

Management globalnega poslovanja

Znanstvene monografije MFDPŠ

Glavni urednik

dr. Valerij Dermol

Člani uredništva

dr. Kristijan Breznik

dr. Drago Dubrovski

dr. Špelca Mežnar

dr. Janez Šušteršič

dr. Nada Trunk Širca

ISSN 2232-2116



*Knjigo posvečam vsem globalnim poslovnim partnerjem
in prijateljem z epicentrom v globalnem mestecu Kocjepuň*

management

Management globalnega poslovanja

Drago Dubrovski



Management globalnega poslovanja

dr. Drago Dubrovski

Recenzenta

Dr. Lidija Breznik

Dr. Milan Jurše

Izdala in založila

Mednarodna fakulteta za družbene
in poslovne študije
Mariborska cesta 7
3000 Celje

Celje, 2020

Naklada 150 izvodov

© 2020 Mednarodna fakulteta
za družbene in poslovne študije

CIP – Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

005:339.5/.7

DUBROVSKI, Drago

Management globalnega poslovanja / Drago Dubrovski. –
Celje : Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije, 2020. –
(Znanstvene monografije MFDPŠ, ISSN 2232-2116)

ISBN 978-961-6813-48-8

COBISS.SI-ID 28159747

kazalo

Kazalo

- Seznam preglednic **7**
- Seznam slik **9**
- Predgovor **11**
- 1 Medsebojna povezanost in vplivnost globalne ekonomije in globalnega poslovanja **13**
 - 1.1 Globalizacija kot enotno izhodišče sodobne ekonomije in poslovanja **13**
 - 1.2 Stalna rast svetovne trgovine kot kvantitativni izkaz globalizacije **18**
 - 1.3 Vpliv tehnološkega razvoja **29**
 - 1.4 Prednosti in slabosti globalizacije **34**
- 2 Spreminjajoče se globalno okolje delovanja podjetij **39**
 - 2.1 Značilnosti sodobnega poslovanja in sodobnega podjetja **39**
 - 2.2 Sodobne razmere globalnega poslovanja in vloga managementa **45**
- 3 Internacionalizacija in razvoj podjetja **51**
 - 3.1 Pojemnik globalnega poslovanja **51**
 - 3.2 Internacionalizacija poslovanja in podjetij kot razvojni proces **55**
 - 3.3 Merjenje internacionalizacije **62**
 - 3.4 Pomen in vloga večnacionalnih podjetij v globalnem poslovanju **66**
 - 3.5 Mala podjetja kot udeleženci globalnega poslovanja **73**
 - 3.6 Osnovna strateška vprašanja in management globalnega poslovanja **78**
- 4 Dejavniki globalne konkurenčnosti **89**
 - 4.1 Konkurenca in konkurenčnost **89**
 - 4.2 Proces in smeri konkuriranja **97**
 - 4.3 Koncentracija poslovnih sredstev in zmožnosti **100**
- 5 Osrednji pojmi v globalnih finančnih **107**
 - 5.1 Plačilna bilanca in bruto družbeni proizvod **107**
 - 5.2 Mednarodni monetarni sistem in pariteta kupne moči **111**
 - 5.3 Mednarodni finančni trgi **118**
- 6 Sestavine globalnega okolja in tveganja **123**
 - 6.1 Štiri skupine sestavin globalnega okolja **123**
 - 6.2 Negospodarsko okolje **125**
 - 6.3 Gospodarsko okolje **142**
 - 6.4 Tržno in poslovno okolje **150**
 - 6.5 Interno okolje **151**
 - 6.6 Tveganja v globalnem poslovanju **153**

Kazalo

- 7 **Financiranje globalnih poslov 159**
 - 7.1 **Financiranje in kreditiranje v mednarodnem poslovanju 159**
 - 7.2 **Poroštva in garancije 164**
 - 7.3 **Plačilni inštrumenti v mednarodnem poslovanju 168**
 - 7.4 **Transportne klavzule (Incoterms) 183**
 - 7.5 **Zavarovanja v globalnem poslovanju 189**
- 8 **Vstop na izbrani tuji trg 195**
 - 8.1 **Različni načini vstopa na globalne trge 195**
 - 8.2 **Proizvodnja v domači državi 197**
 - 8.3 **Proizvodnja in storitve v prostih ekonomskih conah 214**
 - 8.4 **Proizvodnja v tujini z naložbami ali brez njih 218**
 - 8.5 **Vstop na globalni trg s poslovnimi in kapitalskimi povezavami 227**
- 9 **Globalni marketinški splet 237**
 - 9.1 **Globalni marketing kot izhodišče za globalno poslovanje 237**
 - 9.2 **Globalni marketinški splet ali celovita ponudba 246**
 - 9.3 **Izdelek kot osrednji del celovite ponudbe 247**
 - 9.4 **Cena in drugi prodajni pogoji 257**
 - 9.5 **Eskalacija izvoznih cen 272**
 - 9.6 **Globalni distribucijski kanali 274**
 - 9.7 **Globalno tržno in poslovno komuniciranje 293**
 - 9.8 **Mednarodna in medkulturna pogajanja 298**
- Literatura 301**

seznam

Seznam preglednic

- 1.1 Svetovni blagovni izvoz po regijah in izbranih državah v obdobju 1948–2017 **20**
- 1.2 Največji izvozniki v svetovni blagovni trgovini v letu 2017 **21**
- 1.3 Največji uvozniki v svetovni blagovni trgovini v letu 2017 **21**
- 1.4 Največji izvozniki v svetovni trgovini komercialnih storitev v letu 2017 **22**
- 1.5 Največji uvozniki v svetovni trgovini komercialnih storitev v letu 2017 **22**
- 1.6 Ključni vplivni dejavniki na mednarodno trgovino v zadnjih 30 letih po analizi A.T. Kearney **23**
- 1.7 Gibanje slovenskega izvoza in uvoza v obdobju 2009–2018 **25**
- 1.8 Primerjalna razmerja različnih vidikov vključevanja Slovenije v globalno poslovno okolje **26**
- 1.9 Prihodi in prenočitve turistov v Sloveniji **27**
- 1.10 Regionalna usmerjenost slovenskega izvoza (2018) **28**
- 2.1 Procesi managementa znanja **42**
- 3.1 Vrste podjetij v procesu internacionalizacije **57**
- 3.2 Povezanost stopenj internacionalizacije trga in internacionalizacije podjetja **59**
- 3.3 Države z največjo in najmanjšo odvisnostjo od mednarodne trgovine **63**
- 3.4 Stopnja internacionalizacije posameznih gospodarskih panog v Sloveniji **64**
- 3.5 Največji svetovni poslovni sistemi po indeksu transnacionalnosti **65**
- 3.6 Osnovne strategije večnacionalnih podjetij **68**
- 3.7 Razvrstitev podjetij po zakonu o gospodarskih družbah **74**
- 3.8 Model globalnega poslovanja **80**
- 3.9 Dejavniki izbiranja tujih trgov **84**
- 3.10 Primer modela za oceno atraktivnosti trga **84**
- 3.11 Poenostavljen prikaz učinkov vstopanja na novi tuji trg **86**
- 4.1 Indeks globalne konkurenčnosti (2019) **94**
- 4.2 Lestvica konkurenčnosti držav (2019) **95**
- 4.3 Značilnosti panožnih struktur in njihov vpliv na družbeno blagostanje **102**
- 4.4 Zgodovinske faze razvoja evropskega trga **103**
- 5.1 Poenostavljena porazdelitev transakcij v plačilni bilanci države **108**
- 5.2 Plačilna bilanca Slovenije za leto 2018 **108**
- 5.3 Tolmačenje razmerij v plačilni bilanci **109**
- 5.4 BDP po državah v nominalnem znesku in po pariteti kupne moči **110**
- 5.5 Primer držav z več kot 200- % inflacijo 1980–2018 **113**

Seznam preglednic

- 5.6 Vpliv vključitve pričakovane inflacije v dolgoročno kreditno razmerje **114**
- 5.7 Ugotavljanje ravnovesja menjalnih tečajev s pomočjo valutnega indeksa Big Mac **117**
- 6.1 Sestavine globalnega okolja **125**
- 6.2 Carinske in necarinske ovire pri vstopu na tuji trg **127**
- 6.3 Načini kadrovanja oz. imenovanja managerjev v večnacionalnih podjetjih **139**
- 6.4 Vrste gospodarskih integracij in položaj trgovinskih ovir **147**
- 7.1 Vrste najpogostejših bančnih garancij **166**
- 7.2 Povzetek značilnosti plačilnih instrumentov v mednarodnem poslovanju **184**
- 7.3 Vrste transportnih klavzul in njihove značilnosti **186**
- 7.4 Višina ponudbene cene pri različnih transportnih klavzulah **188**
- 7.5 Delež plačil v roku in z zamudo v 19 proučevanih državah v letu 2011 **191**
- 8.1 Osnovne značilnosti naložbenega, pogodbenega in trgovskega načina vstopa na tuji trg **196**
- 8.2 Prednosti in slabosti posrednega in neposrednega izvoza **202**
- 8.3 Prednosti in slabosti proizvodnega sodelovanja **208**
- 8.4 Povečevanje vloge dobavitelja v avtomobilski industriji **210**
- 8.5 Prednosti in slabosti franšiznega poslovanja **212**
- 8.6 Prednosti in slabosti licenčnega poslovanja **215**
- 8.7 Razlike med licenčnim in franšiznim poslovanjem **216**
- 8.8 Prednosti in slabosti pogodbenega vodenja **219**
- 8.9 Tipologija načinov čezmejnega sodelovanja večnacionalnega podjetja z lokalnim podjetjem **223**
- 8.10 Šest skupin možnih ciljev strateškega poslovnega in kapitalskega povezovanja **232**
- 9.1 Primer prikaza razlik med prodajnim in marketinškim konceptom **240**
- 9.2 Značilnosti transakcijskega in relacijskega marketinga **243**
- 9.3 Razlika med marketingom industrijskih (investicijskih) izdelkov in marketingom izdelkov široke potrošnje **244**
- 9.4 Prednosti alternativ blagovne znamke s proizvajalčevega (izvoznikovega) vidika **254**
- 9.5 Možnosti podjetja: Ansoffova mreža **255**
- 9.6 Dejavniki določanja cen **262**
- 9.7 Primer distribucijskih stroškov **272**
- 9.8 Primerjava stroškov prevoza **273**
- 9.9 Primer retrogradnega izračuna cene v mednarodni distribucijski verigi **273**
- 9.10 Primer eskalacije izvoznih cen **274**
- 9.11 Vrste posrednikov kot aktivnih članov mednarodne distribucijske verige **281**
- 9.12 Povezava izdelka z izbranim načinom pokrivanja trga **284**
- 9.13 Ovrednotenje izbora vrste transporta **291**

seznam

Seznam slik

- 1.1 Razmerje med letno stopnjo rasti svetovne blagovne trgovine in stopnjo rasti BDP **19**
- 3.1 Razsežnosti mednarodnega poslovanja in mednarodnega marketinga **53**
- 4.1 Medsebojna vplivnost posameznih ravni konkurenčnosti **92**
- 4.2 Konkurenčni položaj izdelka na globalnem trgu **98**
- 4.3 Smeri konkuriranja **98**
- 6.1 Sestavine kulturno-socialnega okolja **136**
- 6.2 Tihi jezik globalnega poslovnega komuniciranja **137**
- 7.1 Primer financiranja izvoznega posla **160**
- 7.2 Primer ponudbe z vsemi potrebnimi sestavinami **169**
- 7.3 Potek inkaso posla **173**
- 7.4 Potek akreditivnega posla **176**
- 7.5 Vrste kompenzacijskih poslov **182**
- 7.6 Varnost plačilnih instrumentov za izvoznika in uvoznika **183**
- 7.7 Prikaz posameznih transportnih klavzul **185**
- 8.1 Načini vstopa na tuje trge **198**
- 8.2 Prikaz posrednega in neposrednega izvoza in uvoza **199**
- 8.3 Razmejitev med posredniki na domačem in tujem trgu pri posrednem izvozu **201**
- 8.4 Kompenzacijski posel s pomočjo posrednika **206**
- 8.5 Vrste proizvodnega sodelovanja **207**
- 8.6 Razmerja med pogodbenikom in podizvajalci **209**
- 8.7 Primer odločitvene sheme za izbiro načina vstopa na tuji trg **224**
- 9.1 Medorganizacijski in potrošni marketing **245**
- 9.2 Sestavine dodajanja vrednosti **251**
- 9.3 Različni distribucijski kanali pri potrošnih izdelkih **276**
- 9.4 Različni distribucijski kanali pri industrijskih (medorganizacijskih) izdelkih **277**
- 9.5 Delovanje sivega trga **278**
- 9.6 Primer japonske distribucijske verige za avtomobilске dele **282**
- 9.7 Vzorec pogodbe o trgovinskem zastopanju na tujem trgu v angleškem jeziku **287**



predgovor

Predgovor

Globalno delovanje organizacij, pa naj gre za pridobitne ali nepridobitne, zasebne ali javne, proizvodne ali storitvene, posamične in neodvisne ali povezane in odvisne, manjše ali večje, novoustanovljene ali tradicionalne, predstavlja v sodobnih razmerah najširše (geografski ali planetarni vidik), najobsežnejše (nadgraditev mednarodnih in večnacionalnih pristopov), najatraktivnejše (praktično neomejen spekter možnosti, načinov in tehnik), najzahtevnejše (popolna, svetovna konkurenca vsega) in najbolj tvegano (odkrite ali prikrite pasti od začetka do zaključka posla) opravljanje dejavnosti, pri tem pa je za mnoge organizacije globalno delovanje že kar neizogiben pogoj in nuja za zagotovitev njihovega nadaljnjega obstoja in razvoja, za druge pa morda izkoristljiva obetajoča priložnost. Internacionalizacija organizacij in dejavnosti, ki jih te opravljajo, pa prikazuje procesni vidik vse bolj globalnih ekonomskih in poslovnih razmerij.

