

Multinacionalne korporacije kao nositelji globalizacije

Vidović, Zvonimir

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:358738>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-09**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Sveučilišni diplomski studij Poslovna informatika

Zvonimir Vidović

**MULTINACIONALNE KORPORACIJE KAO NOSITELJI
GLOBALIZACIJE**

Diplomski rad

Osijek, 2020.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Sveučilišni diplomski studij Poslovna informatika

Zvonimir Vidović

**MULTINACIONALNE KORPORACIJE KAO NOSITELJI
GLOBALIZACIJE**

Diplomski rad

Kolegij: Globalizacija i menadžment

JMBAG: 0010145619

e-mail: zvidovic@hotmail.com

Mentor: prof.dr.sc. Nataša Drvenkar

Osijek, 2020.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics in Osijek
Graduate Study Business informatics


Zvonimir Vidović

**MULTINATIONAL CORPORATIONS AS A CARRIER OF
GLOBALIZATION**

Graduate paper

Osijek, 2020.

**IZJAVA
O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,
PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA,
SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA
I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA**

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Zvonimir Vidović

JMBAG: 0010145619

OIB: 97472287848

e-mail za kontakt: zvidovic@hotmail.com

Naziv studija: Sveučilišni diplomski studij Poslovna informatika

Naslov rada: Multinacionalne korporacije kao nositelji globalizacije

Mentor/mentorica diplomskog rada: prof.dr.sc. Nataša Drvenkar

U Osijeku, 03.07.2020. godine

Potpis:



MULTINACIONALNE KORPORACIJE KAO NOSITELJI GLOBALIZACIJE

SAŽETAK

Multinacionalne korporacije, kakvima se danas smatraju, razvijaju se u 19. stoljeću, no sam se termin multinacionalnih korporacija pojavljuje u 20. stoljeću. Multinacionalna korporacija predstavlja trgovačko društvo ili grupu trgovačkih društava s poslovnim jedinicama u dvije ili više država. Takva kompanija ima središte, odnosno matično društvo u jednoj državi i podružnice u ostalim državama. Pojavom globalizacije razvija se međunarodna otvorenost koja daje nacionalnim ekonomskim subjektima mogućnost preseljenja svog djelovanja i izvan zemlje. Razvoj međunarodne trgovine, znanosti, tehnologije, razmjene informacija i resursa uzroci su multinacionalnih korporacija kao nositelja globalizacije. Porastom inozemnih stranih ulaganja, šire se poslovne aktivnosti, ali i broj i moć multinacionalnih korporacija. Suvremene multinacionalne korporacije ključni su faktori mobilnosti kapitala, posrednici tehnologije i znanja, kao i poticanja pojave nacionalnih gospodarstava na svjetskim tržištima i ostvarivanje međunarodne suradnje. Multinacionalne korporacije pozitivno utječu na razvoj gospodarstva i stupanj nezaposlenosti, kao i na napredak znanosti i tehnologije, no negativne posljedice ostavljaju na politiku i monopol u pojedinim gospodarstvima.

KLJUČNE RIJEČI: multinacionalne korporacije, globalizacija, kapital, razvoj

MULTINATIONAL CORPORATIONS AS A CARRIER OF GLOBALIZATION

ABSTRACT

Multinational corporations, as they are considered today, were being developed in the 19th century, but the term multinational corporations itself appeared in the 20th century. A multinational corporation represents a company or group of companies with branches in two or more countries. Such a company has its headquarters, that is, its parent company in one country and its subsidiaries in other countries. With the advent of globalization, international openness is being developed, which gives national economic operators the opportunity to relocate their activities outside the country. The development of international trade, science, technology, exchange of information, and resources are the causes of multinational corporations as carriers of globalization. With the increase in foreign investment, business activities are expanding, as are the number and power of multinational corporations. Modern multinational corporations are vital drivers of capital mobility, mediators of technology, and knowledge, as well as fostering the emergence of national economies in world markets and pursuing international cooperation. Multinational corporations have a positive influence on the development of the economy and the level of unemployment, as well as the advancement of science and technology. Still, they have a negative impact on politics and monopoly in individual economies.

KEYWORDS: multinational corporations, globalization, capital, development

Sadržaj

| | |
|--|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 2. METODOLOGIJA RADA | 2 |
| 2.1. Predmet istraživanja | 2 |
| 2.2. Metode istraživanja | 2 |
| 2.3. Hipoteze istraživanja..... | 2 |
| 3. GLOBALIZACIJA | 3 |
| 3.1. Pojam..... | 3 |
| 3.2. Razvoj..... | 5 |
| 3.3. Uzroci globalizacije | 8 |
| 3.4. Učinci globalizacije..... | 9 |
| 4. MULTINACIONALNE KORPORACIJE | 12 |
| 4.1. Pojam..... | 12 |
| 4.2. Nastanak i razvoj..... | 13 |
| 4.3. Značaj..... | 15 |
| 4.4. Vrste | 15 |
| 5. ANALIZA POSLOVANJA MULTINACIONALNIH KORPORACIJA | 17 |
| 5.1. Multinacionalne korporacije u razvijenim zemljama..... | 18 |
| 5.2. Multinacionalne korporacije u zemljama u razvoju i tranzicijskim zemljama | 22 |
| 5.3. Učinci multinacionalnih korporacija na gospodarstva matične zemlje i gospodarstva izvan njih..... | 24 |
| 6. FAKTORI RAZVOJA MULTINACIONALNIH KORPORACIJA | 26 |
| 7. IZAZOVI KOJI PRATE MULTINACIONALNE KORPORACIJE | 27 |
| 7.1. Financijski sustav multinacionalne korporacije..... | 28 |
| 7.1.1. Budžetiranje kapitala..... | 28 |
| 7.1.2. Transferne cijene | 29 |
| 7.1.3. Tijek naplate..... | 29 |
| 7.1.4. Zajmovi među korporacijama | 30 |
| 7.1.5. Međunarodni novčani tok | 30 |
| 7.2. (Financijske) Multinacionalne korporacije kao uzrok svjetske financijske krize 2007. godine | 31 |
| 8. MULTINACIONALNE KORPORACIJE U SVIJETU | 32 |
| 8.1. Deset najvećih svjetskih multinacionalnih korporacija..... | 34 |
| 8.1.1. Walmart..... | 34 |
| 8.1.2. Sinopec Group..... | 36 |

| | | |
|-----------|--------------------------------|-----------|
| 8.1.3. | Royal Dutch Shell | 37 |
| 8.1.4. | China National Petroleum | 37 |
| 8.1.5. | State Grid | 38 |
| 8.1.6. | Saudi Aramco | 38 |
| 8.1.7. | BP | 39 |
| 8.1.8. | Exxon Mobil | 39 |
| 8.1.9. | Volkswagen | 39 |
| 8.1.10. | Toyota Motor | 40 |
| 9. | ZAKLJUČAK..... | 41 |
| | LITERATURA..... | 42 |
| | POPIS TABLICA..... | 47 |
| | POPIS SLIKA | 48 |

1. UVOD

Tematika diplomskog rada je dinamičan proces suvremenog doba sveprisutan u svijetu, a koji utječe na gospodarstva svih zemalja pa tako i živote ljudi. Riječ je o globalizaciji, a koje su prednosti i nedostaci ove pojave opisuje se na narednim stranicama. Osim navedenog, objasniti će se pojam, razvoj, ali i učinci globalizacije. Posljedično, opisat će se pojam, razvoj i učinci multinacionalnih korporacija. Moć i veličina ove pojave utječe na sve aspekte ekonomske strukture nekog gospodarstva. Upravo multinacionalne korporacije kao nositelji globalizacije na vrhu su svjetske ekonomije, a svijest o njihovoj važnosti u današnjoj svjetskoj ekonomiji, kao i pristup nacionalnom, ali i svjetskom tržištu opisat će se u narednom tekstu.

U procesu globalizacije, ali i za sam razvoj multinacionalnih korporacija nužan je konstantan napredak u tehnologiji, protoku i dostupnosti informacija, komunikaciji i međunarodnoj trgovini. Kako bi multinacionalne korporacije opstale na svjetskom tržištu nužna je njihova prilagodba promjenama i istraživanje najboljih rješenja za zadovoljenje potreba svjetskih potrošača. Analizirat će se poslovanje multinacionalnih korporacija u razvijenim, ali i onim manje razvijenim zemljama i zemljama u tranziciji, kao i njihov utjecaj na sama gospodarstva tih država. Pet je glavnih skupina čimbenika koji utječu na razvoj multinacionalnih korporacija, a koji su to navest će se u radu. Također, bit će riječi o izazovima sa kojima se susreću multinacionalne korporacije u svom djelovanju, a pažnja će se osobito posvetiti onim financijskima, koji se svrstavaju u nekoliko temeljnih kategorija. Uz to, analizirat će se na koji su način multinacionalne korporacije utjecale na financijsku krizu 2007. godine, a na samom kraju opisat će se sve spomenuto na primjeru deset trenutno vodećih svjetskih multinacionalnih korporacija.

2. METODOLOGIJA RADA

Na samom početku rada opisat će se predmet istraživanja, cilj te korištene metode prilikom izrade istog. Postavit će se nekoliko hipoteza koje će se radom elaborirati.

2.1. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja konkretnog diplomskog rada predstavljaju multinacionalne korporacije i to u razdoblju globalizacije. U skladu s tim biti će riječi o samom pojmu globalizacije, njegovom razvoju, učincima i uzrocima kako bi se shvatilo promatrano razdoblje. Isto će biti primijenjeno i na multinacionalne korporacije, dakle opisat će se sam pojam, nastanak i razvoj, značaj istih, ali i vrste. Analizirat će se njihovo poslovanje te će se nastojati opisati i izazovi s kojima se one susreću u svom djelovanju. Na samom kraju predstaviti će se vodeće svjetske multinacionalne korporacije i objasniti sam pojam na njihovom primjeru.

2.2. Metode istraživanja

Prilikom izrade ovog diplomskog rada temelj istraživanja i analize predstavljale su prije svega knjige, kao i znanstveni članci popraćeni internetskim izvorima. Izvori i materijali iskorišteni su kroz različite metode primijenjene na ovaj rad. Prvenstveno, kroz sustavno zaključivanje na temelju analize pojedinih činjenica i donošenja općih konkretnih zaključaka, primjenjuje se induktivna metoda, pri čemu je pažnja usmjerena na reprezentativnost analiziranih činjenica. U tom smislu objašnjava se pojam i značaj multinacionalnih korporacija, kao i njihov nastanak i razvoj. Nastavno na prethodnu metodu, korištena je i deduktivna metoda u smislu donošenja posebnih zaključaka na temelju općih. Objašnjenje pojedinih činjenica, kao i otkrivanje novih kroz navedenu se metodu odvija u sklopu nekolicine drugih metoda, poput metode analize, sinteze, apstrakcije, generalizacije i specijalizacije koje su korištene kroz cijeli rad.

2.3. Hipoteze istraživanja

Multinacionalne korporacije uzrok su problema globalizacije. Utjecaj multinacionalnih korporacija na zemlje u razvoju i tranzicijske zemlje isključivo je pozitivan. Razvoj matičnog poduzeća multinacionalne korporacije ne utječe, nužno, na razvoj njezinih podružnica.

3. GLOBALIZACIJA

Kako bi se shvatila tema rada potrebno je prije svega objasniti pojam globalizacije, u čijem se kontekstu promatraju multinacionalne korporacije. Pojam i glavne karakteristike globalizacije objasniti će se na narednim stranicama.

3.1. Pojam

Globalizacija predstavlja socijalni proces koji teži sveobuhvatnosti i jedinstvenosti svijeta, što označava i samo podrijetlo francuske riječi „global“. U tom smislu ona podrazumijeva i gospodarsko, socijalno i političko djelovanje koje prelazi granice nacionalnih država. Duboko je ukorijenjena kao međunarodni sustav koji dirigira unutarnju politiku, kao i međunarodne odnose velike većine zemalja. Budući da je u konstantnom napretku i razvoju, zaključuje se kako je to vrlo dinamičan proces. Zbog svoje dinamike proces ne samo da se odražava na nacionalna tržišta, već utječe na razvoj i napredak tehnologije i svake države općenito (Jovančević, 2005). „U procesu globalizacije velika je pažnja usmjerena na međunarodnu razmjenu na tržištima dobara i usluga, kao i rast i razvoj institucija“ (Deardorff, Stern, 2001). Općenito se globalizacijom smatra razvoj međunarodne suradnje, dakle izvan granica nacionalnih privreda, a upravo je to uzrok nastanka brojnih međunarodnih tvrtki i općenito međunarodne ekonomije čineći svijet jedinstvenim sustavom. Upravo je prethodno navedeno temelj nemjerljivog napretka pojedinih zemalja do visoko razvijenih područja. Osim spomenutog, globalizacija podrazumijeva i ubrzan razvoj moderne tehnologije, pri čemu glavnu ulogu nosi Internet u vidu međunarodne komunikacije, što je ključ za razvoj ekonomske aktivnosti.

Globalizacija kao dinamičan proces za sobom povlači neprestano investiranje u znanje, tehnologiju, istraživanje, rast i razvoj. Pretpostavlja pet dimenzija, a to su ekonomska dimenzija, politička, ekološka, kulturna te globalizacija komunikacija (Milardović, 2004). Globalizacija se može promatrati kroz nekoliko aspekata, a u socijalnom smislu dovodi do veće interakcije različitih populacija. Nadalje, kulturološki aspekt odnosi se na razmjenu ideja, vrijednosti i umjetničkog izraza među kulturama, uz što se nastoji stvoriti jedinstvena svjetska kultura. Politički, globalizacija preusmjerava pozornost na međuvladine organizacije poput Ujedinjenih naroda i Svjetske trgovinske organizacije, dok zakonski ona mijenja način stvaranja i provođenja međunarodnog prava (Kopp, 2020). Kako je prethodno spomenuto, kroz različite dimenzije ovaj proces podrazumijeva kretanje kapitala, investicije, multinacionalne korporacije, političke procese, svjetsku komunikaciju, rast svjetskog pučanstva, razmjenu znanja i ljudske resurse. Sam se pojam odnosi na svjetsko društvo, a podrazumijeva proces multinacionalne razine. U tom smislu, posebice je važno istaknuti međunarodnu razmjenu, trgovinu te kretanje kapitala na svjetskoj razini. Dakle,

globalizacija se ne može svesti pod jedan pojam, budući da je to složen proces koji se može interpretirati kroz različite aspekte i dimenzije.

Globalizacija, sažeto promatrano, predstavlja sve veće bogaćenje bogatih, ali i sve izraženije siromašenje siromašnih, zbog čega se dovodi u pitanje promišljanje vodećih svjetskih sila. Njome se smatra širenje proizvoda, tehnologije, informacija, radnih mjesta izvan državnih granica i kultura. U ranije spomenutoj gospodarskoj dimenziji, globalizacija označava međuovisnost naroda diljem svijeta potpomognutu slobodnom trgovinom. Velika je polemika o samim učincima globalizacije, budući da je ona u jednu ruku stvorila nova radna mjesta i potpomogla gospodarski rast međunarodnom razmjenom robe, kapitala i rada, a u drugu ruku upravo to stvaranje i porast radnih mjesta nije jednoliko raspoređeno po zemljama i industrijama (Kopp, 2020).

Određeni istraživački centri smatraju kako je kako je globalizacija zaživjela po završetku Prvog svjetskog rata, okretanjem nacija ka protekcionizmu i pokretanjem uvoznih poreza kako bi se očuvala pojedina industrija nakon sukoba. Takva se politika nastavlja i za vrijeme Velike depresije te Drugog svjetskog rata sve dok Sjedinjene Američke Države nisu preuzele vodeću ulogu u oživljavanju međunarodne trgovine. Od tada globalizacija naglo ubrzava, a promjene javnih politika i inovacije u komunikacijskoj tehnologiji smatraju se dvama pokretačkim faktorima (Kopp, 2020). Jedna od prekretnica globalizacije je Sjevernoamerički sporazum o slobodnoj trgovini (NAFTA), potpisan 1993. godine, čiji je efekt bio osigurati poticaj američkim proizvođačima automobila preseljenje dijela njihove proizvodnje u Meksiko, gdje su bili jeftiniji troškovi rada. Vlade diljem svijeta regulirale su svoje ekonomske sustave, odnosno fiskalne politike i trgovinske sporazume u posljednjih 20 godina, a temelj većine trgovinskih sporazuma je uglavnom uklanjanje ili smanjenje carina. Takvim razvojem i regulacijom ekonomskih sustava povećana je industrijalizacija i financijske mogućnosti u nekolicini zemalja, a sve je rezultiralo fokusom vlada na uklanjanje prepreka u trgovini i promicanje međunarodne trgovine (Kopp, 2020), no o samom razvoju ove pojave govorit će se u idućem poglavlju.

