UTJECAJ MULTINACIONALNIH KOMPANIJA NA GLOBALIZACIJU

Ezić, Dražen

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:128:192671

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-25**

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository

zir.nsk.hr

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU

POSLOVNI ODJEL

SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ

POSLOVNO UPRAVLJANJE

DRAŽEN EZIĆ

UTJECAJ MULTINACIONALNIH KOMPANIJA NA GLOBALIZACIJU

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2021.

DRAŽEN EZIĆ

UTJECAJ MULTINACIONALNIH KOMPANIJA NA GLOBALIZACIJU

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Specijalistički diplomski stručni studij

Poslovno upravljanje

Kolegij: Globalna ekonomija i održivi razvoj

Mentor: Branko Wasserbauer, dr. sc., prof. v.š.

Matični broj studenta: 0619418004

Karlovac, listopad 2021.

SAŽETAK

Globalizacija je prisutna u našoj svakodnevici te kao pojam ima svoje pobornike i protivnike. Njenom razvoju pomogle su međunarodne integracije ali i multinacionalne korporacije.

Kao nositelji procesa globalizacije, multinacionalne korporacije imaju velik utjecaj na svijet i svjetsku ekonomiju. Utjecaj korporacija na globalizaciju ima svoje pozitivne i negativne strane. Za mnoge ljude multinacionalne korporacije predstavljaju ono loše što se događa u procesu globalizacije prvenstveno zbog njihove moći i želje za profitom. Iako je i danas cilj korporacija profit, njihov razvoj je ipak krenuo u nekom drugom smjeru te mnoge korporacije polako prihvaćaju društveno odgovorno poslovanje.

Ključne riječi: globalizacija, multinacionalne korporacije.

SUMMARY

Globalization is part of our everyday life and as a concept has its supporters and opponents. International integrations and multinational corporations have been main drivers of the globalization.

Multinational companies, as the one of globalization carriers did strongly influenced on the world and the world economy. The impact of corporations on globalization has its pros and cons. For many individuals, multinational corporations represent the bad that happens in the process of globalization mainly as of their power and profit desire. Although that main goal of corporations is profit, they started to drive business in a different direction where many of those are gradually introducing socially responsible concept.

Keywords: globalization, multinational corporations.

SADRŽAJ

1. UVOD	……..	1
1.1. Predmet i cilj rada	……..	1
1.2. Izvori podataka	……..	1
1.3. Struktura rada	……..	1
2. GLOBALIZACIJA	……..	2
2.1. Pojam globalizacije	……..	2
2.2. Pozitivini učinci globalizacije	……..	4
2.3. Negativni učinci globalizacije	……..	5
2.4. Pobornici i protivnici globalizacije	……..	9
3. MULTINACIONALNE KORPORACIJE	……..	13
3.1. Pojam multinacionalnih korporacija	……..	13
3.2. Utjecaj multinacionalnih korporacija na globalizaciju	……..	15
3.2.1. Ekologija	……..……	17
3.2.2. Premještanje pogona u slabije razvijene zemlje	……..	19
3.2.3. Uništavanje kulturne baštine	……..	21
3.2.4. Globalizacija trgovine	……..	22
3.2.5. Ratovi za resusrse	……..	24
3.2.6. Globalizacija u automobilskoj industriji	……..	25
3.2.7. Filantropija	……..	27
4. UTJECAJ MCDONALD'S-a NA GLOBALIZACIJU	……..	29
4.1. Općenito o McDonald's-u	……..	30
4.2. Utjecaj na globalizaciju	……..	31
5. UTJECAJ ROYAL DUTCH SHELL-a NA GLOBALIZACIJU	……...	34
5.1. Royal Dutch Shell	……...	34
5.2. Utjecaj Shell-a na globalizaciju	……...	34
5.3. Shell danas	…….	37
6. DRUŠTVENA ODGOVORNOST	…….	38
7. ZAKLJUČAK	…….	41
LITERATURA	…….	42
POPIS SLIKA	…….	44
POPIS TABLICA	…….	45
POPIS DIJAGRAMA	…..……..	46

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada je utjecaj multinacionalnih kompanija na globalizaciju a cilj rada je objasniti na koji način multinacionalne kompanije utječu na globalni svijet.

1.2. Izvori podataka

Kao izvori podataka korištena je stručna literatura domaćih i stranih autora, stručni časopisi i internet stranice.

1.3. Struktura rada

Rad se sastoji od sedam međusobno povezanih cjelina. U prvom dijelu navedeni su predmet i cilj rada, izvori podataka te struktura rada. Drugi dio ukratko pojašnjava pojam globalizacije, njezine pozitivne i negativne učinke te na koji način na globalizaciju gledaju njeni pobornici i protivnici. Multinacionalne kompanije postale su jače i utjecajnije od mnogih država svijeta. O tome, kao i o njihovom utjecaju na globalizaciju govori se u tećem dijelu. Četvrti dio donosi primjer McDonald's-a kao predstavnika prehrambene industrije, na globalizaciju. U petom dijelu je objašnjen utjecaj na globalizaciju jedne od najmoćnijih naftnih kompanija – Royal Dutch Shell-a. Nakon burne prošlosti, multinacionalne kompanije prihvatile su društvenu odgovornost te, iako malim koracima, mijenjaju način poslovanja. O tome kako su odgovorili na društvenu odgovornost McDonald's i Shell govori šesti dio. U sedmom dijelu sažet je cijeli rad.

2. GLOBALIZACIJA

"Može li mahanje krila leptira u Brazilu uzrokovati tornado u Texasu?" Ovu rečenicu izrekao je Edward Norton Lorenz, američki matematičar na sastanku Američkog udruženja za unapređivanje znanosti 1972. godine u Washingtonu. Iako je spomenuta rečenica vezana uz "teoriju kaosa" koja se koristi u fizici i matematici, ona se može u potpunosti primijeniti u ekonomiji. Ono što se događa na drugoj strani svijeta ovog trenutka, može ostaviti učinak ovdje ne nakon što se tržišta otvore, čak niti idućeg trenutka, već ovog trenutka – upravo sada[1]. Događanja u jednom dijelu svijeta u najkraćem mogućem vremenu utječu na događanja na drugom kraju svijeta. Kao primjer može se spomenuti nekoliko takvih događaja: odluke vlade SAD-a, odnosno vlade neke druge veće države da promijeni kamatne stope, prekomjernu sječu drveća u tropskim šumama, kvarove ili nesreće u nuklearnim elektranama (primjer Černobila), razne epidemije, širenje AIDS-a, brojne odluke takvih nadnacionalnih organizacija kao što su Europska unija, NATO, Međunarodni monetarni fond, Organizacija ujedinjenih naroda itd.[2]

Globalizacija je prisutna u našoj svakodnevici htjeli mi to ili ne. Životi su nam na mnogo načina, ponajviše putem medija, izloženi globalizaciji, te shodno tome, mnogi imaju za reči nešto na tu temu. Time su se stvorila dva ekstremna pola, oni koji uvelike brane proces i oni koji ga žestoko napadaju.

2.1. Pojam globalizacije

Koliko postoji svijet, toliko postoji suradnja među zemljama i ljudima. Iako nam se čini da je pojam globalizacije pojam novijeg vremena, počeci mu sežu u 19. stoljeće gdje je Velika Britanija koristila masovno trgovanje sa svojim kolonijama. Kasnije se globalizacija razvijala dogovorima između država. U povijesti bili su to mahom bilateralni ugovori kojima su se regulirala međusobna trgovinska i ekonomska pitanja.[3] Razvojem svjetske trgovine, nastala je potreba za multilateralnom suradnjom koja je svoje početke bilježila između dva svjetska rata, a nakon Drugog svjetskog rata počela se snažnije razvijati kada dominantnu ulogu u procesu globalizacije preuzimaju Sjedinjene Američke Države.

Globalizaciji su značajno pridonijele međunarodne integracije poput[4]:

- Univerzalnih međunarodnih organizacija (npr. Ujedinjeni narodi)
- Regionalnih međunarodnih integracija (npr. EU)
- Političkih organizacija (npr. NATO)
- Univerzalnih organizacija (npr. Međunarodni monetarni fond i Svjetska banka)
- Regionalnih organizacija (npr. Udruženje za slobodnu trgovinu Latinske Amerike – LAFTA)

[1] Ohmae K., „Nova globalna pozornica", Mate, Zagreb, 2007., str. 250.
[2] Rizman R.: "Globalizacija i autonomija", Nakladno istraživački zavod Politička kultura, Zagreb, 2014., str. 15.
[3] Kovačević B., "Gospodarstvo svijeta", mikrorad d.o.o., Zagreb, 2003., str. 35.
[4] Prema: Kovačević B., op. cit., str. 36-37.

- Subregionalnih organizacija (npr. Srednjoeuropski sporazum o slobodnoj trgovini – CEFTA)
- Specijaliziranih organizacija (npr. Svjetska zdravstvena organizacija – WHO)
- Zona slobodne trgovine (CEFTA, NAFTA, LAFTA)
- Carinskih unija gdje zemlje imaju zajedničke carinske tarife
- Zajedničkih tržišta

Mnogi autori dali su svoju definiciju pojma globalizacije. Jan Aart Scholte naveo je pet širih definicija globalizacije[5]:

- Globalizacija u smislu internacionalizacije – prema ovoj definiciji globalizacija je proces rastuće međunarodne razmjene i međusobne ovisnosti;
- Globalizacija kao liberalizacija – objašnjava uklanjanje prepreka među državama kako bi nastala otvorena globalna ekonomija;
- Globalizacija izjednačena sa univerzalizacijom – pod ovim pojmom podrazumijevalo se korištenje gregorijanskog kalendara, kineskih restorana, dekolonizaciju, širenje automobilizma i sl.;
- Globalizacija izjednačena sa vesternizacijom ili modernizacijom – podrazumijeva širenje socijalnih struktura modernosti (kapitalizma, racionalizma, industrijalizma i drugih) po svijetu pri čemu "melju u prah" stare strukture i tradicije. U ovom slučaju često se spominje imperijalizam McDonalds´a, Hollywooda i CNN-a.
- Globalizacija kao deteritorizacija – najradikalnija definicija koja objašnjava rekonfiguraciju geografije.

Glavni cilj ekonomske globalizacije jest globalizirati cjelokupno svjetsko gospodarstvo, a budući da je SAD daleko najbogatija zemlja i da kontrolira svjetsko gospodarstvo (uz podršku svojih saveznika i organizacija koje mahom nisu ustrojene na biračkoj osnovi, kao što su Međunarodni monetarni fond, Svjetska banka i Svjetska trgovinska organizacija), to praktički znači da se svjetsko gospodarstvo neumitno prilagođava ulagačima iz SAD-a i gospodarstvu SAD-a[6].

Globalizacija je posebno mjesto dobila u medijima, posebice potkraj 80-ih i početkom 90-ih godina prošlog stoljeća nakon sloma komunizma, završetka Hladnog rata i početka tranzicije u istočnoj Europi. Posebno je globalizacija opisivala širenje suvremenih informatičkih tehnologija, a osobita tzv. internetska revolucija, kao i označavanje društvenog stanja u kojem kao da su počeli nestajati razlozi za krupne društvene prijepore i sukobe[7].

[5] Prema: Scholte Jan Aart: "Globalisation – A Critical Introduction", Houndsmills, Basingstoke: MacMillan, 2000., str. 15-16.
[6] Fox J., "Chomsky i globalizacija", Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2001., str. 28.
[7] Dekanić I., "Nafta – blagoslov ili prokletstvo", Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb 2007., str. 137.

U literaturi se spominju četiri ključna aspekta globalizacije[8]:

- veliko povećanje međunarodne trgovine
- povećano kretanje kapitala preko državnih granica
- povećano kretanje (seljenje) ljudi preko državnih granica
- razmjena znanja, tehnologije i informacija

Na posljetku može se zaključiti da globalizacija označava uklanjanje prepreka u prometu roba, ljudi, kapitala i ideja.

2.2. Pozitivini učinci globalizacije

Razvojem globalizacije lakši je pristup i dostupnost svijeta u najširem smislu riječi te informacijama, znanjima, kulturama i tehnologijama. Internet je promijenio svijet a elektroničko komuniciranje je ušlo u našu svakodnevicu. Ne samo da se putem mreže razmjenjuju informacije, sklapaju poslovi i obavljaju razna plaćanja, nego se uvodi i efikasnija državna uprava[9]. Trenutno u svijetu internet koristi 4,5 milijarde ljudi što je 58% svjetske populacije a 3,8 milijardi koristi društvene mreže[10]. Broj ljudi koji koriste internet u godini dana povećao se za 298 milijuna. Internet zasigurno ima veliki utjecaj u razvoju globalizacije.

Unatoč trenutnoj pandemiji uzrokovanoj virusom SARS-CoV-2 globalizacija u suštini uzrokuje ubrzavanje i rast svjetskog gospodarstva. Donedavno najveća svjetska ekonomija Sjedinjene Američke Države ne bilježe posljednjih godina najveći gospodarski rast. Vodeće države prema gospodarskom rastu su Kina, Indija, Indonezija, Meksiko, Turska itd. Upravo zbog tako brzog rasta, Kina je u 2019. godini preuzela vodeće mjesto najveće svjetske ekonomije sa BDP-om od 25,27 bilijuna dolara.

Slobodno tržište koje omogućuje slobodno kretanje ljudi, dobara i kapitala obilježje je globalizacije iz razloga što se granice između zemalja brišu i uz pomoć novih tehnologija, geografska pozicija nije više prepreka razmjeni.

Globalizacija omogućava razmjenu demokratskih pogleda između različitih zemalja koja uzrokuje toleranciju i poštivanje tuđih mišljenja, kao i razvoj obrazovanja budući da slobodno tržište potiče zaposlenike koji su visoko obrazovani.

Industrijalizacijom i širenjem gradova povećala se potreba za specijaliziranom i stručnom radnom snagom.

[8] Ibidem
[9] "Hrvatski zemljopis", časopis za zemljopis, povijest i prirodu, ožujak 2002., str. 8.
[10] Prema: We are social LTD., https://wearesocial.com/digital-2020, 24.8.2020.

Zajednički interes država članica EU je da se iskoristi potencijal obrazovanja i kulture u svrhu stvaranja radnih mjesta putem[11]:

- provođenja vremena u inozemstvu zbog učenja;
- priznavanja školskih i visokoškolskih institucija na području cjelokupne EU;
- poznavanja najmanje dva strana jezika uz materinji;
- pristupa visokokvalitetnom obrazovanju za svakoga bez obzira na socijalno-ekonomsko porijeklo;
- stvaranja identiteta kao europljanina, europske kulturne baštine i raznolikosti.

