глобализација брише границе, јаке економије (Немачка, Француска, Аустрија и др.) имају снажне механизме протекционизма, које у суштини служе за заштиту националне економије и националних интереса. Неоспорно је да је једно од најкрупнијих, најконтроверзнијих питања са којима се суочава савремена Европа, а отуда и читав свет – питање глобализације. О значењу и сложености овог феномена сведочи чињеница да је он предмет дубоких теоријских, идеолошких и практичних подела и расправа. Глобализације спада у ред оних питања која захтевају конкретне одговоре и одговарајућа решења од стране домаће стручне и научне јавности.

II) СРПСКА ЕКОНОМИЈА У УСЛОВИМА ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ

Глобализација као планетарна појава и процес који обухвата све димензије друштвеног живота, обухвата поред економских интереса и друге аспекте и димензије друштвеног живота (као што су претензије на моћ и владавину, војна снага, територија и слично). При томе економски интереси имају примарну улогу. Они обухватају све елементе у области производње, расподеле, размене и потрошње, при чему њихово проширење и функционисање обезбеђује профит. Профит као економски интерес налази се у основи глобализације. „Корени капиталистичке експанзије леже како у условима куповине, тако и условима саме производње и продаје. Томе су генерално примерена три проблема: проблем тржишта сировина и радне снаге, проблем нових сфера улагања капитала и проблем продајних тржишта.⁶ Главни покретач глобализације јесте капитал и профит као његов основни мотив. Без мотива нема капитала, а нема ни глобализације. Тако посматрана, глобализација је у ствари друштвени однос који се јавља између свих учесника у светским пословима и збивањима, од којих један или мањи број делује као супер сила. Као супер силу имамо САД, која заједно са осталим великим силама (В. Британија, Француска, Немачка, Јапан, Кина и Русија) доноси пресудне одлуке о економији, политичким и другим стварима од глобалног значаја. У том контексту обележја савремених економских, финансијских, технолошких и политичко-социјалних токова у процесу глобализације су:

⁶ N. Buharin, *Iperialismus und der Acumulation des Kapital*, 1987, p. 110-112.

- Интернационализација бизниса,
- Концентрација финансијске моћи,
- Савремене високе технологије,
- Регионалне интеграције и
- Флексибилне организационе структуре.

Интернационализација бизниса је основна карактеристика глобалног привредног амбијента, са тенденцијом да читав свет постане глобално тржиште. Део тог интегралног тржишта чини међународна конкуренција, а пословање скоро свих компанија одвија се ван граница интерног тржишта.⁷ Кључна оријентација компанија је постизање конкурентске предности у односу на компаније које имају најбоље перформансе у светским размерима. Компаније на тржишну робу, капитал и ресурсе гледају у светским размерима, док у освајању тржишта продаје и набавке и коришћења знања она имају међународну оријентацију.

Концентрација финансијске моћи се остварује преко институционалних и индивидуалних инвеститора. Институционални инвеститори и пензиони фондови, чији утицаји на тржишту расту до те мере да прети опасност од њиховог преузимања многих компанија. То је зато што ови фондови „располажу јефтиним информацијама о могућностима улагања и конкуренције у свету, а своју конкурентску предност стичу рушењем националних баријера за врло кратко време”. Савремена финансијска тржишта у свету су знатно модернизована и модификована у смислу значајног повећања учешћа међународних пласмана и експанзије институционалних инвеститора не само на националним берзама, већ широм света. Такође се запажа знатно настајање страних инвестиција током последњих година XX века, што је резултат, пре свега, јачања пензионих фондова Америке, Енглеске и Холандије, као и утицаја развијене америчке и јапанске економије. Под утицајем ових промена нестају границе између националних финансијских тржишта, бришу се разлике између националних финансијских тржишта и потпуно престаје монопол националних берзи. Настанак паневропског тржишта, акција *Euronext-a*, које је настало фузирањем берзе Амстердама, Брисела и Париза крајем 2002. год., доказ је таквих савремених процеса уз помоћ савремених информационих технологија. Данас је очито доминантан значај технолошког прогреса, који је и у ранијим фазама глобализације био његова значајна карактеристика. Док је на прелазу из XIX у XX век он био обележен увођењем парне машине, мотора са

⁷ Б. Новићевић, „Глобализовани и либерализовани пословни амбијент и основни концепти управљања предузећем“, *Економске теме* 200/6, стр. 21.

унутрашњим сагоревањем, телефона и телеграфа, данас је доминантан значај напретка у сфери нових информационих технологија (компјутера), комуникација, информисања и производње и услуга. Савремене (високе) технологије су довеле до промена у савременим организацијама и окружењу (обезбеђују најбољи квалитет производа, повећавају производну флексибилност, смањују залихе, скраћују животни циклус производа, омогућавају организацијама да одржавају и унапређују своје конкурентске предности и елиминишу недостатке и слично). Савремене информационе и комуникационе технологије “су биле развијене да припрему и дистрибуцију информација учине јефтиним”.⁸ Оне побољшавају пословну ефикасност и ефективност и подижу конкурентску способност организација, с једне, а њихова масовна производња, континуирано унапређује и једноставност примене чине их доступним великом броју организација са друге стране.