Področje *globalne ekonomije* (ekonomski diskurz, ki več temelji na znanosti) zajema zunanje razmere, v okviru katerih se odvijajo *globalni (mednarodni) posli* (managerski diskurz, ki več temelji na veščinah), in lahko odločujoče vpliva na vse faze posameznega posla, od njegove pridobitve do izvedbe in končnega izračuna uspešnosti, zato je med globalno ekonomijo (raven zunanjega okolja) in globalnim poslovanjem (raven podjetja) neločljiva interaktivna vez. Prav zaradi tega je treba glede na namen tega gradiva oba področja smiselno združiti v enotno temo. Na svetovni (tj. globalni) ravni se mednarodna aktivnost organizacij izraža in meri v agregiranih statističnih makroekonomskih postavkah v panožnem, nacionalnem, regionalnem ali svetovnem obsegu, tovrstni krovni podatki pa so nato zopet v vlogi smernic za ravnanje posameznih organizacij v doseganju njihovih strateških ciljev, povezanih s proizvodnjo, oblikovanjem storitvene ponudbe, trgovanjem in investiranjem. Če na eni strani prinaša udeležba organizacije v globalnih aktivnostih skorajda neomejene poslovne možnosti in priložnosti, pa delovanje v mednarodnih okvirih postavlja istočasno tudi zahtevo po obvladovanju zapletenih in nemalokrat usodnih tveganj, ki so povezana z delovanjem v tujem, pogosto manj poznanem okolju.

Predstavljeno gradivo, ki je napisano po načelih interdisciplinarnosti, saj in-

Predgovor

tegrirano posega na mnoga ekonomska, poslovna, organizacijska in pravna področja, se prvenstveno ne osredotoča na opis splošnih značilnosti globalne ekonomije, temveč postavlja v ospredje managementski vidik globalnih aktivnosti, v okviru katerega se nato obravnavajo značilnosti in posebnosti globalne ekonomije s poudarkom na temah, ki se v poslovni in managerski praksi najpogosteje pojavljajo in oblikujejo *management globalnega poslovanja*. Ta pa je tisti del tisti del strateškega managementa, ki pomeni obvladovanje globalnih trgovinskih in netrgovinskih poslov z načrtovanjem, organiziranjem in usklajevanjem, vodenjem in nadziranjem poslovanja v mednarodnih razsežnostih ter pripravo odgovorov na vsaj štiri osnovna strateška vprašanja po modelu globalnega poslovanja. Strnjeno rečeno, gradivo predstavlja managerski vidik globalne ekonomije in poslovanja ali mednarodni vidik t. i. *managerske ekonomije*. Ta pa na ta način združuje uporabo spoznanj (1) ekonomske teorije (mikroekonomija – proučevanje ekonomskega vedenja individualnih odločitvenih enot, kot so potrošniki, lastniki in podjetja, – in makroekonomija – proučevanje skupnih ali agregiranih nivojev kvantitativnih podatkov o prihodkih, dohodkih, zaposlenih, porabi, investicijah, cenah itd. oz. ekonomije kot celote) in (2) odločevalske znanosti na temeljih matematične ekonomije in ekonometrije, ki s pomočjo analitičnih orodij lahko prispeva dodano vrednost k reševanju managerskih problemov s sprejemanjem karseda primernih odločitev in načinov za doseganje ciljev organizacije in njenih udeležencev.

Vsebina tega gradiva z uvajanjem mednarodne razsežnosti poslovanja dopolnjuje in nadgrajuje znanja, ki so jih študenti in drugi zainteresirani bralci že pridobili iz temeljev upravljanja in vodenja podjetij in drugih organizacij, ter hkrati na komplementaren način povezuje spoznanja s tega področja s spoznanji z drugih povezanih področij (strateški management in druga izvedena ožja področja managementa). Obravnavane teme vsebujejo sodobne posebnosti, ki veljajo za svetovno (globalno) dogajanje, hkrati pa tudi posebnosti, ki so značilne za slovenska podjetja pri njihovem vstopanju in delovanju na globalnih trgih.

V Slovenskih Konjicah, julij 2020

Drago Dubrovski

Medsebojna povezanost in vplivnost globalne ekonomije in globalnega poslovanja

1.1 Globalizacija kot enotno izhodišče sodobne ekonomije in poslovanja

Z učinki globalizacije se zavedno ali nezavedno, načrtovano ali nenačrtovano in prostovoljno ali neprostovoljno srečujemo v poslovnem pa tudi zasebnem življenju. Podjetja se že dolgo zavedajo, da ne morejo oskrbovati le lokalnega trga, niti tam pridobivati za svojo dejavnost potrebna materialna in nematerialna sredstva, prav tako pa se povsod soočajo s konkurenco s celega sveta, pri kateri ima vsako podjetje, ki uspešno posluje, konkurenčne prednosti iz drugačnih virov ali drugih temeljev. Če se podamo na dopust ali delo v tujino ali po spletu naročimo izdelke za zasebno rabo, moramo upoštevati pravila in postopke, ki se uporabljajo, ko osebe ali izdelki prečkajo mejo ali skupnosti povezanih držav. Ko brskamo po spletnih straneh ali v trgovini izbiramo med izdelki na policah, smo pravzaprav že kar v virtualnem središču globalizacije, saj ti prihajajo z vseh koncev sveta. Globalizacija je potemtakem *povsod prisoten dejavnik*, ki neizogibno vpliva na poslovanje in življenje ljudi.

Globalizacija je večdimenzionalen proces, ki vključuje ekonomske, politične, družbene, pravne in kulturne sestavine, kakršne skupaj tvorijo novo kakovost (Svetličič, 1996, str. 78), v katerega so vključene države, organizacije in posamezniki. Globalizacija¹ ima tako geografski (premagovanje razdalj) kakor tudi organizacijski vidik (mednarodna integracija in koordinacija). Temelji na zamisli, da postaja svet vse bolj homogen, razlike med nacionalnimi trgi ne samo, da izginevajo, ampak so za nekatere trge že dejansko izginile, tako da je cel svet postal »globalna vas«. Na ta način dogajanja na enem koncu sveta vplivajo v najhitrejšem možnem času na dogajanja na drugem koncu

1. Termin globalizacija (fr. *mondialisation, le monde*, svet) naj bi razvil T. Levitt v svojem članku, objavljenem leta 1983 v reviji *Harvard Business Review*, s katerim je označil sodobne spremembe v mednarodnem gospodarstvu. Po nekaterih drugih virih pa je bil ta termin v rabi še precej pred tem (vsaj leta 1944), ekonomisti pa naj bi ga uporabili že vsaj v letu 1981. Ne glede na to pa je Levitt zaslužen za njegovo popularizacijo v poslovni sferi.

sveta. Nekateri (Deysine in Duboin, 1995, str. 612) opredeljujejo globalizacijo tudi kot stopnjo internacionalizacije, pospešeno z mednarodno menjavo in organizacijo podjetja, ki zasleduje »logiko odprtosti«.

O globalizaciji lahko sicer govorimo na *štirih ravneh*:

- na svetovnem nivoju gre za povečano ekonomsko medodvisnost med državami, ki se kaže v naraščajoči mednarodni menjavi izdelkov, storitev, kapitala, tehnologije, informacij in znanja;
- na nivoju določene države gre za obseg mednarodnih povezav gospodarstva neke države s svetovnim gospodarstvom;
- na nivoju določene panoge se nanaša na stopnjo odvisnosti in povezanosti konkurenčnega položaja take panoge iz ene države s konkurenčnimi panogami drugih držav;
- na nivoju določenega podjetja se nanaša na obseg širitve ali razporeditve prihodkov, sredstev in zaposlenih, ki ga podjetje doseže z udeležbo v mednarodnih trgovinskih, investicijskih in zaposlitvenih tokovih.

Na razvoj globalizacije so vplivali številni *dejavniki*:

- povečanje števila držav, ki iz zaprtih družbeno-političnih in gospodarskih sistemov, ki so bili vrsto let ovira za sproščeno trgovino (npr. države Vzhodne Evrope), prehajajo na mednarodne tržne sisteme, za katere je značilno zmanjšanje ali ukinjanje carinskih barier;
- gospodarska intenzivnost (ekspanzija), merjena s stopnjo rasti BDP, se preusmerja od razvitih držav v dežele v razvoju (npr. Južna Amerika, Srednja in Vzhodna Azija);
- stalni in intenzivirani tehnološki razvoj izpopolnjuje področje komunikacij – informacijska tehnologija, logistika in telekomunikacije;
- skokovit razvoj digitalnih tehnologij (npr. internet stvari, tiskanje 3D, blockchain, umetna inteligenca ipd.) preoblikuje mednarodno trgovino z odločilnim vplivanjem na stroške, vrsto in sestavo mednarodnega poslovanja;
- odpiranje (carinskih) meja za pretok izdelkov, storitev, kapitala, tehnologije, informacij in znanja ne prinaša samo velikih priložnosti za podjetja na novih trgih, temveč hkrati omogoča konkurentom, da vstopajo na domicilne trge teh podjetij;
- povečevanje oz. spreminjanje pričakovanj odjemalcev (industrijskih in individualnih) povsod po svetu (homogenizacija potreb) glede kakovosti izdelkov, spremljajočih storitev in cen na eni strani ter razlikovanje (individualizacija) povpraševanja na drugi strani;
- obstoj pomembnih regionalnih razlik glede razpoložljivosti materialov in izdelkov, strukture stroškov, stopnje rasti, pridobljenih veščin ipd.,

kar vse pogojuje in pospešuje mednarodno izmenjavo in nastanek prilagojenih oblik sodelovanja (npr. strateška zaveznitva in partnerstva).

Na vse večjo vpetost globalizacije v ekonomske in družbene procese je vplivala t. i. *deregulacija in liberalizacija mednarodne trgovine in finančnih trgov*, ki se kaže z odpravljanjem carinskih in drugih ovir za poslovanje znotraj države in med državami, olajšanim pretokom kapitala (investicij), davčno harmonizacijo in sporazumi, drsečimi menjalnimi tečaji in prosto konvertibilnostjo, medbančnim trgovanjem s svetovnimi valutami v mreži mednarodnih bank in posrednikov (forex) ter koristmi iz napredka informacijsko-komunikacijske tehnologije, s čimer se povečuje obseg potencialnih prodajnih, nabavnih, finančnih, naložbenih in zaposlitvenih trgov. Trgovinska liberalizacija se danes odvija na več ravneh: na globalni ravni pod okriljem WTO, na regionalni ravni z oblikovanjem regionalnih integracij in sklepanjem regionalnih trgovinskih sporazumov ter na bilateralni ravni z dvostranskimi sporazumi.

Za razvoj mednarodne trgovine in s tem globalizacije poslovanja imajo pomembno vlogo različne svetovne organizacije in sporazumi, med katerimi velja na prvem mestu navesti *Splošni sporazum o carinah in trgovini – GATT (General Agreement on Tariffs and Trade)*. Cilj GATT, ki je nastal po vojni leta 1948, je prizadevanje za gospodarsko rast na osnovi tržne odprtosti in proste trgovine. Svetovni trgovinski sistem se je tako razvijal v okviru serije trgovskih pogajanj, t. i. krogov (angl. *rund*),² tako da so se pod okriljem GATT od leta 1948 carinske ovire v mednarodnem trgovanju stalno zmanjševale. Leta 1995 je bila ustanovljena še *Svetovna trgovinska organizacija (World Trade Organisation – WTO)*, ki danes (2020) zajema 164 držav članic (vključene so vse gospodarsko pomembne države, od leta 2012 tudi Rusija), ki skupaj predstavljajo 98 % svetovne trgovine (več kot 20 držav pa se še pogaja za vstop). WTO je kot največja mednarodna gospodarska organizacija nadomestila GATT kot institucijo, GATT kot sporazum pa je dopolnila še s storitvami in intelektualno lastnino ter ga vključila v svoje cilje delovanja.

Glavni namen WTO je zagotavljanje tekoče in čim bolj proste mednarodne trgovine, ima pa tudi druge podrobnejše cilje in koristi za udeležence:³

2. Prvih pet krogov v obdobju 1947–1962 je znižalo povprečne carine za 36 %, Kennedyjeva runda v obdobju 1964–1967 za nadaljnjih 37 %, Tokijska runda v obdobju 1973–1979 za 33 % in Urugvajska runda v obdobju 1986–1994 še za 38 %. V letu 2017 je sicer povprečna ponderirana svetovna carina znašala 2,6 %.