Pozitivni učinak globalizacije je i rast komunikacija između zemalja i individualaca a transakcije između udaljenih tržišnih sudionika mogu se organizirati u vrlo kratkom roku.

Zaštita okoliša ima posebnu važnost u procesu globalizacije svijeta. U pogledu toga učinjeno je mnogo posljednjih desetljeća međutim niti to nije dovoljno što pokazuju posljednje procjene vezane uz globalno zatopljenje. Sjedinjene Američke Države i Kina, kao najveći proizvođači onečišćenja u svijetu premalo su uključene i spremne na dogovor u svrhu smanjivanja onečišćenja. Suprotno tome, Europska unija je puno konkretnija po tom pitanju te kao organizacija ima jasno razrađenu politiku zaštite okoliša i viziju što treba postići do 2050. godine[12]:

- zaštita, očuvanje i povećanje prirodnog kapitala EU-a;
- prelazak EU-a na resursno učinkovito, zeleno i konkurentno gospodarstvo s niskom razinom emisija ugljika;
- zaštita građana EU-a od pritisaka i opasnosti za njihovo zdravlje i dobrobit koji su povezani s okolišem.

2.3. Negativni učinci globalizacije

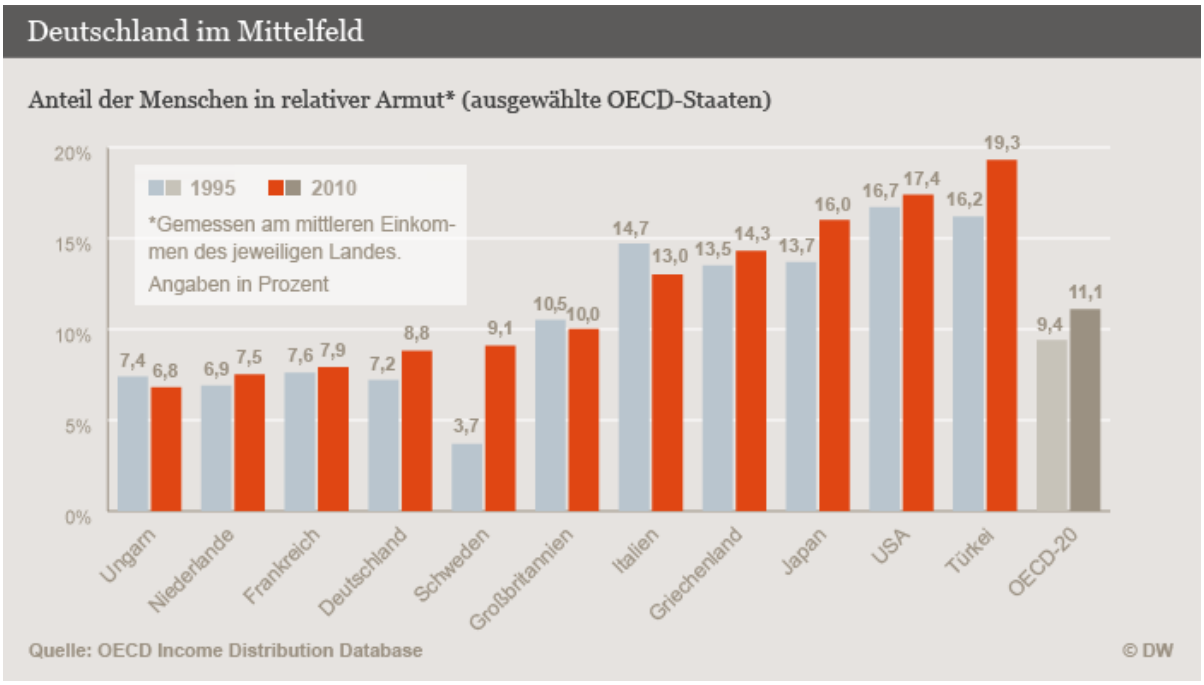
Uniformiranje ukusa, običaja i navika obuhvaća prihvaćanje tuđih normi ponašanja kako u privatnom životu, tako i u poslovanju. Iako te norme ponašanja nisu nužno loše, gubi se identitet pojedinih naroda. U ovom kontekstu najveći medijski utjecaj imaju Sjedinjene Američke Države te u nekim zemljama dolazi do opće amerikanizacije lokalnih i nacionalnih kultura. Izvan teritorija Sjedinjenih Američkih Država, termin „amerikanizacija“ označava sveobuhvatan utjecaj SAD-a na (ne)kulturu drugih država. Najbolji su primjeri „pop kultura“, sport i zabava, političko natjecanje i promocija, medijska propaganda, tehnologije za masovnu komunikaciju i neizbježan američki „junk food“ oblikovan u različitim živopisnim franšizama. Javnosti je tijekom godina postalo jasno kako su Hoollywood i sve što dolazi iz njega najbolji i „najglasniji“ američki proizvod koji je diljem planete oblikovao desetke milijardi ljudi, naročito nakon završetka Hladnog rata i pada Željezne zavjese koja je bila relativno učinkovit grudobran

[11] Prema: Europska komisija, https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area_en, 13.2.2021.
[12] Europska Unija, https://europa.eu/european-union/topics/environment_hr, 13.2.2021.

u američkom utjecaju na oblikovanje modernih umjetnosti i supkultura koje su vremenom prerasle u standarde povezane s ovom državom[13].

Iz dana u dan, iz godine u godinu sve je veća razlika između bogatih i siromašnih. Razlike su među državama, regijama, između muškaraca i žena itd. Povećanje nejednakosti u dohotku ne uzrokuje samo političke i socijalne probleme već i ekonomske s obzirom da siromašno stanovništvo ne može ostvariti svoj potencijal ljudskog kapitala. Na problem tih razlika najviše upozorava Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj – OECD.

Dijagram 2-1. Udio relativno siromašnog stanovništva među nekim zemljama OECD-a 1995. – 2010.



Izvor: Deutsche Welle, https://www.dw.com/hr/sve-ve%C4%87e-razlike-izme%C4%91u-bogatih-i-siroma%C5%A1nih/a-16821753, 15.2.2021.

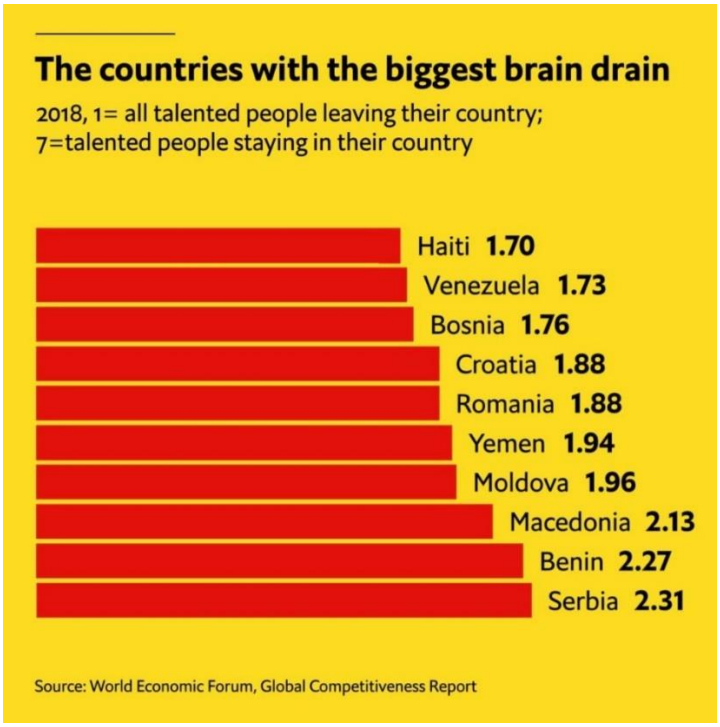
Jedino mjesto u svijetu koje kontinuirano smanjuje nejednakost u prihodima među staležima je Latinska Amerika. Bez gospodarski rast i socijalne politike jačeg uključivanja siromašnijih slojeva u proteklom desetljeću uzdigle su 50 milijuna ljudi u Latinskoj Americi iz siromaštva[14]. Prvi puta se u zemljama Latinske Amerike srednji stalež brojem izjednačio sa siromašnim.

Globalizacija utječe na odlazak radne snage iz zemalja u razvoju. Otvaranjem granica radnicima zemalja u razvoju pruža se mogućnost odlaska na poslove u zemlje višeg životnog standarda. Nekim državama veliki problem stvara "brain drain" ili "odljev mozgova". Gubitak

[13] Magazin plus, https://magazinplus.eu/amerikanizacija/, 13.2.2021.
[14] "Meridijani", časopis, br. 171., siječanj 2013., str. 9.

mlade i obrazovane radne snage golem je izazov za lokalne zajednice diljem Europske unije. Europski odbor regija (OR) upozorava da će, ako se ne uklone društvene i gospodarske neravnoteže između regija iz kojih se stanovništvo iseljava i onih u koje se useljava, odljev mozgova predstavljati rizik za dugoročnu održivost europskog projekta[15]. Prema Indeksu globalne konkurentnosti , mnoge južne i istočne države članice EU-a trenutačno se ubrajaju u države svijeta koje su najmanje kadre zadržati svoje nadarene radnike.

Dijagram 2-2. Zemlje sa najvećim odljevom mozgova u 2018. godini



Izvor: Turistički portal, https://hrturizam.hr/hrvatska-cetvrta-u-svijetu-po-odlasku-obrazovanih/, 20.2.20201.

Časopis The Economist, koristeći podatke Svjetskog ekonomskog foruma (WEF) sukladno izvještaju o globalnoj konkurentnosti (WEF) za 2018. godinu, objavio je infografiku popis zemalja gdje se najviše događa odljev mozgova. Republika Hrvatska je prema tim podacima na visokom 4. mjestu. Na 8.8 talentiranih ljudi koji ostanu u Republici Hrvatskoj, jedna talentirana osoba napusti državu.

Veliki profiti i moć multinacionalnih kompanija postaju sve veći. Od 100 najvećih ekonomija svijeta samo je 25 država. Ostalo su korporacije. Odgovornost multinacionalnih korporacija, koje su bogatije od većine država, sve je veća za niz nedjela, no one trenutno ne

[15] Europski odbor regija, https://cor.europa.eu/hr/news/Pages/tackling-brain-drain.aspx, 20.2.2021.

odgovaraju za korupciju ili teška kršenja ljudskih prava. Na to je upozorilo najznačajnije svjetsko udruženje kaznenopravnih stručnjaka - AIDP[16].

Razvijene zemlje nameću mišljenje zemljama u razvoju. U razvijenim zemljama, posebice SAD-u, tehnološki napredak i globalizacijski efekt (u kombinaciji s efektom histereze uslijed recesije, tj. gubitka poslova, zatvaranja poduzeća i visokih kamatnih stopa početkom 80-ih) intenzivirao je egzodus iz prerađivačkog sektora[17]. Te zemlje krenule su u novu tržišnu retoriku a Latinska Amerika i druge tranzicijske ekonomije postale su poligon za testiranje novog seta vjerovanja i politika. Era stare industrijske politike nominalno je zamijenjena erom Washingtonskog konsenzusa[18].

Onečišćenje okoliša je globalni problem a multinacionalne korporacije uvelike na to utječu, posebice na klimatske promjene. Većina projekcija klimatskih promjena pretpostavljaju da će se buduće promjene – emisije stakleničkih plinova, porast temperature i posljedice poput porasta razine mora – događati postupno. Podizanje globalne temperatura iznad određenog praga moglo bi pokrenuti drastične, nepredvidljive i moguće nepovratne promjene koje će za sobom ostaviti masovne i teške posljedice širokih razmjera[19]. Nakon toga praga, zaustavljanje emisije CO2 u atmosferu ne bi prekinulo pokrenuti proces.

Globalizacija vodi "utrku do dna" gdje su zemlje sa razvijenom a time i skupljom socijalnom zaštitom prisiljene, zbog međunarodnog nadmetanja, smanjiti svoje socijalne transfere da ne bi izgubile potencijalne ulagače[20]. Na problem pritiska na radna mjesta, plaće i standard upozorili su i zastupnici u Europskom parlamentu gdje se zatražilo izbjegavanje te utrke jer bi sadašnji oblik globalizacije i slobodna trgovina mogle potkopati demokraciju, socijalna prava i okoliš[21]. U svijetu pod utjecajem globalizacije postoji dominacija kapitala nad radnom snagom. Kompanije su politički sve moćnije a vlade čine sve da bi zadržale vlastiti i privukle tuđi kapital.

Ekonomisti, filozofi, znanstvenici i aktivisti širom svijeta danas pokušavaju osmisliti kako smanjiti negativne učinke ekonomske globalizacije. Međutim, još uvijek izmiče da bi za humanije odnose u svijetu globalizacija prije svega trebala biti proces osjećaja za druge ljude i kulture, proces razvijanja osjećaja jedinstva, različitosti i suživota, što proizlazi iz svijesti o zajedničkim korijenima i sudbini[22].

---

[16] Jutarnji list, https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/medu-sto-najvecih-svjetskih-ekonomija-samo-je-25-drzava-sve-ostalo-su-velike-korporacije-a-u-tome-se-krije-jedan-veliki-problem-9653029, 20.2.20201.

[17] Ideje.hr, portal, http://ideje.hr/zasto-zemlje-u-razvoju-ne-sustizu-je-li-uzrok-ideoloski-nametnuta-prerana-deindustrijalizacija/, 20.2.2021.

[18] Ibidem

[19] Klein N., "Ovo mijenja sve", VBZ, Zagreb, 2015., str. 11.

[20] Wasserbauer Branko, nastavni materijal, Poslovno upravljanje 2019./2020.

[21] Europski parlament, https://www.europarl.europa.eu/news/hr/press-room/20170509IPR73925/zastupnici-zele-zastititi-gradane-od-negativnih-ucinaka-globalizacije, 20.2.2021.

[22] Nova akropola, časopis, elektroničko izdanje, https://nova-akropola.com/covjek-i-svijet/aktualno/globalizacija/, 26.2.2021.