Регионална интеграција је обележје савремених токова глобализације које ће тек имати одлучујући значај за њено даље одвијање. Најразвијеније земље у светској привреди и трговини налазе се у чврстим интеграционим савезима. Свака регионална интеграција представља колективни интерес земаља у интеграцији, али њихове појединачне напоре у остваривању сопствених интереса и циљева. Економски регионализам, који се снажно испољава у интеграционим скупинама, пружа водећим земљама интеграционог система да ојачају своје позиције. Чак расте уверење да је регионализација алтернатива глобализацији светске привреде, с обзиром да многе државе сматрају да ће боље остварити своје интересе у интеграционим процесима и групацијама. Измењени услови пословања условили су појаву *флексибилних организационих структура* организација која омогућавају да се успешно одговори на промене у окружењу (интерном и екстерном) и промењиве захтеве потрошача. Оне омогућавају организацијама да остваре промене у начину производње, успостави сарадњу у различитим деловима света, подстакне развој лидерства, повећа конкурентску способност, ефективност и ефикасност пословања. У том контексту, настају глобалне организационе структуре које су распострањене у целом свету уз мали степен везивања за матичну земљу. Глобализација је феномен краја XX века и процес који ће обележити XXI век, али њени корени досежу све до XVIII века, када је младим капиталистичким земљама омогућавала доминацију на светском тржишту. Средином 70-их година XX века глобализација је третирана као начин савладавања кризе која је захватила најразвијеније капиталистичке земље. Као алтернатива концепцији развоја базираној на држави благостања сада се јавља

⁸ W. S. Albrecht, R., J. Sack, “Charting the Course Through a Perilous Future”, Joint project, *AccouEducation Series*, 2003, Volume, p. 5.

нова економија заснована на моделу дерегулације, који подразумева интернационализацију бизниса, либерализацију трговине, концентрацију и централизацију финансијске моћи и технолошки прогрес савремених токова.⁹ У правилима игре која намеће Ера глобализације, Србија неспорно спада у слабе економије и принуђена је да отвори врата другим, јачим економијама без реалних могућности примене протекционистичких мера заштите домаће економије. У том контексту, као последица тога, у последњих 15 година имамо изразито велики прилив страних компанија, страних привредника, страних агенција и осталих странаца који кроз нашу економију желе да остваре своје интересе. Наведеном хиперпродукцијом ино-компанија и ино-предузетника створила се прилика (или неприлика) у којој је дошло до великог мешања различитих култура, обичаја, мерила вредности, пословне филозофије и свега што је карактеристично за људско и корпоративно понашање. У широј анализи, ако погледамо податке Агенције за привредне регистре.¹⁰ закључено је 30.10.2013. године да у српској привреди имамо власнике и сувласнике компанија и предузетнике скоро из целог света, где предњаче Кинези, власници 1.864 предузетничких радњи. Иза Кинеза као власници и сувласници највише се јављају Словенци, Италијани, Хрвати и Мађари. Следећи корак, према подацима за привредне регистре до 30.12. 2013. године, странци учествују у власништву, чак, 11.435 предузећа. У домену предузетништва у Србији као власнике предузетничких радњи имамо 3.515 страних држављана. Са друге стране, страни капитал је у Србији ушао кроз 6.848 иностраних компанија које у Србији послују, или преко својих представништва или кроз своје субвенционисане компаније преко којих је извршено улагање у Србији, где се превасходно мисли на тзв. *greenfilled* инвестиције. Када посматрамо делатности за које су страни привредници заинтересовани, лидерску позицију заузимају неспецијализоване трговине на велико којима се бави 1.172 предузетничких радњи, затим следе консултанске услуге са 685 агенција, трговине одећом и обућом са 301 предузетничком радњом, 183 фирми се бави грађевинарством, а остали се баве неком од својих делатности. Као што смо нагласили, осим страних компанија из целог света, значајно место у нашем привредном амбијенту заузимају и држављани који привређују у Србији. Према нашем регистру, са 30.12. 2013. у Србији своју пословну активност обавља 941 Италијан, 856 Хрвата, 534 Мађара, 530 грађана са путном исправом БиХ, док у делу самосталних предузетничких

⁹ Миленко Мацура, *Пројектовање организационе структуре на основама савремених информационих технологија*, Докторска дисертација, Факултет организационих наука, Београд, 2012, стр. 18-20.

¹⁰ Интернет: www.apr.gov.rs

радњи, након Кинеза су најзначајнији Румуни којих је 483 покренуло свој мали бизнис у Србији, затим су ту грађани БиХ којих је 250, Бугари којих је 128 и остали. Овде треба посебно нагласити да се бројке односе на званично пријављене компаније, радње и раднике из иностранства, док је стварни број иностраних радника далеко већи. Велике стране компаније, с друге стране, у Србији су ушле кроз директне инвестиције или куповином предузећа у процесу приватизације. У Агенцији за страна улагања и промоцију извоза кажу да међу 225 тренутно активних пројеката, у случају њих 99 производњу покрећу странци. Кроз приватизацију је странцима продато укупно 177 предузећа, а већину купаца су чиниле компаније, али и двадесетак грађана. До сада је већ раскинуто 46 купопродајних уговора, а за десеторо грађана се испоставило да су непоуздани купци. Сагледавајући и посматрајући банкарски сектор Србије који је први почео са остварењем према ино-капиталу, видимо да код нас тренутно послују банке из 11 земаља. Дату структуру добро илуструју подаци банака које послују у Србији и њихове земље порекла.

