

Multinacionale korporacije u vrijeme COVID-19 pandemije

Baroš, Tea

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Law / Sveučilište u Zagrebu, Pravni fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:199:844572>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-08**



Repository / Repozitorij:

[Repository Faculty of Law University of Zagreb](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
PRAVNI FAKULTET
STUDIJSKI CENTAR ZA JAVNU UPRAVU I JAVNE FINACIJE

Tea Baroš

MULTINACIONALNE KORPORACIJE U VRIJEME COVID-19
PANDEMIJE

ZAVRŠNI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Ozren Pilipović

Zagreb, rujan 2023.

Izjava o izvornosti

Ja, Tea Baroš pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog rada te da u radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova te da se prilikom izrade rada nisam koristio/-la drugim izvorima do onih navedenih u radu.

Tea Baroš

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
2. GLOBALIZACIJA	2
2.1. Pojam globalizacije	2
2.2. Aspekti globalizacije	3
2.3. Prednosti i izazovi globalizacije.....	4
3. MULTINACIONALNE KORPORACIJE	6
3.1. Pojam multinacionalna korporacija	6
3.2. Vrste multinacionalnih korporacija	9
3.3. Prednosti i nedostaci multinacionalnih korporacija	11
4. PANDEMIJA COVID-19	13
5. ŠTO ORGANIZACIJAMA TREBA ZA PREŽIVLJAVANJE PANDEMIJE?	14
6. UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA MULTINACIONALNE KORPORACIJE	15
7. AMAZON TIJEKOM PANDEMIJE	20
8. ZAKLJUČAK	23
9. LITERAURA.....	24
10. PRILOG	

1. UVOD

Pandemija COVID-19 je, kao što je spomenuto u ovom radu, utjecala na sve ljude na neki način, bilo to pozitivno ili negativno. Ideja za pisanje teme „Multinacionalne korporacije u vrijeme COVID-19 pandemije“ proizašla je iz znatiželje o tome na koji način je pandemija utjecala na poslovni svijet, odnosno na multinacionalne korporacije i njihovo poslovanje te kako su se one snašle u novom okruženju. Amazon je odabran kao primjer jer se radi o jednoj velikoj multinacionalnoj korporaciji na koju je pandemija pozitivno utjecala, ili bolje rečeno koja je imala dobre odgovore na izazove koji su proizašli iz COVID-19 pandemije.

Svi mi imamo nekakvo znanje o tome što je to globalizacija i što su multinacionalne korporacije. Ovaj rad će detaljnije objasniti ta dva pojma, koje su njihove prednosti i nedostaci te kakve multinacionalne korporacije mogu biti.

Pandemija korona virusa ne samo da je ubila više od šest milijuna ljudi diljem svijeta¹, također je i razorila globalno gospodarstvo, dovela industrije do potpunog zastoja, potaknula masovna otpuštanja i, u slučaju maloprodaje, ubrzala polaganu propast već posrnulih lanaca robnih kuća. Amazon je jedna od rijetkih iznimaka.²

Rad ima 8 cjelina. Prva cjelina je uvod koja ukratko uvodi u temu rada. Druga cjelina je globalizacija u kojoj se objašnjava sami pojam globalizacije, aspekti te prednosti i izazovi globalizacije. Treće cjelina je multinacionalne korporacije koja pojašnjava pojam, vrste te prednosti i nedostatke multinacionalnih korporacija. Četvrta cjelina je pandemija COVID-19 koja kratko govori o krizi izazvanom pandemijom korona virusa. Peta cjelina govori o tome što je organizacijama potrebno za preživljavanje pandemije. Šesta cjelina govori o samom utjecaju pandemije COVID-19 na multinacionalne korporacije. Sedma cjelina govori o multinacionalnoj korporaciji Amazon i njihovom poslovanju tijekom pandemije. Zatim slijedi zaključak, popis korištene literature i prilozi.

¹ World Health Organization, WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard, <https://covid19.who.int/> (pristupljeno 4.7.2023.)