2.4. Pobornici i protivnici globalizacije

Postoje različite teoretske strategije shvaćanja globalizacije gdje su ljudi više ili manje skloni tom konceptu. Kada se govori o pobornicima shvaćanja globalizacije spominju se tri škole[23]:

- hiperglobalisti – njihova teza globalizaciju definira kao potpuno novo razdoblje u povijesti čovječanstva u kojem nacionalne države postaju neprirodna društvena pojava i ta teza propagira zajedničko globalno tržište i globalnu konkurenciju;
- skeptici – oslanjaju se na statističke podatke o opsegu svjetske trgovine, investiranju i kretanju radne snage u 19. stoljeću čime žele dati do znanja da današnji pojam globalizacije nije ništa novo i da se s njime pretjeruje. Za njih globalizacija znači potpuno integrirano globalno tržište.
- transformacionisti – za njih je nastupilo novo tisućljeće a globalizacija označava silu koja uzrokuje društvene, političke i ekonomske promjene. Ne rade razliku između međunarodnog i unutrašnjeg, između domaćeg i inozemnog.

Niti jedna od spomenutih škola nije vezana uz neki tradicionalni svjetonazor. Među hiperglobalistima mogu se sresti pobornici neoliberalnih pogleda i marksisti, među skepticima mogu se sresti konzervativci i radikali. Unutar triju najvećih sociooloških istraživanja (liberalna, konzervativna i marksistička) ne može se razabrati jedinstveno stajalište prema globalizaciji kao društvenoj i ekonomskoj pojavi[24].

[23] Held D., McGrew A. D., Goldblatt D., Perraton J., "Global Transformations – Politics, Economics and Culture", Stanford University Press, California, 1999., str. 2-10.
[24] Prema: Rizman R., op. cit., str. 19.

Tablica 2-1. Razlike među školama shvaćanja globalizacije

	Hiperglobalisti	Skeptici	Transformacionalisti
Što je novo?	Globalno doba	Trgovinski blokovi, slabija globalna vlast nego prije	Historijski nečuveni nivoi globalne međupovezanosti
Dominantne značajke	Globalni kapitalizam, globalna vlada, globalno civilno društvo	Svijet manje međuovisan nego prije 1890-ih	"Gusta" intenzivna i ekstenzivna globalizacija
Moć nacionalnih država	Nestaje ili opada	Ponovno osnažena ili uzdignuta	Ponovno konstituirana ili restrukturirana
Pogonske snage globalizacije	Kapitalizam i tehnologija	Države i tržišta	Kombinirane snage modernosti
Struktura stratifikacije	Erozija starih hijerarhija	Povećana marginalizacija Juga	Nova arhitektura svjetskog poretka
Dominantni motiv	McDonalds, Madonna, itd.	Nacionalni interesi	Transformacija političke zajednice
Konceptualizacija globalizacije	Ponovno uređivanje okvira za ljudsku akciju	Kao internacionalizacija i regionalizacija	Ponovno uređivanje međuregionalnih odnosa i udaljenih djelovanja
Povijesna putanja	Globalna civilizacija	Regionalni blokovi/sukob civilizacija	Neodređen: globalna integracija i fragmentacija
Zaključani argumenti	Kraj nacije/države	Internacionalizacija ovisna o pristanku i podršci države	Globalizacija transformira moć država i svjetsku politiku

Izvor: Held D., McGrew A. D., Goldblatt D., Perraton J., "Global Transformations – Politics, Economics and Culture", Stanford University Press, California, 1999., str. 10

Ulrich Beck je u svojoj knjizi "Što je globalizacija" naveo osam razloga protiv globalizacije u njenom sadašnjem obliku[25]:

- geografsko širenje i rastuća interakcijska gustoća međunarodnog djelovanja, globalna umreženost financijskih tržišta i rast moći transnacionalnih koncerna,
- informacijsko-komunikacijsko-tehnološka neprekidna revolucija,
- univerzalni zahtjevi za ljudskim pravima
- bujice slika globalnih kulturnih industrija
- postinternacionalna, policentrična svjetska politika – osim vlada postoje po moći i broju rastući transnacionalni akteri (koncerni, nevladine organizacije, Ujedinjeni narodi)

[25] Beck U., "Što je globalizacija?", Vizura, Zagreb, 2003., str. 29.

- pitanje globalnog siromaštva,
- globalno uništavanje okoliša,
- transkulturni sukobi na jednom mjestu.

Često se u medijima spominje pojam "antiglobalizam". Riječ je o pokretu različitih ljudi raznih interesa koji prosvjeduju diljem svijeta protiv današnjeg korporativnog djelovanja. Većim dijelom, antiglobalisti nisu ljudi koji su protivnici globalizacije već je njihov cilj stvoriti pritisak da se granice otvaraju i ljudima a ne samo kapitalu i novcu. Prosvjedi antiglobalista najčešće se događaju prilikom raznih okupljanja i održavanja sastanaka organizacija koje smatraju odgovornima za rast siromaštva u svijetu, primjerice G8[26]. Iako se ponekad "antiglobalistički" prosvjed održava u organizaciji ekstremno desnih skupina pod krinkom očuvanja slobode i samostalnosti vlastitih država, većinom se radi o ekstremnim ljudima suprotnih lijevih svjetonazora i raznim anarhističkim skupinama. Antiglobalističke demonstracije posebno su žestoko djelovale na ulicama Seattlea 1999. i Genove 2001. godine, prigodom susreta predsjednika država ili vlada osam najrazvijenijih zemalja. One su prvi put pokazale kako procesi globalizacije imaju mnogo protivnika i kako su oni spremni to protivljenje iskazati javnim prosvjedima, pa i pod cijenu žestokih sukoba s policijom[27].

Slika 2-1. Prosvjed "antiglobalista" prilikom sastanka G20 u Londonu 2009. godine

Izvor: Daily Mail, https://www.dailymail.co.uk/news/article-1165382/35-000-protesters-turn-G20-march-London---police-arrest-just-one.html, 26.2.2021.

[26] Skupina najrazvijenijih i najmoćnijih zemalja svijeta: SAD, Kanada, Velika Britanija, Francuska, Italija, Japan i Rusija
[27] Dekanić I., op. cit., str. 163.

Zagovornici globalizacije vole reći da je prosvjedovati protiv nje kao prosvjedovati protiv kiše jer se oba procesa događaju prirodno[28]. Oni ističu prednosti globalne komunikacije, povezivanje prostorno udaljenih naroda te naglašavaju da bi takvo povezivanje moglo biti temelj mirnom suživotu u svijetu.

Povezivanje svijeta danas se naveliko odvija i društvenim mrežama. Osnivač najpoznatije društvene mreže Facebook, Mark Zuckerber, želi njome povezati čitav svijet i time ga nanovo globalizirati. Odupirao se antiglobalizacijskim trendovima koje je provodio američki predjednik Donald Trump. "Facebookov cilj, naglasio je Zuckerberg, nije Facebookom zamijeniti ulogu tradicionalnih institucija, već stvarati čvrsto povezane skupine online koje će ojačati te institucije"[29].

Globalizaciju dosta kritiziraju i različite vjerske organizacije poput Katoličke crkve ali i islamske zemlje. Utemeljenje globalizma na liberalističkoj koncepciji društva, zanemarivanje tradicionalnih vrijednosti poput obitelji, religije i općenito sekularizacija života, koju donosi globalizacija, kao i masovni hedonizam globalističke pop-kulture našli su se pod udarom crkvene kritike[30]. Posebnu odbojnost islamskih zemalja prema globalizaciji uzrokovao je Zaljevski rat gdje su američke snage dugo još ostale u Saudijskoj Arabiji.

Da bi se očuvala autonomnost zemalja u razvoju, očuvanje standarda rada, socijalne zaštite i zaštite okoliša, da bi se izbjeglo potonuće u protekcionizam, Dani Rodrik nalaže da se mora prihvatiti pet jednostavnih načela[31]:

- trgovina je sredstvo postizanja ciljeva a ne sama sebi
- pravila trgovanja moraju dopuštati raznolikost nacionalnih institucija i standarda
- nedemokratske zemlje ne mogu računati na iste trgovinske privilegije kao demokratske
- zemlje imaju pravo štititi svoje institucije i razvojne prioritete
- zemlje nemaju pravo drugima nametati svoje institucionalne odabire.

Globalizacija je razlog oživljavanja lokalnih kulturnih identiteta u različitim dijelovima svijeta. Ako se netko upita zašto, na primjer, Škoti traže veću nezavisnost u Ujedinjenom Kraljevstvu, ili zašto u Quebecu postoji snažni separatistički pokret, odgovor ne treba tražiti samo u povijesti njihove kulture. Kako moć starijih nacija-država postaje slabija, lokalni nacionalizmi izrastaju kao odgovor na globalizacijske tendencije[32].

[28] Društvo hrvatskih književnika – Istarski ogranak, https://www.dhk-pula.hr/pristupi-osvrti/detaljnije/globalizacija-nije-kisa-globalizacija-i-antiglobalizacija-u-kulturnom-konte, 26.2.2021.
[29] Večernji list, https://www.vecernji.hr/techsci/mark-zuckerberg-se-opire-antiglobalizacijskim-trendovima-zeli-povezati-sve-na-svijetu-1150926, 26.2.2021.
[30] Dekanić I., op.cit. str. 164.
[31] Prema: Rodrik D., ""Industrijska politika za 21. stoljeće", HGK biblioteka, Zagreb, 2007., str. 245-251.
[32] Giddens A., "Odbjegli svijet", Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2005., str. 34.

3. MULTINACIONALNE KORPORACIJE

"Tuđman je naša Coca Cola", izjavio je novinar Nenad Ivanković na predstavljanju predsjedničkog kandidata Miroslava Tuđmana 2001. godine čime je želio naglasiti da je on proizvod koji će se dobro prodavati s obzirom da je Coca Cola jedna od najvećih korporacija svijeta.

Nositelj procesa globalizacije danas su multinacionalne korporacije. One postaju globalna poduzeća koje otvaraju svoje pogone i predstavništva diljem svijeta: u razvijenim, srednje razvijenim, nerazvijenim zemljama kao i u zemljama u tranziciji[33]. Mnoge multinacionalne korporacije imaju veću moć od država, a s obzirom da od današnje neoliberalne globalizacije one imaju najveću korist, cijeli "antiglobalistički" pokret u svijetu se često naziva i "antikorporacijskim".

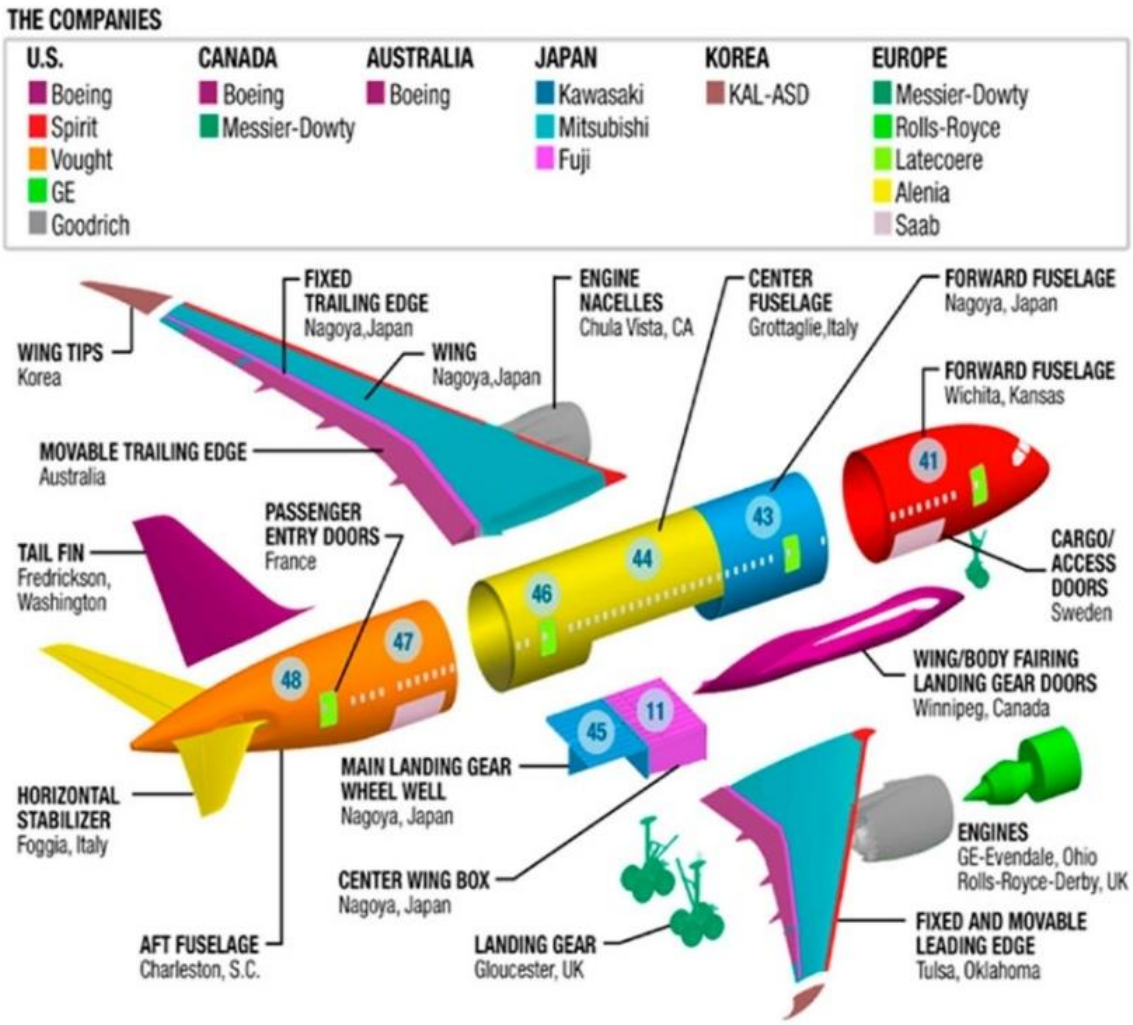
3.1. Pojam multinacionalnih korporacija

Korporacije se često ocrnjuju kao pohlepne, bezdušne tvorevine koje stavljaju profit iznad svega ostalog. Mnogi slučajevi korporacijskih zlodjela opravdano su postali zloglasni: Nestleova kampanja u kojoj uvjerava majke iz trećeg svijeta da se za ishranu svoje dojenčadi služe tvorničkom mješavinom hrane umjesto majčinim mlijekom; Bechtelov pokušaj privatiziranja bolivijske vode (dokumentiran u filmu Thirst); polustoljetna urota američkih duhanskih kompanija kako da uvjere ljude da nema znanstvenog dokaza da je pušenje loše za zdravlje, čak i kad su njihova vlastita istraživanja potvrdila da jest (što je prekrasno dramatizirano u filmu *The Insider "Probuđena savjest"*); Monsantov razvoj sjemenja koji proizvodi biljke koje pak proizvode sjemenje koje se ne može ponovo posaditi, prisiljavajući time seljake da svake godine kupuju sjeme; Exxonovo golemo izlijevanje nafte kod Valdeza i kasniji pokušaji kompanije da izbjegne plaćanje naknade[34]. Za Joela Bakana korporacija je "patološka institucija, opasan podsjetnik velike moći nad ljudima i društvom"[35].