Табела 1. Земље порекла банака у Србији

Но	Земља порекла	Банка	Но	Земља порекла	Банка
1	Србија - државне	Чачанска банка	17	Француска	Credit Agricole
2		Дунав банка	18		Findomestic Bank
3		Југобанка	19		S.G. Bank
4		Комерцијална банка	20	Грчка	Војвођанска банка
			21		Alpha банка
5		Поштанска штедионица	22		Pireus банка
6		RB Војводине	23		EFG банка
7		Српска банка	24	Италија	Banca Intesa
8		25	Unicredit банка		
9	Србија - приватне	АИК банка	26	Кипар	Marfin банка
10		JUBMES банка	27	Мађарска	OTP банка
11		Универзал банка	28	Немачка	Pro Credit банка
12	Аустрија	Erste банка	29	Русија	Московска банка
13		Нуро банка	30		Credit банка
14		Raiffeisen банка	31	Словенија	NLB банка
15	Белгија	KBC Bank			
16	САД	Opportunity банка			

Из свега предходно наведеног, лако се може извући погрешан закључак да је глобализација српској привреди донела остварање према свету и усвајање светских стандарда пословања. У том контексту, сегмент гледања на глобализацију није споран и он је српској привреди и пословној филозофији и у српском привређивању донео следеће квалитете у односу на предходни период који је био карактеристичан по рецидивима социјалистичког приступа пословању. Нови квалитети система јасно почивају на:

1. Потпуној посвећености профиту, развоју и иновативности. У ранијем периоду циљеви нису пресудно били везани за профитабилност, већ су поједине делатности обављале због ширег друштвеног значаја, свесно бележећи губитке (пољпривреда, на пример),
2. Ствара се свет о компанијској лојалности као предуслова стварања каријере не само у домаћим, већ и у међународним оквирима,
3. Развија се свест о нормалности флукуације радне снаге и честих промена послодаваца и географског места рада. У ранијем периоду прво запослење се најчешће сматрало опредељењем до краја радне каријере,
4. Прихваћени су међународни рачуноводствени стандарди и међународно прихваћена мерила вредности,
5. Прихваћени су глобалне тенденције у информационо – комунационим технологијама и све више су у примени информациони системи који су заједнички за компаније широм света,
6. Прихваћен је нови модел школства који образује стручњаке препознатљиве не само у локалној заједници, већ у целом свету. Томе је највише допринело прихватање принципа Болоњске декларације где су знања компатабилна и упоредива.

Експлицитно, сем наведених и ненаведених позитивних аспеката глобализације, који су наше пословне обичаје и схватања у великој мери приближили обичајима и схватањима која су одавно имплементирана у развијеним земљама које су генератор глобализације, постоје и негативни аспекти који у значајној мери оспоравају оправданост глобализације. Ту спадају следећи сегменти:

1. Укида се протекционизам као инструмент заштите конкурентности националне економије. Укидање протекционизма иницирано је од високоразвијених земаља као услов партнерског односа са неразвијеним економијама. Последица тога је урушавање националне економије слабије развијенијих земаља и њено стављање у потпуно зависан положај у односу на економије развијенијих земаља.

2. Као што се из претходно наведених података може закључити, глобализација је српској привреди преваоходно донела иностране улагаче у делу финајсијских услуга, трговине, посредништва и консалтинга. Улагање у реалан сектор интересантно је само у сегмент производње која ће се извозити на домицилно тржиште иностраног улагача, због јефтине радне снаге у Србији и могућности да се у Србији развија производња из домена „прљавих технологија“;
3. Улагања у реалан сектор који је намењен подмиривању потреба српског тржишта нису значајније присутна нити су пожељна јер би то било стварање директне конкуренције произвођачима у домицилним земљама улагача. Основна идеја је да земље са слабијом економијом, које су заинтересоване да уђу у процес глобализације, буду само конзументи а генератори глобализације произвођачи чиме се ствара зависност мање развијене економије од јаче развијене економије,
4. Глобализација доводи до неминовног девастирања стручњака у мање развијеним економијама којима се намећу услови и принципи рада који често нису у складу са њиховим степеном образовања. У тим условима долази до фаворизације менаџмента из домицилних земаља улагача, без обзира на реалан квалитет и стручност.
5. Намећу се пословни обичаји, који су директно у супротности са навикама, традицијом и моралом домаћег становништва, што доводи до неизбежног антагонизма улагача и радне снаге.

III) ПРИРОДА ПОСЛОВНОГ ОКРУЖЕЊА У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

Организације обављају своје активности делујући у пословном окружењу.¹¹ Процес глобализације узрокује турбуленције у окружењу, а савремени менаџмент изналази адекватне одговоре на тржишне изазове. На тој основи организација успоставља флексибилне и хармоничне пословне односе у ритму промена, користећи расположиве ресурсе, са тежњом да оствари најповољнију тржишну позицију и пословне резултате. Континуирано ширење технологије и менаџерског *Know-How*, реорганизација економских, политичких, културних и тржишних граница, у контексту Ере

¹¹ Термин „организација“, користи се као синоним за предузећа, компаније, корпорације, фирме или установе које обављају друштвено-корисне активности као и за пословне ентитете. Овај термин треба разликовати од организовања у контексту формирања организационе структуре у процесу менаџмента.