Ono što zagovornici globalizacije tvrde jest da se navedenim procesom državama u razvoju omogućuje bolje konkuriranje industrijaliziranim zemljama kroz porast proizvodnje, diversifikaciju, ekonomsku ekspanziju i bolji životni standard. Uz to, vjeruju kako *outsourcing* poduzeća osigurava posao i tehnologiju zemljama u razvoju, a ostvaruje se i porast prekogranične trgovine uklanjanjem ograničenja na strani ponude i trgovine. Također, ističu kako se globalizacija usmjerila na isticanje i razvoj ljudskih prava u svijetu. S druge strane, protivnici globalizacije ističu bitan učinak globalizacije, a to je činjenica da gospodarski pad u jednoj zemlji može uzrokovati domino efekt

kroz svoje trgovinske partnere. Primjer takve situacije je i financijska kriza 2008. koja je imala ozbiljan utjecaj na Portugal, Irsku, Grčku i Španjolsku, koje su bile članice Europske unije, a koje su morale reagirati kako bi izbacile države opterećene dugovima (Kopp, 2020). Upravo to je stvorilo koncentraciju bogatstva i moći u rukama male korporativne elite koja može utjecati i na manje konkurente u svijetu, a o samim će pozitivnim i negativnim učincima ovog dinamičnog procesa biti riječi u narednom tekstu.

3.2. Razvoj

Europa je kolijevka kulturoloških razlika, no unatoč tome u korak sa svjetskim razvojem modernizira se i europska kultura te se šire industrijalizacija i urbanizacija. Dakako, za takav su razvoj nužna putovanja i što otvorenija komunikacija kao i razvoj međunarodne suradnje. Upravo se to na europskom kontinentu razvija ponajprije jedrenjačkom plovidbom, a svakim se daljnjim napretkom i pojavom, primjerice parobroda i željeznice, uspostavlja sve bolja međunarodna trgovina (Lončar, 2005). Ljudi, dakle, trguju robom od samih početaka postojanja, a već od 1. stoljeća prije Krista dogodila se izvanredna pojava - prvi put u povijesti luksuzni proizvodi iz Kine počeli su se pojavljivati na drugom rubu euroazijskog kontinenta, odnosno u Rimu. Ondje su stigli nakon što su ih vukli tisućama kilometara duž Puta svile. Zaključuje se kako je trgovina prestala biti lokalni ili regionalni posao i postala je globalna. Naravno, globalizacija tada nije uistinu ozbiljno započela. Svila je uglavnom bila luksuzno dobro, a na tom putu su se našli i začini koji su dodani međunarodnoj trgovini između Azije i Europe. Malim su koracima uspostavljene globalne trgovinske veze, a za sudionike tog procesa bio je to rudnik zlata. Već se u ovom razdoblju stvara obrazac koji se proteže kroz povijest trgovine, dakle uspijeva kada postoji zaštita od strane carstva, odnosno nacije, a pada kad ista izostaje (Vanham, 2019).

Nadalje, trgovina se razvija i zahvaljujući islamskim trgovcima. U 7. se stoljeću nova religija širi u svim smjerovima, a tako i trgovina. Već do početka 9. stoljeća muslimanski trgovci dominiraju trgovinom Sredozemlja i Indijskog oceana, a potom se šire i na istok, odnosno Indoneziju, pa i zapad, odnosno Španjolsku. Temelj islamske trgovine bili su začini, a njima se za razliku od svile, još u samom startu trgovalo većinom morskim putem, a u srednjem vijeku postali su pravo središte međunarodne trgovine. Potražnja za tim proizvodima je bila iznimno visoka, a oni iznimno skupi pa su baš poput svile oni ostali luksuzni proizvod. Niti u ovom razdoblju globalizacija nije strogo uspostavljena, no morski putevi, kao i cestovni između istoka i zapada postaju sve snažniji (Vanham, 2019).

Nekoliko stoljeća kasnije, od kraja 15. stoljeća nadalje, europski su istraživači povezali Istok i

Zapad, gdje je otkrivena i Amerika. To doba „otkrića“ karakterizirano je mnoštvom istraživanja, a trgovina je ostala mala u odnosu na ukupan BDP, što je uvelike utjecalo na život ljudi. Upravo tad u Europi se pojavljuju krumpir, rajčica, kava i čokolada, a cijena začina naglo pada. No, niti ovo razdoblje ne smatra se pravim početkom globalizacije iako je trgovina postajala svakim korakom sve globalnija. Europske prijestolnice osnivaju globalne lance opskrbe, no primjenjujući ih na kolonije koje su bile u njihovu posjedu. Upravo tako su carstva stvorila kolonijalnu ekonomiju, ali ne i zaista globaliziranu (Vanham, 2019).

Prvi val globalizacije započeo je oko 1914. godine. Krajem 18. stoljeća, Velika Britanija je započela dominirati svijetom i geografski, uspostavom Britanskog carstva, ali i s razvojem parnog stroja, stroja za industrijsko tkanje i slično. Upravo to je razdoblje prve industrijske revolucije kojom se razvija globalna trgovina. Razvojem parobroda i vlakova olakšan je prijevoz robe unutar država, ali i između različitih zemalja. Također, usporedno s tim industrijalizacija je omogućila zemljama, primjerice Velikoj Britaniji, da proizvode proizvode, poput željeza i tekstila, za koje je potražnja u svijetu na visokoj razini. U tom razdoblju trgovina je bilježila rast oko 3% godišnje, što je potaknulo izvoz. Osim Britanije, i druge su zemlje počele specijalizirati svoju proizvodnju u onim sferama u kojima su bile najkonkurentnije. No, izbijanje Prvog svjetskog rata 1914. godine okončalo je i globalizaciju. To je činjenica koja ne čudi budući da je razaranje bilo potpuno, a život izgubilo milijuni vojnika, milijuni civila, a rat je zamijenio do tada rastuću trgovinu te su zemlje opet zatvorile svoje granice. U godinama između svjetskih ratova, financijska tržišta, koja su još uvijek bila povezana u globalnoj mreži, uzrokovala su daljnji slom globalne ekonomije i njenih veza. (Vanham, 2019). Nastavno na to, na nastanak i razvoj globalizacije, posebice u Europi, uvelike je utjecalo razdoblje nakon Drugog svjetskog rata. Brojnim europskim zemljama, koje su za vrijeme rata uništene do temelja, SAD je novčano pomagao, a upravo to je potaknulo brojne međusobne suradnje i povezivanja, a sve sa ciljem uzajamne pomoći i sprječavanja daljnjih neprijateljstava (Krešić, 1996). Upravo ranije spomenuto prethodilo je svijetu kakvog ga poznajemo danas. Govoreći o pojavi globalizacije bitno je istaknuti GATT (*General Agreement on Tariffs and Trade*), koji je osnovan 1947., a isticao je klauzulu o najvećim pogodnostima u smislu smanjenja trgovačkih carina među zemljama te međusobnog trgovinskog povezivanja (Lončar, 2005).

„Navedena je klauzula temelj za tri osnovna načela: načelo reciprocnosti, načelo liberalizacije i načelo nediskriminacije. Reciprocnost podrazumijeva to da trgovačke olakšice koje potpisnice GATT-a priznaju jedna drugoj, moraju biti jednake za obje strane, što je kasnije ublaženo u korist zemalja u razvoju. Načelo liberalizacije odnosi se na postupno smanjivanje carina i drugih ograničenja, a načelo carinske nediskriminacije odnosi se na to da se dvostruke carinske olakšice između dviju potpisnica moraju primijeniti na sve članice GATT-a. 1994. godine GATT mijenja

naziv u WTO (*World Trade Organization*)“ (Lončar, 2005).

Padom Berlinskog zida, rušenjem Sovjetskog Saveza, globalizacija postaje sveobuhvatna sila. Svjetska trgovinska organizacija (WTO) potiče nacije diljem svijeta na sklapanje sporazuma o slobodnoj trgovini, što je većina i učinila. Također, nova tehnologija, a u najvećoj mjeri Internet, iz treće industrijske revolucije, povezuje ljude diljem svijeta na još neposredniji način. Dakle, Internet je omogućio daljnju globalnu integraciju, a rezultiralo je takozvanom globalizacijom steroida. 2000.-ih godina globalni izvoz nailazi na prekretnicu, budući da je porastao na oko četvrtinu globalnog BDP-a, a upravo je u ovom razdoblju više ljudi nego ikad prije pripadalo globalnoj srednjoj klasi (Vanham, 2019). Naposljetku, prethodno opisano dovodi do sadašnjosti, odnosno razdoblja u kojem u svijetu sve više dominiraju dvije globalne sile, SAD i Kina, kada je nova razina globalizacije cyber svijet. Digitalna ekonomija postaje sila koja se suočava sa e-trgovinom, digitalnim uslugama, 3D ispisom i slično. Također, istovremeno se širi i negativna globalizacija, globalnim učinkom klimatskih promjena, što znači da zagađenje u jednom dijelu svijeta dovodi do ekstremnih vremenskih pojava u drugom (Vanham, 2019).

Vrlo je važno u okviru globalizacije istaknuti i pojam transnacionalizacije, koja podrazumijeva rast i razvoj transnacionalnih, odnosno multinacionalnih korporacija, kao i protok robe, kapitala, znanja i resursa na globalnom tržištu, što je vrlo bitno za razumijevanje sporne teme ovog rada (Dragičević, 1996). Isto tako, bitno je naglasiti kako se nacionalna država nerijetko mora odreći dijela svoje suverenosti u okviru ovog procesa, priključivanjem u nadnacionalne saveze poput NATO-a ili EU-a, što nekolicini europskih tranzicijskih zemalja predstavlja izazov budući da su takoreći tek osvojile suverenitet i već ga prepuštaju nekoj drugoj organizaciji. Globalizacijom korporacije stječu konkurentsku prednost na više frontova. Mogu smanjiti operativne troškove proizvodnjom u inozemstvu, a također mogu se jeftinije kupiti sirovine zbog smanjenja ili ukidanja carina. Najveća prednost u ovom slučaju je ostvarenje pristupa milijunima novih potrošača. „Proces globalizacije ističe snagu i moć multinacionalnih korporacija, naglašavajući kako se nekolicina malih i siromašnih zemalja u kojima takve korporacije posluju smatraju zapravo njihovim podružnicama upravo zbog golemih finansijskih sredstava koje multinacionalne korporacije posjeduju. Bruto nacionalni proizvod navedenih zemalja i profit tih korporacija neusporedivi su“ (Dragičević, 1996). Korporacije odluke o investiranju donose na svjetskoj razini, na način da se prenosi kapital ili resursi iz zemlje u zemlju, mijenjajući stupanj nezaposlenosti, kao i ekonomske aktivnosti. Upravo zbog već uspješno uspostavljene međunarodne trgovine i suradnje svjetskih finansijskih tržišta sve je veća moć multinacionalnih korporacija, što i samu globalizaciju čini nezaustavljivim procesom. Vrlo dobar primjer razvoja globalizacije i uvođenje iste u „zaboravljena“ drevna područja je i

situacija kada je kineski div e-trgovine „Alibaba“ 2018. godine odabrao drevni grad Xi'an kao mjesto svog novog regionalnog sjedišta. Takvim potezom simbolična vrijednost tvrtke nije izgubljena, ali je globalizacija infiltrirana i u drevno mjesto u kojem je zapravo i započela, odnosno mjesto koje simbolizira početak starog Puta svile. Dakle, grad u kojem je globalizacija započela prije više od 2000 godina također će imati udjela u budućnosti globalizacije.

3.3. Uzroci globalizacije

Kako se da zaključiti iz prethodnog teksta, mnogo je toga utjecalo na nastanak i razvoj globalizacije. „Glavni uzroci procesa globalizacije mogu se podijeliti na političke, tehnološke i ekonomske“ (Hamilton, Webster, 2012). Temeljnim uzrocima se mogu smatrati: neprekidan razvoj znanosti i tehnologije, kao i razvoj informacijske tehnologije, multinacionalne korporacije, svjetska zbivanja, transport, brzina, kraj Hladnog rata i slično. U tom smislu, razvoj tehnologije se ogleda najprije kroz tehnološku revoluciju, a posebice razvoj komunikacijskih kanala, pojave Interneta koji je jedan od simbola globalizacije. Posljedično na razvoj komunikacije i razmjene informacija, sve se više razvija i međunarodna trgovina, što uzrokuje razvoj i ubrzanje transporta, ali istovremeno reduciranje njegovih troškova (Kain, 2017). U tom smislu, poboljšana tehnologija olakšava komunikaciju i razmjenu informacija širom svijeta. Jedan od glavnih pokretača, odnosno uzroka globalizacije je i unaprijeđeni prijevoz koji globalna putovanja čini lakšima. Tako je primjerice povećanjem zračnom prometa omogućeno fleksibilnije i veće kretanje ljudi i robe širom svijeta. Od 1970. godine brzo je prisvojen čelični transportni kontejner, čija je primjena smanjila troškove prijevoza, čineći trgovinu jeftinijom i učinkovitijom (Pettinger, 2019). Svjetski se izazovi u velikoj mjeri odnose na klimatske promjene i to nerijetko one nepovoljne poput oštećenja ozonskog omotača, kiselih kiša, izumiranja nekolicine biljnih i životinjskih vrsta, što nije rješivo na razini nacionalnog gospodarstva, već je nužna svijest globalne privrede (Kain, 2017). Također, uz ranije navedeno, uzrokom globalizacije može se smatrati i unaprijeđena mobilnost kapitala. Posljednjih godina kapitalne barijere sve se više smanjuju, olakšavajući protok kapitala među različitim privredama. Tom se činjenicom povećava i mogućnost kompanija za dobivanje financija, a povećala se i globalna povezanost globalnih financijskih tržišta. Bitno je istaknuti i povećanu pokretljivost radne snage, odnosno mogućnost ljudi da poslove pronađu u nekim drugim zemljama (Pettinger, 2019). S druge strane, globalizacija kao toliko rašireni proces mora imati određene posljedice poput nejednakog regionalnog razvoja, društvenog otpada, jaza između društvenih klasa, narušavanja kvalitete i životne okoline, svjetskih ekoloških izazova, a one će biti opisane u narednom poglavlju.

3.4. Učinci globalizacije

Poput svakog procesa, globalizacija je uzrok određenih pozitivnih, ali i negativnih učinaka na svjetske, nacionalne institucije, poduzeća, ali i pojedince (Lazibat, Kolaković, 2004). Ono što treba podržavati i dalje poticati jesu sve dobre strane globalizacije. Tablicom 1 prikazani su pozitivni i negativni učinci ovog dinamičnog procesa, a na pozitivnoj se strani ističe lakši pristup i dostupnost svijeta, a s tim u vezi i lakši pristup informacijama, znanjima, zemljama, kulturama i tehnologijama. Veća povezanost podrazumijeva lakšu komunikaciju i suradnju između zemalja. Ekspanzija gospodarskih uspjeha, razvoj znanosti podrazumijeva ubrzan svjetski gospodarski razvoj, a transakcije između različitih tržišta mogu se organizirati u vrlo kratkom razdoblju. Uklanjanje carina te uvođenje demokratizacije su također pozitivni učinci globalizacije, kao i to da živimo u eri kada je prijenos otkrića i informacija, spoznaja i iskustava dostupan svima diljem svijeta, bez ograničenja. Dakle, slobodno tržište omogućuje slobodno kretanje ljudi, dobara i kapitala, a širenjem samog tržišta povećava se potreba za radnom snagom, posebice u razvijenijim zemljama raste stopa zaposlenosti. Takvim se razvojem razvija i obrazovanje budući da slobodno tržište razvija potrebu za što obrazovanijim zaposlenicima (Karlić, 2008). Upravo zbog spomenutih tehnoloških napredaka, geografski položaj zemalja ne predstavlja problem u međunarodnoj suradnji, čime se i olakšava razmjena demokratskih pogleda između različitih zemalja koja uzrokuje toleranciju i poštovanje za tuđe mišljenje, a pri tome se stvara poštovanje svih kultura međusobno.

Također, globalizacija daje pristup većem tržištu, a potrošačima pruža jeftinije robe. Ovaj proces navodi zemlje da proizvode ono u čemu su najbolje te unaprjeđuje svaku ekonomiju zasebno i sve zajedno pri čemu promiče svjetski mir i jedinstvo. Ono što se nerijetko veže uz globalizaciju je inovacija, a posljedično i bolja kvaliteta proizvoda i njihova sve veća raznolikost (Kukreja, 2019). Dakako, postoje i negativni vidovi ili učinci spomenutog procesa. Prije svega, ona gospodarstva sa najvećom razinom moći imaju priliku iskoristavati gospodarsku moć manjih naroda i tako utjecati na njihove privrede i političke smjerove. S druge strane, mala gospodarstva u situaciji su gdje se mogu potpuno stopiti sa velikim gospodarskim liderima i tako biti na rubu nestanka. Uniformiranjem ukusa, običaja i navika globalizacija otklanja razlike između različitih naroda, bez obzira na njihovu povijest, jezik i kulturu, dakle otklanja temelje naroda kao pojma. Globalizacija iako zajedničkim naporima zemalja u jednu ruku štiti okoliš, u drugu mu prilično šteti. Povećanjem proizvodnje povećava se potreba za korištenjem prirodnih resursa, što dovodi do negativnog utjecaja na okoliš. Isto tako, u zemljama u razvoju pravila i propisi o zaštiti okoliša nisu tako strogi kao u razvijenim zemljama, što dokazuje i činjenica kako neke multinacionalne kompanije napuštaju svoje zemlje kako bi iskoristili lakšu regulaciju drugih zemalja u procesu proizvodnje proizvoda štetnih za okoliš. Globalizacija uzrokuje fluktuaciju cijena, odnosno sve veća

konkurencija znači da pobjeđuju poduzeća s najboljim cijenama. Zbog konkurencije je fluktuacija cijena uvijek prisutna. Nadalje, iako globalizacija povećava stopu zaposlenosti, s druge strane stvaraju se radna mjesta za ljude u zemljama u razvoju koji pružaju jeftinije proizvodne poslove. Primjerice, mnoge se tvrtke osnivaju u Indiji i Kini, budući da su tamo plaće i proizvodni poslovi jeftiniji, što u razvijenim svjetovima znači manje mogućnosti. Dakle, globalizacija uzima radna mjesta iz jedne zemlje i pruža ih drugoj, odnosno negativno za jedne je pozitivno za druge (Kukreja, 2019). Takvi se učinci nerijetko javljaju na gospodarskim, političkim, socijalnim, kulturnim pa i religijskim razinama (Karlić, 2008).