Za mnoge ljude multinacionalne korporacije simboliziraju sve ono negativno u globalizaciji. Nazivaju se još transnacionalnim ili međunarodnim kompanijama. Definicijski gledano multinacionalne korporacije su poduzeća koja obavljaju različite poslovne operacije u dvije ili više država i imaju važnu ulogu u svjetskoj trgovini i investicijama jer su nositelji globalizacije i internacionalizacije proizvodnje i trgovine[36].

[33] Kovačević B., op. cit., str. 6.
[34] Stiglitz E. Joseph, "Uspjeh globalizacije", Algoritam, Zagreb, 2009., str. 207.
[35] Bakan J., "Korporacija", Mirakul d.o.o., Zagreb, 2006., str. 10.
[36] Meridijani, http://www.meridijani.com/publication/e-udzbenik/zemlja-na-dlanu-geografija-2/poglavlje/57/lekcija/245, 25.2.2021.

Slika 3-1. Zemlje i kompanije u kojima se proizvode dijelovi za avion Boeing 787



Izvor: Meridijani, http://www.meridijani.com/publication/e-udzbenik/zemlja-na-dlanu-geografija-2/poglavlje/57/lekcija/245, 25.2.2021.

Na koji način posluju multinacionalne korporacije najbolje je vidljivo na slici 3-1. Boeing 787 proizvodi u 9 država na 17 lokacija.

Podružnice multinacionalne korporacije u svakoj zemlji djeluju kao domaća poduzeća, podliježući pravnim propisima te zemlje, ali su svojom poslovnom politikom vezane za središnjicu korporacije. Za nacionalnu pripadnost kompanije obično se koristi lokacija središnjice[37].

[37] Leksikografski zavod Miroslav Krleža, https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42385, 25.2.2021.

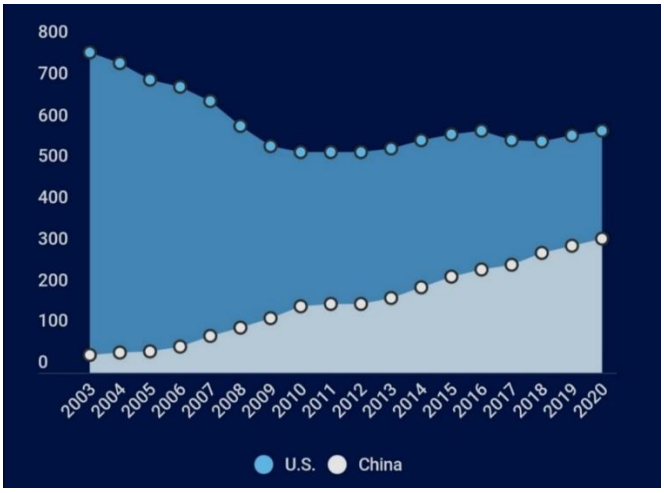
3.2. Utjecaj multinacionalnih korporacija na globalizaciju

Avram Noam Chomsky, američki znanstvenik i politički aktivist, poslovanje i djelovanje multinacionalnih korporacija često naziva "kororacijskim fašizmom". To prvenstveno proizlazi iz moći korporacija koje će zbog profita žrtvovati sve. Ako izuzmemo devet najbogatijih država po BDP-u, 200 najbogatijih korporacija ekonomski je moćnije od ostatka svijeta, korporacije drže 90% tehnologije i patenata, 500 najvećih korporacija kontrolira 70% svjetske trgovine, od toga se 1/3 odvija unutar iste korporacije a 1/3 unutar podružnica različitih korporacija[38].

Mnogi autori kritiziraju uspoređivanje multinacionalnih korporacija i država. Bivši savjetnik WTO-a, Philippe Legrain izjednačio je takvo uspoređivanje sa uspoređivanjem krušaka i jabuka, odnosno "kao da tvrdimo da je prodavač voća i povrća koji proda 1000 funti robe tjedno bogatiji od odvjetnika koji zaradi 900 funti tjedno"[39]. Odvjetniku ostaje sav novac na raspolaganju dok prodavač svoju zaradu mora dalje ulagati.

Časopis Forbes svake godine objavljuje listu 2000 najjačih kompanija svijeta. Pandemija Covid-19 je u 2020. godini pogodila svaku kompaniju na listi. Vrijednosti kompanija manje su za 4% nego godinu prije. Na listi među 2000 najvećih kompanija čak 588 je iz SAD-a i 324 iz Kine.

Dijagram 3-1. Kretanje broja kompanija iz SAD-a i Kine na forbes-ovoj listi 2000 najmoćnijih kompanija svijeta



Izvor: Forbes, https://www.forbes.com/sites/hanktucker/2020/05/13/global-2000-highlights-inside-the-numbers-of-the-worlds-largest-public-companies/, 26.2.2021.

[38] Šimleša D., "Četvrti svjetski rat", Što čitaš, Zagreb, 2006., str. 67.
[39] Ibidem

Iz dijagrama je vidljivo da udio kompanija iz SAD-a u 2000 najvećih kompanija s godinama pada ili stagnira dok udio kompanija iz Kine konstantno raste.

Tablica 3-1. Popis 20 najvećih kompanija na svijetu u 2020. godini

Rank	Company	Country	Sales (u mlrd. USD)	Profits (u mlrd. USD)	Assets (u mlrd. USD)	Market Value (u mlrd. USD)
1	ICBC	China	162,1	45,3	4322,5	203,8
2	China Construction Bank	China	162,1	38,9	3822	203,8
3	JP Morgan Chase	United States	142,9	30	3139,4	291,7
4	Berkshire Hathaway	United States	254,6	81,4	817,7	455,4
5	Agricultural Bank of China	China	148,7	30,9	3697,5	147,2
5	Saudi Arabian Oil Company	Saudi Arabia	329,8	88,2	398,3	1684,8
7	Ping An Insurance Group	China	155	18,8	1218,6	187,2
8	Bank of America	United States	112,1	24,1	2620	208,6
9	Apple	United States	267,7	57,2	320,4	1285,5
10	Bank of China	China	135,4	27,2	3387	112,8
11	AT&T	United States	179,2	14,4	545,4	218,6
11	Toyota Motor	Japan	280,5	22,7	495,1	173,3
13	Alphabet	United States	166,3	34,5	273,4	919,3
13	ExxonMobil	United States	256	14,3	362,6	196,6
13	Microsoft	United States	138,6	46,3	285,4	1359
16	Samsung Electronics	South Korea	197,6	18,4	304,9	278,7
17	Wells Fargo	United States	98,9	14,3	1981,3	118,8
18	Citigroup	United States	104,4	17,1	2219,8	101,1
19	Walmart	United States	524	14,9	236,5	344,4
20	Verizon Communications	United States	131,4	18,4	294,5	237,7

Izvor: Forbes, https://www.forbes.com/global2000/#5aa5eafb335d, 26.2.2021.

Tablica prikazuje popis najvećih multinacionalnih kompanija u 2020. godini po više kriterija. Prva dva mjesta zauzimaju kompanije iz Kine. Među 20 najvećih kompanija svijeta, 17 ih je iz Kine ili SAD-a stoga ne čudi ekonomski rat koji se godinama vodi između te dvije države.

Od svojih početaka korporacije su počele gomilati resurse i činiti sve da se ostvari profit. Društveno odgovorno poslovanje nije im bilo u planu. Ljudi su sve više gubili kontrolu nad postupcima i djelovanjem korporacija, posebno od 1886. godine kad su pale odluke Vrhovnog suda SAD-a da korporacijama priznaju sva prava kao osobama[40].

Temeljna zajednička obilježja multinacionalnih kompanija su[41]:

- veličina,
- velika ekonomska moć,
- utemeljenost na znanstvenim načelima proizvodnje, tehnologije, upravljanja i organizacije rada,
- obavljanje osnovne djelatnosti u drugim državama putem inozemnih afilijacija.

Ako bi ukratko trebalo navesti što je pozitivno a što negativno kod multinacionalnih kompanija, pozitivna strana multinacionalnih korporacija je skupljanje i spajanje financijskih, prirodnih i ljudskih resursa širom svijeta, a negativno je to što je kod multinacionalnih kompanija prevelika koncentracija moći.

3.2.1. Ekologija

Utjecaj multinacionalnih kompanija na globalizaciju danas se najčešće veže uz ekologiju. U posljednja četiri desetljeća korporativni interesi sustavno iskorištavaju raznorodne oblike krize kako bi promicali politiku kojom se bogati malobrojna elita – uklanjanjem regulativa, rezanjem javne potrošnje i nametanjem gotovo sveobuhvatne privatizacije javnog sektora[42]. Često to budu izlike za gaženje sloboda i ljudskih prava stoga ni klimatske promjene u tome nisu nikakav izuzetak.

1997. godine u Kyotu je prihvaćen protokol kojim industrijalizirane države svijeta postavljaju cilj smanjenja emisije ukupno za 5% u razdoblju od 2008. do 2012. u odnosu na baznu 1990. godinu[43]. Kako bi zaštitile svoje djelovanje korporacije su počele kupovati javne šume diljem svijeta kako bi dobile nešto što se naziva "ugljični kredit". Posjedovanjem takvih šuma, korporacije se ne moraju odreći proizvodnje u cilju smanjenja stakleničkih plinova. Također, globalne korporacije za reosiguranje zarađuju milijarde, dijelom prodajom novih planova zaštite zemljama u razvoju koje gotovo ničim nisu pridonijele stvaranju klimatske krize,

[40] Šimleša D., op. cit., str. 69.
[41] Kovačević B., op. cit., str. 9.
[42] Klein N., op. cit., str. 17.
[43] Ministarstvo zaštite okoliša i prirode, http://klima.mzoip.hr/default.aspx?id=82, 27.2.2021.

a čija je infrastruktura velikim dijelom osjetljiva na njihov utjecaj[44]. Zbog izbjegavanja Kyoto protokola, nevladine organizacije u SAD-u tražile su i ekološke sankcije, odnosno porez vlastitim korporacijama jer time one stvaraju kompetitivnu prednost ispred europskih koje su zbog toga odlučile izdvojiti značajna financijska sredstva.

Kada razmišljamo o prijetnjama okolišu najčešće zamišljamo automobile i velika tvornička postrojenja ali ne i naš obrok. Prehrambene navike su jedan od najvećih problema za okoliš. Poljodjelstvo je među najvećim uzročnicima globalnog zatopljenja: emitira više stakleničkih plinova nego svi naši automobili, kamioni, vlakovi i zrakoplovi zajedno, uglavnom zahvaljujući metanu koji ispuštaju goveda i rižina polja, dušikovu oksidu sa nagnojenih polja te ugljikovu dioksidu iz šuma posjećenih radi uzgoja poljodjelskih kultura ili stoke[45]. Uz to, ratarstvo je najveći potrošač pitke vode ali i veliki zagađivač jer otjecanje gnojiva uništava rijeke, jezera i obalne ekosustave. Poljodjelstvo utječe na krčenje šuma zbog obradivih površina čime se gube staništa. Povećanje standarda u nekim državama dovodi do veće potražnje za mesom čime dolazi do povećanja uzgoja kukuruza i soje zbog prehrane goveda, svinja i kokoši. Uzgoj stoke pokriva više od 38% površine zemlje koja se ne nalazi pod ledom.

Slika 3-2. Krčenje Amazone

Izvor: Brasildefato, https://www.brasildefato.com.br/especiais/campeoes-de-desmatamento-e-queimadas-na-amazonia-sao-dominados-pelo-gado-e-pela-soja, 28.2.2021.

[44] Klein N., ibidem
[45] "National Geographic", časopis, br. 5., svibanj 2014., str. 35.

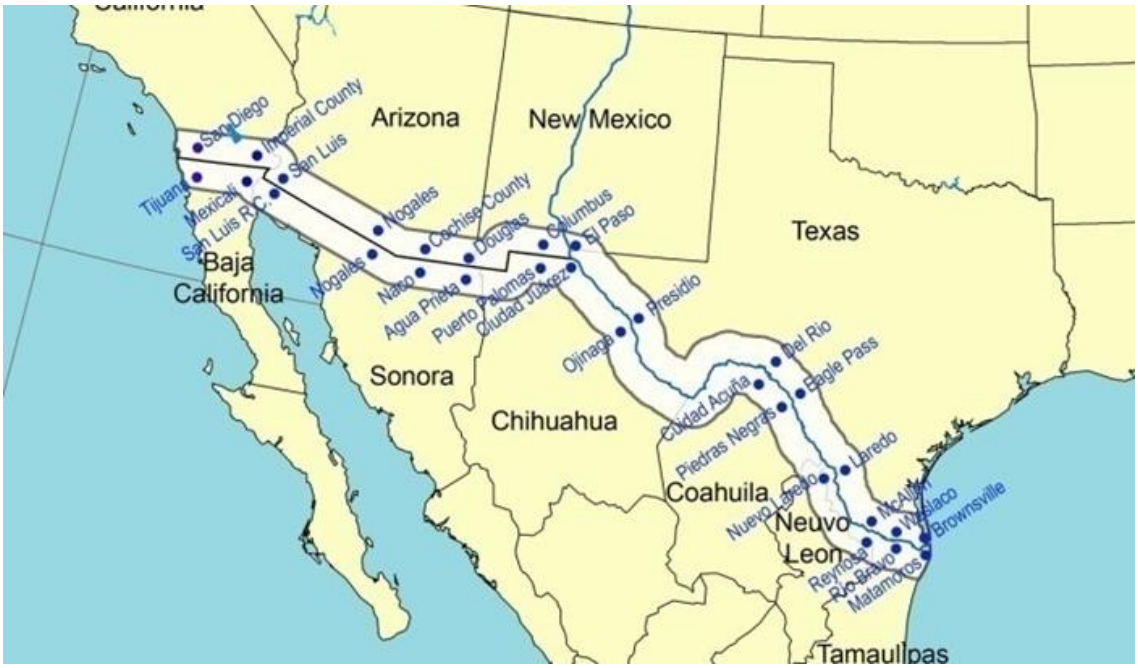
Krčenje šuma, deforestaciju, naročito trpi Brazil koji za potrebe multinacionalnih korporacija iz prehrambenog sektora svake minute iskrči veličinu jednog nogometnog igrališta. Kompanije su u Brazilu naišle na plodno tlo 2019. godine kada je na dužnost stupio novi predsjednik Jair Bolsonaro kojem ekologija nije prioritet. Šume se krče kako bi se dobila polja za ispašu stoke i uzgoj genetski modificirane soje kojom se hrani stoka koja se može naći u lancima brze prehrane i u Hrvatskoj[46].