² CNBC, How Amazon managed the coronavirus crisis and came out stronger, 2020., <https://www.cnbc.com/2020/09/29/how-amazon-managed-the-coronavirus-crisis-and-came-out-stronger.html> (pristupljeno 4.7.2023.)

2. GLOBALIZACIJA

2.1. Pojam globalizacije

„Konvencionalna definicija globalizacije podrazumijeva proces otvaranja i liberalizacije nacionalnih finansijskih tržišta i njihova stapanja u globalno tržište kapitala. Pojam globalizacije izveden je od riječi "global" što znači ukupnost, a globalizam je način gledanja na zbivanja u globalu.“³

Globalizacija je izraz koji se koristi za opisivanje kako su trgovina i tehnologija učinile svijet povezanijim i međuovisnim mjestom. Ona svojim djelokrugom obuhvaća i ekonomske i društvene promjene koje su uslijed toga nastale. Taj proces se može zamisliti kao niti goleme paukove mreže formirane tisućljećima, pri čemu se broj i doseg tih niti povećavao s vremenom. Ljudi, novac, materijalna dobra, ideje, pa čak bolest i razaranja putovali su tim svilenim nitima, i to u većem broju i većom brzinom nego ikad u sadašnjem dobu.⁴

Velika je nada globalizacije da će povećati životni standard širom svijeta: siromašnim zemljama dati pristup inozemnim tržištima kako bi mogle prodavati svoja dobra, dopustiti ulazak stranim ulaganjima koja će proizvoditi nove proizvode po nižim cijenama, te otvoriti granice tako da ljudi mogu putovati u inozemstvo da se obrazuju, rade i šalju kući zarade kako bi pomogli svojim obiteljima i financirali nova poduzeća.⁵

Takav pozitivan pogled na globalizaciju prikazuje da bi ona donijela razne prednosti svima, ne samo poduzećima sa ulaskom na nova tržišta već i ljudima pojedincima sa raznim novim mogućnostima.

Ekonomija pokreće globalizaciju, osobito kroz smanjivanje troškova komunikacije i transporta. No oblikuje ju politika. Pravila igre uvelike određuju razvijene industrijske zemlje – a osobito posebne interesne skupine unutar tih zemalja – i, što ne čudi, one su oblikovale globalizaciju kako bi promovale vlastite interese.⁶

„Ekonomska globalizacija odnosi se na sve veću međuovisnost svjetskih gospodarstava kao rezultat rastućeg opsega prekogranične trgovine robama i uslugama, protoka međunarodnog kapitala te širokog i brzog širenja tehnologija. Odražava kontinuirano širenje i međusobnu

³ Lončar J. (2005.): Globalizacija - pojam, nastanak i trendovi razvoja, PMF Zagreb, Zagreb, str.2

⁴ National Geographic, Globalization <https://education.nationalgeographic.org/resource/globalization/> (pristupljeno 23.2.2023.)

⁵ Stiglitz E. J., Uspjeh globalizacije, novi koraci do pravednog svijeta, 2009, str.26.

⁶ Ibid

integraciju tržišnih granica te je nepovratan trend za gospodarski razvoj u cijelom svijetu. Brzo rastuće značenje informacija u svim vrstama proizvodnih aktivnosti i tržište dvije su glavne pokretačke snage ekonomske globalizacije. Drugim riječima, brza globalizacija svjetskih gospodarstava posljednjih godina uvelike se temelji na brzom razvoju znanosti i tehnologije, proizašla je iz okruženja u kojem se tržišni gospodarski sustav brzo širi svijetom, a razvijao se na temelju sve veće prekogranične podjele rada koja prodire do razine proizvodnih lanaca unutar poduzeća različitih zemalja.“⁷

2.2. Aspekti globalizacije

Postoje mnogi aspekti globalizacije koji se pojavljuju u svim dijelovima naših života, no tri glavna aspekata su ekonomski, političko – pravni te kulturni.