Tablica 1: Učinci globalizacije

| Pozitivni učinci | Negativni učinci |
|--|---|
| Lakši pristup i dostupnost svijeta | Uniformiranje ukusa, običaja, navika |
| Lakši pristup informacijama, znanjima, zemljama, kulturama, tehnologijama | Opća amerikanizacija lokalnih i nacionalnih kultura |
| Ubrzan svjetski gospodarski razvoj | Naglašene razlike između ekonomskih klasa |
| Slobodno tržište omogućuje slobodno kretanje ljudi, dobara i kapitala | Odlazak radne snage iz zemalja u tranziciji |
| Brisanje granica između zemalja-geografska pozicija nije više prepreka razmjeni zbog tehnološkog napretka | Globalizacija je omogućila prevelike profite i moć korporacijama sa velikim kapitalom |
| Razmjena demokratskih pogleda između različitih zemalja koja uzrokuje toleranciju i poštovanje za tuđe mišljenje | Nejednakost između nerazvijenih i razvijenih zemalja |
| Razvoj obrazovanja jer slobodno tržište potiče zaposlenike koji su visoko obrazovani | Razvijene zapadne zemlje nameću svoja mišljenja zemljama u razvoju |
| Rast komunikacije između zemalja i individualaca | Utjecaj na okoliš, socijalna degeneracija |
| Transakcije između udaljenih tržišnih sudionika mogu se organizirati u vrlo kratkom razdoblju | Fluktuacija cijena |
| Zaštita okoliša i zajednički naponi zemalja | Neizvjesnost za posao |
| Povećanje zaposlenosti, posebno u razvijenijim zemljama (Kina) | |

Izvor: Kain, 2017

U suštini, najznačajniji doprinosi globalizacije su unaprijeđen i ubrzan međunarodni gospodarski razvoj, širenje tržišta i olakšana komunikacija, dok je s druge strane sve izraženiji jaz između razvijenih i nerazvijenih zemalja, kao i između bogatih i siromašnih ljudi. Dakle, globalizacija ima određene prednosti i nedostatke, a oni su prikazani Tablicom 2 u nastavku koja jasno razgraničava prednosti od nedostataka globalizacije. Iako nova i sve veća tržišta, napredak tehnologije, inovacije i modernizacija predstavljaju pozitivne strane ovog suvremenog procesa, ipak se pojavljuju i određeni minusi. Upravo u tu skupinu spada iskorištavanje gospodarske moći, kao i uklanjanje karakteristika određenih naroda. Također, globalizacija se negativno odražava i na raspodjelu profita., koja je posljedično ovom procesu nejednaka, a tome je tako i zbog sve izraženijih razlika između bogatih i siromašnih. U prilog tome ide činjenica kako u SAD-u čak 0,1% ima udio viši od 8% nacionalnog dohotka. Dakle, nositelji su onoga čega je 1% bio nositelj prije 30 godina. To dokazuje i sam podatak da je 2005. godine bogatstvo Billa Gatesa i Warrena Buffetta bilo ekvivalentno „bogatstvu“ 120 milijuna ljudi niže ekonomske klase Amerike. Također, u ovom se smislu ključnim smatra i preraspodjela samih resursa, budući da 20% najbogatijih koristi čak 85% resursa.

Tablica 2: Prednosti i nedostaci globalizacije

| Prednosti | Nedostaci |
|---|--|
| Nova i veća tržišta (rada, kapitala, sirovina itd.) | Novi konkurenti |
| Nove mogućnosti ulaganja | Novi uvjeti poslovanja |
| Nove tehnologije | Kompleksnost poslovanja i nepredvidive promjene |
| Veća produktivnost i organizacijska uspješnost | Veliki logistički problemi |
| Iskorištavanje ekonomije obujma | Nema univerzalnih menadžerskih praksi i pristupa |

Izvor: Bahtijarević-Šiber, Sikavica, Pološki Vokić, 2008

4. MULTINACIONALNE KORPORACIJE

Devedesete godine prošlog stoljeća razdoblje su inozemnih izravnih ulaganja, kao i ekspanzije poslovnih aktivnosti, a potom i razvoja sve većeg broja multinacionalnih kompanija. Vrhunac razvoja multinacionalnih korporacija dogodio se po završetku Drugog svjetskog rata, razvojem znanosti i tehnologije, a u skladu sa prethodno navedenim, zlatno razdoblje multinacionalnih kompanija bilo je od 50-ih do 80-ih godina prošlog stoljeća. Upravo zbog velike ekonomske moći, djelovanja u više zemalja, multinacionalne korporacije danas diktiraju tijek globalizacije, a kako su se one razvijale i sam pojam multinacionalnih korporacija biti će elaborirano na stranicama koje slijede (Andrijanić, Pavlović, 2012).

4.1. Pojam

Globalna ekonomija je realnost za gotovo sve industrije, tvrtke i radnike u svim nacijama. Iako su multinacionalne korporacije iz razvijenih zemalja dugo provodile internacionalizaciju, tvrtke iz zemalja u razvoju također su postale globalni divovi u posljednjim desetljećima. Iako postoji velik broj definicija, multinacionalne korporacije, nerijetko nazivane transnacionalnim korporacijama, najčešće se smatraju onim korporacijama koje su registrirane i djeluju u više država različitih pravnih sustava. Korporacija ima sjedište u jednoj državi, a u drugim državama posluje podružnicama u potpunom ili djelomičnom vlasništvu posjedovanjem ili kontrolom proizvodnih, odnosno uslužnih objekata i aktivnosti (Britannica, 2020). Podružnice u svakoj zemlji djeluju poput domaćih poduzeća, u skladu sa pravnim propisima upravo te zemlje, no referirajući se na poslovnu politiku one izvještavaju u glavnom sjedištu korporacije. „Uz to, međunarodnim se korporacijama smatraju i one koje se nalaze i upravljaju iz zemlje svog podrijetla, ali proizvode robu i/ili usluge u relativno autonomnim prekomorskim podružnicama kako bi zadovoljile zahtjeve lokalnih tržišta“ (Grgić, Bilas, 2008).

Jasno je kako multinacionalna korporacija predstavlja poslovnu organizaciju čija se djelatnost nalazi u više od dvije države i podrazumijeva organizacijski oblik koji definira izravna strana ulaganja. Multinacionalne korporacije očito se mogu razlikovati u opsegu svojih multinacionalnih aktivnosti u broju zemalja u kojima djeluju. Velika multinacionalna korporacija može poslovati u stotinu zemalja, sa stotinama tisuća zaposlenika smještenih izvan matične zemlje poduzeća. Ekonomska definicija ovog pojma naglašava zapravo sposobnost vlasnika i njihovih menadžerskih agenata jedne zemlje da kontrolira poslovanje poduzeća, odnosno podružnica u inozemstvu. Nerijetko se pogrešno izjednačava sposobnost upravljanja i protok kapitala preko državnih granica. Utvrđeno je kako kapital nije razlikovna karakteristika multinacionalnih korporacija, već kapital

može teći iz jedne zemlje u drugu s očekivanjem viših stopa prinosa. Drugim riječima, takav tok kapitala može se smatrati ulaganjem u obliku obveznica ili kao sam kapital kojeg kontroliraju strani vlasnici. No, govoreći o izravnim ulaganjima pažnja se usmjerava na zahtjev za mogućnost određene zemlje da posjeduje stranu firmu ili podružnicu u drugoj zemlji. Upravo se na taj način razvijaju multinacionalne korporacije. Multinacionalna korporacija je, dakle, proizvod izravnih stranih ulaganja koje strani vlasnici definiraju kao učinkovitu kontrolu poslovanja u zemlji (Loku, Loku, 2016). Pojam multinacionalnih korporacija nailazi na različita tumačenja, a prema nekim studijama, ako poduzeće slijedi svoju strategiju i integrira svoje aktivnosti preko državnih granica, treba se nazvati transnacionalnim, a kada se kontrola poduzeća i vlasništvo pošteno dijele i to podjednako između više različitih zemalja treba se nazvati multinacionalnim. Dakle, temeljna razlika ne bi bila u strukturi poduzeća, već u strategiji poslovanja, no u literaturi se često ta dva pojma izjednačuju i predstavljaju isto, što će se primijeniti i u ovom radu (Loku, Loku, 2016).

Proizvod ili usluga uglavnom treba zadovoljavati, osim lokalnih, i međunarodna tržišta, budući da se proizvodi ili usluge robne marke određene zemlje često nalaze i na tržištima drugih zemalja kroz izravna strana ulaganja ili drugi oblik distribucije (Grgić, Bilas, 2008). „Sam pojam multinacionalna korporacija javlja se u drugoj polovici prošlog stoljeća. 1958. godine Maurice Bye, francuski ekonomist, prvi put je upotrijebio izraz „multiteritorijalna firma”, dok je dvije godine kasnije David E. Liliendhal u svojoj studiji o problemima američkih poduzeća s inozemnim poslovnim aktivnostima, za spomenuta poduzeća iskoristio upravo pojam „multinacionalne kompanije““ (Andrijanić, Pavlović, 2012).

4.2. Nastanak i razvoj

Kako bi određeno poduzeće postalo multinacionalno potrebno je proći određene faze. Prije svega, nužna je opskrba nacionalnog tržišta, a zatim implementacija na nova, a to se ostvaruje prvo uz pomoć inozemnog posrednika, a zatim i uz direktnog trgovačkog te naposljetku i vlastitom proizvodnjom na stranim tržištima (Andrijanić, Pavlović, 2016). Multinacionalne korporacije kakvima se danas smatraju, razvile su se tek sa industrijskom revolucijom, dakle početkom 19. stoljeća. No, razdoblje između dva svjetska rata obilježeno je nastankom prvih pravih multinacionalnih korporacija koje karakterizira poslovanje u više zemalja uz izvornu zemlju, uz geografsku rasprostranjenost, a sa međunarodnim kapitalom. Iako su se već u srednjem vijeku postavili temelji suvremenih multinacionalnih kompanija, tek po završetku Drugog svjetskog rata bilježi se njihov intenzivan razvoj. Pionirom multinacionalnih kompanija, iako ne u punom smislu tog pojma, smatra se britansko poduzeće East India Company, osnovano 1600. godine, koju je karakterizirao raznolik opus djelatnosti, od proizvodnje do distribucije i prodaje robe (Hranjec,

2013). Spomenuto se poduzeće smatra najvećim trgovinskim društvom 17. i 18. stoljeća, a upravo je razvijena kontrola puteva trgovine bila uporište njegove gospodarske moći, čiji je dokaz rad istoga kroz više od dva stoljeća. „Prve su korporacije bile poglavito okrenute iskorištavanju kolonijalnih bogatstava za europske matične države i bile su podjednako sredstvo politike koliko i ekonomije. Osobiti čimbenik nastanka korporacija, iz jednostavnijih oblika poduzeća, obrta i radnji je porast složenosti poslova koji su vezani za industrijalizaciju i evoluciju tehnika i umijeća vođenja poduzeća“ (Hranjec, 2013).

Pojava multinacionalnih korporacija najznačajnija je bila u Sjedinjenim Američkim Državama te u Velikoj Britaniji odakle su se širile i na ostale zemlje. Zašto je Velika Britanija imala ključnu ulogu? Kako je već spomenuto, bitan čimbenik za razvoj multinacionalnih korporacija predstavljala je industrijska revolucija, a ona se razvila upravo u Velikoj Britaniji. Šireći se postepeno na ostale europske zemlje poput Nizozemske, Belgije, Njemačke, Danske i Švedske smanjuje se moć Velike Britanije u svjetskoj industrijskoj proizvodnji (Lovrinović, 2015). Krajem prošlog stoljeća postaju sve izraženija strana izravna ulaganja, a u skladu s tim šire se poslovne djelatnosti, kao i multinacionalne kompanije u globalu. No, vrhunac razvoja multinacionalnih korporacija predstavlja zlatno razdoblje od 1950-ih do 1980-ih, upravo zbog napretka u tehnologiji i znanosti (Andrijanić, Pavlović, 2012). Također, za razvoj multinacionalnih korporacija značajnim se pokazalo i reduciranje troškova sirovina, samim time i troškova poslovanja, kao i sve razvijeniji oblici transporta i uvoza jeftine radne snage. Dok se multinacionalne korporacije intenzivno razvijaju u Sjedinjenim Američkim Državama, pri čemu se i na europskom kontinentu ozbiljno širi djelovanje istih, japanska se poduzeća okreću suradnji sa Latinskom Amerikom te Jugoistočnom Azijom. Upravo zbog toga, multinacionalne korporacije smatraju se nositeljima globalizacije. „Karakterizira ih izvoz na nova svjetska tržišta, kao rezultat sve veće proizvodne moći nacionalnih gospodarstava, kao i bolje upravljanje troškovima i kontroliranje konkurencije.“ Prethodno navedeno, prema nekim autorima, smatra se drugom i trećom fazom razvoja multinacionalnih korporacija (Lovrinović, 2015).

Četvrtu fazu predstavlja *outsourcing* ili ispošljavanje, odnosno povjeravanje dijela proizvodnje ili usluga vanjskim izvršiteljima. Upravo prethodno spomenuto posljedica je naglih investicijskih aktivnosti multinacionalnih korporacija ponajviše u tranzicijskim zemljama. Uz to, razvoj multinacionalnih kompanija krajem prošlog stoljeća obilježila je reorganizacija lanca vrijednosti outsourcingom aktivnosti manje dodane vrijednosti, a težište je bilo na aktivnostima velike dodane vrijednosti, primjerice financije i prodaja (Grgić, Bilas, Franc, 2012).

4.3. Značaj

Uglavnom mjesto središta korporacija dirigira nacionalnu pripadnost cijele korporacije. Ono što predstavlja bitan čimbenik multinacionalnih korporacija jest to da je to dinamičan međunarodni sustav, koji je namijenjen velikim poslovnim djelatnostima diljem zemalja, bez postojanja određenog statusa i okvira stranog poduzeća, no uz istovremeno uživanje svih prednosti koje mu ono daje, zbog čega međunarodna konkurentnost istog samo raste. Velika je prednost mobilnost kapitala, fluktuacija resursa, informacija i znanja te integracija nacionalnih privreda na svjetsko tržište i ostvarivanje suradnje. Vrlo su aktivne u područjima bankarstva, osiguranja, komunikacija, prometa i međunarodne trgovine upravo jer se kroz njih realizira najveći udio izravnih ulaganja te financijskih tokova. „Ono što je danas ključno za uspješno djelovanje multinacionalnih korporacija jest prije svega obrazovana i educirana radna snaga, budući da je znanje ključ razvoja kompanije, pogotovo iz područja koja se neprestano mijenjaju i razvijaju poput nanotehnologije, genetskog inženjeringa, informatike i umjetnih materijala“ (Lovrinović, 2015).

Teško je danas naići na složeni proizvod koji nije globalan, kao i onaj koji nije proizveden suradnjom nekoliko gospodarstava zbog čega se i sam kraj razvoja multinacionalnih korporacija odnosi na fazu stvaranja globalnih robnih marki (Lovrinović, 2015). Podaci Konferencije Ujedinjenih naroda za trgovinu i razvoj (UNCTAD) prikazuju stanje multinacionalnih korporacija u svijetu pri čemu je 2006. godine njih bilo oko 60 tisuća, uz oko 500 podružnica. 2010. godine stanje se procjenjuje na nešto manje od 104 tisuće sa oko 890 tisuća podružnica. Prethodni podaci dokazuju su aktivnog razvoja multinacionalnih korporacija svugdje u svijetu, no ono što je bitnije od njihove kvantitete jest gospodarska moć i bogatstvo istih budući da su nositelji i posrednici najvećeg dijela poslova i ulaganja diljem svijeta (UNCTAD, 2010).