глобализације, уверавају нас да ћемо и у будућности имати више турбуленције и све сложеније пословно окружење. У контексту глобалних промена, организације ће се суочавати са фрагментираним светским тржиштима, која ће се, због етичких и културних разлика, диференцирати по преференцијама купаца и њиховим навикама. Осим тога, тржишни сегменти ће се континуирано мењати и реконструисати, подстичући иновације и конкуренцију, уз истовремено формирање стратешких савеза и коалиционог партнерства.¹² Организација, као универзални пословни систем, је истовремено и објекат и субјект развоја. Стога она функционише на основу узajмног деловања са пословним окружењем. Сходно томе, повећањем комплексности пословног окружења, уследиће и повећање сложености организација будућности. У том контексту, може се очекивати да ће се пословно окружење развијати у три основна правца: повећање разноликости, растуће знање и повећање турбуленције.

Разноликост се односи на степен сличности и разлике елемената пословног окружења, што је својствено глобалном свету. Повећање глобалне разноликости има три важне импликације: *Прва* се тиче технолошких решења, која одговарају фрагментираним преференцијама и потрошачким навикама. Мада по овом питању постоје различити ставови, вероватно се може очекивати да ће се технологија масовно прилагођавати захтевима тржишта, са тенденцијом да се свака куповина и свака продаја стандаризују. *Друга* важна импликација глобалне разноликости, односи се на питање, како фирма да организује своје глобалне послове у свету разноврсности. Формирање организационе структуре у глобалним фирмама, подразумева веома сложена решења, која су диверзификована у контексту сложености бизниса и формирање стратешких савеза и коалиционог партнерства. У таквим системима, сировине се купују тамо где су јефтиније, производња се одвија на локацијама са нижим трошковима, док се продаја врши на тржиштима где се постижу највеће цене и најповољнија тржишна позиција. Према *трећој* импликацији разноликости успешна организација ће бити директно повезана са пулсирањем тржишта. Она ће поседовати способност флексибилног и ефикасног одговора на тржишне изазове. То подразумева значајне промене у пословном систему и његовом функционисању. Данас успешне фирме стичу конкурентску предност на основу знања, односно супериорности у људским ресурсима. Стога се многи теоретичари и угледни пословни људи слажу у ставу, да је знање најважнији ресурс водећих организација у савременом свету. Људски фактор је већ постао термин који је истиснуо

¹² T. Peters, R.H. Waterman, *In Search Excellence*, New York, Harper&Row, 2007, p. 18.

класично поимање човека као радне снаге. Промене у вези са људским фактором јављају се, као уосталом и код других фактора, у узрочно-последичној вези са променама у другим областима. Људи су све образованији, испољавају захтеве вишег реда, захтеве који нису само материјалне природе, већ обухватају цео склоп услова везаних за квалитет живота и радног деловања. Са друге стране, људски фактор биће све флексибилнији и мобилнији, тако да ће се све више јављати не само као стваралац и прималац нових културних и друштвених вредности, већ и као њихов преносник. У условима све веће повезаности културно разноликог света, ова чињеница има посебан значај. На тој основи рађа се нова Ера која помера цивилизациске границе, ослобађајући човека хијерархијске потчињености, који постаје активни фактор, делујући у менаџменту људских ресурса. Повећање турбуленције у пословном окружењу, одвија се у контексту глобализације, односно међузависности и динамизирања развоја технологије, менаџерског *know-how* и укупног знања. На тој основи, савремена организација се трансформише у професионалне фирме, у којима стручни људи мултиплицирају своје улоге, учествујући у формирању и деловању у новим и различитим организационим групама, око нових и различитих проблема или пословних решења¹³. Што се више свет глобализује, пословање организација постаје све комплексније, а њихова одговорност према друштвеним срединама у којима делују подразумева одговарајућа понашање, које не иду на штету других. У том контексту, значајну улогу има етничко питање, које се често игнорише у глобалном бизнису, чиме се компромитује савремени развој и његова добробит за човечанство. Примери су бројни, како у области злоупотребе у примени нових технологија и корупције, тако и повреда система вредности, односно ауторских и људских права. Стога, савремене организације, које су свесне своје друштвене одговорности, поштују етничке норме, и на тој основи остварују значајне предности над конкуренцијом која игнорише или крши принципе етичких вредности. Савремена организација, као динамичан пословни систем, активно делује на пословно окружење. Међутим, њено деловање је ограничено, не само интерним снагама и слабостима, већ и тржишним шансама и могућностима. У том контексту, менаџмент има кључну улогу и значај, како за организацију као пословни ентитет, тако и за друштвену заједницу и читаво човечанство.

¹³ Milenko Macura, *The role of human resource management in modern business*, Lap Lambert, Academic Publishing, 2014, p. 47.

Демографско окружење

Као интегрални део макро окружења, демографско окружење има изузетан значај у контексту пословања и развоја, у коме људски фактор превазилази класично поимање човека као радне снаге. Промене у вези са људским фактором јављају се упоредо са променама у другим областима у узрочно-последичној вези, у процесу трансформације. На тој основи, људски ресурси делују као активан фактор, успостављајући нове односе, како у процесу одлучивања и извршења пословних акција, тако и по питању награђивања, обуке, комуницирања и контроле остварених резултата. Добијајући све више на значају у пословним процесима, људски фактор представља озбиљну тему за разматрање на демографској основи. Убрзани раст светског становништва, познат као “демографска експлозија”, све више забрињава државе и људе широм света. Та забринутост се заснива на два основна чиниоца:

први, који се односи на расплођљивост природних извора за одржавање живота достојног човека као људског бића, и

други који се састоји у томе што је највећа стопа раста становништва у заједницама које су на најнижем нивоу развоја.