3.2.2. Premještanje pogona u slabije razvijene zemlje

Mnoge multinacionalne korporacije svoja postrojenja prebacuju u zemlje trećeg svijeta prvenstveno zbog jeftinije radne snage ali i zbog zabrane onečišćenja okoliša u svojim zemljama, poreznih oaza i slično.

NAFTA ili Sjevernoamerički sporazum o slobodnoj trgovini ima veliki utjecaj na okoliš. Članice NAFTA-e su SAD, Kanada i Meksiko. Kako ugovor o slobodnoj trgovini ima prednost ispred propisa o zaštiti okoliša, u zoni Maquiladora koje se nalazi samo nekoliko kilometara unutar teritorija Meksika a proteže se 3 000 km duž američko-meksičke granice smjestila su se postrojenja mnogih multinacionalnih kompanija iz SAD-a.

Slika 3-3. Zona Maquiladora uzduž granice Meksika i SAD-a



Izvor: Global business professor, http://globalbusinessprofessor.com/mexico-extension-granted-to-nonresidents-operating-under-maquiladora-shelter-regime/, 27.2.2021.

[46] Izvor: Večernji list, https://www.vecernji.hr/biznis/perad-tovljena-gm-sojom-iz-brazila-i-na-mcdonaldsovu-meniju-948873, 28.2.2021.

39% meksičkog izvoza dolazi iz te regije a zagađenje je u nekim dijelovima 6 000 puta veće od granice koja je dozvoljena u SAD-u. Većina proizvedenih roba u toj zoni plaća se u dolarima čime meksički pesos gubi vrijednost što za posljedicu ima rast inflacije. Većina uvoza iz SAD-a u Meksiko nikada ne dospije na meksičko tržište već se radi u transportu od kompanije u SAD-u do podružnice u Meksiku[47].

Jedna od glavnih prednosti Maquiladore je ta što svi materijali, dijelovi i oprema za proizvodnju povezani s ovim tvornicama mogu ući u meksičke granice bez plaćanja poreza. Proizvodnja iz tih tvornica izvozi se u SAD s mnogo nižim carinama nego što bi bio slučaj da su otpremljene u druge zemlje. Treba istaknuti da je zbog toga pogranično područje Maquiladore zabilježilo visoke stope rasta uz pad nezaposlenosti.

No osim ekoloških, Meksiko je trpio i druge posljedice zbog NAFTA-e. Od početka primjene Meksiko je povećao uvoz hrane sa 20 na 43%, plaće su snižene za 40 do 50%, troškovi života su se povećali i do 80%[48].

Osim prebacivanja pogona, svjedočimo i postupku prebacivanja jako teških i opasnih poslova u nerazvijene zemlje od strane multinacionalnih kompanija. Jedan od takvih poslova je rezanje brodova na obali Bangladeša.

Slika 3-4. Rezači brodova u Bangladešu

Izvor: World Finance, https://www.worldfinance.com/markets/the-nature-of-shipbreaking-is-casting-a-shadow-over-the-shipping-industry, 28.2.2021.

[47] Prema: Šimleša D., "Snaga utopije", Što čitaš, Zagreb, 2000., str. 86.
[48] Ibidem

Veliki brodovi imaju vijek trajanja oko 25 do 30 godina i nakon toga njihovo održavanje postaje poprilično skupo i kompanijama neisplativo te odvoze brodove u Bangladeš gdje jeftina, potplaćena i poprilično mlada radna snaga obavlja te poslove za puno manju naknadu nego što bi to bilo u vlastitim državama. Rezanje brodova vrlo je unosan posao jer kompanije plaćaju između 3 i 10 milijuna dolara po plovilu. Iskorištava se apsolutno sve. Ono što je moguće, koristi se za nova plovila, ono što nije, prodaje se kao staro željezo. U Bangladešu ovaj posao često rade djeca mlađa od 14 godina koja skrivaju svoje godine jer to je dobna granica da bi se mogli zaposliti. Upravitelji rezališta najviše vole mlade radnike jer su jeftini, manje svjesni opasnosti a mala tijela im omogućuj da se zavuku u svaki kutak broda.

3.2.3. Uništavanje kulturne baštine

U Afganistanskom gradu Mesa Aynaka vodi se prava utrka između znanosti i kapitala. Ostaci vrijednog budističkog hrama nalaze se na području nalazišta velikih količina bakra. Kineski ulagači namjeravaju tamo otvoriti rudnik a to bi bila najveća investicija ikada u Afganistanu. Arheolozi su se stoga dali u utrku s vremenom i kapitalom kako bi zaštitili kulturno blago prije nego što bude zauvijek izgubljeno. U protivnom, bila bi to još jedna katastrofa poput one kada su talibani uništili dva drevna kipa Bude na zapadu zemlje[49]. Vrijednost bakra na tom području iznosi 100 milijardi dolara što je pet puta više od vrijednosti gospodarstva Afganistana.

Prethodno opisano uništavanje šuma Amazone po „odobrenju" brazilskog predsjednika Bolsonara a pod "pokroviteljstvom" velikih multinacionalnih kompanija za čije se potrebe uzgaja soja i govedina, mogle bi nestati čitave kulture poput plemena Kayapo indijanaca. To je posljednje veliko uporište domorodačke kulture, kronično ugrožene ali još uvijek vitalne, netaknute, neporažene[50]. Kako su se nekada odupirali misionarima, tragačima za zlatom, trgovcima robljem i lovcima na jaguarovu kožu, tako se danas odupiru korporacijama i rančerima.

Jedan od najžešćih boraca za očuvanje Amazonske prašume a time i života i baštine domorodačkih plemena je poglavica Kayapo indijanaca Raoni Metuktire. 2020. godine nominiran je za Nobelovu nagradu a zbog problema krčenja prašume sastao se sa mnogim poznatim i slavnim osobama kao npr. francuskim predsjednikom Macronom, pjevačem Stingom s kojim je problem Amazone predstavio svijetu još 1987. godine.

[49] Časopis "Meridijani", br. 175., svibanj 2013., str. 11.
[50] Časopis "National Geographic", br. 1, siječanj 2014., str. 48.

Slika 3-5. Raoni Metuktire, poglavica Kayapo plemena

Izvor: Večernji list, https://www.vecernji.hr/vijesti/za-nobela-kandidirali-poglavicu-koji-pjeva-sa-stingom-i-druzi-se-s-predsjednicima-1345739, 28.2.2021.

3.2.4. Globalizacija trgovine

Internacioanlizacija maloprodaje, jedan je od dominantnih trendova u toj djelatnosti u Europi, sa zadrškom prema ostalim zemljama u tranziciji na velika vrata ulazi u Hrvatsku, unoseći dosta zabrinutosti u redove domaćih trgovaca[51]. Tako se pisalo prije 21 godinu. Danas manje prodavaonice mješovite robe gotovo da su iskorijenjene sa zanemarivim tržišnim udjelom. U Republici Hrvatskoj 5 trgovačkih lanaca kontrolira 2/3 tržišta hrane i mješovite robe.

Tablica 3-2 prikazuje 10 najvećih trgovačkih lanaca u 2019. godini u kojoj je vidljivo da je njih 5 u stranom vlasništvu.

[51] Časopis "Hrvatski zemljopis", br. 49., svibanj 2000., str. 7.

Tablica 3-2. Top 10 trgovačkih lanaca u Hrvatskoj 2019. godini

Naziv	Ukupni prihod (u 000 HRK)	Promjena '19/'18 (%)	Dobit/gubitak (u 000 HRK)	Promjena '19/'18 (%)	Prosječna plaća	Promjena '19/'18 (%)
Konzum plus	7,657.406	-19,67	-129 556	-54,37	/	/
Lidl	5,865.345	13,35	434.724	24,70	8.542	10,64
Spar	4,805.908	6,24	-26.364	/	5.730	4,68
Plodine	4,372.543	3,61	164.654	12,31	5.346	4,75
Kaufland	3,887.036	7,18	58.766	/	6.803	4,85
Tommy	3,129.748	9,70	151.782	-0,58	5.577	3,07
Pevec	2,137.541	9,35	197.519	14,65	5.582	7,55
DM-Drogerie Markt	1,914.804	5,82	86.307	38,95	9.958	-0,14
Muller trgovina	1,718.241	4,74	160.511	-8,90	6.487	5,01
Studenac	1,697.716	1465,73	31.611	/	5.398	/

Izvor: T Portal, https://www.tportal.hr/biznis/clanak/pogledajte-kako-su-poslovali-vodeci-trgovacki-lanci-u-zlatnoj-godini-prije-koronakrize-20200916, 27.2.2021.

Domaće tržište prehrane i mješovite robe preko Konzuma kontrolira ruski kapital, Lidla i Kauflanda njemački te Spara austrijski. Prije deset godina tržišni udio pet vodećih trgovačkih lanaca bio je 52%, no preuzimanje slabijih i osipanje malih trgovina dovelo je do sadašnje koncentracije od koje potrošači mogu biti na gubitku.[52] Male prodavaonice u ukupnom prihodu od trgovine hranom i mješovitom robom sudjeluju sa 9%. Još 1999., kada je u Zagrebu otvoren prvi centar Mercatone, 78% prometa odvijalo se u malim prodavaonicama a danas se 78% prodaje odvija u supermarketima i hipermarketima.

Tržišno natjecanje sa trgovačkim lancima najbolje je opisala prodavačica na tržnici u afričkoj državi Mali, odgovarajući na pitanje kako se nosi sa subvencioniranom hranom Zapada: "Prodati nešto je kao cijediti krv iz kamena"[53].

[52] Večernj list, https://www.vecernji.hr/vijesti/pet-trgovackih-lanaca-drzi-dvije-trecine-trzista-hrane-1320039, 27.2.2021.
[53] Šimleša D., "Četvrti svjetski rat", Što čitaš, Zagreb, 2006., str. 25.

3.2.5. Ratovi za resurse

Američki geofizičar Marion King Hubbert polovicom prošlog stoljeća izradio je model korištenja poznatih pričuva nafte te je promovirao pojam "peak oil", na hrvatski preveden kao Hubertov vrhunac – vrhunac proizvodnje nafte u svijetu[54]. Po njegovom razmišljanju nakon te točke zalihe nafte u svijetu će početi trajno opadati. No istraživanja tog vremena dokazala su suprotno. Nafte u svijetu već sada ima previše jer, ako bismo do 2050. godine potrošili samo trećinu zaliha fosilnih goriva na svijetu, posljedice bi bile katastrofalne. Temperatura na zemlji bi narasla za 2 stupnja celzijusa što bi stvorilo velike globalne klimatske promjene.

Klimatske promjene se događaju danas ali to su dugoročne posljedice potrošnje fosilnih goriva. Posljedice nabave fosilnih goriva su mnogi ratovi koji se po svijetu vode u ime multinacionalnih kompanija posebice onih iz SAD-a. Najugroženija regija svijeta je svakako Bliski Istok. Radi se o regiji koja ima sudbu da zajedno sa Centralnom Azijom i Rusijom čini stratešku elipsu, odnosno područje gdje se nalazi 75% naftnih i 65% dokazanih plinskih nalazišta[55]. Amerikanci su davno shvatili da se na tom području nalazi budućnost svijeta pa se 1945. godine američki predsjednik Roosevelt našao sa saudijskim princom Ibn Saudom i ponudio mu legalnu diktaturu i zaštitu u zamjenu za naftu. Kasnije je i Jimmy Carter u govoru o stanju nacije objasnio kako vitalni interesi SAD-a leže u Perzijskom zaljevu odnosno u slobodnom protoku tamošnje nafte, što se mora osigurati pod svaku cijenu[56].

Kasnije je sve rezultiralo sa nekoliko ratova na tom području od kojih je najpoznatiji Irački rat koji je trajao od 2003. do 2011. godine. 2001. godine na sastanku kojeg je organizirao američki potpredsjednik Dick Cheney bili su i predstavnici naftnih korporacija Exxona, Shella, British Petroleuma, Conocoa i drugih. Kako je Irak vlasnik 11% svjetskih rezervi nafte, te su korporacije tražile svoj "dio kolača" s obzirom da su naftu u Iraku do tada eksploatirali francuski TotalFinaElf, ruski Lukoil i kineski China National Petroleum. U Irak su poslani inspektori Ujedinjenih Naroda da nađu oružje za masovno uništenje no ništa nije pronađeno. Ono što je također bilo udarac SAD-u i njihovim korporacijama je događaj kada je Sadam Hussein odlučio iračku naftu prodavati u eurima a ne dolarima. Naravno, nakon 2003. godine i okupacije Iraka prodaja nafte ponovno je prebačena u dolare.

Još jedna država je zanimljiva SAD-u i zapadnim naftnim kompanijama – Iran. Ta država je po zalihama nafte druga na svijetu (11,1%) ali i po zalihama plina također druga na svijetu (15,3%)[57]. Saudijska Arabija ima više nafte, Rusija plina ali niti jedna zemlja nema oba resursa u tolikoj mjeri. Srećom, nebo nad Iranom za sada miruje iako je napetost konstantna.

Iako bez rata između država, oružana pobuna zbog uzurpiranja teritorija i resursa dogodila se i u meksičkoj pokrajini Chiapas. Od dana primjene NAFTA-e, 1.1.1994., potomci Maya indijanaca u toj siromašnoj meksičkoj pokrajini digli su glas protiv NAFTA-e i vladine politike u toj pokrajini.

