

Prikaz knjige

UDK: 339.13.01(049.32)

doi: 10.5937/ekonhor1501073G

INTERNATIONAL BUSINESS: COMPETING IN THE GLOBAL MARKETPLACE

Hill, C. W. L. (2014). Maidenhead, Berkshire, UK: McGraw-Hill Education
ISBN 13: 9780077163587; ISBN 10: 0077163583, XXII+654

Jovana Golo*

Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu

Tokom protekle tri decenije došlo je do fundamentalnih promena u svetskoj ekonomiji. Proces globalizacije, podržan razvojem informaciono-komunikacionih tehnologija i smanjenjem barijera u trgovini između zemalja, doveo je do relativiziranja značaja geografskih i kulturalnih distanci u globalnim okvirima. U uslovima sve intenzivnijih procesa integracije privreda različitih zemalja, veliki broj preduzeća pronalazi mogućnosti za unapređenje i razvoj svojih poslovnih aktivnosti na međunarodnom tržištu, putem internacionalizacije poslovanja.

U knjizi pod naslovom: *International Business: Competing in the Global Marketplace*, autor Charles W. L. Hill (profesor Univerziteta u Vašingtonu, Sjedinjene Američke Države), povezivanjem teorijskih osnova i empirijskih aspekata pruža uvid u kompleksnu prirodu međunarodnog poslovanja preduzeća, koje se odvija u uslovima izražene konkurencije na globalnom tržištu. Svrha knjige je da sveobuhvatno i kroz logičan sled tematskih jedinica prikaže

funkcionisanje međunarodnih preduzeća u sistemu globalne ekonomije. Namenjena je kako studentima, tako i naučnoj i stručnoj javnosti, koja može biti zainteresovana za izloženu problematiku. Knjiga se sastoji od šest delova, a svaki deo je organizovan kroz nekoliko odeljaka.

U prvom delu knjige, naslovljenom: *Uvod u međunarodno poslovanje* (3-35 str.), razmatrane su savremene tendencije i značajne promene u globalnoj ekonomiji, sa kojima se suočavaju preduzeća prilikom nastupa na međunarodnom tržištu. Ovaj deo je posvećen analizi procesa globalizacije, koji je uticao na razvoj odnosa povezanosti i međuzavisnosti međunarodnih tržišta u okviru sistema svetske privrede. Posebno je istaknuto da uključivanje u tokove međunarodnog poslovanja podrazumeva brojne potencijalne pogodnosti za preduzeća, ali i brojne izazove i povećanje kompleksnosti obavljanja poslovnih operacija na različitim međunarodnim tržištima.

Drugi deo knjige, pod naslovom: *Faktori i različitosti nacionalnih poslovnih okruženja* (36-157 str.) obuhvata četiri odeljka. U prvom odeljku se ukazuje na razlike koje postoje između zemalja u pogledu postojećih

* Korespondencija: J. Golo, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, Đ. Pucara 3, 34000 Kragujevac, Republika Srbija; e-mail: jovanagolo@kg.ac.rs

političkih, ekonomskih i pravnih sistema, kao i na potencijalne koristi, ali i rizike koje te razlike uzrokuju. U nastavku, detaljnije je analizirana povezanost ekonomskih i političkih sistema zemalja, uz isticanje značaja uspostavljanja demokratije i tržišne ekonomije kao osnovnih determinanti ekonomskog razvoja. U okviru posebnog odeljka se istražuje uticaj elemenata kulture, kao što su jezik, religija i obrazovanje, na različite aspekte poslovanja međunarodnih kompanija i naglašava se značaj razumevanja interkulturalnih razlika za ostvarivanje poslovnog uspeha. Posebno su razmatrani izvori i priroda etičkih pitanja u međunarodnom poslovanju, različiti filozofski pristupi poslovnoj etici, kao i aktivnosti koje međunarodne kompanije mogu preduzeti kako bi se ova pitanja uzela u obzir prilikom donošenja poslovnih odluka.

U trećem delu knjige, naslovljenom: *Svetska trgovina i investiciona klima* (158–293 str.) analiziraju se istorijski razvoj svetske trgovine i savremeni trendovi u pogledu međunarodnih tokova kapitala. U prvom odeljku su istraživani motivi uključivanja zemalja u sistem svetske trgovine, sa isticanjem uticaja koji slobodna svetska trgovina ima na podizanje nivoa njihovog ekonomskog blagostanja. Detaljno objašnjene teorije svetske trgovine (teorije A. Smith-a, D. Ricard-a i Heckscher-Ohlin-ova teorema) pružaju osnovu za razumevanje koristi koje zemlje mogu imati učestovanjem u međunarodnoj razmeni. Uz navedeno, analizirana je realnost svetske ekonomije i trgovine, koja značajno odstupa od prethodno navedenih teorijskih principa, usled brojnih ograničavajućih mera koje države primenjuju u cilju zaštite domaće privrede (na primer, carine i kvote). Teorije stranih direktnih investicija, kao i aktuelni trendovi u njihovom kretanju su predmet razmatranja u trećem odeljku, sa osvrtom na pozitivne i negativne efekte koji se ostvaruju, kako u zemlji domaćinu, tako i u zemlji porekla investicija. U poslednjem odeljku prikazani su različiti nivoi regionalnih ekonomskih integracija, pri čemu je najveća pažnja posvećena analizi karakteristika, strukture i funkcionisanja najznačajnijih regionalnih integracija u svetu, kao što su European Union (EU), North American Free Trade Agreement (NAFTA), Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) i druge.