4.4. Vrste

Kompanije koje posluju izvan matične zemlje prema nekim se autorima mogu podijeliti u nekoliko skupina. U tom pogledu razlikuju se: internacionalne, multinacionalne i transnacionalne korporacije (Lovrinović, 2015). Prve se odnose na sve one kompanije koje se bave međunarodnom trgovinom, odnosno čije se poslovanje odnosi na uvoz/izvoz robe i/ili usluga. Multinacionalne podrazumijevaju one korporacije koje djeluju u više zemalja, a cilj im je jeftinija proizvodnja. Posljednja se vrsta odnosi na multinacionalne korporacije koje djeluju na više kontinenata, napretkom podružnica i općenito svojih aktivnosti (Lovrinović, 2015). Multinacionalne korporacije, važne za spornu temu diplomskog rada, uglavnom se mogu podijeliti s obzirom na njihova sjedišta na: etnocentrične, policentrične te geocentrične (Grgić, Bilas, 2008). Etnocentrične multinacionalne korporacije

podrazumijevaju sjedište u jednoj zemlji, bez samostalnosti podružnica. Policentrične podrazumijevaju također sjedište u jednoj zemlji, no razlika je u tome što podružnice u drugim zemljama uživaju određenu samostalnost. Posljednje se odnose na više samostalnih kompanija diljem svijeta međusobno povezanih (Grgić, Bilas, 2008). Osim prethodne podjele, multinacionalne kompanije dijele se i na vertikalno ili horizontalno integrirane. Prve djeluju na način da podružnice osiguravaju resurse matičnoj zemlji uz koje ona proizvodi finalni proizvod. S druge strane, horizontalno integrirane korporacije podrazumijevaju proizvodnju u podružnicama gotovo jednako dobro kao u zemlji sa sjedištem (Cashel-Cordo, 2007). Pojedini autori smatraju da multinacionalne korporacije ne staju na prethodne dvije podjele, već smatraju kako se one mogu podijeliti i s obzirom na veličinu mreže podružnica u svijetu i to na: „*home region, bi-regional, global, near miss global i host region multinacionalne kompanije*“ (Lovrinović, 2015). „Home region podrazumijevaju ostvarenje najvećeg prihoda na nacionalnom tržištu, gdje je i najveći broj zaposlenika. Bi-regional korporacije ostvaruju manje od 50% ukupnog prihoda u središnjoj regiji, ostvarujući uz to više od 20% u nekoj drugoj regiji. Global multinacionalne korporacije, kojih je u svijetu samo 9, aktivne su na svim kontinentima, ostvarujući više od 20% u svakoj regiji, a manje od 50% ukupnog prihoda. Near miss global multinacionalne kompanije imaju ravnomjerni udio u ukupnom prihodu. Host region multinacionalne kompanije ostvaruju više od 50% prihoda u regiji koja nije njihova matična“ (Lovrinović, 2015).

5. ANALIZA POSLOVANJA MULTINACIONALNIH KORPORACIJA

Jasno je kako popularnost multinacionalnih korporacija upravo zbog ranije navedenih karakteristika raste. Tome u prilog ide činjenica kako ukupan broj svjetskih transakcija koje se odvijaju u sklopu multinacionalnih korporacija u posljednjih 20ak godina iznosi 25%, dok se širenje međunarodne proizvodnje povećava na 40% prelaskom u tekuće tisućljeće (Lall, 2004). Kako je već rečeno, multinacionalne su kompanije zbog svog napretka, ali i strukture poslovanja, nositelji suvremene globalizacije. Budući da njih čine ekonomske sastavnice koje bez obzira na pravni oblik ili sektor djelovanja posluju u dvije ili više zemalja, i to kroz zajedničku strategiju i politiku, dolazi do izravnog međusobnog utjecaja između zemalja na brojnim razinama (Dabić, 2007). Kako je ranije spomenuto, postoji nekoliko aspekata globalizacije, a za onaj ekonomski vrlo su bitne multinacionalne korporacije. „Ekonomska globalizacija prvenstveno se odnosi na povećanje gospodarske međuovisnosti nacionalnih gospodarstava diljem svijeta, putem brzog povećanja prekograničnog kretanja roba, usluga, tehnologije i kapitala“ (Dabić, 2007). Multinacionalne korporacije su u ovom smislu temeljni pokretači ekonomske globalizacije, što je posljedica njihove vlasti nad državnim vladama. Šireći svoje djelovanje na razvijene zemlje, ali i zemlje u razvoju nerijetko pozitivno utječu na razvoj slabije razvijenih zemalja napretkom tehnologije, no često i negativno utječu na suverenitet zemalja u razvoju. Naravno, svojom moći i veličinom mogu utjecati i na politiku vlade prijeteći povlačenjem sa tržišta, što se u velikoj mjeri odražava na pojedine države budući da neke multinacionalne korporacije imaju veće prihode od BDP-a određenih zemalja. No s druge strane, još nepovoljnije za određene zemlje može biti nepostojanje multinacionalnih korporacija u određenoj zemlji. „Koliku moć zapravo imaju dokazuje činjenica da od 200 najvećih svjetskih gospodarskih subjekata, multinacionalne korporacije čine čak 153 njih, a države samo 47“ (Global Justice Now, 2016). Primjerice, Walmart-ovi prihodi 2015. godine bili su otprilike 24 puta veći od ukupnog hrvatskog nacionalnog dohotka. Uz to, još 1972. godine multinacionalne korporacije donose 500 milijardi dolara u ukupan svjetski BND, koji je tada iznosio tri bilijuna dolara (Doddoli, Maradei, 2015).

U svijetu stalnog napretka, lakšeg i bržeg protoka informacija, ali i veće konkurentnosti, upravo zbog sve većeg razvitka multinacionalnih korporacija, one postaju značajnije od nacionalnih gospodarstava, što dakako dovodi do stvaranja i potenciranja novih oblika formalne i neformalne suradnje. „Multinacionalne korporacije diktiraju domaću proizvodnju brojnih tranzicijskih zemalja, no tržišna struktura i nacionalne politike vezane za točno određene oblike izravnih stranih ulaganja u tranzicijskim zemljama mogu pomoći domaćim poduzećima u suprotstavljanju multinacionalnim kompanijama“ (Dabić, 2007).

Velik broj nacionalnih korporacija postale su ekonomski divovi dosegnuvši kvalitetu najviše svjetske razine upravo jer su prepoznale tržišne potrebe, što je uzrok internacionalizacije inovacijskih aktivnosti. Upravo je inovativnost svrstana među top tri najvažnije karakteristike najvećih multinacionalnih korporacija. Uz to, napredak tehnologije mora biti konstantan, a prijenos tehnologije efikasniji je putem multinacionalnih korporacija, nego individualnim putem. Multinacionalne korporacije zbog svojih međunarodnih djelovanja velik su izvor i distributer prirodnih resursa i sirovina koje su ponekad nacionalnim kompanijama nedostupne. Također, multinacionalne korporacije upravljaju obrazovanom radnom snagom iz svih dijelova svijeta. Ono što je ključno u ostvarivanju pristojnih odnosa multinacionalnih korporacija sa partnerskim zemljama, je moć prilagodbe istih vladajućoj sviti određene države. Dakako, uz stvaranje i distribuciju proizvoda, multinacionalna korporacija analizira pristup međunarodnom tržištu, ali i odnos prema lokalnom (Galović, 2017). Također, multinacionalne korporacije od velikog su značaja za javni sektor, budući da izravno utječu na osiguranje vode i struje, telekomunikacije, financije, ali i zdravstvo.

Nerijetko vodeće sile kroz svoje kampanje prikazuju iskrivljenu sliku s fokusom na profit, bez obzira na posljedice ili lažna predstavljanja pojedinih korporacija. Upravo zbog takvih situacija postoje brojni slučajevi korporativnog zlostavljanja, prilikom čega su određene korporacije s pravom postale ozloglašene. Kako bi se povećala svijest o moći istih u nastavku će se opisati samo neki primjeri takvih situacija. Prvi primjer je Nestle, koji je kroz svoju kampanju nastojao uvjeriti majke diljem svijeta kako bi trebale koristiti njihove instant formule za pripremu dječje hrane umjesto majčinog mlijeka. Nadalje, postoji i situacija kada je američka korporacija Bechtel pokušala privatizirati bolivijsku vodu i tako ostvariti profit. Poznat je i slučaj u kojem su američki proizvođači cigareta svojom zavjerom nastojali uvjeriti ljude kako ne postoje znanstveni dokazi da je pušenje štetno za zdravlje iako su i njihova vlastita istraživanja potvrdila suprotno. Postoje još brojni primjeri ovakvih slučajeva stoga ne čudi kako za mnoge ljude multinacionalne korporacije simboliziraju ono što nije u redu s globalizacijom, odnosno smatraju multinacionalne korporacije glavnim uzrokom problema globalizacije (Stiglitz, 2006).

5.1. Multinacionalne korporacije u razvijenim zemljama

Najbrojniji izvori međunarodnih korporacija su SAD, EU i Japan sa svojih više od 70% udjela u ukupnom broju najvećih multinacionalnih korporacija u svijetu. No, i na samom vrhu prednost odnosi SAD, koje slijedi Kina, potom Japan, a onda i zemlje EU i to ponajprije Nizozemska i

Njemačka te Velika Britanija (Fortune, 2019). „Među spomenutim najvećim svjetskim multinacionalnim korporacijama najaktivnija je naftna industrija, nakon koje dolaze automobilska, industrija električne energije te financijska“ (Vuković, 2017). Unatoč njihovoj brojnosti, sam vrh ipak odnosi američki Walmart, lanac supermarketa, koji se na listi 500 najvećih multinacionalnih korporacija nalazi već 22 godine, a stanje je prikazano Tablicom 3. Dokaz veličine i moći multinacionalnih kompanija je i ukupan prihod, broj zaposlenih i veličina imovine.

Veličina i snaga najvećih svjetskih multinacionalnih kompanija vidljiva je iz veličine ukupnog prihoda koji ostvaruju, broja zaposlenih, te veličinom imovine kojom raspolažu. Maločas spomenuti Walmart bi uspoređujući prihode i BDP određenih zemalja bio svrstan u 25 najvećih zemalja svijeta, a također ova kompanija zapošljava 2,3 milijuna ljudi, što je više od pola hrvatskog stanovništva. Dakle upravo moć koju posjeduju otkriva kako danas najveće svjetske multinacionalne korporacije zapravo upravljaju svijetom (Vuković, 2017). Tablicom 3 u nastavku prikazane vodeće svjetske multinacionalne korporacije po prihodima 1999. i 2019. godine. Kroz promatrano razdoblje neke su se korporacije uspjele zadržati na samom vrhu, što je upravo dokaz njihove moći i veličine, a napredak i razvoj multinacionalnih korporacija potvrđuju i prikazani prihodi, odnosno koliko se taj iznos povećao.

Tablica 3: Vodeće svjetske multinacionalne korporacije po prihodima

| Poredak | Korporacija 1999. | Država | Prihod (mil.USD) | Korporacija 2019. | Država | Prihod (mil.USD) |
|---------|-------------------------|--------|---------------------|--------------------------------------|-------------------|---------------------|
| 1. | General Motors | SAD | 189 | Walmart | SAD | 514,405 |
| 2. | Walmart | SAD | 166 | Sinopec Group | Kina | 414,649 |
| 3. | Exxon Mobil | SAD | 163 | Royal Dutch Shell | Nizozemska | 396,556 |
| 4. | Ford Motor | SAD | 162 | China National Petroleum Corporation | Kina | 392,976 |
| 5. | General Electric | SAD | 111 | State Grid | Kina | 387,056 |
| 6. | Intl. Business Machines | SAD | 87 | Saudi Aramco | Saudijska Arabija | 355,905 |

| | | | | | | |
|-----|--------------|-----|----|-------------|------------------|---------|
| 7. | Citigroup | SAD | 82 | BP | Velika Britanija | 303,738 |
| 8. | AT&T | SAD | 62 | Exxon Mobil | SAD | 290,212 |
| 9. | Altria Group | SAD | 61 | Volkswagen | Njemačka | 278,341 |
| 10. | Boeing | SAD | 57 | Toyota | Japan | 272,612 |

Izvor: Izrada autora prema Fortune, 2019

Prethodna su poduzeća bogatija od većine zemalja u razvoju u svijetu. Tako su primjerice 2004. godine, prihodi američkog automobilskog diva General Motors bili 191,4 milijarde dolara, veći od BDP-a više od 148 zemalja. Zatim, u svojoj fiskalnoj godini koja je završila 2005., prihodi američkog lidera Walmarta bili su 285,2 milijarde dolara, veći od kombiniranog BDP-a subsaharske Afrike. Zaključuje se kako sporne korporacije nisu samo bogate, već i politički moćne. Ako vlade odluče oporezivati ih ili regulirati na način koji im se ne sviđa, prijete preseljenjem svojih proizvodnji na drugo mjesto, jer su svjesni postojanja zemalja koje bi spremno dočekale njihove porezne prihode, radna mjesta i strana ulaganja. Poduzeća slijede profit, što znači da je zarada prioritet. Brojne tvrtke preživljavaju tako što reduciraju troškove na sve moguće načine poštujući zakone, a neke kada je to moguće i izbjegavaju plaćanje poreza. Iako nerijetko račune korporacija rješavaju vlade zemalja u kojima posluju, korporacije su ipak ključne za ostvarivanje koristi od globalizacije u zemljama u razvoju, budući da pomažu podizanje životnog standarda u većem dijelu svijeta (Stiglitz, 2006).

Multinacionalne korporacije omogućuju da proizvodi, odnosno dobra i roba zemalja u razvoju budu prisutna na tržištu naprednih industrijskih zemalja. Moderne korporacije nerijetko imaju sposobnost prepoznati kakve su želje modernih potrošača što je od velike koristi za poslovanje istih na obostrano zadovoljstvo. „Korporacije predstavljaju posrednike u prijenosu tehnologije, znanja i inovacija iz naprednih industrijskih zemalja u zemlje u razvoju, pomažući pritom u prevladavanju jaza znanja između njih dvije, a tome u prilog ide i podatak kako je gotovo 200 milijardi američkih dolara koje svake godine usmjere u izravna strana ulaganja u zemlje smanjilo jaz među resursima“ (Stiglitz, 2006). U sklopu globalizacije, multinacionalne korporacije osiguravaju nova radna mjesta, kao i gospodarski rast zemalja u razvoju, dok jeftine proizvode visoke razine kvalitete donose onima koji su u razvoju, smanjujući pritom troškove života, pridonoseći razdoblju niske inflacije, kao i niskih kamatnih stopa. Dakle, i dalje su prisutni podvojeni stavovi o pozitivnim i negativnim stranama globalizacije pa s tim u vezi i o pozitivnim i negativnim stranama

multinacionalnih korporacija često se smatraju dijelom uzročnikom problema globalizacije, a dijelom im se pripisuju zasluge za mnoga postignuća u sklopu globalizacije. Zbog prethodno navedenog, potvrđuje se prva hipoteza, odnosno multinacionalne korporacije se smatraju problemom globalizacije, no gledajući širu sliku ne donose samo i isključivo probleme za ovaj globalan dinamičan proces. Multinacionalne se korporacije često krive za materijalizam, no one u najvećoj mjeri reagiraju na ono što ljudi žele. Primjerice, prepoznaju potrebu potrošača da se pojave s jednog mjesta na drugo, što naravno omogućavaju prijevozna sredstva poput automobila i motocikala. Potreba je prepoznata, no uvijek se ostavlja prostor multinacionalnim korporacijama da reguliraju dodatne karakteristike pojedinog proizvoda pa se tako automobili i motocikli mogu pronaći i veći nego što je to nužno, sa određenim prednostima, zbog čega se kupci manje ili više odlučuju na njihovu kupovinu. Naravno, valja naglasiti kako korporacije ponekad iskorištavaju te želje na načine koji povećavaju njihov profit. Iz tog razloga, većina korporacija ulaže u oglašavanje koje pojačava želju potrošača za konkretnim proizvodom (Stiglitz, 2006).

Već je spomenuto kako pojedine prehrambene korporacije svojim kampanjama djecu mame na slatke žitarice, odnosno na njihov proizvod koji je štetan za dječje zube. Što se tiče auto kompanija, ponovno je dobar primjer vodeća korporacija General Motors. Los Angeles je nekada imao najveći svjetski gradski željeznički sustav sa oko 1100 milja pruge, no spomenuti General Motors otkupio je i demontirao željeznički sustav Los Angelesa i zamijenio ga svojim autobusima (Stiglitz, 2006). Prednost i slabost korporacija predstavlja novac, na kojeg su one fokusirane u svom poslovanju. Korporacije se bave zarađivanjem novca, ne djelujući zapravo u dobrotvorne svrhe. Činjenica je kako je novac snažan poticaj, a želja za zaradom može ostvariti enormne koristi za sve sudionike. Kada određena djelatnost rezultira pozitivnim učinkom, multinacionalne korporacije mogu iskorištavati, ali i osiguravati velike količine resursa, širiti naprednu tehnologiju te povećavati raspoloživa tržišta, iako se često to kosi sa moralom društva. U tom smislu, dobro je povući paralelu sa učenjem Adama Smitha koji je ustvrdio kako će pojedinci, slijedeći svoje osobne interese, promovirati šire interese društva te da će u tom smislu rasti motivacija za konkuriranje rivalima koja bi dovela do nižih troškova proizvodnje robe koju potrošači žele, od čega će i potrošači i društvo u cjelini imati koristi. No, u ekonomiji Adama Smitha moral nije imao nikakvu ulogu, dakle, pojedinci nisu razmišljali o onome što je ispravno ili pogrešno, već samo o onome što je bilo u njihovom vlastitom interesu, a paradoksalno je što su i na taj način promovirali opću dobrobit (Stiglitz, 2006).