[54] Časopis "Meridijani", br. 171., siječanj 2013., str. 10.
[55] Šimleša D., "Kako potrošiti svijet", Što čitaš, Zagreb, 2008., str. 7.
[56] Ibidem
[57] Ibidem

Slika 3-6. Potomci Maya indijanaca o meksičkoj pokrajini Chiapas

Izvor: Mexico News Daily, https://mexiconewsdaily.com/news/zapatistas-to-extend-their-control/, 27.2.2021.

Pripadnici Maya indijanaca već dulje vrijeme trpe torturu zemljoposjednika i multinacionalnih kompanija jer se u toj pokrajini nalazi 81% meksičkih zaliha nafte a pokrajina Chiapas je najsiromašnija meksička regija. 60% zemlje se nalazi u rukama 3,8% zemljoposjednika a na tom je području uništeno čak 80% šuma. Potomci Maya zastupljeni su u najsiromašnijem stanovništvu sa čak 96,2%. Koliko je regija Chiapas bitna za SAD i njene multinacionalne korporacije najbolje govori Manhattan Bank koja je 1995. godine poručila vladi Meksika kako očekuje eliminiranje prijetnje investiranja u zajednicu[58]. Nakon toga dogodilo se mnoštvo oružanih sukoba meksičke vlade i Zapatističkih gerilskih skupina.

3.2.6. Globalizacija u automobilskoj industriji

Automobilska industrija snažnije se počela razvijati sredinom prošlog stoljeća a svoj uzlet doživjela je sedamdesetih godina kada su cijene nafte počele divljati pa se javila potreba za manjim gradskim automobilima istih performansi što je uključivalo motore manjeg obujma. To se i dogodilo. Proizvedeni su automobili slične kvalitete po istoj ili neznatno višoj cijeni. Omjeru kvalitete i cijene se pokušalo doskočiti već nebrojeno puta. U nekim se primjerima u toj nakani čak i uspjelo, no kada proizvodite nešto što samo za bazične funkcije pogonskog stroja sadrži preko 5,000 dijelova, stvari se dodatno zakompliciraju i to jednostavno ne ide, ma koliko se i

[58] Šimleša D., "Snaga utopije", Što čitaš, Zagreb, 2000., str. 87.

ekonomi i tehnolozi unutar tvrtke trudili[59]. Tu dolazi do globalizacije u proizvodnom i prodajnom dijelu automobilske industrije.

Divovi automobilske industrije počeli su prebacivati proizvodnju u države gdje je jeftinija radna snaga od matičnih država. Kako su s vremenom ljudi počeli gubiti povjerenje u proizvode iz tih država, automobilske kompanije pokušale su tome stati na kraj udruživanjem. Prije 20-ak godina proizvođaču poput npr. Lamborghinija ni na kraj pameti nije bilo udruživati se s ikim po pitanju ičega, baš kao što ni V.A.G. koncernu nije bilo u interesu kupiti tvornicu koja proizvodi 80-ak ručno rađenih automobila na godišnjoj bazi, no danas VW grupacija ima 90% vlasništva Lamborghinija[60].

Nakon spajanja najvećeg europskog koncerna Daimler-Benz i američkog Cryslera, uslijedila je Fordova kupovina Volva. Volkswagen grupa postala je vlasnik Volkswagena, Audija, Seata, Škode, Bentleya, Lamborghinija i Porschea. Ford je nakon Volva preuzeo Jaguar i većinski dio Mazde dok se Toyota uplela svuda – Subaru, Peugeot, Citroen. Što je bilo razlog takvih komešanja u automobilskoj industriji? Prema procjenama ekonomista, kapaciteti automobilske industrije nadmašili su proizvodne rezultate za oko 30% što znači da postoje značajni neiskorišteni potencijali koji poskupljuju proizvodnju[61]. Udruživanjem kapitala htjelo se postići smanjenje troškova proizvodnje.

Drugi razlog udruživanja je bio širenje na nova tržišta. U trenutku spajanja Daimler-Benza i Cryslera, njemački proizvođač je 17% svoje vrijednosti plasirao u SAD, dok je u obrnutom smjeru postotak Cryslera u europu bio 1%.

[59] Automobili hr, https://automobili.hr/novosti/zanimljivosti/zasto-je-automobil-jedan-od-najocitijih-primjera-globalizacije, 28.2.2021.
[60] Ibidem
[61] "Hrvatski zemljopis", ožujak 2000., str. 10.

Tablica 3-3. Deset najvećih proizvođača automobila u 2020. godini

Proizvođač	Tržišni udio (u%)	Broj prodanih automobila (u mil.)	Rast/pad prodanih automobila (u%)
Volkswagen Grupa	11,6	9,31	-14,5
Toyota Grupa	11,1	8,90	-12
Renault Nissan Alijansa	9,9	7,95	-20,5
Hyundai-Kia	8,1	6,52	-10,4
General Motors	7,7	6,26	-13,2
Honda Motor	5,6	4,50	-14,1
Ford Grupa	5,2	4,15	-18,3
Fiat Crysler Automobiles	4,9	3,90	-16,8
PSA Grupa	3,6	2,91	-22
Mercedes Daimler	3,2	2,55	-12,2

Izvor: T Portal, https://www.tportal.hr/autozona/clanak/znate-li-koji-su-najprodavaniji-model-i-marka-automobila-na-svijetu-u-2020-sastavili-smo-za-vas-popis-10-najboljih-20210121, 28.2.2021.

Iz tablice je vidljivo da je svim većim proizvođačima automobila uslijed Covid-19 pandemije pala prodaja automobila. Toyota je uz Kiu, Mercedes i BMW najmanje pogođena Covid krizom jer, iako im je pala prodaja automobila, njihov tržišni udio se povećao. Kriza je najviše utjecala na Volkswagen zbog ovisnosti o kineskom tržištu koje čini preko 40% njihove prodaje[62].

Globalizacija u automobilskoj industriji donijela je gubitak identiteta nekim proizvođačima dok je drugima donijela više koristi i mogućnost širenja na nova tržišta.

3.2.7. Filantropija

Profit 100 najbogatijih osoba u svijetu, u 2013. godini iznosio je 240 milijardi dolara. Prema podacima međunarodne humanitarne organizacije Oxfam International, taj novac bio bi dovoljan da se iskorijeni siromaštvo u svijetu. Profit 1% najbogatijih ljudi se od 1993. Do 2013. Povećao za 60%, a porast profita najbogatijih 0,01% ljudi (njih 600 tisuća od kojih su 1200 milijarderi) bio je još veći[63]. Time se samo produbljuje jaz između bogatih i siromašnih. Neki od najbogatijih ljudi svijeta, poput vlasnika softverske kompanije Microsoft, Bill Gates, odlučili su gotovo cijelo svoje bogatstvo dati u dobrotvorne svrhe. Isto je učinio i Warren Buffet, treći najbogatiji čovjek prema časopisu Forbes i glavni dioničar kompanije Berkshire Hathaway.

[62] Prema: T Portal, https://www.tportal.hr/autozona/clanak/znate-li-koji-su-najprodavaniji-model-i-marka-automobila-na-svijetu-u-2020-sastavili-smo-za-vas-popis-10-najboljih-20210121, 28.2.2021.
[63] Prema: Časopis "Meridijani", br. 175., svibanj 2013., str. 13.

The Coca-Cola Company također ima svoju zakladu kroz koju provodi filantropske aktivnosti. Često daju donacije za projekte održivosti. U 2012. Godini dali su 10,5 milijuna dolara za stipendiranje studenata ali i za pomoć fakultetima, sveučilištima i školama ali i za napredne vodovodne sustave, sanitarije i obrazovanje zbog uštede vode. Također je, nakon potresa u Zagrebu u 2020. godine, zaklada donirala 2,5 milijuna kuna od čega 1,7 milijuna za aktivnosti vezane uz pandemiju bolesti Covid-19 a 850 tisuća kuna za pomoć građanima pogođenih potresom. Zaklada je diljem svijeta ukupno donirala 120 milijuna dolara kako bi pomogla ublažavanju negativnih posljedica pandemije i prateće krize[64].

Strateška filantropija često se koristi u korporacijskom poslovanju. Primjerice, u jednom programu škole u SAD-u, pozvani su učenici da donesu u školu naljepnice lokalnog proizvođača mliječnih proizvoda kako bi ih škola zamijenila za donacije te tvrtke[65].

[64] Hrvatski crveni križ, https://www.hck.hr/novosti/coca-cola-donirala-vise-od-2-5-milijuna-kuna-gradjanima-pogodjenima-epidemijom-i-potresom/10371, 27.2.2021.
[65] Prema: Bakan J., op. cit., str. 164.

4. UTJECAJ MCDONALD'S-a NA GLOBALIZACIJU

Utjecaj McDonald’s-a na globalizaciju je velik. McDonald’s se poistovjećuje sa Amerikom a mekdonaldizacija se naziva amerikanizacijom.

Slika 4-1. Logo McDonald’s-a

Izvor: Deutsche Welle, https://static.dw.com/image/18366785_303.jpg, 25.5.2021.

McDonald's je postao sinonimom American Way of Life i u pozitivnom i u negativnom smislu. Njegov hamburger će imati isti okus i u New Yorku i u Moskvi i uvijek će biti serviran na isti način. Mnogi ljudi su zbunjeni kad u otmjenom restoranu dobiju jelovnik debeo kao knjiga i vinsku kartu debljine sveska enciklopedije. U McDonald'su je sve jednostavno - i bez konobara[66].

[66] Deutsche Welle, https://www.dw.com/hr/mcdonalds-lo%C5%A1e-vrijeme-za-slavljenje-80-ro%C4%91endana/a-53452310, 11.6.2021.

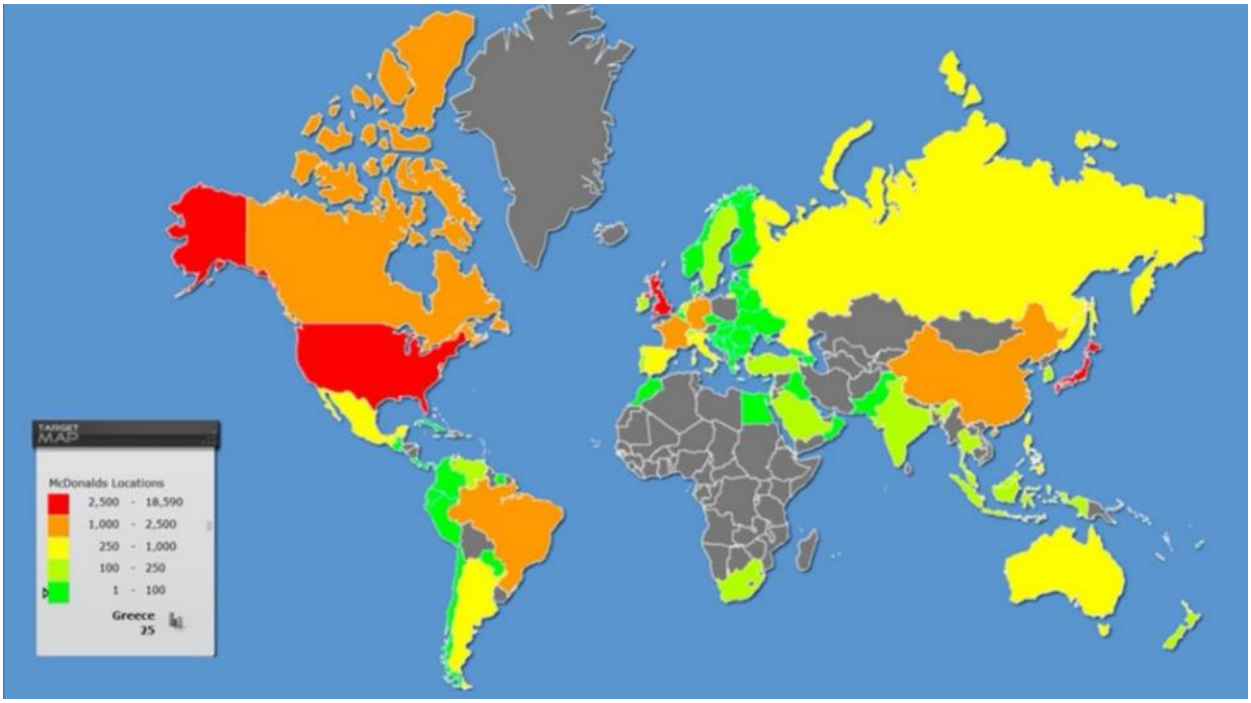
4.1. Općenito o McDonald's-u

"Brini se za ljude i posao će se brinuti sam za sebe", izjavio je Ray Kroc, osnivač McDonaldsa. Kada je počinjao posao, vjerojatno ni sam nije bio svjestan koliko će utjecati na svijet. McDonald's predstavlja jedan od najutjecajnijih smjerova razvoja u Americi dvadesetog stoljeća[67].

Iako je u SAD-u na petom mjestu prema prodaji, McDonald's je svakako broj jedan u svijetu što se tiče lanaca brze prehrane. Sve je počelo 1940. u Kaliforniji kada su braća Richard i Maurice McDonald otvorili svoj prvi restoran sa roštiljem. Međutim, pravi osnivač lanca brze prehrane bio je Ray Kroc, popularno zvani "kralj hamburgera" koji je uvršten među 100 najutjecajnijih ljudi u SAD-u.

Danas je McDonald's najvredniji lanac brze prehrane u svijetu sa 38 695 restorana. Vrijednost marke iznosi 130,4 mlrd USD. Prihod u 2019. godini iznosio je 21,08 mlrd USD a neto prihod 6,03 mlrd USD[68].

Slika 4-2. Rasprostranjenost McDonald's-a u svijetu u 2019. godini



Izvor: Izdavačka kuća "Meridijani", http://www.meridijani.com/publication/e-udzbenik/zemlja-na-dlanu-geografija-2/poglavlje/57/lekcija/245, 25.2.2021.

[67] Ritzer G., "McDonaldizacija društva", Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 1999., str. 15.
[68] Statista, https://www.statista.com/topics/1444/mcdonalds/, 25.5.2020.

4.2. Utjecaj na globalizaciju

McDonald's prodaje sistem, ne proizvod[69]. U SAD-u je oko 100 milijuna ljudi pretilo čime je pretilost iza pušenja drugi uzrok smrti. Jedan od četvorice Amerikanaca posjećuje restorane brze hrane a 40% svih obroka jede se izvan kuće. Što to McDonald's prodaje? Mc'Donalds prodaje klauna.