3. Zaradi različnih ekonomskih, zgodovinskih, družbenih, političnih in drugih okoliščin se seveda tudi WTO srečuje s številnimi odprtimi vprašanji in izzivi, ki zahtevajo obilico spretnosti v pogajanjih med posameznimi državami, kot je npr. področje regionalizma oz. regionalnih trgovinskih sporazumov, področje okolja, področje investicij, področje konkurence preskrbe in pomenovitve postopkov, področje spletne trgovine ter področje standardov ravnanja z delovno silo.

promocija miru, konstruktivno reševanje nesporazumov, postavitev pravil, ki vsem omogočajo lažje delovanje, svobodnejša trgovina znižuje življenjske stroške, omogoča večjo izbiro izdelkov in vrst kakovosti, trgovina naj dviguje dohodke prebivalstva in stimulira ekonomsko rast, osnovna načela naj povečujejo življenjsko učinkovitost, vlade morajo biti zaščitene pred lobiranjem, pri čemer transparenten sistem pozitivno vpliva na ugled lokalne politike. V okviru trgovskih pogajanj (krogov), ki so bila v začetku bilateralna, kasneje pa multilateralna, so se postopoma znižale carinske stopnje v mednarodni menjavi s povprečno 40 % (1947) na današnjih 2–3 % (precej manj pri kmetijskih izdelkih).

V poslovnem smislu je globalizacija stanje mednarodnih trgovinskih, investicijskih, finančnih in človeških tokov, v katere se s svojimi aktivnostmi vključuje vedno več regij, držav in podjetij ter izdelkov, storitev, tehnologije, znanja, informacij in kapitala, ki na ta način tvorijo *globalni trg*, čeprav še vedno z lokalnimi posebnostmi, do katerega lahko bolj ali manj prosto dostopajo zainteresirani udeleženci. Globalizacija pa ne pomeni, da si odjemalci povsod po svetu želijo enake modele, stile in izvedbe izdelkov ter storitvene ponudbe. Prej nasprotno. Globalizacija vpliva na homogeniziranje potreb in povpraševanja po skupinah izdelkov, proizvajalci pa morajo na to odgovoriti z individualizacijo ponudbe, če se želijo v globalni konkurenčnosti ustrezno pozicionirati. Na ta način se (med ostalim) povečuje variabilnost (diferenciranost) izdelkov, njihovi življenjski cikli pa se stalno zmanjšujejo.

Z globalizacijo mednarodnega poslovanja oz. globalno internacionalizacijo, s katero se izgublja ali zamegljujejo meje med državami ali regionalnimi področji in s tem klasična definicija geografskega izvora izdelka (storitve), se spreminjajo tudi dimenzije procesa konkuriranja. Globalizacija je danes *neizogibno izhodišče*, ki ga morajo podjetja pri svojem poslovanju upoštevati, ne glede na to, kakšna je stopnja njihove internacionalizacije, kakšen je način prisotnosti na trgu in gospodarsko ali celo negospodarsko področje, na katerem delujejo.

Posledično pa se istočasno prav zaradi tega *intenzivira konkurenčni boj*, v katerega se vključujejo tekmeci iz celega sveta. Če smo v poslovnem smislu v podjetju navdušeni nad globalizacijskimi vplivi, ker so se razširile možnosti plasmaja naših izdelkov in storitev tudi na trge, ki so v preteklosti veljali za že kar hermetično zaprte ali pa so bile za njih značilne kvantitativne in proceduralne ovire⁴ (= pozitivno), pa bomo manj navdušeni z recipročnim učinkom, ko lahko konkurenti s celega sveta sedaj lažje vstopajo na naše domicile, tradicionalne ali varovane trge (= negativno). Prav iz takšnega dualnega

4. Preden je Kitajska vstopila v WTO (2005), je bila v letu 1992 njena povprečna carina za uvoz izdelkov 45,6 %, po vstopu v WTO pa je padla le na 6,9 %, sedaj pa je povprečna ponderirana carina 3,8 %.

učinka globalizacije izhajajo ponekod divergentna mnenja o koristi takšnega pojava.

Na ravni podjetij globalizacija trgov in konkurence sili podjetja h *globalni učinkovitosti* na področju posameznih funkcij (Jurše, 1996, str. 89–90):

- na področju nabave: ustvarjanje globalne mreže dobaviteljev, ki pogosto vodi k racionaliziranju števila dobaviteljev, sistemizacijo nabav in prenos razvoja komponent na ključne dobavitelje ter povečevanje pogajalske pozicije do dobaviteljev;
- na področju raziskav in razvoja (R&R): ustvarjanje strateških povezav s konkurenti in dobavitelji, skupni projektni timi za bazični razvoj, standardiziranje komponent, simultani inženiring in lociranje razvojnih enot blizu trga (odzivnost na zahteve odjemalcev na ključnih trgih);
- na področju proizvodnje: racionaliziranje proizvodnih obratov, prenašanje manj zahtevne proizvodnje in sestave v države s cenejšo delovno silo, osredotočanje zahtevnih faz proizvodnje na lokacijah z ustreznimi potenciali, delitev proizvodnje na posamezne faze in globalno optimiranje (z vidika nabavnih cen, proizvodnih stroškov, uvoznih dajatev za končne izdelke in polizdelke, transportnih stroškov, sistema lokalnih spodbud in menjalnih tečajev);
- na področju finančne funkcije: optimiranje denarnih tokov in izkoriščanje razlik v ceni kapitala (obrestne mere), optimiranje (zniževanje) obdavčenja premoženja in dobička s sistemom transfernih cen, izkoriščanje lokalnih finančnih virov za naložbe, zavarovanje pred spremembami intervalutarnih razmerij in izkoriščanje pozitivnih razlik v tečajih valut itd.;
- na področju marketinga: globalna koordinacija in integracija aktivnosti (blagovne znamke, promocija) in lokalno prilagajanje (prodajna mreža in servis odjemalcem), izkoriščanje prednosti globalnega trga, ustvarjanje močne tržne pozicije na vseh ključnih trgih;
- na področju človeških virov: zaposlovanje lokalnega osebja (prilagajanje poslovanja lokalnim pogojem), kroženje strokovnjakov med različnimi enotami v svetu (načrtovanje karier), izobraževanje in usposabljanje za delo v okolju različnih kultur, globalna mobilnost in prilagodljivost delovanja v okolju različnih kultur.

Globalizacija je poslovna usmerjenost, temelječa na premisi, da postaja svet bolj homogen, razlike med nacionalnimi trgi pa ne samo, da bledijo, temveč za posamezne izdelke celo povsem izginjajo. Posledično pa morajo tržniki globalizirati njihove strategije po posameznih trgih ali segmentih na teh trgih, da pridobijo prednosti, izvirajoče s področja trga, stroškov, okolja in konkurenčnih dejavnikov (Czinkota in Ronkainen, 1996, str. ix). Vzporedno

z globalno decentralizacijo, ki zagotavlja odzivanje podjetja na zahteve v lokalnem okolju, kjer deluje, poteka na drugi strani tudi globalna integracija, ki zagotavlja globalno učinkovitost in zniževanje (fiksni) stroškov zaradi ekonomije obsega na vseh prej navedenih funkcijskih področjih.

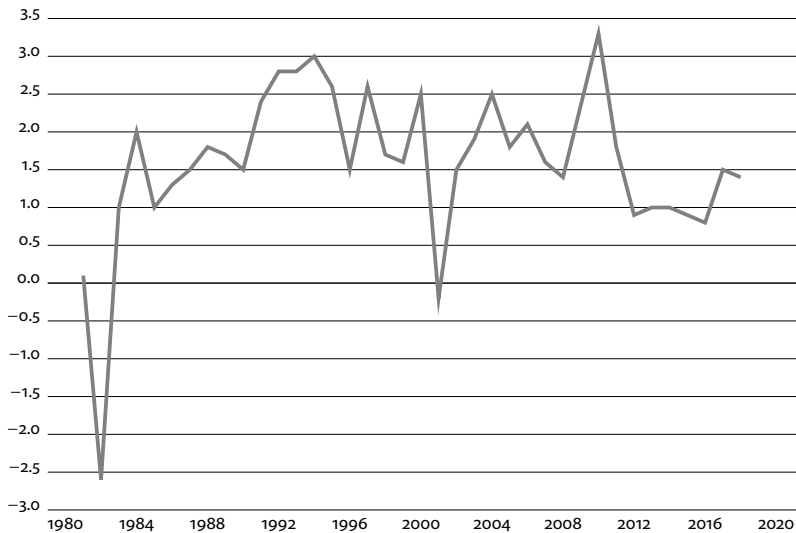
Posledica povečanega vpliva globalizacije na (spremenjeno) delovanje organizacij je vendarle *različna in se ne pojavlja povsod na enak način in v istem časovnem obdobju*. Na mnogih področjih bo mogoče doseči globalno konkurenčnost s koncentracijo sredstev (resursov, potencialov) dveh ali več povezanih podjetij v obliki strateških poslovnih, lastninskih, interesnih ali pogodbenih povezav, drugod s prilagajanjem obsega poslovanja in števila zaposlenih (angl. *down-, up-, right-sizing*), ponekod pa z opuščanjem proizvodne funkcije, njeno selitvijo na geografska področja z nižjo ceno delovne sile (dislokacija proizvodne funkcije, angl. *offshoring*) ter najemom zunanjih proizvodnih in drugih storitev (angl. *outsourcing*), drugod spet z zagotavljanjem razvoja na osnovi diverzifikacije itn. Globalizirano poslovno okolje zahteva od podjetij stalno (evolucijsko in revolucijsko) posodabljanje njihovih strategij, poslovnih modelov, prenavljanje tehnologij in inovativne managementске pristope. Globalizacija je namreč *enotno izhodišče sodobne mednarodne ekonomije in poslovanja*.

1.2 Stalna rast svetovne trgovine kot kvantitativni izkaz globalizacije

Različni statistični numerični, pa tudi atributivni podatki izkazujejo vse večjo povezanost in soodvisnost posameznih nacionalnih gospodarstev v »globalni mreži« in hkrati dokazujejo permanenten proces naraščanja obsega (in vrst) mednarodne menjave (trgovine), v katero se vključuje vedno več držav, vedno več podjetij ter vedno več izdelkov, storitev, kapitala, tehnologije, informacij in znanja.

Vrednost svetovne blagovne in storitvene trgovine je znašala v letu 1980 42,1 % svetovnega BDP, v letu 2010 pa že 58,0 % BDP, vrednost neposrednih tujih investicij je leta 1980 dosegla 6,5 %, leta 2010 pa že 21,8 % BDP, število tujih delavcev se je povečalo z 2,4 % svetovne populacije v letu 1965 na 3 % vsega prebivalstva (Baudrand in Henry, 2012, str. 154). Leta 1967 je bila vrednost vhodnih in izhodnih neposrednih naložb vseh držav le 7,8 % svetovnega BDP, leta 2005 pa že 46,6 % (Dunning in Lundan, 2008, str. 35). Mednarodni turizem, ki prispeva že 10 % svetovnega BDP in 8 % svetovne zaposlenosti, se je razširil od 25,3 mio turistov v letu 1950 na 900 mio turistov v letu 2008, v letu 2018 pa je bilo zabeleženih že 1,4 mlrd prihodov turistov, največ iz Kitajske, Nemčije, ZDA, V. Britanije in Poljske, turizem pa celo raste precej hitreje od svetovne trgovine. V 25 letih se je tako število turistov potrojilo, njihova poraba pa povečala za petkrat (1300 mlrd USD). Po izjemno visoki stopnji narašča število svetovnih migrantov, ki zajema 250 mio oseb ali 3 % svetovne populacije (za primerjavo leta 1965 75 mio, leta 1975 85 mio, leta 1985 105 mio, leta

1.2 Stalna rast svetovne trgovine kot kvantitativni izkaz globalizacije



Slika 1.1 Razmerje med letno stopnjo rasti svetovne blagovne trgovine in stopnjo rasti BDP

1990 120 mio, leta 1995 164 mio, leta 2003 175 mio, leta 2013 215 mio in leta 2015 232 mio migrantov (Balaresque in Oster, 2017, str. 79). Skokovito se povečujejo tudi migracije in izmenjave študentov. Nekateri nadaljnji ključni statistični podatki o naraščanju mednarodne izmenjave izdelkov in storitev so razvidni iz preglednic 1.1–1.5.

Na sliki 1.1 je po posameznih letih predstavljen količnik (mnogokratnik) med stopnjo rasti svetovne blagovne trgovine, ki je v obdobju 1981–2018 znašala povprečno 6 %, in stopnjo rasti BDP, ki pa je v istem obdobju znašala povprečno 3 %, ki prikazuje, kolikokrat večja je bila rast blagovnega izvoza od rasti BDP v posameznem letu (v letu 2009 sta bili obe stopnji negativni: -2,6 % in -0,4 %), kar pomeni, da se v mednarodno izmenjavo vključuje vse več področij, držav, podjetij ter izdelkov in storitev (iz slike pa je med drugim razviden učinek finančne krize v letu 2009, ki pa je bila v letu 2012 v glavnem že odpravljena), saj so »dodatni« proizvedeni izdelki in storitve (kot rast BDP) pretežno namenjeni mednarodni menjavi. Po začasnem upadu svetovne blagovne trgovine v letu 2009 zaradi posledic finančne krize pa ta zoper narašča po podobni stopnji kot BDP, saj sta v obdobju 2018–2008 svetovni BDP in blagovna trgovina oba narasla za 26 % (World Trade Organization, 2019, str. 10), končni podatki zgolj za leto 2018 pa kažejo na 3,0-odstotno rast blagovne trgovine pri 2,9-odstotni rasti BDP). Še višjo stopnjo rasti pa v istem obdobju izkazujejo komercialne storitve (zgolj storitve IKT so v letu 2018 porasle za 17 %). Večja stopnja rasti izvoza od stopnje rasti BDP je *kvantitativni izkaz* (in dokaz) globalizacije ter internacionalizacije podjetij in dejavnosti.