5.2. Multinacionalne korporacije u zemljama u razvoju i tranzicijskim zemljama

Ono što utječe na razvoj multinacionalnih korporacija na određenim tržištima i u određenim zemljama svakako ovisi o zemljama i regijama pojedinačno. Nerazvijenije zemlje najčešće zbog nepovoljnih uvjeta nemaju priliku poslovati jednako dobro poput onih razvijenih pa tako i manje profitiraju. Dakle, izbor same lokacije, odnosno središta multinacionalne korporacije igra ključnu ulogu u njihovom uspješnom razvoju i konkurentnosti na tržištu. Prethodno navedeno odnosi se i na zemlje koje graniče sa Europskom unijom, a nisu još postale članicama iste (Zvirgzde, Schiller, Revilla Diez, 2013).

Na države u razvoju odlazi oko 20% najvećih svjetskih multinacionalnih korporacija, a to se posebice odnosi na Istočnu Aziju, a ponajviše na Indiju, Brazil, Rusiju, Tajvan, Singapur (Fortune, 2016). Iako se prema UN-ovoj klasifikaciji zemalja, primjerice, Kina nalazi u skupini zemalja u razvoju, ova je zemlja prema posljednjim listama svrstana u top 10 zemalja sa ukupno 119 multinacionalnih korporacija na već ranije spomenutoj listi 500 najvećih (Fortune, 2019). „Većinu sredstava multinacionalne korporacije iz zemalja u razvoju i tranzicijskih zemalja ulažu u ostale tranzicijske i zemlje u razvoju“ (Vuković, 2017). Tablicom 4 prikazano je deset najvećih multinacionalnih korporacija iz zemalja u razvoju i tranzicijskih zemalja, pri čemu je faktor poretka bio ukupan prihod u 2019. godini. Upravo zbog spomenute situacije vezane za kinesko gospodarstvo i njihove multinacionalne korporacije, iste su izuzete iz tablice koja slijedi.

Tablica 4: Vodeće multinacionalne korporacije zemalja u razvoju i tranzicijskih zemalja po prihodima

| Poredak | Korporacija | Država | Ukupan prihod (mil. USD) |
|---------|----------------------------|----------|-----------------------------|
| 1. | Trafigura Group | Singapur | 180,744 |
| 2. | Hon Hai Precision Industry | Tajvan | 175,617 |
| 3. | Gazprom | Rusija | 131,302 |
| 4. | Lukoil | Rusija | 119,145 |
| 5. | Petrobras | Brazil | 95,584 |
| 6. | Rosneft Oil | Rusija | 90,055 |
| 7. | Pemex | Meksiko | 87,403 |
| 8. | PTT | Tajland | 72,307 |

| | | | |
|------------|-----------|------------|--------|
| 9. | Petronas | Malezija | 62,230 |
| 10. | Pertamina | Indonezija | 57,933 |

Izvor: Izrada autora prema Fortune, 2019.

Uspoređujući Tablicu 3 i Tablicu 4, jasna je razlika između prihoda multinacionalnih korporacija razvijenih država i onih u razvoju. Trafigura Group koja je u prethodnom poretku na samom vrhu i dalje svojim prihodom nije niti blizu američkom Walmartu koji je na vrhu poretka razvijenih zemalja, ali čak nije niti blizu japanskoj Toyoti koja je na začelju top 10 najvećih multinacionalnih korporacija svijeta.

Utjecaj multinacionalnih korporacija na zemlje u razvoju je jasan, no isti će se pobliže objasniti na primjeru Walmarta. Korporativni divovi poput Walmarta nemaju namjeru uništiti ili oslabiti lokalne zajednice u kojima posluju sa svojim podružnicama. Oni namjeravaju samo emitirati na tržište robu po nižim cijenama, a upravo te niže cijene njima ostvaruju takav uspjeh. No, svjesnim ili nesvjesnim tjeranjem malih tvrtki sa tržišta, koje su okosnica zajednice, razbija se temelj poslovanja korporacije. Nekoliko donacija lokalnim dobrotvornim organizacijama ne mogu nadoknaditi prouzročenu štetu. Zaključuje se kako je važna uloga manjih zajednica u uspješnom razvoju, budući da slabljenjem zajednice, korporacije mogu dugoročno oslabiti i razvoj. Pojedini uspjesi Walmart korporacije temelje se na učinkovitijim strategijama, upravljanju zalihama i logistici, no mnogo toga se zapravo temelji samo na njegovoj tržišnoj snazi. Niskim plaćama radnika snižavaju se plaće i Walmartovih konkurenata, što širi krug ljudi zahvaćenih takvim odlukama. Samo je oko pola od zaposlenih oko 1,4 milijuna radnika zdravstveno osigurano. Američka savezna država Georgia osigurava zdravstveno osiguranje za djecu koja bi u protivnom bila bez zdravstvenog osiguranja, a pri statističkom su utvrđivanju utvrdili kako je više od 10 000 od ukupno 166 000 djece kojima je pruženo zdravstveno osiguranje potomak roditelja koji radi za Walmart, što je podatak koji dokazuje prethodno naveden negativan utjecaj vodeće korporacije (Stiglitz, 2006). Prethodnim se činjenicama opovrgava druga hipoteza, budući da je jasno kako utjecaj multinacionalnih korporacija na zemlje u razvoju i tranzicijske zemlje može biti i negativan.

Što je veća organizacija, odnosno korporacija, veća je i odgovornost donošenja odluka za iste. Na temelju prethodno navedenog, jasno je zašto multinacionalne korporacije igraju ključnu ulogu u globalizaciji. Potrebne su velike organizacije kako bi se proširio i razvio svijet, kako bi se spojila tržišta, tehnologija i kapital razvijenih zemalja s proizvodnim kapacitetima zemalja u razvoju. No, i danas ostaje prisutno pitanje kako osigurati da zemlje u razvoju dobiju više koristi, odnosno da se

suočavaju sa što manje troškova, a smatra se kako bi se to donekle moglo ostvariti usklađivanjem privatnih poticaja sa socijalnim troškovima i naknadama (Stiglitz, 2006).

5.3. Učinci multinacionalnih korporacija na gospodarstva matične zemlje i gospodarstva izvan njih

Vrlo se često u vidu učinaka multinacionalnih korporacija izbjegava govoriti o njihovim učincima na gospodarstvo matične zemlje. Postoje brojne tvrdnje zašto je tome tako, a najčešće su dvojbe između toga imaju li multinacionalne korporacije neznatan učinak u matičnim zemljama ili je njihov učinak negativan. Najčešće se u matičnim državama multinacionalnih korporacija nalazi samo sjedište, pri čemu se proizvodnja uglavnom odvija u zemljama u razvoju. Razlozi za to su brojni, a najčešće je to zbog jeftinije radne snage, ali i jeftinije proizvodnje. Također, jedan od razloga su porezne olakšice i subvencioniranje od strane vlada slabije razvijenih zemalja (Andrijanić, Pavlović, 2016). Uz to, kao pozitivan utjecaj ističe se i rast produktivnosti, kao i snižavanje opće razine cijena zbog jeftinijih sirovina i proizvoda koji potječu iz inozemnih podružnica multinacionalnih korporacija (UNCTAD, 2008). Naravno, postoje i negativni učinci ili nedostaci, a od njih se ističe nezaposlenost i smanjeni izvoz u matičnoj zemlji, a u zemljama primateljicama ističe se smanjenje plaća i iskorištavanja radne snage. S druge strane, ulaganja u određenoj zemlji omogućavaju multinacionalnim korporacijama pristup novim tržištima. Posljedično, raste izvoz cijele korporacije, a korist od toga ima matična zemlja. Uz to, inozemna suradnja korporaciju može zaštititi od negativnih posljedica na tečajne promjene i porezne politike. Isto tako, matična država profitira od svake strane kulture koju prihvati multinacionalna korporacija (Davis, 2016).

„Postoje brojni razlozi za međunarodnu suradnju i investiranje, a osnovna je podjela na unutarnje razloge, koji se odnose na organizacijske i upravljačke sposobnosti, unutarnje resurse poduzeća, akumulaciju znanja te vanjske razloge, koji se odnose na tržišne uvjete, veličinu tržišta i potražnju, postojanje trgovinskih udruga, klastera i slično“ (Vuković, 2017). U tom smislu uglavnom je širenje tržišta najčešći razlog. „Uz to, ističe se i potražnja zemlje domaćina, ostvarivanje ekonomije obujma, kompetitivni motivi, kontrola vlasništva, izbjegavanje trgovinskih ograničenja, osiguranje inputa te dugoročni poslovni izgledi“ (Grgić, Bilas, 2008). Djelovanje multinacionalnih korporacija, najčešće se odnosi na izravna strana ulaganja, što nerijetko podrazumijeva i spajanja poduzeća, *greenfield* ulaganja, odnosno izravna ulaganja stranog kapitala, kao i zajednička ulaganja. Ono što potiče na

strana ulaganja je uglavnom reduciranje poreznog tereta stranim investitorima. Multinacionalne korporacije, dakle, imaju kroz svoje aktivnosti i pozitivne i negativne učinke na uključena gospodarstva pa tako i na zemlje u razvoju. Od pozitivnih učinaka multinacionalnih korporacija kroz izravna strana ulaganja ističe se porast zaposlenosti, proizvodnje i produktivnosti, kao i niskih kamatnih stopa. S druge strane, ističu se i negativni učinci, poput nedostatka ranije spomenutih *greenfield* investicija, koje itekako utječu na zaradu kompletne korporacije (Vuković, 2017). Sve posljedice koje multinacionalne korporacije prouzrokuju najviše ovise o kvaliteti samih ulaganja, a ne o njihovoj kvantiteti, što za posljedicu ima nejednake rezultate u svim državama. Upravo zbog svoje moći i utjecaja na zemlje u razvoju i tranzicijske zemlje, multinacionalne korporacije niskim cijenama dirigiraju i cijene na tržištu, što u jednu ruku predstavlja pozitivan utjecaj za stanovništvo, no u drugu ruku, to znači propast lokalne konkurencije, što dovodi do porasta nezaposlenosti (Andrijanić, Pavlović, 2012).

Iako se ističu brojne pozitivne i negativne posljedice aktivnosti multinacionalnih korporacija, valja istaknuti kako strani kapital koordiniran sa razvojnom strategijom nekog gospodarstva, itekako utječe na gospodarski rast. Uz to, kako je već spomenuto, inozemnim ulaganjima ostvaruje se infiltriranost u nova tržišta, jeftina radna snaga i resursi.

6. FAKTORI RAZVOJA MULTINACIONALNIH KORPORACIJA

Kako je na samom početku spomenuto pod podnaslovom Globalizacija, taj se proces povezuje sa učestalijom i bržom međunarodnom razmjenom robe i kapitala, kao i ljudskih resursa, ali i informacija i tehnologije. Odnosi se upravo na uklanjanje prepreka u prethodno navedenom procesu te na povećanje međunarodne suradnje. Globalizacija utječe na ekonomiju svih zemalja, stvarajući međunarodna tržišta i osiguravajući inozemnu proizvodnju. Upravo su multinacionalne korporacije zbog svojih djelatnosti nositelji tog dinamičnog ciklusa. „Dokaz tomu je to da multinacionalne korporacije danas imaju 33% udjela svjetskog BDP-a, a 66% u svjetskoj trgovini“ (Lovrinović, 2015).

Sa sigurnošću se može reći kako multinacionalne korporacije dirigiraju situacije na svjetskom tržištu. Vodeće svjetske multinacionalne korporacije koriste se jeftinom radnom snagom nerazvijenih zemalja, koja pak koristi jeftine resurse u proizvodnji. Bez obzira na globalno tržište, tržišta nacionalnih gospodarstava nastavljaju postojati. Upravo zbog svoje moći i utjecaja, multinacionalne korporacije utječu na pojedinačna nacionalna gospodarstva, pri čemu se nerijetko odluke istih smatraju superiornijima od vlada samih država. To je ujedno i najveći nedostatak multinacionalnih korporacija. Brojni su faktori koji utječu, ali i potiču nacionalne tvrtke na inozemna ulaganja i razvoj u multinacionalne korporacije. Takvi se faktori najčešće dijele u pet skupina: nova tržišta, sirovine, efikasna proizvodnja, znanje i politička sigurnost. Uz to, ističe se podjela na proaktivne i obrambene investicije. Prve se odnose na rast i profitabilnost korporacije, dok se druge odnose na reduciranje rasta i profitabilnosti konkurenata (Moffet, Stonehill, Eiteman, 2009).

Govoreći o strukturi multinacionalnih korporacija, za razvoj matičnog poduzeća glavni je faktor strategija matičnog poduzeća koja je podijeljena u dvije vrste, a to podrazumijeva potragu za tržištem i potragu za učinkovitošću. Strategija matične firme ima velik utjecaj na razvoj podružnica. No, podjela strategije nije dovoljno specifična, budući da se i potraga za tržištem i za učinkovitošću uglavnom odnosi na zadatak podružnice. Multinacionalne korporacije kao startegije usvajaju integraciju i lokalizaciju kako bi postigle maksimalnu korist. S druge strane, da bi se optimizirao globalni prihod, sjedište multinacionalne korporacije usvaja niz globalnih strategija. Globalna integracija, lokalizacija, kao i učenje kombiniraju se kako bi se ostvarila globalizacija. U skladu s tim, osvrćući se na određene strateške ciljeve, razvijaju se i tri strategije: globalna strategija, multinacionalna strategija i transnacionalna strategija. Istraživanjima je utvrđeno kako konkurentne strategije multinacionalnih korporacija utječu na autonomiju podružnica (Liu, Zhang, 2017).

Podružnice obično nastoje postići veću autonomiju i to osobito kad je strategija tržišta od velikog značaja, nastoje usvojiti lokalizirani marketing, a imaju povjerenja udovoljiti lokalnim marketinškim potrebama. Drugim riječima, kada se usvoji multinacionalna strategija, podružnica treba više autonomije da bi zadovoljila potrebe tržišta ili da bi usvojila zakone i propise matične zemlje. Inovacija podružnice će povećati utjecaj na strategije i odluke matične zemlje. Podružnice s transnacionalnom strategijom usredotočene su na učenje i inovacije znanosti i tehnologije, a one imaju veću autonomiju što im može pomoći u izbjegavanju nedostataka u upravljanju matičnih tvrtki te im može osigurati bolje sudjelovanje u lokalnoj proizvodnji i poslovnim aktivnostima. Da bi se postigla globalna konkurentna prednost, multinacionalne korporacije raspoređuju svoje strateške mogućnosti među različitim podružnicama, a pri provedbi multinacionalnih strategija, podružnice multinacionalnih korporacija moraju promijeniti strukturu proizvoda da bi se prilagodile potražnji i politici lokalnog tržišta, odnosno one bi trebale poboljšati svoju sposobnost prilagođavanja promjenjivom tržišnom okruženju (Liu, Zhang, 2017). Iz prethodno opisanog jasno je kako razvoj matičnog poduzeća multinacionalne korporacije u većoj ili manjoj mjeri utječe na razvoj njezinih podružnica, čime se opovrgava treća hipoteza.

7. IZAZOVI KOJI PRATE MULTINACIONALNE KORPORACIJE

Na svakom području djelovanja postoje određeni izazovi. Multinacionalnim korporacijama taj izazov predstavlja razvoj njihova poslovanja u konstantno promjenjivom okruženju. Korporacije, kako bi opstale na svjetskom tržištu, moraju biti spremne prilagoditi se tim promjenama. Također, jasno moraju utvrditi svoje prednosti i nedostatke kako bi konkurirale na međunarodnim tržištima i povećale svoje izvozne i uvozne prednosti. Pravi izazov nastaje kad multinacionalne korporacije krenu djelovati u nekoliko različitih država, budući da se tad pojavljuje i razvija sve više prepreka poput nacionalnih propisa, kulture i uvjeta rada. Upravo zbog prethodno navedenog, prije pristupa stranom tržištu, multinacionalne korporacije u potencijalnim državama suradnicima pokreću urede koji služe istraživanju i razvoju te proučavanju konkretnog tržišta i okoline (UK Essays, 2015). Uz navedene izazove, vrlo je bitan faktor neizvjesnosti u svakom ekonomskom djelovanju, što za sobom povlači nastanak potencijalne štete. Upravo to su poslovni rizici (Matić, 2004). Naravno, poslovni se rizici u najvećoj mjeri odnose na financije, a upravo su na tom području oni značajniji kod multinacionalnih korporacija, nego kod onih nacionalnih. Kako nastaju financijski rizici? Najčešće su oni uzrokovani nepredvidivim otegotnim okolnostima ili nemogućnošću naplate u nekom vanjskotrgovinskom poslu (Matić, 2004). Osim financijskih, multinacionalne korporacije

zahvaćaju i drugi rizici, poput onih valutnih, ali i prodajnih. Primjerice, neizvjesnost o uspješnoj prodaji određenog proizvoda na inozemnom tržištu, kao i spremnost i izdašnost potrošača da plati konkretan proizvod. Tako se isti proizvod u različitim državama često prodaje po različitim cijenama, ovisno o uvjetima tržišta. Uz prethodne rizike, valja istaknuti i rizik zemlje, koji ukazuje na to koliko je pojedina zemlja rizična za određene poslovne djelatnosti i koliko je ozbiljan rizik neuspjeha suradnje sa spornom državom (Andrijanić, Pavlović, 2016). Postoji i politički rizik, koji podrazumijeva utjecaj vladinih odluka na ukupno stanovništvo, odnosno nezadovoljstvo građana, financijsku i ekonomsku stabilnost, što se odražava i na djelovanje same multinacionalne korporacije. U tekstu koji slijedi opisan će se nekoliko temeljnih financijskih izazova koji zahvaćaju multinacionalne korporacije, a u tom smislu će u nastavku biti riječi i o tome kako su multinacionalne korporacije uzrokovale financijsku krizu 2007. godine.