Slika 4-3. Ronald McDonald

Izvor: Poslovni dnevnik, https://www.poslovni.hr/svijet/mcdonalds-povlaci-iz-javnosti-svog-klauna-319392, 23.2.2021.

Prosječno dijete u SAD-u godišnje vidi 10 000 oglasa za hranu. U dokumentarnom filmu "Super veliki ja"[70] nezavisnog redatelja Morgana Spurlocka iz 2004. Godine, izvršeno je ispitivanje djece na način da su im pokazane fotografije poznatih osoba. Djeca nisu na fotografijama mogla prepoznati Georgea Washingtona i Isusa Krista, ali su bez previše muke prepoznala klauna Ronalda McDonalda. Kada Ronald McDonald omiljenu hranu zapakira u "Happy meal", nema djeteta koje mu može odoljeti. Agresivno oglašavanje brze hrane utječe na porast dijabetesa tipa 2 kod djece. Srećom, postoje propagandisti koji iskreno govore o svojem poslu. "Prodao sam dušu Sotoni", izjavio je Chris Hooper, uspješni televizijski direktor za

[69] Urry J., "Global Complexity", Polity Press, Cambridge, 2003., str. 57-58
[70] Dobitnik Oscara za najbolji dokumentarni film.

reklame i glas nevidljivog komentatora u emisijama, opisujući svoj rad za tvrtke poput McDonald's-a, Coca Cole i drugih velikih korporacija[71].

2000. godine David Satcher je bio prvi liječnik koji je počeo javno govoriti o problemu brze hrane. Kasnije su se pojavile mnoge iniciijative koje su tražile micanje brze hrane iz škola, no kompanije su se žestoko usprotivile tome jer one ne odgovaraju ljudima već dioničarima[72].

U navedenom dokumentarnom filmu, Morgan Spurlock odlučio je napraviti pokus. Okupio je tim liječnika (kardiologa, gastroenterologa, internistu i nutricionistu) te se mjesec dana hranio samo u McDonald's-u. Rezultati su bili poražavajući. Nakon 12 dana težina tijela mu je porasla za 8 kilograma. Nakon mjesec dana težina mu je porasla za ukupno 11 kilograma, razina kolesterola se povećala, udvostručena je mogućnost dobivanja srčanog udara a sve je popraćeno depresivnim ponašanjem. Dnevno je kroz hranu konzumiranu u McDonald's restoranima unosio pola kilograma šećera. Po završetku pokusa, trebalo mu je 8 tjedana da se vrati normalnom životu, 5 mjeseci mu je bilo potrebno da izgubi 9 kilograma i još 9 mjeseci za posljednja 2 kilograma. No, taj dokumentarni film je doprinio da McDonald's nakon 6 tjedana iz ponude izbaci ekstra velike porcije hrane.

Koliko McDonald's utječe na SAD i svijet najbolje govori pismo koje je pristiglo nakon što je odlučeno da će se jedan od restorana rušiti: *„Molim vas, nemojte ga srušiti!...Ime vaše tvrtke prepoznaje svako dijete i to ne samo u Sjedinjenim Američki Državama, već i u cijelom svijetu. Uništavanjem tog značajnog spomenika suvremene kulture, uništili biste dio vjere koju vaša kompanija pruža ljudima širom svijeta.“*[73] Nakon niza sličnih pisama i apela, objekt nije srušen već je pretvoren u muzej.

McDonald's je odlučio utjecati na svijet pojavljujući se čak i mnogim filmovima gdje su glumci zaposleni u njihovim restoranima ili posjećuju iste, ali i jakim propagandnim porukama koje su segmentirane. Neke od tih poruka ciljaju djecu koja gledaju crtiće subotom ujutro, druge dvadesetogodišnjake koji gledaju emisije u elitnim terminima, dok treće nagovaraju djedove i bake da povedu unuke u McDonald's[74]. Kada se k tome doda da je McDonald's najveći svjetski distributer igračaka, postaje vidljivo da time žele utjecati na djecu od najranije dobi.

Koliko McDonald's utječe na mišljenje ljudi u svijetu, pokazala su otvaranja restorana primjerice u Kini i Rusiji, glasnim protivnicima amerikanizacije.

[71] Bakan J., op. cit., str. 161.
[72] Spurlock Morgan, dokumentarni film "Super veliki ja" (orig. "Super size Me"), 2004.
[73] Ritzer G., op. cit., str. 18.
[74] Ritzer G., op. cit., str. 19.-20.

Slika 4-4. Otvorenje prvog McDonald's restorana u Rusiji

Izvor: Index, https://www.index.hr/lajk/poster/205972/prvi-mcdonalds-u-rusiji-otvoren-je-1990-godine-a-ove-stare-fotografije-pokazuju-kako-je-to-izgledalo, 16.6.2021.

U Rusiji je prvi McDonald's otvoren 31.1.1990. u Moskvi. Taj restoran imao je 900 mjesta za sjedenje i 600 radnika (na natječaj za posao prijavilo se oko 35 000). Prvi dan posluženo je preko 1000 ljudi a ispred restorana stvorio se red gdje su, zbog relativno visoke cijene proizvoda, mnogi čekali samo da bi vidjeli unutrašnjost restorana[75].

[75] Prema: Index, https://www.index.hr/lajk/poster/205972/prvi-mcdonalds-u-rusiji-otvoren-je-1990-godine-a-ove-stare-fotografije-pokazuju-kako-je-to-izgledalo, 15.6.2021.

5. UTJECAJ ROYAL DUTCH SHELL-a NA GLOBALIZACIJU

5.1. Royal Dutch Shell

Royal Dutch Shell (u daljnjem tekstu Shell) je globalna korporacija energetskih i petrokemijskih poduzeća sa više od 80 000 zaposlenih u više od 70 zemalja. Trgovačko društvo nastalo je 1907. Godine spajanjem Royal Dutch Petroleum Company i Shell Transport and Trading Company Ltd. Sjedište je u gradu Haagu u Nizozemskoj. Do 2005. Godine poslovi su i dalje bili striktno razgraničeni no tada su dioničari odobrili spajanje u jedno poduzeće. U 2019. godini poduzeće je imalo prihod od 344,9 mlrd dolara.

Slika 5-1. Logo Royal Dutch Shell-a

Izvor: Logos World, https://logos-world.net/shell-logo/, 20.6.2021.

5.2. Utjecaj Shell-a na globalizaciju

Ovih dana Shell je stigao u Hrvatsku. Otvorene su dvije benzinske crpke a uskoro slijedi kupnja i rebrendiranje Apios[76] benzinskih crpki. Shell je jedna od najvećih kompanija svijeta, ali ujedno i jedna od najomraženijih. Puno je toga sumnjivo oko uništavanja okoliša ali i potpomaganja diktatorskih režima posebice u Nigeriji.

[76] Brend OMV-a

Nigerija je najmnogoljudnija afrička zemlja, bogata resursima u kojoj većina stanovništva živi u siromaštvu (čak 66% u apsolutnom siromaštvu[77]). U ovoj afričkoj državi desetljećima vlada diktatura. No, Nigerija je peti po redu opskrbljivač SAD-a naftom i zato je toliko važna posebice ako znamo da se većina njene nafte klasificira kao "laka nafta", znači kao ona do koje je lako i jeftino doći[78]. Upravo je Shell postavio prve bušotine na delti rijeke Niger 50-ih godina prošlog stoljeća i tada krenuo u uništavanje okoliša i kršenje ljudskih prava u toj zemlji. Ogoni, jedan od 250 naroda koji žive u Nigeriji, 90-ih godina pokrenuo je nenasilan pokret kako bi pokušao spriječiti takvo ponašanje Shella. To je kompaniji bio znak za uzbunu. Iako je korporacija priznala samo naoružavanje korumpirane nigerijske policije, 2009. godine počelo je suđenje kompaniji na sudu u New Yorku za ubojstvo nigerijskog aktivista, pjesnika, Ken Saro-Wiwea i još osmero ljudi iz Ogoni naroda. Saro-Wiwe i ostali pogubljeni su nakon montiranog suđenja 1995. godine u kojem nisu imali pravo na obranu niti žalbu. Odgoda početka suđenja dogodila se dva puta nakon čega je Shell odlučio platiti 15,5 milijuna dolara odštete kako bi se izbjeglo suđenje[79]. No to nije jedini grijeh Shella u Nigeriji. 2011. godine morali su isplatiti milijardu dolara odštete zbog onečišćenja delte rijeke Niger.

Slika 5-2. Zagađena delta Nigera

Izvor: Deutsche Welle, https://www.dw.com/en/oil-spills-keep-devastating-niger-delta/a-18327732, 1.3.2021.

[77] Situacije kada pojedinci nisu u mogućnosti zadovoljiti osnovne potrebe nužne za održanje zdravlja i radne sposobnosti (Leksikografski zavod Miroslav Krleža, https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=56227, 27.2.2021.)
[78] Šimleša D., "Kako potrošiti svijet", Što čitaš, Zagreb, 2008., str. 32.
[79] T Portal, https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/shell-platio-15-5-milijuna-dolara-da-izbjegne-sudenje-20090609, 1.3.2021.

Iako se kompanija branila da je do izlijevanja došlo zbog kradljivaca nafte, proglašena je odgovornom zbog prekasne reakcije i početka saniranja štete. Posljedice su bile katastrofalne – svakog je dana, tijekom deset tjedana, curilo 4000 barela nafte, pa se procjenjuje da će biti potrebno 30 godina da se kontaminirano područje očisti[80]. Istjecanje nafte imalo je utjecaj na 70 000 ljudi uz uništeno ribarstvo na tom području.

Danas se Shell predstavlja kao primjer korporacije koja vodi društveno odgovorno poslovanje u skladu sa održivim razvojem. Također se predstavljaju kompanijom koja vrlo dobro vodi komunikaciju sa javnosti. Takav primjer možemo vidjeti u platformi Brent Spar koja je trebala biti potopljena na dno oceana. Stvorio se veliki pritisak javnosti te se to ipak nije dogodilo no Shell je sve prezentirao kao njihovo shvaćanje da to nije dobro iako su imali potporu struke.

Slika 5-3. Platforma Brent Spar

Izvor: Shell, https://www.shell.co.uk/sustainability/decommissioning/brent-spar-dossier.html, 1.3.2021.

Koliko Shell pazi na reputaciju najbolje pokazuje interni dokument koji je pronađen 90-ih godina prilikom okupacije prostorija kompanije od strane prosvjednika koji su odlučili dati potporu narodima u Nigeriji. U tom dokumentu preporučeno je zaposlenicima, posebice onima

[80] Index, https://www.index.hr/vijesti/clanak/shell-mora-platiti-milijardu-dolara-zbog-oneciscenja-nigera/582224.aspx, 1.3.2021.

koji komuniciraju sa medijima, da ne koriste previše riječ "globalizacija" jer je ta riječ počela dobivati negativne konotacije[81].

5.3. Shell danas

Shell je ipak promijenio neke stvari, a većina sudskih postupaka vodi se zbog grijeha iz prošlosti. Najveći im je projekt, u suradnji sa Daimler-Cryslerom i Norsk Hydrom, napraviti na Islandu prvu ekonomiju neovisnu o fosilnim gorivima. Island je počeo uvoditi motorna vozila koja se pokreću na vodik. Najava je iz kompanije da do 2050. Godine više neće prodavati naftu i benzin. Takvi planovi radikalno mijenjaju budućnost kompanije. Cilj im je da postanu ugljično neutralna korporacija. Fokusirat će se na distribuciju različitih oblika čiste energije, posvećujući veliku pažnju bio gorivima i vodiku, dvjema obnovljivim izvorima energije, koje također podržavaju njihovi investitori. Kao rezultat toga, očekuje se da će Shell u narednim godinama ulagati u nove projekte obnovljive energije[82]. Do 2025. godine namjeravaju povećati broj električnih punjača diljem svijeta sa sadašnjih 60 000 na 500 000.

Da prihvaćaju Kyoto protokol, pokazali su brzim povlačenjem iz GCC-a[83], osnovane od strane korporacija koje se bave iskorištavanjem nafte, ruda, kemijske i automobilske industrije itd. Također su sa svjetskom bankom na samitu u Johannesburgu prihvatili projekt smanjenja ispuštanja otrovnih plinova u atmosferu.

[81] Prema: Šimleša D., "Četvrti svjetski rat", Što čitaš, Zagreb, 2006., str. 85.
[82] Start News, https://www.startnews.hr/auto/shell-napovedal-odmik-od-klasicnih-goriv-cas-za-elektriko/, 1.3.2021.
[83] Global Climate Coalition

6. DRUŠTVENA ODGOVORNOST

Društvena odgovornost poduzeća je koncept kojim poduzeća integriraju društvena i ekološka pitanja u poslovanje te u odnose s dionicima na dobrovoljnoj osnovi. Iako bi društveno odgovorno poslovanje trebala voditi poduzeća, vlade mogu pružati potporu putem mjera, politika i propisa[84].

Nakon što su korporacije smatrane glavnim krivcima velike gospodarske krize (1929. – 1933.), i nakon što ih je sudac Louis Brandeis 1933. godine u presudi Vrhovnog suda nazvao "frankeštajnima koji čine zlo", nametnulo se pitanje na koji način vratiti povjerenje u korporacije koje je ozbiljno narušeno. Vodeći poslovni ljudi vjerovali su da je najbolja strategija za vraćanje vjere naroda u korporacije i odvraćanje od očaranosti jakom državom upravo društvena odgovornost[85].

Koncept društvene odgovornosti uzima u obzir sve sudionike na tržištu a u svojoj primjeni može se svrstati u nekoliko skupina[86]:

- odgovornost prema općoj javnosti i okolišu (aktivnosti poput zapošljavanja marginaliziranih skupina, recikliranje, korištenje ne štetnim sirovinama, proizvodima i uslugama u redovitom poslovanju i slično)
- odgovornost prema zaposlenicima (sustavna implementacija internog marketinga, uključivanje zaposlenika u odlučivanje, razvoj i educiranje zaposlenika i drugo)
- odgovornost prema članovima u kanalu (aktivnosti usmjerene jačanju odnosa s dobavljačima i kupcima, poticanje suradnika u kanalu na odgovorno ponašanje, stvaranje zajedničkog programa)
- odgovornost prema vlasnicima (transparentno i iskreno komuniciranje, odgovorno obavještavanje o aktualnostima poslovanja, odgovorna politika upravljanja profitom)
- odgovornost prema konkurenciji (razvoj programa suradnje na dobrobit šire javnosti i potrošača, poštovanje kodeksa industrije vezanih uz poštenu tržišnu utakmicu).