Svetovni blagovni izvoz (statistično je seveda na svetovni ravni enak sku-

Medsebojna povezanost in vplivnost globalne ekonomije in globalnega poslovanja

Preglednica 1.1 Svetovni blagovni izvoz po regijah in izbranih državah v obdobju 1948–2017

Postavka	1948	1953	1963	1973	1983	1993	2003	2018
Skupaj (mlrd USD)	59	84	157	579	1.838	3.688	7.379	18.919
Skupaj (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Severna Amerika	28,1	24,8	19,9	17,3	16,8	17,9	15,8	13,6
ZDA	21,6	14,6	14,3	12,2	11,2	12,6	9,8	8,8
Kanada	5,5	5,2	4,3	4,6	4,2	3,9	3,7	2,4
Mehika	0,9	0,7	0,6	0,4	1,4	1,4	2,2	2,4
Južna in Srednja Amerika	11,3	9,7	6,4	4,3	4,5	3,0	3,1	3,4
Brazilija	2,0	1,8	0,9	1,1	1,2	1,0	1,0	1,3
Čile	0,6	0,5	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4
Evropa	35,1	39,4	47,8	50,9	43,5	45,3	45,9	37,6
Nemčija (ZRN 1948–1983)	1,4	5,3	9,3	11,7	9,2	10,3	10,2	8,2
Nizozemska	2,0	3,0	3,6	4,7	3,5	3,8	4,0	3,8
Francija	3,4	4,8	5,2	6,3	5,2	6,0	5,3	3,1
Velika Britanija	11,3	9,0	7,8	5,1	5,0	4,9	4,1	2,6
Države Commonwealth in CIS	–	–	–	–	–	1,7	2,6	3,4
Afrika	7,3	6,5	5,7	4,8	4,5	2,5	2,4	2,4
Južnoafriška republika	2,0	1,6	1,5	1,0	1,0	0,7	0,5	0,5
Srednji Vzhod	2,0	2,7	3,2	4,1	6,7	3,5	4,1	6,0
Azija	14,0	13,4	12,5	14,9	19,1	26,0	26,1	33,6
Kitajska	0,9	1,2	1,3	1,0	1,2	2,5	5,9	13,1
Japonska	0,4	1,5	3,5	6,4	8,0	9,8	6,4	3,9
Indija	2,2	1,3	1,0	0,5	0,5	0,6	0,8	1,7
Avstralija in Nova Zelandija	2,9	2,3	2,2	1,6	1,4	1,5	1,4	1,6
EU	–	–	24,5	37,0	31,3	37,3	42,8	34,3
Bivša Sovjetska zveza	2,2	3,5	4,6	3,7	5,0	–	–	–
Članice GATT/WTO	63,4	69,6	75,0	84,1	77,0	89,0	94,3	97,9

Opombe Povzeto po World Trade Organization (2019, str. 98).

pnemu uvozu) se torej skokovito povečuje, tako da znaša (2017) že prek 17.000 mlrd USD, spreminjajo pa se tudi deleži posameznih držav. V zadnjih 50 letih so bila najhitreje rastoča izvozna gospodarstva iz Azije, katere delež je v začetku 60. let v svetovni trgovini znašal le 14 %, v letu 2017 pa že 34 % (skupaj z Avstralijo in Novo Zelandijo). Kot že prej omenjeno, delež držav članic WTO, znaša 98,3 % vsega blagovnega izvoza. Evropske države še vedno največ trgujejo med seboj, vendar pa za te vse bolj narašča pomen azijskih trgov, azijske države pa po obsegu približno enako trgujejo z Evropo in Severno Ameriko.

Iz preglednic je razvidno, da tri države (Kitajska, ZDA in Nemčija) prevladujejo⁵ tako na strani uvoza (skupaj 31,5 %) kakor tudi izvoza izdelkov (30,2 %),

5. Velike in gospodarsko hitrorastoče države v zadnjih 20 letih poimenujemo s kratico BRICS

1.2 Stalna rast svetovne trgovine kot kvantitativni izkaz globalizacije

Preglednica 1.2 Največji izvozniki v svetovni blagovni trgovini v letu 2017

(1)	(2)	(3)	(4)	(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Kitajska	2.263	12,8	16.	Rusija	353	2,0
2.	ZDA	1.547	8,7	17.	Španija	321	1,8
3.	Nemčija	1.448	8,7	18.	Tajvan	317	1,8
4.	Japonska	698	3,9	19.	Švica	300	1,7
5.	Nizozemska	652	3,7	20.	Indija	298	1,7
6.	Južna Koreja	574	3,2	21.	Tajska	237	1,3
7.	Hong Kong	550	3,1	22.	Poljska	231	1,3
8.	Francija	535	3,0	23.	Avstralija	231	1,3
9.	Italija	506	2,9	24.	Savdska Arabija	218	1,2
10.	Velika Britanija	445	2,5	25.	Malezija	218	1,2
11.	Belgija	430	2,4	26.	Brazilija	218	1,2
12.	Kanada	421	2,4	27.	Vietnam	214	1,2
13.	Mehika	409	2,3	28.	Češka	180	1,0
14.	Singapur	373	2,1	29.	Indonezija	169	1,0
15.	Združeni arabski emirati	360	2,0	30.	Avstrija	168	0,9

Opombe Naslovi stolpcev: (1) rang, (2) izvoznik, (3) vrednost (v mlrd USD), (4) delež (v odstotkih). Povzeto po World Trade Organization (2018, str. 124).

Preglednica 1.3 Največji uvozniki v svetovni blagovni trgovini v letu 2017

(1)	(2)	(3)	(4)	(1)	(2)	(3)	(4)
1.	ZDA	2.410	13,4	16.	Singapur	328	1,8
2.	Kitajska	1.842	10,2	17.	Švica	269	1,5
3.	Nemčija	1.167	6,5	18.	Združeni arabski emirati	268	1,5
4.	Japonska	672	3,7	19.	Tajvan	259	1,4
5.	Velika Britanija	644	3,6	20.	Rusija	238	1,3
6.	Italija	625	3,5	21.	Turčija	234	1,3
7.	Hongkong, Kitajska	590	3,3	22.	Poljska	230	1,3
8.	Nizozemska	574	3,2	23.	Avstralija	229	1,3
9.	Južna Koreja	478	2,7	24.	Tajska	223	1,2
10.	Italija	453	2,5	25.	Vietnam	212	1,2
11.	Indija	447	2,5	26.	Malezija	195	1,1
12.	Kanada	442	2,5	27.	Avstrija	176	1,0
13.	Mehika	432	2,4	28.	Češka	162	0,9
14.	Belgija	403	2,2	29.	Brazilija	157	0,9
15.	Španija	351	1,9	30.	Indonezija	157	0,9

Opombe Naslovi stolpcev: (1) rang, (2) uvoznik, (3) vrednost (v mlrd USD), (4) delež (v odstotkih). Povzeto po World Trade Organization (2018, str. 124).

(Brazilija, Rusija, Indija, Kitajska in Južna Afrika), ki pa sicer niso formalno povezane v nobeno integracijo, čeprav je njihovo medsebojno gospodarsko in finančno sodelovanje zelo intenzivno. Skupina obsega kar 41 % svetovnega prebivalstva, 25 % ozemlja, njihov delež v svetovnem BDP je

Preglednica 1.4 Največji izvozniki v svetovni trgovini komercialnih storitev v letu 2017

(1)	(2)	(3)	(4)
1.	ZDA	762	14,4
2.	Velika Britanija	347	6,6
3.	Nemčija	300	5,7
4.	Francija	248	4,7
5.	Kitajska	226	4,3
6.	Nizozemska	216	4,1
7.	Irska	186	3,5
8.	Indija	183	3,5
9.	Japonska	180	3,4
10.	Singapur	164	3,1

Opombe Naslovi stolpcev: (1) rang, (2) izvoznik, (3) vrednost (v mlrd USD), (4) delež (v odstotkih). Povzeto po World Trade Organization (2018, str. 126).

Preglednica 1.5 Največji uvozniki v svetovni trgovini komercialnih storitev v letu 2017

(1)	(2)	(3)	(4)
1.	ZDA	516	10,2
2.	Kitajska	464	9,1
3.	Nemčija	322	6,3
4.	Francija	240	4,7
5.	Nizozemska	211	4,2
6.	Velika Britanija	210	4,1
7.	Irska	199	3,9
8.	Japonska	189	3,7
9.	Singapur	171	3,4
10.	Indija	153	3,0

Opombe Naslovi stolpcev: (1) rang, (2) uvoznik, (3) vrednost (v mlrd USD), (4) delež (v odstotkih). Povzeto po World Trade Organization (2018, str. 126).

čprav so ZDA za razliko od drugih dveh držav večji uvoznik kot izvoznik izdelkov,⁶ to negativno razliko (zunanjetrgovinski primanjkljaj)⁷ pa delno nadomeščajo z daleč največjim deležem izvoza storitev, v katerih pa je tudi praviloma več dodane vrednosti. Svetovno trgovino po vrednosti tako sestavlja jo v obsegu 63 % proizvodni izdelki, 22 % storitve in 15 % primarni izdelki.

Če je za preteklo obdobje značilna stalna rast svetovne trgovine, ki v povprečju presega rast svetovnega BDP, pa razmere, v katerih se mednarodno poslovanje kvantitativno in kvalitativno širi, po posameznih obdobjih niso enake, kot ugotavljajo analitiki svetovalnega podjetja A.T. Kearney.

Različne napovedi kažejo še na nadaljnjo rast svetovne trgovine – in posledično globalizacije –, čeprav bodo očitno vzvodi za takšno rast drugačni, kot pa so veljali v preteklosti. Globalizacijo je treba analizirati kot tisočleten geohistoričen proces, ki ni niti mehanski niti linearen, razvija pa se s fazami pospeševanja in stabiliziranja (Carroué, 2018, str. 13).

Izkazana globalizacija na področju proizvodnje in ponudbe izdelkov in sto-

znašal 23,2 % (po pariteti kupne moči celo 33 %). Države BRICS poleg visoke gospodarske rasti in obsežnih investicij izkazujejo še visoke letne stopnje rasti uvoza, kar bi moralo dodatno ohrabriti izvozno usmerjena podjetja. Gospodarska rast teh držav tudi v obdobju svetovne krize (2008–2011) je vplivala na to, da se velika gospodarska in finančna kriza ni razvila še v močnejšo stopnjo.

6. Največja izvozna podjetja v ZDA v letu 2015 so bili po vrednosti Apple Computer (delež izvoza 65 %), General Electric (55 %), Ford Motors (38 %), Procter & Gamble (63 %), General Motors (32 %), IBM (53 %), Alphabet Inc. (54 %), Johnson & Johnson (49 %), Hewlett-Packard (62 %), Pfizer (56 %) in Microsoft Corp. (57 %).