7.1. Financijski sustav multinacionalne korporacije

Karakteristika multinacionalnih korporacija je mogućnost slobodnog pristupa globalnom tržištu, odnosno pristup raznim resursima. Internacionalizacija se posebice očituje u uvođenju ili povećanju mehanizama ulaganja, inovacija i financijskih aktivnosti. Također, velika se pažnja posvećuje izvozu istih u strana gospodarstva (Bulkot, 2015). Osnovni cilj prethodno navedenog je ostvarenje prihoda za dioničare. Upravo upravljanje financijskim sustavom multinacionalnim korporacijama mora biti ključ vođenja same korporacije. Svaki prijenos robe, kapitala, usluga i naplatnih resursa unutar korporacije predstavlja financijske transakcije. To se odnosi na poluproizvode i proizvode, ali i na patente, zaštitne znakove i slične nematerijalne usluge. Upravljanje financijskim sustavom u načelu je jednako i kod nacionalnih i kod multinacionalnih kompanija, osim što su multinacionalne korporacije izloženije riziku i moguće je prijenos kapitala između država multinacionalne korporacije (Lovrinović, 2015). Prethodno se odnosi na interno trgovanje, transferne cijene dobara, zajmove među korporacijama, isplate dividendi, tijek naplate, naknade i slično. U skladu sa prethodno opisanim nekoliko financijskih izazova biti će opisano na stranicama koje slijede.

7.1.1. Budžetiranje kapitala

Prva takva aktivnost odnosi se na budžetiranje kapitala. Budžetiranje kapitala podrazumijeva postupak donošenja odluke o dugoročnim investicijama u realnu poslovnu imovinu poduzeća, kao i postupak donošenja odluka o dugoročnim investicijskim projektima. Ono se odnosi na kontrolu novčanih priljeva i odljeva povezanih s potencijalnim dugoročnim investicijskim projektima. To je od iznimne važnosti pri analizi izravnih stranih ulaganja (Moffet, Stonehill, Eiteman, 2009). Kapital u tom smislu podrazumijeva sredstva korištena u proizvodnji. Budžetiranje podrazumijeva plan za

alokaciju ograničenih resursa. Uz to, iznimno je bitna procjena investicijskih ulaganja, budućih novčanih tokova, kao i usporedba očekivanih i ostvarenih rezultata projekta. „Multinacionalne korporacije najveći su izvor investicija u svijetu. Ono što je osnova budžetiranja kapitala je čista sadašnja vrijednost novčanog toka koji će ostvariti projekt u budućnosti, interna stopa profitabilnosti, rentabilnosti, kao i period povrata“ (Vuković, 2017). Primjer ovog financijskog izazova, odnosno procesa budžetiranja kapitala je onaj iz 2009. godine ranije spomenute naftne multinacionalne korporacije Exxon Mobil. Tada je ova kompanija objavila stjecanje XTO Resources, kompanije za prirodni plin, za 41 milijardu dolara, a upravo to predstavlja proces budžetiranja kapitala (Gad, 2016). Pri tome je Exxon Mobil preuzeo ozbiljnu financijsku obvezu, no takva je odluka utjecala na rast korporacije u budućnosti, ali donio je i značajnu investicijsku odluku vezanu uz prirodni plin, što je osiguralo rast korporacije.

7.1.2. Transferne cijene

Idući izazov predstavljaju transferne cijene, odnosno situacija u kojoj se nalaze dvije tvrtke koje su dio iste multinacionalne grupe prilikom međusobnog trgovanja. One u suštini nisu protuzakonite ili zlonamjerne, no ističe se kako velik broj poreznih prihoda vlade gube upravo zbog transfernih cijena. Dakle, u trenutku uspostave cijene za transakciju, cijena postaje transferna. Njima se prenosi dobit iz zemalja s visokim poreznim stopama u zemlje s nižim poreznim stopama. Također, o njima itekako ovisi visina dobiti u zemljama s nižim stopama poreza na dobit (Gulin, 2003).

„Ono čemu se teži sa primjenom transfernih cijena jest maksimizacija dobiti, minimum poreznih obveza, povećanje tržišnog udjela te smanjenje utjecaja ekonomskih ograničenja“ (Revizorska Komora, 2017). Prema Zakonu o porezu na dobit, hrvatske porezne vlasti koriste se određenim metodama kojima analiziraju transferne cijene: Metoda usporedivih nekontroliranih cijena sa transfernim cijenama, Metoda preprodajnih cijena, Metoda dodavanja bruto-dobiti na troškove, Metoda podjele dobiti, Metoda neto dobitka (Zakon o porezu na dobit, 2020).

7.1.3. Tijek naplate

Još jedan od mehanizama transfera je i kontrola tijeka naplate, odnosno njegovo ubrzavanje ili usporavanje. Ono se odnosi na usmjeravanje sredstava reagirajući na promjene kamatnih stopa kada stabilnost vezanog tečaja ne predstavlja problem. Sporna kompanija posuđuje više od zemlje s nižim kamatnim stopama, dok više daje zemlji s višim kamatnim stopama. Dakle, očekivani porast tečaja uglavnom ubrzava plaćanja, a s druge strane očekivani pad tečaja uglavnom usporava plaćanja (Vuković, 2017). Tehnike ubrzavanja, odnosno usporavanja primitaka i isplate gotovine,

uglavnom multinacionalnoj korporaciji osiguravaju određenu konkurentsku prednost. Ovi se procesi mogu odvijati između povezanih korporacija, odnosno intrakompanijski, koje je jednostavnije, no moguće je i obavljanje istih između nepovezanih kompanija, odnosno interkompanijski. Rezultat oba procesa je promjena gotovine kod jedne tvrtke uzrokujući obrnuti efekt kod druge (Moffett, Stonehill, Eiteman, 2009).

7.1.4. Zajmovi među korporacijama

Kreditiranje između matične države i podružnica nerijetko se odvija međukompanijskim zajmovima. Oni podrazumijevaju kredite koje jedna država daje drugoj, a uglavnom je to zbog: prebacivanja gotovine podružnici kako bi se spriječio novčani gubitak, prebacivanja sredstava podružnici zbog potencijalnih investicija, prebacivanja sredstava podružnicama koje koriste zajedničku valutu kako bi se spriječila promjena tečaja (Bragg, 2013). Navedeni se zajmovi moraju prikazati u financijskim izvještajima podružnica, no nisu dijelom financijskih izvještaja same korporacije. Nerijetko oni predstavljaju osnovne financijske instrumente, koji se najčešće prikazuju po amortiziranom trošku, dok se kamata priznaje u računu dobiti i gubitka (James, 2015). Vrlo je bitno da uz ostvarivanje ovih zajmova isti budu evidentirani sa svim potrebnim podacima o iznosu kamate, glavnici, kao i otplatnim uvjetima, jer nepreciznim evidentiranjem zajam se može smatrati ulaganjem jedne podružnice u drugu, što dovodi do poreznih izazova. Međukompanijski zajmovi ponekad su vrlo djelotvorni budući da je moguć izostanak kreditne prijave, a gotovinu je moguće dobiti vrlo brzo, no ovaj oblik zajmova karakteriziraju i različite porezne stope nekih zemalja. Neki autori ističu tri vrste spomenutih zajmova, a to su: izravni, back-to-back zajmovi i paralelni zajmovi. Izravni zajmovi su najjednostavniji te ih karakteriziraju niske kamatne stope i duži rokovi otplate. Back-to-back zajmovi odnose se na ugovore o kreditu matičnih država u svrhu financiranja podružnica. Paralelni zajmovi se odnose na financiranje podružnica od strane matičnih država bez prekograničnog prijenosa sredstava (Lovrinović, 2015).

7.1.5. Međunarodni novčani tok

Za svjetsku ekonomiju je vrlo važna strategija novčanih tokova, što se odnosi na primitke, izdatke i razliku istih sa svrhom likvidnosti uz najniže troškove. „Prije svega, za upravljanje novčanim tokovima nužna je uspostava ravnoteže između tekuće imovine i tekućih obveza, odnosno između likvidnosti i rentabilnosti.“ (Vuković, 2017) Smatra se kako se korporacijski novčani tokovi mogu podijeliti na operativne i financijske. Uzrok prvih su interkompanijski i intrakompanijski primici i izdaci, naknade, najmovi, licence i slično. Financijski se, pak, odnose na plaćanja za korištenje

interkompanijskih i intrakompanijskih zajmova i dioničkog kapitala (Moffett, Stonehill, Eiteman, 2009). Sve podružnice multinacionalne korporacije mogu predvidjeti svoje novčane tokove procjenjujući očekivane novčane priljeve i odljeve.

7.2. (Financijske) Multinacionalne korporacije kao uzrok svjetske financijske krize 2007. godine

Ponekad se globalno gospodarstvo zatekne unutar povijesnih situacija koje donose enormne promjene. Kako će trenutna situacija 2020. godine utjecati na globalno gospodarstvo još je neizvjesno, no čovječanstvo se i 2007. godine našlo u oblaku svjetske krize. Nakon gotovo 80 godina svijet je zahvatila situacija na koju nitko nije bio spreman, pri čemu je izgubljena velika vrijednost svjetskog kapitala, 700 000 američkih radnih mjesta mjesečno i velik broj kućanstava. Kada su gospodarstva postala svjesna situacije, vlade su započele sa punjenjem financijskog sustava bilijunima različitih valuta, a budući da to nije bilo dovoljno čelnici svjetskih gospodarstava započeli su sa nacionalizacijom banaka, osiguravajućih društava i automobilske industrije (Marić, Torner, 2017).

Kako se spomenuta kriza dogodila? Naime, ona je rezultat nekontroliranog rasta američkog financijskog sektora (Mlikotić, 2010). „21. stoljećem u SAD-u na području financijskog sektora prevladava pet investicijskih banaka: Goldman Sachs, Morgan Stanley, Lehman Brothers, Merrill Lynch i Bear Stearns, dva financijska konglomerata: City Group i JP Morgan, tri osiguravajuće kuće: Aig, Mbia i Ambac i tri rejting agencije: Moddys, Standard Pool i Fitch“ (Mlikotić, 2010). Sve prethodno navedene kompanije povezivao je sustav koji je spajao trilijune dolara, u hipotekama i kreditima s investitorima diljem svijeta. Klasični sustav kreditiranja zamijenjen je novim modelom koji je bio jedan od uzročnika same krize. Prema tom modelu banke su prodavale kuće investicijskim bankama (investitorima), dok su investicijske banke kombinirale s drugim hipotekama i kreditima, što podrazumijeva studentske kredite, kredite za vozila i dugove po kreditnim karticama. Takvo je djelovanje bilo uzrokom kompleksa derivata, odnosno CDO-koloniziranih dužničkih obveznica. Nakon toga investicijske banke prodaju kredite investitorima, pri čemu su investitori dobivali novac pri plaćanju rate kredita (Marić, Torner, 2007). Bankama je tada profit bio jedini cilj, zbog koje su prestale voditi računa o sigurnosti zajmoprimaca. Nikakva odgovornost nije zahvaćala rejting agencije, a njima je također jedini cilj bio što veći profit. 2008. godine dogodio se slom hipotekarnih kredita, što je ubrzo zahvatilo čitav svijet budući da su oni donedavno kreditno nesposobni vrlo lako postali sposobni pri čemu banke dobivaju bonuse. Budući

da je svatko mogao dobiti kredit za hipoteku cijene nekretnina su rasle velikom brzinom. Ono što je ključan problem ovakvog djelovanja jest rast financijskog kapitala investicijskih banaka, zahvaljujući polugama u financijskom sustavu, koje su ponekad dosezale takve omjere pri kojima je i samo mali pad kapitala bio dovoljan da postanu prezadužene. Nakon što su kolonizirane dužničke obveznice počele gubiti na vrijednosti svijet je sve dublje zapadao u krizu (Marić, Torner, 2007). Američki financijski sektor dirigira gospodarski i društveni život građana, što upravo dovodi do spomenute krize, a potom do umjetnih vrijednosti novca, kreditne kontrakcije, pada vrijednosti svjetskih burzi i propasti brojnih financijskih institucija. Kamatne stope rastu, sve je veće nepovjerenje među partnerima, padaju vrijednosti vrijednosnica, što dovodi do vrhunca globalne krize.

8. MULTINACIONALNE KORPORACIJE U SVIJETU

Kako se iz prethodnog teksta da naslutiti, jedan od glavnih ciljeva multinacionalnih korporacija jest ostvarenje profita, zbog čega one nastoje pristupiti stranim tržištima i ondje konkurirati. One, dakako, imaju priliku birati hoće li se proizvodnja obavljati unutar matične države, čemu slijedi izvoz proizvoda i usluga ili će pak čitavu proizvodnju preseliti u neku drugu državu. Uz prethodno navedeno o multinacionalnim korporacijama u zemljama u razvoju i tranzicijskim zemljama, zaključuje se kako upravo djelovanje multinacionalnih korporacija u takvim zemljama stvara pogodno tlo za razvoj korporacije na ekonomskoj razini. Kako je već rečeno, multinacionalnim korporacijama su zemlje u razvoju prilično atraktivne zbog nižih troškovima proizvodnje i jeftinije radne snage, što doprinosi temeljnom cilju-povećanju prihoda, a tako i profita.

Prema podacima UNCTAD-a najveći broj matičnih društava multinacionalnih korporacija dolazi iz razvijenih zemalja, gdje se od europskih ističu Danska, Nizozemska, Italija, Njemačka, a uz njih i Japan, Južna Koreja i Sjedinjene Američke Države. S druge strane, podružnice su najbrojnije u Kini, Rumunjskoj, Singapuru, Mađarskoj, Turskoj, Češkoj, Španjolskoj, Maleziji i Meksiku, a brojne su zapravo zemlje u razvoju (UNCTAD, 2019). Nekoliko se zemalja nalazi i na listi matičnih država i na listi podružnica, a najznačajnije od njih su Meksiko, Kina i Južna Koreja. Meksiko je osobito atraktivan, budući da se prije desetak godina nije nalazio na listi matičnih društava multinacionalnih korporacija jer ista nije niti imao, ali je zato bio među vodećima po podružnicama. Sada se pak neke od meksičkih korporacija nalaze na listi najvećih svjetskih multinacionalnih korporacija. Upravo multinacionalne korporacije doprinose razvoju takvih zemalja (UNCTAD, 2019). Upravo

prethodno opisane države nalaze se na popisu u Tablici 5 u nastavku.

Tablica 5: Zemlje s najvećim brojem registriranih matičnih društava i podružnica

| Poredak | Zemlja | Ukupan broj matičnih društava | Zemlja | Ukupan broj podružnica |
|---------|--------------|-------------------------------|--------------|------------------------|
| 1. | Danska | 9356 | Kina | 286232 |
| 2. | Južna Koreja | 7460 | Rumunjska | 89911 |
| 3. | Njemačka | 6115 | Češka | 71385 |
| 4. | Italija | 5750 | Mađarska | 26019 |
| 5. | Nizozemska | 4785 | Meksiko | 25708 |
| 6. | Japan | 4663 | Turska | 21079 |
| 7. | Kina | 3429 | Nizozemska | 17521 |
| 8. | Turska | 2871 | Južna Koreja | 16953 |
| 9. | Finska | 2807 | Malezija | 15567 |
| 10. | Švicarska | 2616 | Španjolska | 14767 |

Izvor: Izrada autora prema UNCTAD World Investment Report, 2019

Zemlje u razvoju sjajan su izvor jeftine radne snage, a tome u prilog idu i razlike u razinama plaća između zemalja u razvoju i onih razvijenih. Primjerice, prosječne mjesečne plaće u razvijenijim zemljama poput SAD-a iznose od 4 do 6 tisuća dolara, Švicarske od 5 do 7 tisuća dolara, u Njemačkoj od 3 do 5 tisuće i slično, ovisno o radnom mjestu i poziciji. S druge strane, plaće radnika zemalja u razvoju su u usporedbi sa ovima poražavajuće, a uglavnom se sve kreću od 500 do tisuću dolara, pri čemu su zabrinjavajuće one u primjerice Moldaviji kojima je prosjek od 100 do 300 američkih dolara. Usporedbe radi, prosječne cijene radnika u Republici Hrvatskoj variraju od otprilike 600 do 1000 dolara. Ono što, pak, najviše zabrinjava jest prosjek plaća kineske radne snage, gdje su podružnice multinacionalnih korporacija najbrojnije, što je dokaz nehumanog iskorištavanja onih čija se radna snaga najviše upotrebljava. Zabrinjava, dakle, velik raskorak u plaćama radnog stanovništva razvijenih i zemalja u razvoju, koje su se ipak povećale u posljednjem desetljeću, no usporedo s tim porastao je i životni standard (Trading Economics, 2019). Zbog ranije navedenog, Kina bi trebala biti jedna od zemalja u razvoju, no velik broj matičnih društava i podružnica dovodi ju na listu razvijenih zemalja.