"Jako nam je bitno pokazati da poštujemo zajednicu u kojoj poslujemo. Radimo u skladu s principima društveno odgovornog poslovanja koje je još davno odredio osnivač korporacije McDonald's – Ray Kroc. To znači da dio dobiti vraćamo zajednici kroz društveno vrijedne projekte i kroz sudjelovanje u humanitarnim aktivnostima.[87]*"*

Ovaj citat stoji na službenoj stranici McDonald's-ove podružnice iz Hrvatske čime žele naglasiti brigu o zaposlenicima nazivajući ih ključem uspjeha, sudjelovanje u humanitarnim akcijama (primjerice uređenje određenih odjela dječjih bolnica širom Hrvatske), suradnje sa udrugama (udruge osoba sa invaliditetom, djece s poteškoćama u razvoju itd.) i slično. U ne tako davnoj prošlosti McDonald's je bio sve samo ne pojam društvene odgovornosti.

[84] N-Lex, službena stranica EU za pravna pitanja, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=LEGISSUM%3Ac00019, 10.6.2021.
[85] Prema: Bakan J., op. cit., str. 30.
[86] Lučić A., „Etika i društvena odgovornost marketinga", Narodne novine, Zagreb, 2020., str. 72.
[87] McDonald's, https://mcdonalds.hr/o-nama/drustvena-odgovornost/, 10.6.2021.

1986. godine aktivisti i aktivistice Lodnon Greenpeacea (koji nije dio svjetski poznatog Greenpeacea) izdali su letak "What's Wrong With McDonald's? – Everething they don't want you to know" koji je upozorio na aspekte Mc Donald's-ovog poslovanja: iskorištavanje djece u oglašavanju, promoviranje nezdrave hrane, iskorištavanje zaposlenih, odgovornost za uništenje okoliša i loše postupanje sa životinjama[88].

Mc Donald's je tada pokrenuo tužbe protiv svih koji su se usudili dirnuti u njihov način poslovanja. Angažirani su mnogi jaki odvjetnici i privatni detektivi a pošto London Greenpeace nije službena organizacija Mc Donald's je odlučio pronaći imenom i prezimenom osobe koje su napravile letak. U izradi je sudjelovalo petero aktivista a nakon što je izvršen pritisak napominjući da u tom procesu nemaju nikakvih šansi, troje aktivista je odustalo te povuklo tvrdnje iz letka dok su Helen Steel i Dave Morris odlučili ući u pravnu borbu.

Slika 6-1. Helen Steel i Dave Morris

Izvor: The Guardian, https://www.theguardian.com/law/2019/jul/08/landmarks-in-law-mclibel-and-the-longest-trial-in-british-legal-history, 10.6.2021.

[88] Prema: Šimleša D., "Snaga utopije", Što čitaš, Zagreb, 2000., str. 118.

Epilog sudskog postupka bio je 314 dana provedenih u sudnici gdje su Helen i Dave uspjeli dokazati iskorištavanje djece u reklamne svrhe, krivo promoviranje McDonald's-ove hrane kao nutricionistički vrijedne, postojanje rizika za zdravlje dugogodišnjih mušterija, krivnju za okrutnost prema životinjama, žestoku antipatiju prema sindikalnom udruživanju i male plaće zaposlenih[89]. Nisu uspjeli dokazati iskorištavanje tropskih šuma, povezanost sa srčanim bolestima i tumorima, povezanost sa trovanjem hranom, odgovornost za glad u zemljama trećeg svijeta i loše radne uvjete. U žalbenom odlučivanju sud je još utvrdio loše radne uvjete zaposlenika i povezanost sa povećanjem masnoća a time i srčanih oboljenja.

Slično kao i kod McDonald's-a, povijest Shella isprepletena je raznim kontroverzama i sudskim postupcima. Royal Dutch Shell je prva kompanija koja je implementirala društveno odgovorno poslovanje 1998. godine. Nakon slučaja "Brent Spar", pokolja u Nigeriji i ostalih loših aktivnosti, Shell je narušio povjerenje dioničara i ulagača te se to trgovačko društvo potrudilo promijeniti svoju percepciju. Shell je odlučio ugraditi održivost i svoju strategiju, poslovne procese i u donošenje odluka. Danas Shell gradi strategiju suočavajući se sa najvažnijim izazovima, poput onih povezanih s klimatskim promjenama, okolišem, raznolikošću i ljudskim pravima.

Posredstvom svoje posebno osnovane zaklade, Shell provodi projekte za očuvanje bioraznolikosti na svojim crpilištima u Africi, i to u suradnji s organizacijama poput Svjetskog fonda za divlje životinje (World Wildlife Fund)[90]. Brigu o okolišu uvrstili su u svoja poslovna načela te svake godine podnose izvješće o raznim aktivnostima vezanima uz održivi razvoj. Cilj im je do 2050. godine proizvodnju stakleničkih plinova svesti na nulu. Planovi za 2021. godinu su ulaganje u očuvanje voda, zbrinjavanje otpada, kvalitetu zraka i bioraznolikost[91].

Korporacije moraju prihvatiti društvenu odgovornost. Kada pogledate naša i druga istraživanja, vidjet ćete da ljudi koji oblikuju javno mišljenje govore o kompanijama: "Da, želimo da zarađujete, ali činite to časno i odgovorno. Ne želimo da zlorabite okoliš. Ne želimo da zlorabite etiku. Ne želimo da zlorabite ljudska prava. Želimo da radite časno i bit ćete odgovorni za svoje postupke"[92].

[89] Ibidem
[90] Poslovni dnevnik, https://www.poslovni.hr/domace/rockefeller-royal-dutch-shell-i-levis-pioniri-dop-a-164663, 11.6.2021.
[91] Prema: Shell, https://www.shell.com/sustainability/environment/respecting-nature/_jcr_content/par/relatedtopics_copy.stream/1613063847566/bc55121db960afd8750c6c681b89cb409278961c/shell-pp-environmental-framework.pdf, 11.6.2021.
[92] Bakan J., op. cit., str. 182.

7. ZAKLJUČAK

Globalizacija kao sveprisutan proces mijenja svijet. Kroz svoje pozitivne i negativne učinke utječe na ekonomije širom svijeta te oblikuje mišljenja ljudi. Veći razvoj globalizacije krenuo je preko trgovinske razmjene između kolonijalnih sila i njihovih kolonija, nastavio se bilateralnim i multilateralnim sporazumima a u današnje vrijeme provodi se ponajviše razvojem multinacionalnih korporacija.

Moć multinacionalnih korporacije postaje sve veća. Njihove ekonomije jače su od ekonomija većine država te se javlja zabrinutost zbog nadolazećeg vremena i njihovog utjecaja na svijet. Iako se poslovanje korporacija polako mijenja, mnoge su prihvatile društveno odgovorno poslovanje, trebati će još dosta vremena da ljudi steknu povjerenje u takvu vrstu organizacija koje su kroz povijest počinile mnoga nedjela.

McDonald's i Royal Dutch Shell, korporacije kojima, u ne tako davnoj prošlosti, ljudski život nije vrijedio mnogo, pokušavaju se danas predstaviti kao vodećim kompanijama u pogledu društvene odgovornosti. Bilo da su te namjere iskrene ili ne, svakako je za pohvalu takav zaokret u poslovanju jer svijet treba promjene a i potrošači će s vremenom takvo poslovanje više cijeniti.

LITERATURA

Knjige:

1. Bakan J., "Korporacija", Mirakul d.o.o., Zagreb, 2006.
2. Beck U., "Što je globalizacija?", Vizura, Zagreb, 2003.
3. Dekanić I., "Nafta – blagoslov ili prokletstvo", Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb 2007.
4. Fox J., "Chomsky i globalizacija", Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2001.
5. Giddens A., "Odbjegli svijet", Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2005.
6. Held D., McGrew A. D., Goldblatt D., Perraton J., "Global Transformations – Politics, Economics and Culture", Stanford University Press, California, 1999.
7. Klein N., "Doktrina šoka", V.B.Z. d.o.o., Zagreb, 2008.
8. Klein N., "No logo", V.B.Z. d.o.o., Zagreb, 2002.
9. Klein N., "Ograde i prozori", V.B.Z. d.o.o., Zagreb, 2003.
10. Klein N., "Ovo mijenja sve", V.B.Z. d.o.o., Zagreb, 2015.
11. Kovačević B., "Gospodarstvo svijeta", mikrorad d.o.o., Zagreb, 2003.
12. Lučić A., „Etika i društvena odgovornost marketinga", Narodne novine, Zagreb, 2020.
13. Ohmae K., "Nova globalna pozornica", Mate, Zagreb, 2007.
14. Ritzer G., "McDonaldizacija društva", Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 1999.
15. Rizman R.: "Globalizacija i autonomija", Nakladno istraživački zavod Politička kultura, Zagreb, 2014.
16. Rodrik D., "Globalizacija", HGK biblioteka, Zagreb, 2007.
17. Rubin Jeff, "Zašto će se vaš svijet jako smanjiti", Škorpion, Zagreb, 2010.
18. Sapunar J., "Globalizacija zapadne hemisfere", ITG d.o.o., Zagreb, 2004.
19. Scholte Jan Aart: "Globalisation – A Critical Introduction", Houndsmills, Basingstoke: MacMillan, 2000.
20. Stiglitz E. Joseph, "Uspjeh globalizacije", Algoritam, Zagreb, 2009.
21. Šimleša D., "Četvrti svjetski rat", Što čitaš, Zagreb, 2006.
22. Šimleša D., "Kako potrošiti svijet", Što čitaš, Zagreb, 2008.
23. Šimleša D., "Snaga utopije", Što čitaš, Zagreb, 2000.
24. Urry J., "Global Complexity", Polity Press, Cambridge, 2003.

Časopisi:

1. "Hrvatski zemljopis", časopis, ožujak 2000.
2. "Hrvatski zemljopis", časopis, br. 49., svibanj 2000.
3. "Hrvatski zemljopis", ožujak 2002.
4. "Meridijani", časopis, br. 171., siječanj 2013.
5. "National Geographic", časopis, br. 1, siječanj 2014.
6. "National Geographic", časopis, br. 5., svibanj 2014.

Internet:

1. Automobili hr, https://automobili.hr/
2. Brasildefato, https://www.brasildefato.com.br/
3. Daily Mail, https://www.dailymail.co.uk/
4. Deutsche Welle, https://www.dw.com/hr/
5. Društvo hrvatskih književnika – Istarski ogranak, https://www.dhk-pula.hr/
6. Europska komisija, https://ec.europa.eu/
7. Europski odbor regija, https://cor.europa.eu/hr/
8. Europski parlament, https://www.europarl.europa.eu/news/hr/
9. Europska Unija, https://europa.eu/european-union/
10. Forbes, https://www.forbes.com/
11. Forbes, https://www.forbes.com/
12. Global business professor, http://globalbusinessprofessor.com/
13. Hrvatski crveni križ, https://www.hck.hr
14. Ideje hr, portal, http://ideje.hr/
15. Index, www.index.hr
16. Jutarnji list, https://www.jutarnji.hr/vijesti/
17. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, https://www.enciklopedija.hr/
18. Logos World, https://logos-world.net/shell-logo/
19. Magazin plus, https://magazinplus.eu/amerikanizacija/
20. McDonald's Hrvatska, https://mcdonalds.hr/
21. Meridijani, http://www.meridijani.com/
22. Mexico News Daily, https://mexiconewsdaily.com/
23. Ministarstvo zaštite okoliša i prirode, http://klima.mzoip.hr/
24. N-Lex, službena stranica EU za pravna pitanja, https://eur-lex.europa.eu/
25. Nova akropoloa, časopis, elektroničko izdanje, https://nova-akropola.com/
26. Poslovni dnevnik, https://www.poslovni.hr/
27. Shell, https://www.shell.co.uk/
28. Start News, https://www.startnews.hr/
29. Statista, https://www.statista.com/
30. T Portal, https://www.tportal.hr/
31. The Guardian, https://www.theguardian.com/
32. Turistički portal, https://hrturizam.hr/
33. Večernji list, https://www.vecernji.hr/
34. We are social LTD., https://wearesocial.com/digital-2020
35. World Finance, https://www.worldfinance.com/

Ostalo:

1. Spurlock Morgan, dokumentarni film "Super veliki ja" (orig. "Super size Me"), 2004.
2. Wasserbauer Branko, nastavni materijal, Poslovno upravljanje 2019./2020

POPIS SLIKA

Slika 2-1. Prosvjed “antiglobalista” prilikom sumita G20 u Londonu 2009. Godine 11
Slika 3-1. Zemlje i kompanije u kojima se proizvode dijelovi za avion Boeing 787 14
Slika 3-2. Krčenje Amazone 18
Slika 3-3. Zona Maquiladora uzduž granice Meksika i SAD-a 19
Slika 3-4. Rezači brodova u Bangladešu 20
Slika 3-5. Raoni Metuktire, poglavica Kayapo plemena 22
Slika 3-6. Potomci Maya indijanaca o meksičkoj pokrajini Chiapas 25
Slika 4-1. Logo McDonald’s-a 29
Slika 4-2. Rasprostranjenost McDonald’s-a u svijetu u 2019. godini 30
Slika 4-3. Ronald McDonald 31
Slika 4-4. Otvorenje prvog McDonald’s restorana u Rusiji 33
Slika 5-1. Logo Royal Dutch Shell-a 34
Slika 5-2. Zagađena delta Nigera 35
Slika 5-3. Platforma Brent Spar 36
Slika 6-1. Helen Steel i Dave Morris 39

POPIS TABLICA

Tablica 2-1. Razlike među školama shvaćanja globalizacije 10
Tablica 3-1. Popis 20 najvećih kompanija na svijetu u 2020. godini 16
Tablica 3-2. Top 10 trgovačkih lanaca u Hrvatskoj 2019. godini 23
Tablica 3-3. Deset najvećih proizvođača automobila u 2020. godini 27

POPIS DIJAGRAMA

Dijagram 2-1. Udio relativno siromašnog stanovništva među nekim zemljama OECD-a 1995. – 2010. 6
Dijagram 2-2. Zemlje sa najvećim odljevom mozgova u 2018. godini 7
Dijagram 3-1. Kretanje broja kompanija iz SAD-a i Kine na forbes-ovoj listi 2000 najmoćnijih kompanija svijeta 15