7. Več o tem v poglavju o plačilni bilanci.

1.2 Stalna rast svetovne trgovine kot kvantitativni izkaz globalizacije

Preglednica 1.6 Ključni vplivni dejavniki na mednarodno trgovino v zadnjih 30 letih po analizi A.T. Kearney

	Preteklih 20 let	Danes	Naslednjih 10 let
<i>Makroekonomski dejavniki</i>			
Svetovni BDP	(+) Hitra rast nacionalnih trgov	(-) Recesija	Ponovna rast po nižjih stopnjah
Prosta trgovina	(+) Odpiranje, tudi s pomočjo WTO	(-) Znaki vračanja protekcionizma	Negotovo, odvisno od ekonomskih pogojev
Primerjalna prednost	(+) Visoka (nizki stroški dela (Kitajska))	Rast stroškov dela in cen nepremičnin omejuje prednosti	Nadaljevanje omejevanje
Pogoji financiranja	(+) Lahko dostopni	(-) Resni kreditni krč vpliva na trgovino in naložbe	Ponovna izgradnja zaupanja in izboljšanje premoženjskih bilanc
Devizni tečajji	(+) Stabilni z nekaj izjemami (nizka vrednost azijskih valut)	(-) Nestabilni in negotovi zaradi konfliktnih monetarnih politik	Počasno stabiliziranje z jačanjem azijskih valut
Informacijska tehnologija	(+) Revolucionarne spremembe	(+) Še vedno številne neizkoriščene priložnosti	(+) Nadaljnji razvoj tehnologije
Outsourcing	(+) Razcvet, viden kot »neomejeni potencial«	Soočjenje z omejitvami	(+) Nadaljnje možnosti v izbranih segmentih
Tržno usmerjeno politično okolje	(+) Odpiranje Daljnega Vzhoda in Vzhodne Evrope	(+) Stabilno	Težko predvidljivo, če se bodo ekonomske težave nadaljevale
<i>Mikroekonomski dejavniki</i>			
Transportni stroški	(+) Nizki	(+) Najnižji zaradi presežnih zmogljivosti in nizke cene nafte	(-) Dolgoročno naraščanje
Deregulacija	(+) Deregulacija in privatizacija na svetovni ravni	Dvom glede deregulacije in kapitalskih trgov	(+) Ne pričakuje se vrnitev k povojni regulaciji in državnemu lastništvu
Industrijska konsolidacija	(+) Pretežno horizontalna med konkurenti	(-) Presežne zmogljivosti	Stopenjsko naraščanje, vendar manj drzno
Infrastruktura	(-) Visoke naložbe, pogosto brez zadovoljitve povpraševanja	(+) Padec naložb zaradi zmanjšanega pritiska na infrastrukturo	Državne vzpodbude za izboljšanje infrastrukture v mnogih državah

(+) pozitivni, (-) negativni. Povzeto po Tasiaux (2009).

ritev je interaktivno povezana z globalizacijo *financ oz. finančnih trgov*. Poudrožje financ, ki je postalo izrazito aktualno v zadnjih letih zaradi pojava globalne finančne krize, prav tako vpliva na povečano globalizacijo proizvodnih

in storitvenih tokov, poslovanja in podjetij. »Globalizacija finančnega kapitalizma« se kaže v večjem prilagajanju posameznim transakcijam, z novimi finančnimi produkti, novimi finančnimi instrumenti in igralci na svetovnem trgu, povečanim deležem mednarodnega financiranja posameznih poslov ter intenzivnimi kapitalskimi združitvami in prevzemi na globalni ravni (Wolf, 2007).

Sodobna »finančna globalizacija« se kaže na 10 načinov: internacionalizacija kreditov, razvoj trga tveganj (z uvajanjem novih finančnih produktov), finančni trgi zavzemajo vedno večji delež v primerjavi z bančnimi krediti, povečuje se delež izpeljanih produktov (derivati), ki pospešujejo investicije, nadzor nad njimi pa je otežen, pomembno težo imajo offshore finančni centri, meje aktivnosti finančnih inštitucij (banke, investicijski skladi, spekulativni skladi ipd.) so velikokrat zamegljene, banke težijo k diverzifikaciji dejavnosti in pogosto delujejo kot posrednik na finančnih trgih, kar pa iz bilanc ni vedno razvidno, vloga institucionalnih investitorjev (zavarovalnice, spekulativni skladi itd.) prav tako narašča, naraščajo kapitalske povezave med bankami, ki oblikujejo finančne konglomerate, v katerih je združeno bančništvo, borzništvo in zavarovalništvo, dejavnosti finančnih in nefinančnih akterjev se vse bolj prekrivajo, saj pri slednjih narašča delež finančne dejavnosti (Chavagnoux, 2008). Pretirana in nenadzorovana globalizacija finančnega kapitalizma pa je bila na drugi strani vzrok za začetek velike svetovne finančne krize v letu 2008, ki se je sprožila s težavami trga ameriških hipotekarnih kreditov, ta pa je praktično – z nekaj izjemami – dosegla vse predele sveta, finančna kriza pa je zaradi interaktivne in soodvisne povezanosti s proizvodno sfero z zamikom vplivala na pojav gospodarske krize.

Nekateri uveljavljeni inštituti so razvili lastne metode za merjenje stopnje globalizacije. Tako je npr. Center za raziskovanje konjunkturo (nem. *Konjunkturforschungsstelle* – KOF) iz Züricha oblikoval t. i. KOF indeks globalizacije, ki v 25 proučevanih postavkah pokriva ekonomsko (menjava izdelkov, storitev in kapitala), socialno (širjenje idej, informacij in znanja) in politično dimenzijo (razpršitev vladnih politik) globalizacije. Po tem indeksu je med evropskimi državami najvišje uvrščena Belgija (indeks 92,1), sledijo pa Avstrija (91,4), Švedska (90,0), Švica (88,6), Danska (88,4), Nizozemska (88,4), V. Britanija (86,7), Češka (85,5), Francija (85,4) in Finska (84,4) (Grgič in Bilas, 2008, str. 660).

Zaradi relativno majhnega nacionalnega gospodarstva Slovenija seveda po obsegu ne more biti pomembnejši igralec na svetovnem trgu. V letu 2018 je Slovenija izvozila za 30,9 mlrd EUR blaga (leta 2009 16,3 mlrd EUR), uvozila pa je za 30,7 mlrd EUR blaga (v letu 2009 17,3 mlrd EUR), v letu 2018 je presežek v blagovni menjavi s tujino znašal 151,7 mio EUR.⁸

8. Opozoriti je treba, da je k dvomestni rasti blagovne menjave v letu 2019 prispevala menjava

Preglednica 1.7 Gibanje slovenskega izvoza in uvoza v obdobju 2009–2018

Postavka	2009	2010	2011	2012	2013
(a)	16.269.340	18.639.344	20.999.296	21.060.685	21.548.704
(b)	17.275.937	20.100.589	22.555.089	22.077.660	22.114.150
(c)	-1.006.597	-1.461.245	-1.555.794	-1.016.975	-565.446
(č)	94	93	93	95	97
Postavka	2014	2015	2016	2017	2018
(a)	22.935.649	23.940.020	24.970.786	28.265.070	30.857.716
(b)	22.580.164	23.304.943	24.111.658	27.606.242	30.706.005
(c)	355.485	635.077	859.129	658.829	151.711
(č)	102	103	104	102	102

Opombe Naslovi vrstic: (a) izvoz (1000 EUR), (b) uvoz (1000 EUR), (c) trgovinska bilanca (1000 EUR), (č) pokritost uvoza z izvozom (v odstotkih).

Slovenska podjetja na tujih trgih (23.177 izvoznikov s 384.000 zaposlenimi)⁹ dosežejo okoli 42 % vseh prihodkov (33,1 % v EUR in 8,8 % izven EUR v letu 2018). Vrednostno so največ (53 %) na tuje trge izvozila podjetja iz predelovalne industrije, ki skoraj 72 % celotnega prometa ustvarijo v tujini, med katerimi prevladuje proizvodnja cestnih vozil, proizvodnja električnih strojev in naprav, proizvodnja medicinskih in farmacevtskih izdelkov, proizvodnja industrijskih strojev itn. Medtem ko je industrija dokaj izvozno usmerjena (ključni problem je v povprečju v prenizki dodani vrednosti na zaposlenega), so storitve pretežno usmerjene na domači trg (največji delež izvoza med prihodki beleži dejavnost prometa in skladiščenja 47 % ter finančna in zavarovalniška dejavnost 59 %), kar kaže na njihovo relativno šibko mednarodno konkurenčnost. Izvozna usmerjenost, ki dokazuje globalno konkurenčnost, ima tudi druge učinke.

V preglednici 1.8 so prikazani nekateri nadaljnji kazalniki, iz katerih je prav tako mogoče razbrati, da se tudi Slovenija vse intenzivneje vključuje v mednarodno izmenjavo, pa tudi, kje so tista področja, kjer pa stopnje vključevanja zaostajajo, predvsem ko gre za neposredne naložbe. Slovenija namreč ni pripoznana kot atraktivna lokacija za tuje vlagatelje, na kar pa imajo velik vpliv tudi politični razlogi in motivi. V letu 2019 so tuje neposredne naložbe v Sloveniji dosegle raven 15,96 mlrd EUR, po izvorni državi tujega lastnika prevladujejo naložbe iz Avstrije, Luksemburga, Švice, Nemčije, Italije in Nizozemske. Delež tujih podjetij sicer rahlo narašča (5,8 % vseh podjetij v letu 2018 in 4,3 %

medicinskih in farmacevtskih izdelkov zaradi izgradnje novega velikega distribucijskega centra logističnega podjetja Kuehne & Nagel na Brniku, kamor prihajajo in odhajajo izdelki v glavnem evropskih farmacevtskih proizvajalcev.

9. Največji slovenski izvozniki po doseženih prihodkih v tujini v letu 2018 so bili: GEN-1, Revoz, Krka, Lek, HSE, Belektron, Impol, Adria Mobil, Hella Saturnus, SIJ Acroni, Sandoz, Talum, LTH Castings, BSH, TAB, AquafilSlo, Geoplin, Cimos, Carthago in Odelo.

Preglednica 1.8 Primerjalna razmerja različnih vidikov vključevanja Slovenije v globalno poslovno okolje

Kazalnik	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
(a)	66,1	57,2	64,3	70,4	73,1	74,5	75,8	76,9	77,8	82,9
(b)	68,0	55,4	62,9	68,5	68,9	69,0	68,4	68,4	68,6	73,2
(c)	55,6	45,6	52,3	58,0	58,8	59,4	59,6	60,0	59,9	64,4
(č)	11,5	10,7	11,3	11,5	12,2	12,3	12,5	12,7	13,1	13,6
(d)	22,7	21,6	22,0	24,1	25,6	24,5	27,1	29,9	32,1	31,8
(e)	16,0	17,0	16,8	16,4	15,8	14,3	14,2	14,2	14,2	13,7
(f)	4,3	3,8	3,6	3,8	4,1	4,5	5,1	5,4	5,8	5,8
(g)	13,9	13,5	13,6	14,6	15,2	16,1	19,2	20,5	22,1	23,2

Opombe Naslovi vrstic: (a) izvoz blaga in storitev (delež BDP, v odstotkih), (b) uvoz blaga in storitev (delež BDP, v odstotkih), (c) tržna integracija blaga: povprečje izvoza in uvoza (delež BDP, v odstotkih), (č) tržna integracija storitev: povprečje izvoza in uvoza (delež BDP, v odstotkih), (d) tuje neposredne naložbe v državi, stanja (delež BDP, v odstotkih), (e) neposredne naložbe države v tujini, stanja (delež BDP, v odstotkih), (f) tuja notranja podjetja (delež vseh podjetij, v odstotkih), (g) osebe, ki delajo v tujih notranjih podjetjih (delež oseb, ki delajo v vseh podjetjih, v odstotkih).

v letu 2008), prav tako pa je vse več Slovencev zaposlenih v podjetjih s tujim lastništvom.

Tuje notranje podjetje je podjetje s sedežem v Sloveniji (državi priprave statistike), nad katerim ima nadzor institucionalna enota, ki nima sedeža v Sloveniji (državi priprave statistike). Nadzor pomeni zmožnost določanja splošne politike podjetja, po potrebi vključno z zmožnostjo izbora ustreznih direktorjev. V tem smislu se šteje, da je podjetje A pod nadzorom institucionalne enote B, če ima B neposreden ali posreden nadzor nad več kot polovico glasov delničarjev ali ima več kot polovico delnic oz. lastniškega kapitala. V statistični praksi se nadzor največkrat določa na osnovi neposrednega ali posrednega deleža lastništva, ki presega 50 %. Posreden nadzor pomeni, da ima lahko institucionalna enota B nadzor nad podjetjem A preko nadzora oz. pretežnega lastništva drugega podjetja C. Večinski nadzor pomeni, da ima pretežni delež lastniškega kapitala podjetja ena institucionalna enota.

Izvoz storitev, kjer prevladujeta dejavnosti turizma in transporta, je skoraj dvakrat večji od uvoza storitev. Prihodov turistov je bilo v letu 2017 3,6 mio (kar je za 18 % več kot v letu 2016), njihovih prenočitev pa 8,6 mio ali za 17 % več kot v letu 2016. Prihodi turistov se torej skokovito povečujejo (v obdobju 2008–2017 za 60 %), po sicer nižji stopnji (35 %) pa se povečujejo prenočitve turistov, razlika med obema stopnjama pa kaže na rezerve v turistični ponudbi, ki bi turiste dalj časa zadržala na turističnih destinacijah. Prav turizem pa je bila tista panoga, ki je bila prva in najbolj prizadeta zaradi ukrepov v času epidemije v letu 2020, saj so bile najprej vse turistične dejavnosti zamrznjene, nato pa močno omejene.

Rast izvoza je tako že nekaj let najpomembnejši in praktično edini makroe-

Preglednica 1.9 Prihodi in prenočitve turistov v Sloveniji

Postavka	Prihodi			Prenočitve		
	2008	2017	Indeks	2008	2017	Indeks
Domači	1.126.022	1.362.042	121	3.962.756	4.019.345	101
Tuji	1.957.691	3.586.038	183	5.351.282	8.572.217	160
Skupaj	3.083.713	4.948.080	160	9.314.038	12.591.562	135

Opombe Po podatkih Statističnega urada republike Slovenije (www.stat.si).

konomske kazalce, ki stalno prikazuje ugodna gibanja, tudi v obdobju recesijskih razmer oz. globalne finančne krize od leta 2008 dalje, kar kaže na atraktivnost proizvodno-prodajnih programov tudi v globalnem okolju ter izvozno naravnost managerjev in podjetij. Izvozna podjetja so praviloma produktivnejša od podjetij, ki svoje izdelke prodajajo le na domačem trgu (Vogel in Wagner, str. 2011), ta razlika pa se imenuje izvozna produktivnostna premija (exporter productivity premium, export premia), kar velja tudi za Slovenijo (Grublješič in Damijan, str. 2011), premija pa je višja pri izvoznikih storitev (v letu 2018 so izvozniki dosegli za 6 % višjo dodano vrednost na zaposlenega od povprečja).