Globalni monetarni sistem (294–377 str.) je naslov četvrtog dela knjige, koji objašnjava monetarni okvir u kome se odvija međunarodno poslovanje. U prvom odeljku, fokus je na međunarodnom deviznom tržištu i njegovim funkcijama, koje se ogledaju u omogućavanju konverzije svetskih valuta, kao i u smanjenju rizika prilikom obavljanja međunarodnih poslovnih transakcija. Međunarodni monetarni sistem je predmet istraživanja u narednom odeljku, gde su prikazani njegov istorijski razvoj i institucije koje imaju najveći značaj u regulaciji ovog sistema (International Monetary Fund - IMF i International Bank for Reconstruction and Development - IBRD). Poslednji segment ovog dela knjige jeste međunarodno tržište kapitala, koje beleži značajne stope rasta u prethodnom periodu, usled primene sofisticiranih informacionih tehnologija.

Peti deo knjige naslovljen je: *Strategije i organizacija međunarodnog poslovanja preduzeća* (378–487 str.). U ovom delu, koji se sastoji iz tri odeljka, fokus analize je premešten sa poslovnog okruženja na nivo preduzeća i detaljnije su analizirani načini uspostavljanja i upravljanja međunarodnim poslovnim aktivnostima preduzeća. U prvom odeljku su predstavljene osnovne strategije pomoću kojih preduzeća mogu ostvariti konkurentsku prednost na međunarodnom tržištu i kreirati vrednost za akcionare. U nastavku su prikazane različite forme organizacionih struktura multinacionalnih i globalnih preduzeća, koje omogućavaju implementaciju definisanih strategija, uz isticanje neophodnosti postojanja komplementarnosti između strategije i organizacione strukture preduzeća. Od posebnog značaja u međunarodnom poslovanju su strategije i načini ulaska preduzeća na međunarodna tržišta (na primer izvoz, licence ili joint ventures), koji su predmet istraživanja u poslednjem odeljku ovog dela knjige, gde je prikazana komparativna analiza prednosti i nedostataka, kao i efekata ovih strategija.

Šesti, poslednji deo knjige, koji nosi naslov: *Međunarodne poslovne funkcije* (488–635 str.), sastoji se od pet odeljaka i u njemu se fokus dalje sužava u smeru istraživanja poslovnih funkcija. Na početku se detaljno proučava način funkcionisanja izvoznih aktivnosti preduzeća, kao i mere putem kojih države pružaju pomoć domaćim preduzećima u cilju povećanja izvoza. Odluke o organizaciji proizvodnje, nabavke i logistike

na globalnom nivou, koje su predmet razmatranja u narednom odeljku, predstavljaju jedan od ključnih faktora za ostvarivanje konkurentne prednosti i imaju znatno viši nivo kompleksnosti u međunarodnom preduzeću, u odnosu na domaće. Uticaj globalizacije istraživana je i sa aspekta funkcije marketinga, gde su detaljno analizirane odluke u procesu kreiranja strategije proizvoda, cene, promocije i distribucije na međunarodnim tržištima. Upravljanje ljudskim resursima je od posebnog strategijskog značaja u međunarodnom poslovanju, ali ujedno sadrži i brojne izazove koji nastaju prilikom obavljanja aktivnosti kao što su selekcija, obuka i nagrađivanje radnika, kako zbog multikulturalnog sastava zaposlenih, tako i zbog brojnih regulativa koje se moraju poštovati u različitim zemljama. Poslednji odeljak knjige ima u fokusu računovodstveni i finansijski aspekt poslovanja, sa osvrtom na razlike u nacionalnim računovodstvenim standardima i načinu na koji je donošenje investicionih odluka uslovljeno različitim fiskalnim i poreskim regulativama zemalja.

Imajući u vidu aktuelne procese globalizacije, kao i izraženu neophodnost uključivanja preduzeća u savremene međunarodne tokove poslovanja, u

cilju njihovog rasta i razvoja, može se istaći da su razmatranja u knjizi relevantna, aktuelna i primenljiva u praksi. Naučna i akademska dostignuća autora, od kojih se izdvajaju objavljeni naučni radovi u časopisima *Academy of Management Review* i *Academy of Management Journal*, kao i saradnja sa brojnim međunarodnim kompanijama (Microsoft, Boeing, AT&T), ukazuju na naučne i stručne kompetencije autora u oblasti međunarodnog poslovanja. Knjiga ima mnoštvo praktičnih primera kao i prikaza realnih poslovnih situacija, kojima počinje svaki deo knjige i koji olakšavaju razumevanje analiziranih koncepata. Pored toga, knjiga obiluje statističkim podacima i tabelarnim prikazima, a dostupni su i *online* interaktivni sadržaji koji dopunjuju sadržaj knjige.

U analizi problematike međunarodnog poslovanja, autor prevashodno primenjuje deskriptivni pristup u predstavljanju trenutnog stanja, najznačajnijih segmenata i tokova međunarodnog poslovanja, izostavljajući kritički osvrt na značaj relacija između elemenata ovog kompleksnog sistema, kao i na načine prevazilaženja brojnih problemskih situacija koje mogu nastati usled uključivanja preduzeća u međunarodne tokove.

Primljeno 1. aprila 2015,

nakon revizije,

prihvaćeno za publikovanje 6. aprila 2015.

Elektronska verzija objavljena 21. aprila 2015.

Jovana Golo je asistent na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Kragujevcu, na nastavnim predmetima Međunarodno poslovanje i Međunarodni marketing. Student je doktorskih akademskih studija na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Kragujevcu. Glavne oblasti naučnog istraživanja su međunarodno poslovanje i međunarodni marketing.