Стопа раста светског становништва има изузетан значај за пословни живот, јер раст становништва репродукује људске ресурсе, повећава тражњу и доприноси развоју тржишта. С друге стране, уколико раст становништва поприма неконтролисане размере и превише оптерети расположљиве потенцијале, то доводи до пораста трошкова и бројних проблема на глобалним основама. Стога се намеће закључак о неопходности примене друштвеног маркетинга о контроли рађања и планирања породице широм света.¹⁴ Са променама популације, мењају се године старости. У случају да се смањује број рођених и побољшава здравствена брига, повећава се број старијих лица. То може да утиче на смањење или повећање примарне тражње неких производа и услуга, у зависности од врсте делатности. Тако, нпр. што има мање беба, стратегијске промене се дешавају у индустрији играчака, жвакачих гума, а смањује се и број уписаних у школе и на факултете. У неким деловима света, већи део прихода је у рукама мањег броја људи, док већина становништва располаже са минималним средствима, са којима једва подмирује егзистенцијалне потребе. У неким другим подручјима, постоје знатно мање разлике између горњег и доњег слоја у “потрошачкој корпи” основних производа и услуга. Динамичке промене у пословном окружењу имају значајне импликације на демографско окружење. Тако, упркос паду

¹⁴ R. Nelson, “Recent Writings on Competitiveness”, *California management Review*, 2008, p. 65.

наталитета, број укупне популације може да расте услед продужења животног века становништва. Са друге стране, број економски активних људи се повећава, сразмерно повећању жена које се активно укључују у радне процесе. Насупрот томе, у перспективи се може очекивати да ће проценат радом способног становништва падати, због продужења живота људи након пензионисања. Глобално културно окружење представља веома комплексну структуру, која је релативно постојана у краћим временским интервалима, али се ипак мења, током дужег временског раздобља, према законитостима развоја човечанства и друштвених заједница. Сходно томе, могуће је навести неке од основних карактеристика АПВ, које репрезентују њену суштину, за које су заинтересовани менаџери у процесу тржишног усмеравања својих активности и придобијања преференција купаца и институција ширег пословног окружења. Аутономна покрајина Војводина заузима 24,34% површине, има око 2.000.000 становника, позната по националној шароликости. У северној покрајини Републике Србије припадници су 26 народа и етничких група, од чега највећи број чине Срби, затим Мађари, Хрвати, Румуни, Словенци, Русини и други народи, делујући кроз 34 верске заједнице. У том контексту, захваљујући наведеној етничкој шароликости, аутономну покрајину карактерише шароликост обичаја, култура, традиција и схватања мерила вредности, представља веома погодно тло за долазак и пословање великог броја иностраних послодаваца из целог света. Управо та мултинационалност и мултикултуралност Војводине чини је прилагодљивијом за прихватање нових норми глобализације, нових трендова у пословању, нових стандарда квалитета и осталих иновација. У контексту саме регије која нуди разноврсне могућности за развој квалитетног пословања и улагања, која бележи значајан раст приватног сектора и висок степен компетентности уз вредне људске ресурсе. Чињеница да Р. Србија пружа значајну подршку развоју сектора малих и средњих предузећа (МСП), а законски оквири се усклађују са онима у Европској унији, што свеукупно Војводину чини сигурним окружењем за инвестиције. Према подацима Републичког завода у Војводини тренутно послује 230 страних компанија које су укупно уложиле око 6,432 милијарде евра и отвориле око 67.700 радних места. Према подацима највише заинтересованих инвеститора долази из Аустрије, Немачке, Италије и Словеније и то из сектора финансијских услуга, трговине и промета некретнина. Значајно место су сектори економије, који се тек почињу развијати су сектори пословних услуга, сектор информационих технологија, прехранбена индустрија, туризам и обновљени извори енергије. У том контексту значајну улогу има менаџмент и менаџери, који сnose огромну одговорност за развој и хуманизацију не само АПВ већ и целе Р. Србије.

Имајући у виду развојне потенцијале Војводине, доминантне трендове на домаћим и страним тржиштима, те уважавајући чињеницу да се са страним инвестицијама у земљу улази и ново знање, визија будућности јесте да страним партнерима помогне у ефикасном позиционирању у новом окружењу кроз оптимизацију трошкова. Као најзначајније инвеститоре и инвестиције можемо навести следеће:

Табела 2. Најзначајнији инвеститори и инвестиције у Војводини

Инвеститор	Земља	Делатност	Локација	Инвестиција у мил.евра
Anheuser-Bush InBev	Белгија	Производња пива	Апатин	530
Stada	Немачка	Производња фармацеутика	Вршац	485
Gazprom Neft	Русија	Производња и промет нафтних деривата и природног гаса	Нови Сад	400
National Bank of Greece	Грчка	Финансијско посредовање	Сви већи градови у Војводини	385
Bernardi	Италија	Велепродаја и малопродаја	Пећинци	300
Fondarija SAI	Италија	Осигурање имовине и лица	Нови Сад	264
Credit Agricole Group	Француска	Финансијско посредовање	Нови Сад	259
PepsiCo. Inc.	САД	Производња прехранбених производа	Бачки Маглић	210
Меркатор	Словенија	Трговина на велико и мало	Сви већи градови у Војводини	204
OTP Bank	Мађарска	Финансијско посредовање	Нови Сад	166
Lafarge	Француска	Производња цемента	Беоцин	140
San Paolo IMI S.p.A	Италија	Финансијско посредовање	Сви већи градови у Војводини	140
Cimos	Словенија	Ливење гвожђа	Кикинда	100
Grundfos	Данска	Производња индустријских пумпи	Инђија	80
Ocean Atlantic International	САД	Некретнине, изнајмљивање и пословне активности	Нови Сад	80
Tarkett Sommer	Немачка/ Француска	Прерада и производи од дрвета	Бачка Паланка	78,8
Erste Bank	Аустрија	Финансијско посредовање	Нови Сад	73,2
BIG CEE	Израел	Некретнине, изнајмљивање и пословне активности	Нови Сад	70

Из представљене табеле прегледа најзначајнијих инвестиција за територију Србије, покрајине Војводине, приметна су доминантна улагања у финансијски сектор, услуге, трговину, енергетику и осталу производњу. Запажена чињеница да су присутни инвеститори из целог света који са собом не носе само улагања и нова радна места, већ и пословну културу домицилних земаља. У контексту анализа страних улагања, симптоматично је то што у Војводини веома мали удео улагања у пољопривреду с обзиром на то да је Војводина претежно пољопривредни регион. Од улагања у пољопривреду, можда је значајно улагање хрватске компаније “Agrocor”, у чијем је власништву трговински ланац ИДЕА. Овде се ипак ради о индустрији, док је јако тешко пронаћи страног улагача који се одлучио да улаже у област пољопривредне производње. Разлог наведеног је и у претходним констатацијама у чињеници да је профит циљ без алтернативе и сви страни улагачи долазе у Србију само са циљем што бржег стицања профита. Пољопривреда је делатност која не омогућава брзо стицање профита јер се ради о производњи са веома спорим обртом капитала и производњи која представља стратешко и дугорочно улагање. Ако Војводину дефинишемо као пољопривредну регију која кроз пољопривредне производе жели да се укључи у процесе глобализације, јавља се проблем који глобализација доноси, а који смо већ споменили. Он се огледа у тежњи јачих економија да условљавају слабије економије. Циљ наведеног условљавања јесте наметање сопствених правила пословања, а крајњи циљ је профит. Проблем о коме говоримо је производња генетски модификоване хране и условљавање Србије да прихвати наведену производњу као услов уласка у Светску трговинску организацију. Став Светске трговинске организације је да се не може забранити извоз и увоз било ког производа, па самим тим ни ГМО. Према њиховим правилима чланице СТО могу онемогућити увоз одређених производа на основу ризика. Црна Гора је недавно постала чланица СТО, а према њиховим законима промет ГМО је забрањен ако не постоје анализе о степену ризика. Правилима Светске трговинске организације ограничава се трговина једино код оних производа који се сматрају опасним, за шта су потребни и научни докази. Код генетски модификованих производа не постоје независне анализе да су ризични за здравље, па се, самим тим, трговина овим намирницама не може ни ограничити. Захваљујући глобализацији и савременом менаџменту, постоје реалне могућности за неограничене иновације у свим областима људске делатности. Данас стотине хиљада научника и истраживача практичара раде на готово неограниченим просторима нових технологија, које ће заменити

постојеће производе и производне процесе у области нано, био, инфо-технологије, stereo-електорнике, роботике, и другим делатностима.¹⁵

Културно окружење

У општем смислу, култура се може дефинисати као систем вредности, који укључује размишљање, ставове, понашање и односе људи у контексту начина живота и погледа на свет. Као основни репрезент свих цивилизација, човек је субјект одлучивања и подручије истраживања. Живећи у различитим условима у току развоја човечанства, људи су формирали различите друштвене заједнице које су развијале своју културу, своја основна уверења, вредности и норме понашања. Оне готово несвесно усвајају поглед на свет, који одређује њихово лично осећање и став о себи, као и однос према другим људима, институцијама, природи и свемиру. Познавање ових законитости има велики значај код менаџмента људских ресурса у процесу Европских интеграција. Сходно томе, могуће је навести неке од основних карактеристика културе, које репрезентују њихову суштину, за које је заинтересован менаџмент у процесу тржишног усмеравања својих активности и придобијања преференција купаца и институција ширег пословног окружења:

1. Пракса показује да је суштина културних вредности релативно постојања, јер људи у одређеној друштвеној заједници имају своја уверења која их карактеришу. Ова уверења и њихове вредности преносе се са родитеља на децу, а потпомажу их главне институције друштва као што су: школе, цркве, компаније, државни органи и њихове институције.
2. Свака култура у одређеној друштвеној заједници представља сложену структуру. Она је састављена од субкултура, којима припадају поједине групације људи. Субкултуре имају своје заједничке системе вредности, који одржавају њихово искуство и околности у којима се стварају. То су, на пример, верске заједнице, етичке групације и разне друге специфичне организације, које повезују заједнички интереси и кодекси понашања.
3. Секундарне културне вредности током времена најдинамичније подлежу променама. Ове промене могу да настану, како у оквиру суштинских културних вредности тако и у домену субкултура. Примери за ову тезу су појава "hipiја", "Beatlesa" и других културних појава, које су имале значајан утицај на стилове фризуре, начин одевања, сексуалне норме, животне циљеве и понашање људи.