Ključni problemi slovenskega izvoza so (1) povprečno prenizko zahtevni izdelki in storitve v izvozu (dodana vrednost izvoznikov na zaposlenega znaša okoli 47.000 EUR, kar je sicer več od povprečja 44.415 EUR v letu 2018, vendar pa manj od povprečja EU-26, ki znaša 58.175 EUR), (2) lokalna usmerjenost storitev, ki jim primanjkuje globalne konkurenčnosti, (3) izrazita regionalna usmerjenost izvoza, ki temelji na tradicionalnih bližnjih trgih in zanemarljivo druge hitro rastoče trge, s čimer se povečuje neposredna odvisnost od gospodarskih razmer v teh (petih) namembnih državah, (4) premajhen delež malih in srednjih podjetij na tujih trgih (50 največjih izvoznikov je prispevalo več kot polovico vrednosti izvoza), (5) neatraktivno domače okolje na neposredne tuje naložbe, ki bi lahko (med ostalimi) pospešile izvoz (multiplikacijski učinek) in prinesla nova delovna mesta¹⁰ ter (6) nekonkurenčnost narodnega gospodarstva (prim. naslednje poglavje!), ki negativno vpliva na konkurenčnost posameznega podjetja in posameznega izdelka na mednarodnih trgih. Slovenski izvoz je izrazito regionalno usmerjen, saj je kar 80 % izvoza (32 mlrd EUR) usmerjenega na trge EU, izvoz na trge jugovzhodne Evrope oz. države nekdanje Jugoslavije, kjer so imeli slovenski izvozniki v preteklosti tradicionalne konkurenčne prednosti, pa se celo zmanjšuje, medtem ko predstavlja izvoz v hitro rastoče trge držav BRICS le nekaj manj kot 4 % vsega izvoza (pri-

10. V letu 2018 je bilo v Sloveniji 33 % podjetij v tuji lasti od skupaj 66.000 podjetij glede na delež v doseženi celotni dodani vrednosti (po zaposlenih 30 % in po vrednosti podjetij 37 %). V letu 2018 so podjetja s tujimi lastniki dosegla najvišje dobičke (1,3 mlrd EUR in posledično tudi izplačila dobičkov (739 mio EUR), dosegala so za 9,3 % višjo plačo po zaposlenem in za 8,8 % višjo dodano vrednost na zaposlenega.

Preglednica 1.10 Regionalna usmerjenost slovenskega izvoza (2018)

Država	(1)	(2)	Država	(1)	(2)
Nemčija	6.267.457.001	20,31	Švica	718.988.054	2,33
Italija	3.851.046.197	12,48	Združeno kraljestvo	574.634.842	1,86
Hrvaška	2.511.062.371	8,14	Združene države	569.324.034	1,84
Avstrija	2.361.953.143	7,65	Nizozemska	565.491.942	1,83
Francija	1.723.667.432	5,59	Španija	552.515.808	1,79
Poljska	920.383.145	2,98	Romunija	518.013.213	1,68
Srbija	898.014.779	2,91	Slovaška	499.695.592	1,62
Madžarska	877.689.518	2,84	Švedska	357.857.053	1,16
Ruska federacija	789.850.562	2,56	Belgija	349.303.346	1,13
Bosna in Hercegovina	782.588.396	2,54	Ostalo	4.419.460.038	14,32
Češka republika	748.719.534	2,43	Skupaj	30.857.716.000	100,00

Opombe Naslovi stolpcev: (1) vrednost izvoza v evrih, (2) delež v odstotkih. Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije (www.stat.si).

blizno 1 mlrd EUR, od tega samo Rusija 750 mio EUR v letu 2011), ta delež pa že nekaj let ostaja približno enak. Skupni delež izvoza v prvih pet držav obsega kar 54,2 % delež vsega blagovnega izvoza, celotni izvoz v države EU pa sicer 76,2 %.

Predstavljeni izbrani statistični podatki, tako na svetovni (globalni) kakor tudi nacionalni (slovenski) ravni, ne glede na to, na kakšen način jih oblikujemo, primerjamo in opazujemo, kažejo na *stalno rast svetovne trgovine*, kar kvantitativno dokazuje in izkazuje globalizacijo, kot sodobno dejstvo, ki ga je treba upoštevati pri pripravi ukrepov in politik na vseh ravneh.

Globalizacija potemtakem zaradi intenziviranja konkurenčnega boja, v katerem se vključuje vse več regij, držav, podjetij ter izdelkov in storitev, močno spreminja način in vrste konkuriranja oz. iskanje in oblikovanje konkurenčnih prednosti, za kar pa morajo podjetja postaviti temu prilagojene lastne poslovne modele, strukture, procese, sisteme in postopke, velikokrat tudi s povezavami izven svojega notranjega okolja. Z današnjega zornega kota lahko globalizacijo opazujemo kot nezaključen proces, katerega končne posledice je težko predvideti. Globalizacija (in spreminjajoče se okolje) z vsemi svojimi učinki, ki so, kot rečeno, na nivoju posamezne panoge ali podjetja lahko zelo različni, je torej *prima ratio* sodobnih poslovnih pristopov in modelov.

Kvantitativna rast globalizacije je bila v posameznih obdobjih občasno zastavljena zaradi izrednih dogodkov ali okoliščin, kot je npr. napad na trgovinski center v ZDA, finančna kriza, Trumpova zunanjetrgovinska politika, virusna pandemija¹¹ covid-19, kar privede do stanja, za katerega se je oblikoval

11. V času nastajanja tega dela (2020) so obstajale še zelo negotove ocene, kakšne ekonomske, družbene in zdravstvene posledice ima lahko razglašena pandemija zaradi katerega koli virusa v prihodnje, globalna ekonomija se namreč do tega trenutka s takšnim stanjem še ni soočala.

naziv *polglobalizacija* (semi-globalization), ko se v svetovni trgovini, investicijskih aktivnostih in zaposlitvenih usmeritvah pojavljajo različne ovire.¹²

1.3 Vpliv tehnološkega razvoja

Tehnološki razvoj na eni strani kot vzrok *omogoča in pospešuje globalizacijo*, na drugi strani pa je tudi njena neposredna *posledica*. Tehnološki razvoj se nanaša tako na razvoj same tehnologije kot skupka znanstvenih metod in uporabnih znanj, ki omogočajo s kombinacijo treh proizvodnih tvorcev (predmeti dela, delovna sredstva in delo) proizvodnjo izdelkov iz surovin, in to na organiziran, ekonomsko racionalen in družbeno upravičen način (Pregrad in Musil, 2000, str. 14), in na razvoj managementa tehnologije, ki vključuje procese od razvoja tehnologije, njenega uvajanja in uporabe v gospodarstvu ali upravi, upravljanje inovacijskih procesov z raziskavami in razvojem, uvajanje novih tehnologij in prototipov, proizvodne procese in druge dejavnosti v organizaciji (Bavec, 2001, str. 50).

Tehnološki razvoj, ki prinaša vedno nove in nove tehnologije, te pa med drugim skrajšujejo življenjske cikle izdelka, zaostrujejo mednarodno konkurenčnost, saj od podjetij zahtevajo vedno boljše, inovativnejše, cenejše in hitreje izdelke.¹³ Takšen razvoj pa postaja ne samo zelo drag in posledično tvegan, temveč tudi takšen, da ga večkrat ni več mogoče zagotavljati s sredstvi iz zgolj enega vira (podjetja). Sodobna družba se je iz industrijske razvila v digitalizirano, ta pa na drugi strani prinaša nova tveganja. Globalizacija namreč povzroča hitreje in enostavnejše gibanje izdelkov, storitev, tehnologije, ljudi in informacij, zato v takšnih kompleksnih mrežnih povezavah narašča stopnja medsebojne odvisnosti in istočasno stopnja tveganja, ljudje in institucije pa postajajo bolj ranljive v primeru večjih neprijetnih oz. nevarnih dogodkov. Sodobne značilnosti tehnološkega razvoja uvajajo spoznanje, da je tehnološka zahtevnost proizvodnega procesa povezana tudi z velikostjo (samostojnih ali povezanih) podjetij, v katerih je mogoče oblikovati dovolj obsežna razvojna tehnološka in kadrovska jedra, ta pa so vse bolj internaci-

12. Ena izmed negativnih posledic je zaradi nižjega obsega dela tudi zmanjševanja števila zaposlenih, ki prihajajo iz revnejših držav, te države pa ostajajo brez pritoka sredstev migrantov, poslabšuje se kupna moč gospodinjstev in zmanjšujejo se prihodki od davkov. V letu 2018 je npr. obseg zasebnih nakazil iz tujine v revnejših državah znašal 350 mlrd. USD (največji prejemniki so Tadžikistan, sledijo Bermudi, Tonga, Kirgizija, Nepal, Lesoto, Haiti, Moldavija, El Salvador in Samoa). Nakazila iz tujine poleg tega delujejo anticiklično, saj so praviloma večja takrat, ko je je domače gospodarstvo v stagnaciji (zato več odhodov v tujino).

13. Število inštrukcij (naročil) na sekundo, ki jih lahko izvede (procesira) računalnik, omogoča rešitev matematičnega problema v nekaj sekundah, kar je pred 40 leti lahko s ročnimi kalkulatorji pomenilo eno leto. Če bi se takšna rast in temu ustrezno zniževanje cene v računalniški industriji zgodilo npr. v letalski industriji, bi concord sprejel 10.000 potnikov, potoval s hitrostjo 100.000 km/h in stal en cent. V avtomobilski industriji pa bi Rolls-Royce stal le 2,75 USD in bi z enim litrom goriva prevozil skoraj 1,3 mio km (Parker, 1998, str. 542).

onalno sestavljena. Z vidika globalne ekonomije in poslovanja je tehnološki razvoj pospešil internacionalizacijo podjetij in dejavnosti z vpetjem v globalne mreže predvsem na področjih:

- informacijsko-komunikacijske tehnologije,
- mednarodne logistike,
- spreminjanja proizvodnje v storitveno tehnologijo.

V okviru tehnološkega razvoja je na proces internacionalizacije poslovanja in podjetij ter nasploh globalizacije izjemno vplival (velja tudi recipročni vpliv) razvoj na področju *informacijsko-komunikacijske tehnologije*, od koder sicer prihajajo najpomembnejše inovacije zadnjih 40 let (internet, prenosni računalnik, mobilni telefoni, elektronska pošta itd.), predstavlja¹⁴ pa pomembno podporo poslovanju organizacije,¹⁵ sprejemanju odločitev in oblikovanju konkurenčnih prednosti.¹⁶ E-poslovanje, ki označuje vse poslovne procese, ki se odvijajo po elektronski mreži z uporabo informacijsko-komunikacijske tehnologije (e-trgovina, e-marketing, e-commerce) in je že v svoji idejni zasnovi globalno (»elektronska superavtocesta«), tako omogoča nove načine neposrednega vstopa (predvsem malih) podjetij na mednarodne trge oz. v mednarodne distribucijske kanale, ponekod, še posebej v storitvenih dejavnostih, pa pomembno vpliva na spremembo konvencionalnega načina poslovanja (npr. maloprodajna trgovina,¹⁷ turizem ipd.), dejavnike konkurenčnosti (stroški transakcij, čas odzivnosti, cena itn.), bančne in druge finančne transakcije, izmenjavo zunanjetrgovinskih listin, informiranost in analitično primerljivost. Globalna e-trgovina omogoča transakcije med globalnimi kupci in prodajalci v smereh B2B, B2C, C2C, B2G in drugod.

Nekateri *ključni izzivi*, s katerimi se soočajo današnje organizacije, so lah-

14. V obdobju 1980–2010 je na področju IKT prišlo do šestih velikih transformacij (Sääksjärvi, str. 2010), ki so temeljile na razvoju osebnih računalnikov (1980–1990), razvoju elektronske pošte in podjetniških mrež (1985–1990), nastajanju strukturnih sprememb v globalni IT (1990–1995), razvoju korporacijske IT (1995–2000), razvoju internetnih možnosti (1995–2005) in razvoju mobilne komunikacije (2005–).

15. Podjetje Talum Kidričevo je v poslovni strategiji 2018–2022 zapisalo, da bodo v okviru digitalne tehnologije optimizirali organiziranost poslovnih procesov, razvoj poslovnih modelov in procesov posameznih proizvodnih in povezanih podjetij v skupini Talum, kar bodo izvedli s 37 kompleksnimi projekti.

16. Po indeksu digitalne ekonomije in družbe (Digital Economy and Society Index), ki v EU meri digitalno uveljavljenost po petih dimenzijah, so države razvrščene od najbolj digitaliziranih Danske (62,4), Irske (55,7), Finske (55,7), Švedske (53,8), Belgije (51,9), Nizozemske (48,5) in Slovenije (47,2) do najmanj digitalno razvitih Romunije (18,6), Poljske (21,6), Bolgarije (22,5), Latvije (22,7), Madžarske (23,5) in Grčije, povprečje 28 držav pa znaša 37,3 % (Pelle, 2019, str. 312).