Prethodno navedeni podaci dovode do jasnog zaključka kako je u svijetu vrlo prisutno

iskorištavanje radne snage zemalja u razvoju upravo od strane multinacionalnih korporacija, a još veći minus je to što su vrlo često ta radna snaga djeca i žene. U ranijem tekstu nisu spomenute radne snage afričkih zemalja, budući da je to sasvim druga krajnost, gdje se stanovništvo masovno iskorištava za par dolara po danu. Kod većine razvijenih zemalja priljevi izravnih stranih ulaganja su manji nego odljevi, dok su u većini zemalja u razvoju priljevi izravnih stranih ulaganja veći od odljeva. Dakle, multinacionalne korporacije razvijenih zemalja ulažu više sredstava u zemlje u razvoju. Tome je tako upravo zbog prijenosa proizvodnje u zemlje u razvoju zbog već spomenutih reduciranih troškova.

8.1. Deset najvećih svjetskih multinacionalnih korporacija

Ranije u radu, Tablicom broj 3 prikazane su vodeće svjetske multinacionalne korporacije po prihodima. U tekstu koji slijedi opisat će se svaka od njih: Walmart, Sinopec Group, Royal Dutch Shell, China National Petroleum Corporation, State Grid, Saudi Aramco, BP, Exxon Mobil, Volkswagen, Toyota, a najveća će se pažnja posvetiti vodećem Walmartu.

8.1.1. Walmart

Svjetski poznata američka multinacionalna korporacija Walmart Inc. lanac je marketa, diskontnih robnih kuća i trgovina prehranom. Sjedište ove korporacije je u Bentonvilleu, Arkansas. Osnivač, Sam Walton, osnovao ju je 1962. godine, a 2019. godine kompanija broji 11 368 trgovina i klubova diljem 27 zemalja, poslujući pod 55 različitih imena (Walmart, 2020). Ova korporacija zapošljava oko 2,2 milijuna ljudi diljem svijeta, a koliki je prihod ostvarila prethodne godine vidljivo je u Tablici 3. Već 25 godina Walmart je dio Fortune-ove liste 500 najvećih multinacionalnih korporacija svijeta, a zanimljivo je kako već 20 godina konkurira na prva tri mjesta, pri čemu je od 2014. godine vodeća svjetska multinacionalna korporacija. Imovina ove kompanije procjenjuje se na gotovo 200 milijardi dolara (Fortune, 2019). Walmart je pionir globalizacije, budući da je cijeli proces itekako utjecao na razvoj i smjer čitave korporacije, no unatoč tome uspio je ostvariti uspjeh svojim istaknutim vrijednostima, brizi o zaposlenicima kao i pružanju proizvoda kupcima po najpovoljnijim cijenama. Velik dio bruto prihoda ove kompanije ostvaruje se međunarodnim operacijama, a trgovine se otvaraju svakih 38 sati. Upravo prethodno navedeno ne bi bilo ostvarivo bez globalizacije, ekonomske liberalizacije, razvoja međunarodne trgovine i suradnje općenito, kao i outsourcinga u zemlje s niskim troškovima. Dakle, može se reći kako je globalizacija uzrok Walmartovog uspjeha.

Na samom startu trgovine su bile raspoređene po SAD-u, no kasnije se šire na cijeli svijet, upravo zbog konkurentne prednosti i dugoročnog opstanka na tržištu. Dakle, kako bi opstao u oblaku konkurencije, Walmart se morao prilagoditi globalizaciji, jer u protivnom ne bi mogao ostvariti rast budući da je američko tržište već pokazivalo znakove zasićenja, a isto tako to bi utjecalo na potencijalna strana tržišta. Na samom početku širenja, Walmart pronalazi svoje mjesto na obližnjim međunarodnim tržištima poput Kanade, Brazila, Argentine i Meksika. Da bi se pojavio na europskim i azijskim tržištima morao je imati odgovarajuće financijske, organizacijske i upravljačke resurse te isto tako istražiti kulture tih naroda i već postojeće konkurente. Za europsko tržište Walmart ipak nije uspio ispuniti uvjete, no do 1996. pojavljuje se na azijskom tržištu, preciznije kineskom. Naravno, kako bi opstao na stranom tržištu, bilo je nužno razumijevanje lokalnog tržišta te pristanak na prilagodbu i odabrati odgovarajući način za ulazak na konkretno tržište (Walmart, 2020). Kako je već spomenuto na razvoj Walmarta utjecala je globalizacija, a slijedi opis točnih karakteristika. Walmartov organizacijski sustav kao nužne ističe učinkovitost i transport, odnosno distribuciju robe. Upravo iz tog razloga skladište robe smješteno je u centru između nekoliko prodavaonica sa sličnim udaljenostima od skladišta kako bi se roba jednakom brzinom isporučila do njih, što osigurava smanjenje broja skladišta, zaposlenih, a samim time i troškova. Nadalje, globalizacija je omogućila proizvodnju robe u gospodarstvima koja iziskuju manje troškova pa se u skladu s tim i većina Walmartove robe proizvodi u Kini, središtu najjeftinije radne snage i sirovina. Zatim, globalizacija sa sobom donosi napredak tehnologije, što izravno dovodi do razvoja poslovanja korporacije. U konkretnom slučaju, globalizacija je osigurala praćenje suvremenih standarda i globalni razvitak. Upravo olakšano međunarodno trgovanje omogućilo je lakši uvoz robe, a upravo to je učinilo Walmart tržišnim liderom, što dokazuje i to da je otkako je postao multinacionalna korporacija, odnosno otkako se pojavio na globalnim tržištima, Walmart konstantno u usponu. Prethodno navedeno dokazuju i otvorene nove mogućnosti, smanjenje troškova i slično (UK Essays, 2018). Slikom 1 prikazan je rast Walmartovih trgovina od osnutka kompanije pa do 2012. godine, a sada je zasigurno još i veći.

Walmart predstavlja „moćan simbol ekonomskog i društvenog utjecaja koji globalizacija može imati na nacionalni, zajednički i individualni identitet“ (Friedman, 2005). Sve spomenuto dokazuje kako je korporacija Walmart poprilično napredovala upravo zbog procesa globalizacije.

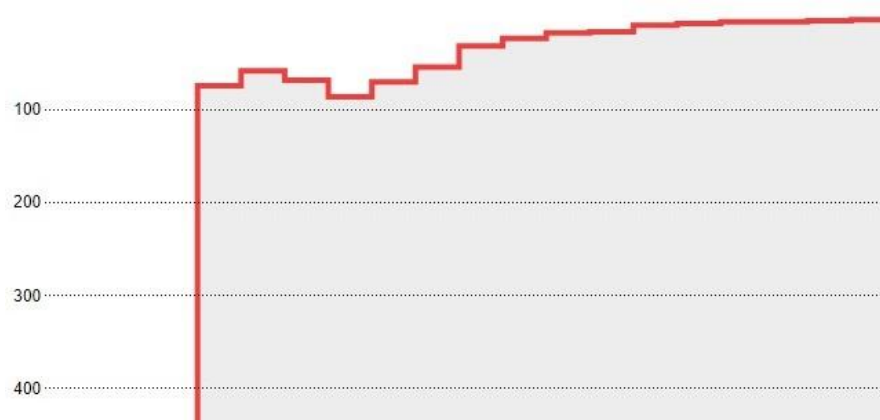


Slika 1 Rast Walmart trgovina 1968.-2012.

Izvor: Student of value, 2012

8.1.2. Sinopec Group

Druga po redu svjetskih multinacionalnih korporacija je Sinopec Group. Predstavlja kinesko naftno i petrokemijsko poduzeće, osnovano 1998. godine. Većina korporacije je u vlasništvu države. Kako stoji u nazivu, ovu tvrtku odlikuje održivost, a pojmovi koji se ističu su (inter)nacionalno, nafta, ljudi, okoliš i suradnja, što je ujedno način poslovanja i ciljevi same kompanije. Fortune-ovu listu 500 najvećih svjetskih multinacionalnih korporacija upotpunjava već 21 godinu, a već desetljeće se nalazi u prvih 10 korporacija (Sinopec Group, 2020).



Slika 2 Rangiranje Sinopec Group-a na listi 500 najvećih multinacionalnih korporacija kroz povijest

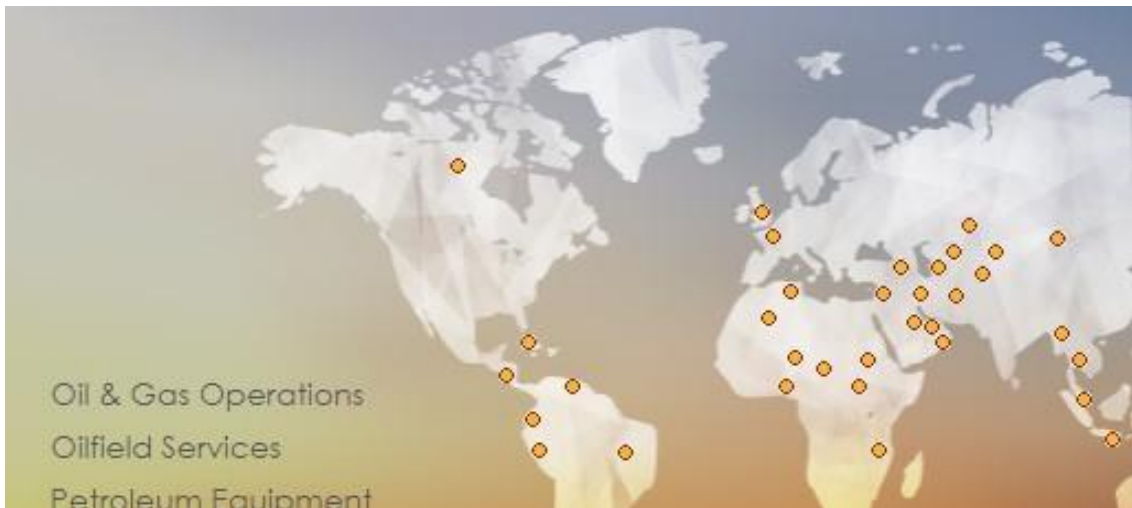
Izvor: Fortune, 2019

8.1.3. Royal Dutch Shell

Treća po redu je nizozemska naftna kompanija koja je sa petog mjesta napredovala na treće zbog porasta prihoda, ali i zarade. Osnovano je 1907. godine, a danas djeluju u više od 70 zemalja svijeta. Na spomenutoj se listi nalaze već četvrtinu stoljeća, a imaju udio u 23 naftne rafinerije. Gotovo 20 godina nalazi se među 10 najvećih korporacija svijeta prema prihodima. Iako su tijekom godina oscilirali sa mjesta na mjesto s povremenim padovima, popeli su se na visoko treće mjesto zahvaljujući stalnim istraživanjima i razvojem. Korporacija je poznata po dobrotvornim donacijama. Pokušavajući se proširiti na globalno tržište i izvan SAD-a, a prije svega na Meksički zaljev. Također, poduzimaju mjere u rješavanju klimatskih promjena smanjenjem emisije ugljika (Fortune, 2019). Strategija ove kompanije je ojačati svoju poziciju vodeće energetske tvrtke pružanjem nafte, plina i nisko-ugljične energije, u skladu sa transformacijom svjetskog energetskeg sustava. Temelji se na prihvaćanju mogućnosti koje proizlaze iz promjena u svijetu, a uz to kao temelj poslovanja ističu sigurnost i društvenu odgovornost (Shell, 2020). U Shellu se ističu temeljne vrijednosti - poštenje, integritet i poštovanje ljudi - koji su temelj svih poslova koje obavljaju.

8.1.4. China National Petroleum

Ova je korporacija na listi 500 najvećih zadnjih 16 godina, a posljednjih desetak godina konstantno je u usponu. China National Petroleum Corp (CNPC), državna je matična kompanija drugog najvećeg kineskog proizvođača nafte, PetroChina, a istražuje, rafinira i prodaje sirovu naftu i prirodni plin, uz proizvodnu opremu i pruža usluge sa istog područja. Osnovana je 1988. godine, a danas djeluje u gotovo 30 svjetskih zemalja, a koje su to prikazano je Slikom 3. Kroz povijest je nekoliko puta reorganizirana, a sve sa svrhom napretka čitave kompanije (CNPC, 2020). Ono što predstavlja izazov za ovu korporaciju jest pritisak zbog strožih ekoloških standarda na različitim svjetskim tržištima, ali i suzdržani trgovinski odnosi između SAD-a i Kine. Nastoje održati skladne odnose između poslovanja i sigurnosti, energije i okoliša, interesa poduzeća i zajednice te poslodavaca i zaposlenika, a svojim se poslovanjem i vrijednostima zalažu za zaštitu okoliša i štednju resursa, promicanje istraživanja, razvoja i primjene ekološki prihvatljivih proizvoda, ispunjavanje odgovornosti prema društvu i promicanje razvoja koji koristi svima.



Slika 3 Države u kojima djeluje CNPC

Izvor: CNPC, 2020

8.1.5. State Grid

Na petom se mjestu nalazi još jedna kineska multinacionalna korporacija. Ova elektroenergetska kompanija opskrbljuje energijom 1,1 milijardu ljudi, pokrivajući 88% prostora najnaseljenije države. Ova je korporacija osnovana 2002. godine, a na ovoj je listi skoro od samog starta, a 10 se godina nalazi na listi 10 najvećih. Djeluje diljem svijeta, od Australije preko Italije do Brazila, a sve više privlači pozornost stranih investitora. State Grid se također aktivno okrenuo ulaganju u čistu energiju. Kompanija koja se bavi energetsom industrijom ostvarila je dobit od 8,174 milijardi dolara 2019. godini. Ukupna imovina koju posjeduje vrijedna je 387,056 milijardi dolara (Fortune, 2020).

8.1.6. Saudi Aramco

Na šestom mjestu je korporacija Saudijske Arabije Saudi Aramco, državna naftna kompanija osnovana još 1988. godine. Posluje na tri glavna svjetska energetska tržišta Azije, Europe i Sjeverne Amerike. Podružnice Saudi Aramco-a ključni su igrači na energetsom tržištu regije i zajedno djeluju kao ključni dobavljač sirove nafte Indiji, Kini, Japanu, Južnoj Koreji i Filipinima. Lokalni uredi tih država pružaju usluge marketinga i drugu poslovnu podršku svim partnerima. Podružnice na europskom tržištu podržavaju mrežu ureda koji pružaju širok spektar usluga, poput financijske i tehničke podrške. Kompanija čvrsto vjeruje u snagu energije i njezin utjecaj na poboljšanje zajednice i unaprjeđenje i održanje planeta. Također, posvećeni su povećanju energetske učinkovitosti i rješavanju problema sa globalnim emisijama (Saudi Aramco, 2020).

8.1.7. BP

Ova britanska multinacionalna korporacija na ovoj se listi popela za jedno mjesto prošle godine. Već je 25 godina na listi 500 najvećih, no od osnutka su oscilacije bile česte, od 31. mjesta pa sve do drugog, dok sada nije zauzela 7. mjesto. Uz rekordnu upotrebu svojih naftnih i plinskih polja i svojih kapaciteta za rafiniranje, zarada BP-a gotovo se utrostručila u 2018. godini u odnosu na prethodnu godinu, čak i usred geopolitičkih zabrinutosti, uključujući neizvjestan globalni gospodarski rast i trgovinske napetosti između SAD-a i Kine. Ova se korporacija nastoji prilagoditi svijetu kojem služi, a ističu pet vrijednosti kojima se vode u poslovanju. Tih pet vrijednosti su: sigurnost, poštovanje, izvrsnost, hrabrost i odanost timu (BP, 2020).

8.1.8. Exxon Mobil

Teksaški energetska predvodnik Exxon Mobil zauzima 9. mjesto ove liste, sa konstantnim prethodnim izmjenama na ljestvici. Exxon Mobil službeno nastaje 1972. godine, no počeci su zabilježeni još 1859. godine. Dakle, ne čudi da se ova korporacija na Fortune-ovoj listi 500 najvećih nalazi već četvrt stoljeća. Korporacija djeluje na šest kontinenata, što se odražava u širokom rasponu projekata koje je pokrenula 2018. godine, poput novih otkrića u Gvajani, poslovanja u Mozambiku i Belgiji. Kompanija se zalaže za zadovoljenje rastuće potražnje energije, pri čemu se trudi smanjiti utjecaj na okoliš. Istraživanja su se provodila kroz više od 135 godina kako bi se unaprijedila tehnologija, promijenila industrija i svijet. Primarna odgovornost korporacije je proizvesti energiju i proizvode koji svijetu trebaju na odgovoran način. Kao jedan od najvećih svjetskih dobavljača energije i proizvođača kemikalija na svijetu, ExxonMobil razvija i primjenjuje tehnologije nove generacije kako bi sigurno i odgovorno zadovoljio rastuće potrebe u svijetu za energetskim i visokokvalitetnim kemijskim proizvodima (ExxonMobil, 2020). Ono što brojni povezuju sa ovom korporacijom jest izlivanje 11 milijuna galona nafte u Aljasci nakon što se tanker Exxon Valdez 1989. godine nasukao u Kanalu Princa Williama. Pri tom je nesretnom događaju uginulo 250 000 ptica, a Exxon Mobil bio je dužan platiti 500 milijuna dolara odštete, što nikako nije zadovoljavajuća kazna za nastalu štetu (Exxon Mobil, 2020).