¹⁵ P. Kotler, *Upravljanje marketingom*, (prevod) Informator, Zagreb, 1988, str. 89.

У процесу глобализације и интеграције на глобалној основи постоји тежња и потреба за смањењем културних разлика између појединих друштвених заједница. Овај процес има основни смисао да се оствари веће разумевање међу народима и побољшање услова живота човечанства. То, истовремено, доводи до општег смањења свих облика трошкова пословања и повећања ефикасности компанија и друштвених заједница. Културни фактори, који репрезентују вредности и ставове људи, утичу на понуду и потражњу, као и на понашање компаније и запослених. Следећи примери илуструју како ови фактори могу да креирају повољности и прилике за компаније у процесу одлучивања и стратегијског деловања:

1. Пре много година људи су били против коцкања. Тај се однос променио у неким местима као што су Лас Вегас и Атлантик Сити. Такође и један број држава је легализовао државну лутрију. Међутим, у Мајамију је одбијен предлог легализовања коцкања.
2. Једно време се мислило да је нормална ствар за породицу да има два до четири детета. Данас многи то не прихватају и ова околност има велики утицај на продају дечије хране, играчака и других производа.
3. Уобичајно је за људе у пензији, удовице и појединце да живе са фамилијом. Данас је тренд да се живи сам и то има велики утицај на грађевинарство, произвођаче, паковање хране, публикације и др.
4. Годинама су удате жене остајале код куће. Данас, већина њих ради. То је проузроковало проблем код фирми које су продавале по кућама, а повећали су се послови за фирме које су нудиле различите услуге: обданишта, припрема хране, ресторани, сигуносни системи за куће и др.
5. Дуго времена људи су живели на једном месту. Данас постоје на хиљаде људи који су нека врста номада, слично Бедуинима у Јордану. Они живе у камповима, покретним кућама и селе се из места у место за послом, што изазива повољности или претње за фирму.
6. Повећање броја школованих и образованих људи довело је до новог става једног дела запослених о времену и квалитету рада, као и начину контроле, који може да утиче на стварање и примену стратегије. Нови кориснички програми су потребни за нови животни стил.
7. Занемаривање различитих културних вредности може да значи неуспех код нових маркетинг програма “Campbell Soup” се повукао са тржишта Бразила зато што су домаћице веровале да неће испунити своје домаће дужности ако служе супу из конзерве. Многе пропагандне компаније су изгубиле свој значај или суи мале негативну конотацију кад су преведене на други језик.

8. Након несреће у нуклеарки “Three Mile Island”, и у Чернобилу, све више људи је почело да поставља питање о сигурности нуклеарних електрана. Изградња нових погона и рудника урана је драстично смањена у Канади, САД и Аустралији, тако да је коришћење угља добило нову шансу.

Политичко-правно окружење

Политичко-правно окружење у знатној мери детерминише пословање компанија на домаћем и међународном тржишту. Ово окружење носи печат политичког система и законске регулативе појединих држава, као и домаћих и међународних институција и организација, које имају директан или индиректан утицај на формирање пословног амбијента, у којем привредни субјекти обављају своју делатност. Као што је познато, владе свих земаља су, углавном, кључни креатори политичке сцене, која даје слику политичких карактеристика конкретног окружења. У зависности од политичког система, владини органи доносе законске прописе, који регулишу услове пословања. Осим тога, постоје и разне друге невладине организације и асоцијације, које врше разне притиске и утицаје, стварајући локалне специфичности пословног амбијента. Под утицајем политичких фактора, државе прибегавају разним мерама које могу да утичу на конкурентност и профит компанија. Државна политика и законски прописи могу да ограничавају или поспешују пословне трансакције. Механизми који се користе могу да буду порези, царине, субвенције домаћој привреди, увозне дозволе, квоте и други инструменти. Познавање политичког окружења има значајну улогу у процесу одлучивања компанија. Посебан значај има процена политичког ризика, који се дефинише по земљама и пословним активностима. Полазећи од тога, дефинишу се три основна типа ризика у пословању са иностранством: ризик власништва и поседовања; оперативни ризик и ризик трансфера.¹⁶

Ризик поседовања или власништва односи се на опасност од губљења живота или имовине. Оперативни ризик претпоставља сметње у обављању оперативних активности, а ризик трансфера означава опасност од ограничења за новчане трансакције у међународном платном промету. Полазећи од политичког окружења државе уређују правну регулативе на основама својих специфичних интереса, међународних конвенција и прихваћених обавеза. У том контексту, потребно је навести неке од основних питања која карактеришу правно окружење:

¹⁶ Carola a Oconner, 1999. The Hand Book for Organizational Change, Mc Graw-HillBook company, str. 44.

- регулисање конкуренције на тржишту,
- заштита потрошача од нелојалне пословне праксе,
- заштита интелектуалних права и својине,
- порески систем и опорезивање компанија,
- решавање међународних спорова и сл.