17. Strokovnjaki svetovalnega podjetja A.T. Kearney ugotavljajo, da je globalna e-trgovina, ki je v obdobju 2006–2011 rasla po povprečni 13-% letni stopnji, naslednje novo področje v globalni ekspanziji maloprodajne trgovine (Ben-Shabat idr., 2012). V letu 2019 je bila e-trgovina na prebivalca največja v ZDA, sledijo pa V. Britanija, Nemčija, Francija in Japonska.

ko: učeče se ekonomije in podjetja, ravnanje z znanjem, globalna konkurenčnost, sodobne organizacijske paradigme, informacijske, telekomunikacijske tehnologije in elektronsko poslovanje, večkulturno okolje in družbena odgovornost, medorganizacijsko povezovanje, Industrija 4.0, zelena informacijska tehnologija, analitika velikih podatkov, avtonomni roboti in sistemi, horizontalne in vertikalne sistemske integracije z novimi standardi, internetna varnost, industrijski internet stvari, uporaba oblakov, simulacijsko modeliranje in drugi. Vsa nova odkritja in tehnologije izkoriščajo moč digitalizacije oz. informacijske tehnologije nasploh v kombinaciji z managementom znanja. Novi načini ustvarjanja vrednosti prihajajo iz t. i. digitalne transformacije kot temeljne spremembe celotnega poslovnega okolja, ki je nastala z uveljavljanjem novih tehnologij in poslovnih modelov.

Četrta industrijska revolucija, ki se ponekod označuje kot *Industrija 4.0*, za katero je značilen pojav kibernetško-fizičnih sistemov, mrež in umetne inteligence, ima na poslovanje v različnih panogah tri glavne vplive (Schwab, 2016, str. 66):

- spremenjena pričakovanja odjemalcev,
- izboljšave izdelkov na podlagi podatkov, kar izboljša storilnost sredstev, vzpostavljanje novih partnerstev, ko se podjetja zavedo pomena novih oblik sodelovanja,
- pretvorba operativnih modelov v nove digitalne modele.

Na pospešeno spreminjanje v globalnem okolju vplivajo naslednji zgodovinski in prihodnji dejavniki (Rust, 2020; Tardieu idr., 2020, str. 29–38): umetna inteligenca, internet stvari, tehnologija veriženja blokov (angl. *blockchain*), oblak in virtualizacija, hiperudobno (angl. *hyper-commoditized*) računalništvo, masovno računalništvo na robu oblaka, tiskanje 3D (angl. *additive manufacturing*), povečana realnost in virtualna realnost, sodelovanje človeka in stroja z uporabo človeškega jezika, virtualni modeli (angl. *digital twins*), kvantno računalništvo, nanotehnologija ter genomika in skrb za zdravje.

Digitalni prelom in transformacija poslovne sfere je eden od svetovnih megatrendov, ki zajema področja (Schaeffer in Sovie, 2019, str. 13, 21):

- preoblikovanje jedrne dejavnosti z digitaliziranjem in integriranjem razvojnega inženiringa, proizvodnje in storitvene podpore izdelku za doseganje nove učinkovitost,
- osredotočenje podjetij na izkušnje in izide z ustvarjanje hiperpersonalizirane vrednosti za razlikovanje ponudbe in tržnega vodenja,
- izgradnja novega poslovnega ekosistema s povezovanjem z ustreznimi partnerji za pridobivanje novih inovacij in zmožnosti,
- inovativna prenova ali izgradnja novih poslovnih modelov z odkrivanjem novih virov prihodkov za doseganje večje vrednosti,

Medsebojna povezanost in vplivnost globalne ekonomije in globalnega poslovanja

- usposobitev zaposlenih za ravnanje z digitalno tehnologijo (angl. *digital-ready workforce*) s pridobivanjem in usposabljanjem naslednje generacije talentov,
- vodenje pametnih središč s stalnim uravnavanjem naložb in razporejanjem sredstev med jedrno dejavnostjo in novonastalo.

Sodobni tehnološki trendi ob družbenoekonomskih in geopolitičnih trendih odločilno vplivajo na razvoj marketinga (Rust, 2020). Napredek tehnologije povečuje zmogljivosti komuniciranja podjetij z odjemalci, zbiranja in hranjenja podatkov o odjemalcih in analiziranja pridobljenih informacij o odjemalcih. Ker ljudje postajamo bolj geografsko mobilni, prebivalci revnejših držav iščejo življenjske in poslovne priložnosti v bogatejših državah, imigracijski tokovi pa prinašajo probleme in priložnosti v različnosti oz. heterogenosti potrošnikov.

Posebno področje tehnološkega razvoja, ki je omogočalo tehnično in fizično plat razvoja globalizacije, je področje *logistike*. Logistika, ki izhaja iz vojaške terminologije, je proces načrtovanja, izvajanja in nadziranja učinkovitega pretoka blaga, storitev in informacij. Omogoča zmanjševanje zalog in z njimi povezanih stroškov ter s tem cenovno konkurenčnost proizvajalcev (Babič, 2003, str. 148). Pojem mednarodne poslovne logistike lahko opredelimo s funkcionalnega in institucionalnega vidika (Oblak, 1997, str. 135). Prvi vidik se nanaša na vse dejavnosti in razvijanje procesov, ki vplivajo na prostorsko-časovne prenose blaga med dobavnimi in prejemnimi točkami (logistični procesi), drugi vidik pa na vse tehnične in organizacijske sisteme, ki so ustvarjeni za opravljanje mednarodnih logističnih procesov (logistični elementi, naprave, organizacije itd.). Logistika potemtakem pomeni dobaviti: pravi izdelek, na pravi način, v pravi količini in kakovosti, na pravo mesto in v pravem času.

Stroški logistike, ki tipično zajemajo 10–35 % prihodkov, zaradi vrste tehnoloških inovacij, večkrat poimenovanih s skupnim nazivom »kontejnerizacija«, intermodalni (multimodalni) transport,¹⁸ intermodalnost, interpovezava, interoperabilnost, multimodalnost, pomembno upadajo. Res pa je, da v mnogih državah logistične možnosti in priložnosti še niso izkoriščene, zato obstajajo realne možnosti, da se bo razvoj logistike še hitreje nadaljeval predvsem na področjih, ki so v današnjih razmerah logistično manj razvita.¹⁹ Zaradi za-

18. Multimodalni transport pomeni prevoz enotne (združene) tovarne enote (palete, kontejnerja) s sodelovanjem najmanj dveh vrst transporta na določeni transportni poti. Ekonomski pomen in prednost paletizacije je v zmanjšanju stroškov za približno 20–30 %.

19. Prav zaradi bodočih izzivov in vse ostrejših konkurenčnih bitke se tudi logistična podjetja interno in eksterno prestrukturirajo tako, da nastajajo veliki logistični koncerni (megašpediterji in megaprevozniki), ki združujejo (kupujejo, prevzemajo) transportne in skladiščne zmogljivosti, transportne in manipulativne terminale in drugo infrastrukturo ter tako ustvarjajo globalne transportne in logistične sisteme. Manjša podjetja se morajo povezovati z velikimi, ki obvladujejo

znane bližine vsega (»smrt razdalje«) je z mnogih zornih kotov svet postal »manjši geografski prostor«, kar je tudi posledica hitrosti, v kateri se dogodki zgodijo, in hitrosti njihovih učinkov (Liesch et al. 2008, 204). Logistika je del globalne oskrbovalne verige, v kateri gre za mrežo organizacij, ki so vključene v povezave navzgor in navzdol v različnih procesih in aktivnostih, ki proizvajajo vrednost v obliki izdelkov in storitev v rokah končnega potrošnika (Mangan idr., 2012, str. 9).

Začetek uporabe kovinskih kontejnerjev (zabojnikov), ki so pocenili in ponovno postavili mednarodni transport (manipulacija, pakiranje itd.), segajo v leto 1955. Tako se je v ZDA od leta 1985 do 1996 podvojila produktivnost, merjena s prevoženo tono/km na vagon (*Globalisation*, 2001, str. 84). Kontejner (20, 40 ali 45 čevljev) omogoča oblikovanje tovornih enot v enovite transportne enote, ki se na transportni poti ne razdelijo ali razstavijo, temveč potujejo celovito od mesta proizvodnje do mesta potrošnje. V pomorskem transportu²⁰ je ena od najpomembnejših oblik integralnega transporta sistem RO-RO (roll-on/roll-off), kjer gre za horizontalni natovor in raztovor kopenskih transportnih sredstev na specialne ladje. Sistem je nastal zaradi potrebe po zmanjšanju čakalnih časov ladij v lukah, zmanjšanju stroškov manipulacije in hitrejšem obračanju ladij.²¹ V ta kontekst lahko uvrstimo tudi logistične rešitve, ki združujejo funkcijo skladišča in transporta, kot so npr. posebni prikloniki (angl. *warehouse on wheels* – WOW).²²

Spreminjanje proizvodne dejavnosti v *storitveno tehnologijo* (»servitizacija«, glej Tardieu idr. 2020, str. 64) spreminja smeri izmenjave izdelkov in storitev, naložb in kapitala, manj je masovne proizvodnje ter več diferencirane in specializirane, povečuje se delež storitvene ekonomije in storitvene komponente. Če je največji vir vrednosti v izdelku v letu 2019 predstavljala pro-

pretežni del blagovnih tokov. Vzporedno s temi velikimi sistemi pa obstajajo še manjša specializirana podjetja, ki oskrbujejo ozke tržne segmente in tržne niše. Tako dejansko srednje velika špediterska podjetja postopoma izginjajo. Tudi v Sloveniji je pred leti v skladu s takšnimi trendi potekal pripravljalni proces kapitalske spojitve podjetij Luka Koper in Intereuropa v globalni logistični center, ki pa takrat ni uspel (leta 2019 je podjetje Intereuropa prevzela Pošta Slovenija).

20. Prav tako so za to področje značilna velika strateška zaveznitva in poslovna partnerstva. V svetovnem merilu je npr. v kontejnerskem prevozništvu danes poznanih nekaj močnih povezav: Grand Alliance, CKYH Alliance in New World Alliance. Največji posamični tržni delež v kontejnerskem prevozništvu ima (2018) Maersk Line (Danska, 711 ladij), sledijo pa Mediterranean Shipping Co (Švica, 524 ladij), Cosco (Kitajska, 461 ladij), CMA-CGM (Francija, 505 ladij), Hapag-Lloyd (Nemčija, 231 ladij), Ocean Network Express (Japonska, 217) in Evergreen Group (Tajvan, 203 ladje) itn.

21. Največja svetovna pristanišča, ki so v letu 2018 pretovorila največ kontejnerskih pošiljk (TEU), so Šanghaj (Kitajska), Singapur, Shenzen (Kitajska), Ningbo-Zhoushan (Kitajska), Guangzhou (Kitajska), Busan (J. Koreja), Hong Kong (Kitajska), Qingdao (Kitajska), Tianjin (Kitajska), Dubai (ZAE), Rotterdam (Nizozemska), Port Klang (Malezija), Antwerpen (Belgija), Xiamen (Kitajska) in Kaoshiung (Tajvan).

22. Največja svetovna logistična podjetja so DHL, Kuehne + Nagel, DB Schenker Logistics, Nippon Express, C.H. Robinson, DSV, XPO Logistics, Sinotrans, UPS, J.B. Hunt itn.

gramska oprema in rešitve (40 %), elektronika (30 %), mehanski deli (20 % in digitalne komponente (10 %), bodo daleč največji vir vrednosti v prihodnje digitalne komponente (70 %) in šele nato programske rešitve (20 %) ter mehanski deli in elektronika (po 5 %). Uporabniki ne težijo k temu, da bi imeli izdelek v lasti, temveč, da imajo do njega dostop, kar vodi k uporabi izdelka kot storitve (Schaeffer in Sovie, 2019, str. 15, 104), takšne preference uporabnikov pa zahtevajo velike spremembe v operativnih modelih, procesih inoviranja izdelkov, platformah in kulturi oz. popolno re-arhitekturo izdelka. Nobena industrija ni imuna na prodor digitalne tehnologije, saj ta neposredno vpliva in spreminja več kot 75 % panog, masovna ponudba pa se nadomešča z osebnimi izkušnjami, zglednimi primeri in kontekstnospecifičnimi storitvami (Schaeffer in Sovie, 2019, str. 26). Hiter razvoj storitvene ekonomije pa v marketinškem smislu zahteva globlje komuniciranje z odjemalci (Rust, 2020).

1.4 Prednosti in slabosti globalizacije

Polemika o prednostih in slabostih proste trgovine na eni strani in protekcionizma na drugi strani je aktivno prisotna v vsaj zadnjih 200 letih (Webster, 2000, str. 37). Globalizacija ni idealna politična in ekonomska ureditev sveta, vendar pa je še vedno boljša rešitev pred drugimi možnostmi, predvsem v primerjavi z antipodnim protekcionizmom, ki bi sicer navidezno in začasno zaščitil nacionalna gospodarstva pred (morda) negativnimi zunanji vplivi, vendar bi povzročil velike ekonomske in socialne težave. Z zapiranjem posameznih držav ali regij bi se zmanjšal uvoz, na drugi strani pa seveda izvoz, kar bi mnoga, predvsem mednarodno usmerjena podjetja potisnilo v brezizhodni položaj. Zmanjšala bi se proizvodnja, izginila bi številna delovna mesta in povečala nezaposlenost, upadla bi kupna moč tako zaradi nezaposlenosti kakor tudi dviga cen lokalnih izdelkov in storitev, na koncu bi se povsod zmanjšala BDP in življenjska raven.