Sa ekonomskog aspekta globalizacije, „globalne tvrtke utječu na tijek svjetskih gospodarskih procesa i mnoge od njih, iz sasvim jednostavnog razloga da obavljaju svoj posao i stječu dobit, integriraju planet. Multinacionalne tvrtke uključuju u svoje poslovanje milijune ljudi širom svijeta koji su međusobno povezani usprkos velikim udaljenostima. One nadziru planetarne resurse, kapital i tehnologiju. Na taj se način širi gospodarstvo bez granica i posluje se kao da nema gospodarskih i političkih barijera.“⁸

Multinacionalne korporacije imaju veću fleksibilnost u radu, kao i lociranju svojih djelatnosti u bilo kojoj zemlji koja nudi određene koristi (npr. jeftinija cijena rada ili neposredna blizina korisnicima.) Također, ekonomske prilike su proširene, s domaćih na regionalne i globalne potrošače, budući da tehnologija poput interneta ili jeftinijeg prijevoza omogućuje ljudima traženje novih poslovnih veza (npr. franšiza).⁹

„Globalizacija s političkoga aspekta pokušava predvidjeti razvoj društva i traži putove demokratskog dijaloga i solidarne suradnje. Ima važne političke funkcije u kontekstu održavanja mira, zbližavanja naroda i njihovih kultura i civilizacija, čime ona ispunjava svoj kozmopolitski značaj. Pod političkom globalizacijom se podrazumijeva jedinstvenost i proturječnost politika i političkih odnosa koji postoje u okviru i između država, saveza država i regija. Ona se odnosi na prijenos mjesta donošenja odluka s državnih na međunarodne organizacije i institucije. To se ostvaruje međudržavnim integracijama (npr. Europska unija i

⁷ Shangquan G, Economic Globalization: Trends, Risks and Risk Prevention, 2000

⁸ Lončar J., Globalizacija - pojam, nastanak i trendovi razvoja, PMF Zagreb, Zagreb, 2005., str. 5

⁹ UKEssays. The Three Main Aspects Of Globalisation Economics Essay, 2018.,

<https://www.ukessays.com/essays/economics/the-three-main-aspects-of-globalisation-economics-essay.php>
(pristupljeno 24.2.2023.)

NATO) i uređenjem svijeta kao globalnog građanskog društva koje promovira tekovine demokratskog građanstva, tj. univerzalna ljudska prava i vladavinu zakona. U Europskoj uniji su države prenijele svoje nadležnosti na nadnacionalne organizacije, pa su čak napravile i monetarnu uniju. Vidljiva posljedica tih procesa i odluka je erozija nacionalne države.“¹⁰

Promjene procesa globalizacije sa kulturnog aspekta prvenstveno se vide uvođenjem engleskog jezika kao svjetskog jezika, koji je drugi najrasprostranjeniji jezik kojim se govori (nakon kineskog).¹¹

„Globalno komuniciranje i migracije, odnosno globalizacija, prisiljavaju tradicionalne kulture na koegzistenciju, ali i na razilaženje i međusobne napetosti. Globalizacija je veoma kompleksna, uzmu li se u obzir kulturološki aspekti. Nastajanje ‘svjetske kulture’ bi bilo pogubno jer bi neposredno dovela u pitanje neku autentičnu regiju, odnosno kulturnu različitost. Nepobitno je da sredstva masovnih komunikacija omogućuju širenje popularne kulture i razvoj tzv. globalne kulture. To je svojevrsna prijetnja kulturnim i nacionalnim identitetima koji čine raznolikost svijeta. UNESCO naglašava da je međunarodno širenje kulturnih procesa važno, ali postoji i prijetnja od globalne, popularne kulture koja se zrcali u činjenici da ona slabi kulturne raznolikosti u mnogim aspektima našeg života.“¹²