Сваки од изложених нормативних сегмената има своје карактеристике, које представљају значајан допринос информационим системима компанија у процесу доношења стратегијских И оперативних одлука. Закони, који регулишу конкуренцију на тржишту, усмерени су на стварање пословног амбијента који одговара специфичностима и интересима државе. Ови закони имају значајне импликације на пословање компанија, нарочито у међународној размени. Заштита потрошача од нелојалне пословне праксе има за циљ да заштити потрошаче од несавесних произвођача који су, због својих профитних интереса, спремни да игноришу не само економске потребе потрошача већ и њихово здравље и животе. Заштита интелектуалне својине односи се на права појединаца, као њеног носиоца, као и на заштиту права компанија и држава. Порески систем представља веома осетљиво и значајно подручје у надлежности државе, јер он регулише пословања компанија и животни стандард грађана. Промене, као сокови динамике, воде нас у будућност, која је већ почела. То је противуречност са којом живимо у сталном шоку и неизвесности. Наша цивилизација, за коју можемо рећи да тежи хуманости и равноправности, наставља да се развија, упркос чињеници да осцилира и да се још није у потпуности остварила од шока свог рађања, односно преласка из “затвореног друштва”, потчињеног магичним силама, у “отворено друштво”, које ослобађа потенцијале човековог деловања¹⁷.

IV) ИЗВОРИ

- Stiglitz, J., *Велико разочарење*, (фр. изд.), *Мондијализација и њени промашаји* (ен. изд.), *Противречност глобализације*, СБМ-Х Београд, 2003.
- Soros, G., *On Globalization*, Public Affaric Ltd, Oxford, 2002.
- Градишка –Теменугова, О., „Глобализација – хаотичан или управан процес“, *Економске теме*, 2003/2, Економски факултет Ниш, 2003.
- Buharin, N., *Iperialismus und der Acumulation des Kapital*, 1987.
- Новићевић, Б., „Глобализовани и либерализовани пословни амбијент и основни концепти управљања предузећем“, *Економске теме*, 200/6., Економски факултет Ниш, 2002.

¹⁷ Karl Popper, *Отворено друштво и његови непријатељи*, БИГЗ, Београд, 1992, стр. 6.

- Albrecht, W., S., Sack, R., J., "Charting the Course Through a Perilous Future", Joint project, *AccouEducation Series*, Volume, 2003.
- Мацура, М., *Пројектовање организационе структуре на основама савремених информационих технологија*, Докторска дисертација, Факултет организационих наука, Београд, Београд, 2012.
- Petters T., and Waterman R.H. 2007. *In Search Excellence*, New York, Harper&Row,
- Macura, M., *The role of human resource management in modern business*, Lap Lambert, Academic Publishing, 2014.
- Nelson R., "Recent Writings on Competitiveness", *California management Review*, 2008.
- Kotler P., *Upravljanje marketingom*, (prevod) Informator, Zagreb, 1988.
- Carola a Oconner, *The Hand Book for Organizational Change*, Mc Graw-HillBook company, 1999.
- Poper Karl., *Отворено друштво и његови непријатељи*, Ку: И БИГЗ, 1992.

V) ЗАКЉУЧАК

Савремени трендови у Ери глобализације изазивају значајне промене у читавом свету. Кључ економског успеха лежи у способности њиховог разумевања и оптималном прилагођавању новонасталом пословном окружењу. Распад биполарног система међународних односа и читав низ крупних политичких и економских последица које су из тога произашле, условили су и одређена преусмеравања спољнополитичких и економских приоритета. У данашњем свету, у коме међународни и економски односи представљају систем односа моћи, политичке и економске, постепено се креира систем који све више настоји да ограничи државе и појединачне привредне субјекте. Привреде постају, све мање националне, а све више глобалне, претварајући се тако, у транснационални систем производње који се темељи на међународној подели рада. Међутим, држава као одлучујући фактор међународне политике и обликовања политичке воље, и даље има надмоћ над тржиштем. Национална држава ће, и убудуће, имати одлучујућу улогу за организацију живота, како из разлога социјалне и политичке природе, тако и из економских разлога укључивања сопствене економије у глобалну економију. Штавише, у условима унапредовале глобализације, само снажне и добро организоване државе имају шансе да опстану као субјекти, а не објекти, система међународних односа. Из тога, следи да национална држава у условима све веће конкуренције, пре добија, него што

губи на значају. Утицај глобализације на филозофију српске привреде неоспорно је велики и утицао је на промене које се могу окарактерисирати као позитивни помаци и промене које се могу окарактерисирати као назадовање целокупног друштва. Процес глобализације брише административне границе како у протоку капитала, радне снаге и информација, тако и у погледу мерила вредности успешности пословања и правних норми које прате пословање. Доласком страних компанија из целог света на српско тржиште и великог броја радника из иностранства, дошло је до промене односа према раду, компанији и каријери. Од система који је био социјално настројен, глобализацијом се дошло до система неолиберализма који се не може окарактерисати као хумани систем. Систем неолиберализма је управо наметнут од стране јаких економија које у слабијим економијама виде погодно тло за остваривање екстрапрофита, док се у домицилним земљама настоји да се очува амбијент и систем социјалне правде. Разумевање односа глобализације, државе и економије представљају кључ за решење загонетке економског успеха.