Globalizacija kot globalno povezana nacionalna ali regionalna gospodarstva namreč še vedno predstavlja povsod *priložnost* za povečanje splošne produktivnosti in življenjskega standarda, saj lahko npr. vodi k boljši delitvi dela med posameznimi državami, tako da omogoča tistim z nižjo ceno delovne sile specializacijo za delovnointenzivne naloge, drugim, kjer je strošek dela zelo visok, pa zaposlovanje delavcev na bolj produktivne načine. Podjetja lažje izkoriščajo prednosti večjih ekonomij obsega, kapital pa se bo usmerjal v katerokoli državo, ki ponudi najboljše naložbene možnosti, kar bo koristno tudi za državo prejemnico kapitala. Po podatkih Svetovne banke se je v letu 2005 1,3 mlrd ljudi preživljalo s povprečjem 1,25 USD dnevno, po ocenah za leto 2015 pa naj bi s tako nizkimi dohodki živel le še 600 mio ljudi (po posodobljeni spodnji meji 1,90 USD dnevno je leta 2012 živel 900 mio ljudi, leta 2015 pa 700 mio). Globalizacija svetovne ekonomije je omogočila malim in srednjim podjetjem (SME) preoblikovanje v globalne igralce, ki so v EU po-

stali glavni vir ekonomske rasti (van Weerden in Wijnen-Meijer, 2019, str. 200).

Vendar pa *kritiki* na drugi strani opozarjajo, da bo vpliv globalizacije v mnogih sicer bogatejših državah uničil veliko delovnih mest in znižal plače ali celo z zniževanjem plač, davkov, socialnih koristi in nadzora varovanja okolja povzročil t. i. »tekmo navzdol«, da bi lahko bila podjetja (in države) dovolj konkurenčna. Ponekod prihaja do izgube nacionalne suverenosti in nacionalne kulture (te se v razmerah globalizacije prav tako spreminjajo v različne smeri, prihaja pa tudi do trkov različnih kultur oz. akulturacije) ter negativnega vpliva na okolje. Zaradi vse večjih pritiskov po doseganju globalne konkurenčnosti in pohlepa po zaslužkih prihaja do spreminjanja vrednot v negativno smer in nižanja mej za moralna vedenja in etične odločitve. Tudi vpliva finančnih kriz na vse predele sveta ne gre prezreti, saj podjetja delujejo v svetu, ki ne samo, da je postal bolj globaliziran, temveč tudi bolj tvegan, nagnjen h krizam z nižjo stopnjo rasti kot v preteklosti (Salvatore, 2019, str. 29). Globalizacija zato mora biti deležna skupaj dogovorjenih omejitev na svetovni ravni, ki so izražene v spoštovanju socialnih, humanih in okoljevarstvenih komponent, saj bi se brez njih globalizacijska svoboda kaj hitro sprevrgla v tiranijo močnejšega (Soros, 2002, str. 4). Da bi poudarili odpravljanje prepek v mednarodni trgovini na eni strani ter vse večje varnostne, okoljske, socialne in druge zahteve, ki jih morajo izpolnjevati podjetja ter izdelki in storitve v globalnem poslovanju, na drugi strani, se sodobna gibanja večkrat označujejo v asociacijski pomenski zvezi »deregulacija – regulacija«. Globalizacija je konfliktni in nestabilni proces, ki je s finančno krizo zahteval veliko vrnitev države (etatizacija) (Carroué idr., 2009, str. 25), v državah v razvoju pa so potrebne reforme na področju politične in makroekonomske stabilnosti, transparentnosti vlad, pravnega sistema, moderne infrastrukture, kakovostnega izobraževanja in načrtne liberalizacije gospodarstva.

»Problem globalizacije je, da nimamo svetovne vlade, ki bi skrbela za vse ljudi sveta in bi nadzirala globalizacijski proces na način, kot to počnejo nacionalne vlade v svojih državah. Namesto tega pa imamo sistem, ki bi ga lahko imenovali globalno vladanje brez globalne vlade« (Stiglitz, 2002, str. 21). »Problem ni globalizacija, temveč način, kako je vodena. Del problema leži v mednarodnih ekonomskih inštitucijah, kot so MDS, Svetovna banka in STO, ki postavljajo pravila igre. Prepogosto pa to počnejo tako, da služijo interesom naprednejših industrializiranih držav – in posebnim interesom znotraj teh držav – namesto tistih iz razvijajočega se sveta« (str. 214).

Globalizacija je žal olajšala tudi mednarodni pretok prepovedane trgovine in pranja denarja, ti stranski učinki pa hkrati porajajo zametke novega nasilja in napačno, nezaželeno alokacijo sredstev. Mednarodne kriminalne organizacije imajo svoje baze v državah, kjer je državna oblast šibka, korumpirana in zarotniška. Za mednarodno protizakonito delovanje so razen izhodiščne države potrebne še prehodne dežele, preko katerih se zagotovi nezakonit

prehod blaga. Posledica v takšnih državah je neizogibno gospodarsko nazadovanje, padec moralnih vrednot in družbeni razkroj. S spodkopavanjem institucij, ki naj bi skrbele za vzdrževanje reda in gospodarske stabilnosti, se ustvarja nered, socialna neenakost, nezaupanje v temeljne institucije, kot so sodstvo, policija, banke, kar privede do dezinvestiranja (umik tujega kapitala), zadušitve gospodarske rasti, pomanjkanja varčevanja in do gospodarskega mrtvila. Bonitetna ocena (angl. *rating*) takšne dežele pade, s tem pa pade zanimanje tujih naložbenih partnerjev na eni strani, poveča pa se zanimanje kratkoročnih spekulativnih partnerjev in zanimanje za dejavnost nezakonitih združb na drugi strani (Kenda, 2001, str. 144–145).

Nedovoljena trgovina s ponaredki (angl. *counterfeiting*) kot praksa nepoblaščenega ali ilegalnega kopiranja izdelka ali blagovne znamke oz. pravic intelektualne lastnine,²³ je skupna oblika korupcije, ki lastnikom blagovnih in drugih zaščiteneh znamk povzroča nad 600 mlrd USD stroškov letno (dejansko izpada prihodkov) (Jimenez, 2012, str. 219), predstavlja pa med 5 in 7 % svetovne trgovine. Ena od zvrsti naraščajoče trgovine s ponaredki je tudi softversko piratstvo.²⁴

Nasprotniki globalizacije trdijo, da revne države v globalni integraciji izgublajo. Liberalizacija mednarodne trgovine ima lahko za dežele v razvoju celo negativni učinek. Na začetku 19. stoletja je bilo razmerje v realnih dohodkih na prebivalca med najbogatejšimi in najrevnejšimi državami 3:1, na začetku 20. stoletja 10:1 in danes 60:1. Poročilo OZN ocenjuje, da revne države dnevno izgubljajo okoli 2 mlrd USD zaradi neprilagojenih pravil trgovanja, kar je 14-krat več, kot pa prejmejo različnih pomoči. Dežele v razvoju se soočajo tudi s problemi nestabilnih izvoznih trgov, saj je njihov izvoz običajno koncentriran na en ali nekaj primarnih izdelkov (hrana, surovine). Ko se relativna vrednost primarnih izdelkov zmanjšuje v primerjavi z industrijskimi izdelki, ki jih uvažajo, se jim poslabšujejo pogoji trgovanja. Če bi bogate države odprle trge za izdelke revnejših držav (predvsem kmetijske ter primarne materiale in surovine), bi povečane izvozne priložnosti tem prinesle okoli za 700 mlrd USD dodatne mednarodne trgovine. V ta kontekst je mogoče uvrstiti koncept t. i. pra-

23. V zadnjem času je v Kitajski v izrednem porastu kraja poslovne identitete, ki se nato izkorišča za goljufije in finančne transakcije, ko organizirane kriminalne skupine prevzamejo nadzor na e-pošto in v imenu pravega kitajskega podjetja posredujejo podatke o zamenjavi transakcijskega računa, kamor naj se izvede plačilo, ki je v lasti zasebnih oseb, račun pa je bil odprt s ponarejenimi dokumenti.

24. Business Software Alliance razčlenjuje med petimi oblikami softverskega piratstva: piratstvo končnih uporabnikov (reproduciranje softvera brez avtorizacije), client-server overuse (preveliko število uporabnikov v mreži izkorišča centralno kopijo programa istočasno), internet swapping (presnemavanje neavtoriziranih kopij zaščiteneh programov z interneta), hard-disk loading (trgovci ilegalno nalagajo softver v izdelke, da bi povečali njihovo atraktivnost) in komercialni counterfeiting (nedovoljena podvajanja zaščiteneh programov, ki imitirajo originalne verzije) (Czinkota in Ronkainen, 2010, str. 609).

vične trgovine, ki vzpodbuja ročno izdelavo predvsem marginaliziranih proizvajalcev in malih kmetov, ekološko kmetijstvo in uporabo recikliranih materialov, prav tako pa tudi trajnostno uporabo naravnih virov in proizvodnih metod, ki niso kapitalsko ali energetska zahtevne. Gibanje pravične trgovine se zavzema za trgovinski sistem, ki v ospredje postavlja ljudi in promovira socialno, ekonomsko in okoljsko pravičnost. Načela pravične trgovine, katere korenine segajo v sredi prejšnjega stoletja z aktivnostmi nevladnih organizacij, so: podpora najrevnejšim proizvajalcem, pošteno in odprto poslovanje s partnerji, osredotočenje na pošten, kontinuiran in dolgoročen odnos, razvijanje znanja proizvajalcev in vzpostavljanje možnosti za trgovanje z izdelki, ozaveščanje o pravični trgovini in obveščanje, od kod prihajajo izdelki, zagotavljanje, da proizvajalci za svoje delo dobijo pošteno plačilo, zagotavljanje enake možnosti in plačilo za moške in ženske, zagotavljanje varnih in zdravih delovnih pogojev, spoštovanje Konvencije ZN o pravicah otrok in lokalnih družbenih norm ter zagotavljanje, da so materiali, izdelki in prevoz narejeni ob skrbi za okolje. Pravična cena vključuje ceno proizvodnje ter socialne in okoljske stroške.

Vendar pa mnoge druge raziskave deklariranih negativnih učinkov globalizacije ne potrjujejo. Če manj razvite države razdelimo na takšne, ki so »bolj globalizirane«, in tiste, ki so »manj globalizirane« (merilo je povečanje razmerja mednarodne trgovine v nacionalnem proizvodu), je stopnja rasti manj razvitih držav, ki so »bolj globalizirane«, višja kot stopnja rasti razvitih držav, medtem ko »manj globalizirane« dežele izgubljajo. BDP na prebivalca se v državah v razvoju, ki se »globalizirajo«, povečuje 3,5-krat hitreje kot v drugih državah v razvoju. Države, ki globalizacije niso sprejele ali pa se nastalim procesom niso prilagodile bodisi namenoma ali zaradi pomanjkanja kompetenc, izgubljajo, zato prihaja do položaja, ko iz globalizacije pridobijo vsi,²⁵ vendar eni več kot drugi (Baudrand in Henry, 2012, str. 164), saj koristi niso razporejene enakomerno med državami (Awuah in Amal, str. 2011).

Ne glede na pozitivne ali negativne ocene ter številne plemične razprave, pa je dejstvo, da se podjetja s tem trendom morajo soočiti in ga vključiti v svoje strateške usmeritve. O prednostih (priložnostih) in slabostih (nevarnostih) globalizacije ne moremo podajati splošno veljavnih vrednostnih sodb, saj je njen vpliv na poslovanje posameznega konkretnega podjetja odvisen od tega, kakšno je to podjetje, s čim se ukvarja in v katerem okolju deluje. Odpiranje nekoč nedostopnih trgov (npr. Kitajska, Vietnam in Rusija z vstopom v WTO) je za mnoge panoge in podjetja izjemna priložnost doseganja novih prihodkov na teh trgih in bodočih razvojnih možnostih, na drugi stra-

25. Južna Koreja je bila v začetku 60. let zaradi dolgotrajnih vojn na zelo nizki stopnji razvoja (primerljivo npr. s Sudanom). Ko pa je izvoz 30. novembra 1964 prvič presegel vrednost 100 mio USD, so ta dan razglasili kar za nacionalni praznik (National Export Day).

Medsebojna povezanost in vplivnost globalne ekonomije in globalnega poslovanja

ni pa je za delovnointenzivne panoge z masovnimi, nizkocenovnimi izdelki istočasno eksistenčna grožnja. Negativne in pozitivne vplive in učinke globalizacije, ki so, kot rečeno, neizogibni atribut sodobnega okolja poslovanja, je torej treba vrednotiti *s stališča vsakega posameznega podjetja* (dejavnosti), saj »povprečnega« učinka, ki bi imel vpliv na oblikovanje splošno veljavnih strateških usmeritev, dejansko ne more biti.