8.1.9. Volkswagen

Volkswagen je njemačka multinacionalna korporacija, osnovana 1937. godine. Broji više od 120 proizvodnih pogona za automobilsku industriju u svijetu, pri čemu je najzastupljenija na europskom tržištu. Također je na listi 500 najvećih već 25 godina, a 2015. godine bilježi svoj najveći gubitak, što je posljedica testiranja emisije dizela koji bi potencijalno oštetio korporaciju u budućnosti.

„Volkswagen grupacija danas sadrži sljedeće poznate automobilske brandove: Volkswagen, Seat, Škoda, Lamborghini, Audi, Bentley, Ducati, Bugatti, Porsche, Scania, Man i Volkswagen Commercial Vehicles, što opravdava veliku vrijednost imovine“ (Vuković, 2017). Korporacija je od samog starta klijentima omogućavala individualnu i pristupačnu mobilnost. Cilj im je upravo tu mobilnost učiniti održivom. Trude se kao finalan proizvod prikazati čist, tih, inteligentan i siguran automobil, uz naglasak na zaštitu i očuvanje okoliša (Volkswagenag, 2020).

8.1.10. Toyota Motor

Toyota, japanska automobilska multinacionalna korporacija na listi je deset najvećih multinacionalnih kompanija svijeta još od 1999. godine. Osnovana je 1937. godine, a djeluje u preko 25 zemalja svijeta, dok se automobili ove tvrtke prodaju u više od 170 država. Toyota se trudi voditi društvo obogaćujući živote ljudi najsigurnijom i najodgovornijom mogućnošću kretanja. Na svom se putu zalaže za kvalitetu, neprestane inovacije, poštovanje planete, nastojeći nadmašiti očekivanja i biti nagrađeni zadovoljstvom ljudi. Prema statistici, ukupna imovina Toyote u fiskalnoj godini 2019. iznosila je oko 51,9 trilijuna jena, a zbog toga ne čudi kako je Toyota imala treću najveću svjetsku prodaju automobila po proizvođačima u 2018. godini (Toyota, 2020).

9. ZAKLJUČAK

Globalizacija je omogućila svim gospodarskim subjektima uključivanje na međunarodno tržište. Sve su prisutniji globalni proizvodi, no za opstanak na tržištu ključne su međunarodne strategije. Ovaj dinamičan proces naglašava moć multinacionalnih korporacija, koje se smatraju nositeljima iste. Napredak međunarodne trgovine i međusobna suradnja svjetskih tržišta osiguravaju moć multinacionalnih korporacija, što je pozitivan učinak same globalizacije. Multinacionalnim korporacijama smatraju se one kompanije registrirane u više država, gdje i djeluju. Pri tome, sjedište korporacije je u jednoj državi, dok u drugim državama djeluje podružnicama. Multinacionalne korporacije u današnjem smislu riječi razvijaju se sa industrijskom revolucijom, no zlatnim dobom se smatra ono od 1950. do 1980. godine, zbog razvoja znanosti i tehnologije. Sve češća strana ulaganja dovode i do širenja poslovnih aktivnosti, a samim time i pozitivno utječu na razvoj i napredak multinacionalnih korporacija. Multinacionalne korporacije su najbrojnije u Sjedinjenim Američkim Državama, Europskoj uniji i Japanu, posjedujući više od 70% udjela u ukupnom broju najvećih multinacionalnih korporacija u svijetu. Sve svjetske multinacionalne korporacije na vrhu koriste jeftine ljudske resurse, proizvodne procese i sirovine slabije razvijenih ili nerazvijenih zemalja, što dokazuje činjenica kako je najveći broj matrica ipak u razvijenim zemljama, poput SAD-a, Japana, Njemačke, Danske, Nizozemske, a najveći broj podružnica je u nerazvijenim zemljama i onima koje su izvor jeftine radne snage.

LITERATURA

Knjige

1. Andrijanić, I., Pavlović, D. (2012). *Menadžment međunarodne trgovine*. Visoka poslovna škola Libertas, Zagreb.
2. Andrijanić, I., Pavlović, D. (2016). *Međunarodno poslovanje*. Libertas – Plejada. Zagreb.
3. Bahtijarević-Šiber, F., Sikavica, P., Pološki Vokić, N. (2004). *Suvremeni menadžment*. Školska knjiga. Zagreb.
4. Bragg, S. (2013). *Accounting Best Practices*. John Wiley and Sons, Inc. New Jersey.
5. Doddoli L., Maradei M. (2005). *Svijet poslije drugog svjetskog rata*. Marjan tisak. Split.
6. Dragičević, M. (1996). *Ekonomija i novi razvoj*. Alineja. Zagreb.
7. Friedman, T. (2005). *The World is Flat: A brief history of the Twenty-First Century*. Farrar, Straus and Giroux. New York.
8. Galović, T. (2017). *Putevima krupnog kapitala i globalizacije*. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci. Rijeka.
9. Grgić, M., Bilas, V. (2008). *Međunarodna ekonomija*. Lares plus. Zagreb.
10. Grgić, M., Bilas, V. i Franc, S. (2012). *Inozemna izravna ulaganja i ekonomski razvoj*. Ekonomski fakultet Zagreb. Zagreb.
11. Jovančević, R. (2005). *Ekonomski učinci globalizacije i Europska unija*. Mekron promet. Zagreb.
12. Lazibat, T., Kolaković, M. (2004). *Međunarodno poslovanje u uvjetima globalizacije: međunarodna razmjena i međunarodno tržište*. Sinergija nakladništvo. Zagreb.
13. Lovrinović, I. (2015). *Globalne financije*. Accent. Zagreb.
14. Matić, B. (2004). *Međunarodno poslovanje*. Sinergija Nakladništvo. Zagreb.
15. Milardović, A. (2004). *Populizam i globalizacija*. Centar za politološka istraživanja. Zagreb.
16. Moffet, M., Stonehill, A., Eiteman. D. (2009). *Fundamentals of multinational finance*. Pearson Education. Oregon State.
17. Stiglitz, J. (2006). *Making Globalization Work*. W W. Norton & Company. New York.

Stručni i znanstveni članci

1. Dabić, M. (2007). Uloga multinacionalnih kompanija u promicanju tehnološkog razvoja. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*. 5. str. 30-39.
2. Deardorff, A., Stern, R. (2001). What you should know about Globalization and The World Trade Organization. *Review of international Economics*. 10. str. 403-404.
3. Hamilton, L., Webster, P. (2012). The international business environment. *Oxford*. 2. str. 21.
4. Hranjec, R. (2013). Transnacionalne kompanije i međunarodni monopoli u svjetskom

- gospodarstvu. *Pravnik: časopis za pravna i društvena pitanja*. 46(93). str. 125-148.
5. Karlić, I. (2008). Dvoznačnost fenomena globalizacije. *Filozofska istraživanja*. 29/1. str. 87-106.
 6. Krešić, I. (1996). Značenje globalizacije u suvremenom prostornom razvitku svjetske privrede i politike. *Ekonomski pregled*. 47. str. 81-88.
 7. Liu, J., Zhang, W. (2017). Evaluation on the Influence Factors of Role Evolution of MNC Subsidiaries in China. *Revista de la Facultad de Ingeniería U.C.V. Venezuela*. 32(6). str. 399-409.
 8. Lončar, J. (2005). Globalizacija-pojam, nastanak i trendovi razvoja. *Geoadria*. 10/1. str. 91-104.
 9. Marić, K., Torner, A. (2017). Utjecaj financijskih multinacionalnih kompanija na izazivanje svjetske financijske krize 2007. godine. *Zbornik sveučilišta Libertas*. 1-2. str. 211-223.
 10. Mlikotić, S. (2010). Globalna financijska kriza - uzroci, tijek i posljedice. *Pravnik*. 44/89. str. 83-94.

Internetski izvori

1. BP (2020). *What We Do*. Raspoloživo na: <https://www.bp.com/>. [pristupljeno: 14. ožujka 2020].
2. Britannica (2020). *Multinational corporation*. Raspoloživo na: <https://www.britannica.com/topic/multinational-corporation>. [pristupljeno: 29. veljače 2020].
3. Bulkot, O (2015). *Modern System of International Financial Management in Multinational Companies*. Raspoloživo na: http://soskin.info/userfiles/file/2015/1-2_2_2015/Bulkot.pdf. [pristupljeno: 6. ožujka 2020].
4. Cashel-Cordo, P. (2007). *Multinational Corporations & Foreign Direct Investment*. Raspoloživo na: <http://www.usi.edu/business/cashel/241/text%20files/mnc.pdf>. [pristupljeno: 3. ožujka 2020].
5. CNPC (2020). *CNPC Worldwide*. Raspoloživo na: <http://www.cnpc.com.cn/en/cnpcworldwide/cnpcworldwide.shtml>. [pristupljeno: 14. ožujka 2020].
6. Davis, M. (2016). *Effects of Multinational Company Investments*. Raspoloživo na: <http://www.nber.org/digest/may03/w9293.html>. [pristupljeno: 10. ožujka 2020].
7. Essays, UK. (2015). *Challenges Faced By The Multinational Companies*. Raspoloživo na: https://www.ukessays.com/essays/commerce/challenges-faced-by-multinational-companies-commerce-essay.php?utm_expid=309629-42.KXZ6CCs5RRCgVDyVYVWeng.0&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww. [pristupljeno: 14. ožujka 2020].

10. ožujka 2020].
8. Essays, UK. (2018). *Effects of Globalization on WalMart*. Raspoloživo na: <https://www.ukessays.com/essays/management/the-effects-of-globalization-on-walmart-managementessay.php?vref=1>. [pristupljeno: 8. ožujka 2020].
 9. Exxon Mobil (2020). *Energy and environment*. Raspoloživo na: <https://corporate.exxonmobil.com/>. [pristupljeno: 14. ožujka 2020].
 10. Fortune (2016). *Global 500*. Raspoloživo na: <https://fortune.com/global500/2016/>. [pristupljeno: 5. ožujka 2020].
 11. Fortune (2019). *Global 500*. Raspoloživo na: <https://fortune.com/global500/>. [pristupljeno: 5. ožujka 2020].
 12. Gad, S. (2016). *Capital Budgeting: The Importance of capital budgeting*. Raspoloživo na: <https://www.investopedia.com/articles/financial-theory/11/corporate-project-valuation-methods.asp>. [pristupljeno: 8. ožujka 2020].
 13. Global Justice Now (2016). *10 biggest corporations make more money than most countries in the world combined*. Raspoloživo na: <http://www.globaljustice.org.uk/news/2016/sep/12/10-biggest-corporationsmake-more-money-most-countries-world-combined>. [pristupljeno: 5. ožujka 2020].
 14. Gulin, D. (2003). *Transferne cijene i njihove porezne implikacije*. Raspoloživo na: http://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/RAC/hpercevic/upravljacko_racunovodstvo/Transferne%20cijene.pdf. [pristupljeno: 11. ožujka 2020].
 15. James, E. (2015). *The New UK GAAP: Intercompany loans*. Raspoloživo na: <https://uat.icaew.com/archive/technical/practice-resources/icaew-practice-support/practicewire/news/the-new-uk-gaap-intercompany-loans>. [pristupljeno: 11. ožujka 2020].
 16. Kain, E. (2017). *Uloga globalizacije na promjene u načinu poslovanja i organizaciji na primjeru analizirane tvrtke Evolva d.o.o.* Sveučilište Sjever. Varaždin. Raspoloživo na: <https://repozitorij.unin.hr/islandora/object/unin:1296/preview>. [pristupljeno: 29. veljače 2020].
 17. Kopp, C. M. (2020). *Globalization*. Raspoloživo na: <https://www.investopedia.com/terms/g/globalization.asp>. [pristupljeno: 15. lipnja 2020].
 18. Kukreja, S. (2019). *What is Globalization? Meaning and It's Importance*. Raspoloživo na: <https://www.managementstudyhq.com/globalization-positive-negative-impacts-of-globalization.html>. [pristupljeno: 17. lipnja 2020].
 19. Lall, S. (2004). *Technology and Globalisation*. Oxford University. Raspoloživo na: http://hdr.undp.org/docs/training/oxford/presentations/Lall_globalization.pdf. [pristupljeno:

3. ožujka 2020].
20. Loku, A., Loku, N. S. (2016). *Multinational Corporations Development*. Kosovo. Raspoloživo na: https://www.ijera.com/papers/Vol6_issue3/Part%20-%204/M06030407483.pdf. [pristupljeno: 18. lipnja 2020].
 21. Pettinger, T. (2019). *What caused Globalization?*. Raspoloživo na: <https://www.economicshelp.org/blog/401/trade/what-caused-globalization/>. [pristupljeno: 17. lipnja 2020].
 22. Revizorska Komora (2017). *Politika transfernih cijena*. Raspoloživo na: <http://www.revizorska-komora.hr/>. [pristupljeno: 14. ožujka 2020].
 23. Saudi Aramco (2020). *Our perspective*. Raspoloživo na: <https://www.saudiaramco.com/>. [pristupljeno: 14. ožujka 2020].
 24. Shell (2020). *Our Values*. Raspoloživo na: <https://www.shell.com/about-us.html>. [pristupljeno: 13. ožujka 2020].
 25. Sinopec Group (2020). *Global Business*. Raspoloživo na: <http://ssc.sinopec.com/sosc/en/>. [pristupljeno: 13. ožujka 2020].
 26. Student of Value (2012). *Masters of compounding: Walmart 1968-2012*. Raspoloživo na: <http://studentofvalue.com/walmart-1968-2012/>. [pristupljeno: 14. ožujka 2020].
 27. Toyota (2020). *Vision&Philosphy*. Raspoloživo na: <https://global.toyota/en/company/>. [pristupljeno: 14. ožujka 2020].
 28. Trading Economics (2019). *Average Salary Survey*. Raspoloživo na: <https://tradingeconomics.com/croatia/wages>. [pristupljeno: 12. ožujka 2020].
 29. UNCTAD (2019). *World Investment Report 2019*. Raspoloživo na: <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2460>. [pristupljeno: 11. ožujka 2020].
 30. UNCTAD (2010). *World Investment Report 2010*. Raspoloživo na: https://unctad.org/en/Docs/wir2010_en.pdf. [pristupljeno: 3. ožujka 2020].
 31. UNCTAD (2009). *World Investment Report 2009*. Raspoloživo na: https://unctad.org/en/docs/wir2009_en.pdf. [pristupljeno: 3. ožujka 2020].
 32. UNCTAD (2008). *World Investment Report 2008*. Raspoloživo na: https://unctad.org/en/Docs/wir2008_en.pdf. [pristupljeno: 3. ožujka 2020].
 33. Vanham, P. (2019). *A brief history of globalization*. Raspoloživo na: <https://www.weforum.org/agenda/2019/01/how-globalization-4-0-fits-into-the-history-of-globalization/>. [pristupljeno: 17. lipnja 2020].
 34. Volkswagenag (2020). *Strategy*. Raspoloživo na: <https://www.volkswagenag.com/>.

- [pristupljeno: 14. ožujka 2020].
35. Vuković, M. (2017). *Obilježja i specifičnosti poslovanja multinacionalnih kompanija*. Raspoloživo na: <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:2381/preview>. [pristupljeno: 6. ožujka 2020].
 36. Walmart (2020). *Get to Know Us*. Raspoloživo na: <https://corporate.walmart.com/>. [pristupljeno: 12. ožujka 2020].
 37. Zakon (2020). *Zakon o porezu na dobit*. Raspoloživo na: <https://www.zakon.hr/z/99/Zakon-o-porezu-na-dobit>. [pristupljeno: 11. ožujka 2020].
 38. Zvirgzde, D., Schiller, D., Revilla Diez, J. (2013). *Location choices of multinational companies in transition economies*. Raspoloživo na: <http://www.ub.edu/searchproject/wp-content/uploads/2013/01/WP-2.5.pdf>. [pristupljeno: 6. ožujka 2020].

POPIS TABLICA

| | |
|---|----|
| Tablica 1 Učinci globalizacije | 10 |
| Tablica 2 Prednosti i nedostaci globalizacije | 11 |
| Tablica 3 Vodeće svjetske multinacionalne korporacije po prihodima | 19 |
| Tablica 4 Vodeće multinacionalne korporacije zemalja u razvoju i tranzicijskih zemalja po prihodima | 22 |
| Tablica 5 Zemlje s najvećim brojem registriranih matičnih društava i podružnica | 33 |

POPIS SLIKA

| | |
|---|----|
| Slika 1Rast Walmart trgovina 1968.-2012 | 36 |
| Slika 2Rangiranje Sinopec Group-a na listi 500 najvećih multinacionalnih korporacija kroz povijest | 36 |
| Slika 3Države u kojima djeluje CNPC..... | 38 |