2.3. Prednosti i izazovi globalizacije

Ekonomске prednosti globalizacije za veći dio svijeta teško je zanemariti. Povećana trgovina s većim i raznolikijim tržištima rezultira većim prihodima i povećanjem bruto domaćeg proizvoda (BDP). Globalizacija također znači da poduzeća mogu ostvariti veću dobit dolaskom na prethodno netaknuta tržišta i iskorištavanjem nižih lokalnih troškova. Globalna konkurencija na tržištima vodi i kvaliteti i pristupačnosti. Kada potrošači shvate da imaju razne mogućnosti iz svih krajeva svijeta, odlučit će kupiti najbolje i najjeftinije opcije, zahtijevajući od tvrtki da poboljšaju kvalitetu i pruže pristupačne cijene ako žele ostati konkurentne.¹³

Kombiniranje napora i resursa omogućuje više kreativnosti i inovativnosti za rješavanje problema koji utječu na ljude diljem svijeta. Napori za očuvanje i napori za borbu protiv rastućih emisija ugljika, na primjer, zahtijevat će koncentrirane globalne napore za njihov

¹⁰ Jagić S., Vučetić M: Globalizacijski procesi i kultura, 2013., str.18

¹¹ Lončar J., Globalizacija - pojam, nastanak i trendovi razvoja, PMF Zagreb, Zagreb, 2005., str.6

¹² Jagić S., Vučetić M.: Globalizacijski procesi i kultura, 2013., str.20

¹³ Globalization partners, Benefits and Challenges of Globalization, 2020. https://www.globalization-partners.com/blog/benefits-and-challenges-of-globalization/#the_challenges_of_globalization (pristupljeno 2.3.2023.)

uspjeh. Nevladine organizacije (NVO) koriste suradnički pristup za rješavanje pitanja koja nisu ograničena unutar granica, kao što je dječji rad, trgovina ljudima te zdravstvena skrb i prevencija bolesti.¹⁴

Vjerojatno jedna od najvećih prednosti globalizacije jest brzo širenje tehnologije diljem svijeta. Google, Dell i Microsoft, na primjer, imaju urede na mnogim kontinentima. Zemlje u razvoju često su privlačne ulagačima zbog ogromnog potencijala za rast.¹⁵

Globalizacija utječe na lokalne kulture, uzrokujući promjene kojima se ponekad divimo, a ponekad osuđujemo. Međunarodna trgovina, putovanja i protok kapitala izložili su ljude posvuda proizvodima, a ponekad i običajima drugih zemalja. To je vidljivo u Sjedinjenim Američkim državama, npr. s raznolikim nacionalnim kuhinjama koje su sada dostupne u restoranima i supermarketima.¹⁶

Utjecaj globalizacije na kulture se u današnje vrijeme još može vidjeti i kroz brzi razvoj društvenih mreža, odnosno kroz veću povezanost ljudi diljem svijeta te bržeg širenja informacija među njima.

Isto se događa čak i obrnuto. Kultura SAD-a širi se diljem svijeta kroz trgovinu, posebno američki izvoz filmova, glazbe i televizijskih programa. Mladi ljudi diljem svijeta prihvaćaju američke stilove odijevanja, glazbe i ponašanja, na užas onih koji se boje gubitka vlastitih kulturnih tradicija. Globalizacija može dovesti do sukoba kultura te nove politike za njihovu zaštitu mogu biti potrebne.¹⁷

Mnogi kritičari su istaknuli da globalizacija ima negativne učinke na okoliš. Stoga je golemi razvoj prometa, koji je bio temelj globalizacije, također odgovoran za ozbiljne ekološke probleme kao što su emisije stakleničkih plinova, globalno zagrijavanje ili onečišćenje zraka. Istodobno, globalni gospodarski rast i industrijska produktivnost su i pokretačka snaga i glavne posljedice globalizacije. Oni također imaju velike posljedice za okoliš jer pridonose iscrpljivanju prirodnih resursa, krčenju šuma i uništavanju ekosustava te gubitku biološke

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Alan V. Deardorff, Robert M. Stern, What You Should Know about Globalization and the World Trade Organization, The University of Michigan, 2001. str. 11.

¹⁷ Ibid

raznolikosti. Distribucija robe u cijelom svijetu također stvara veliki problem otpada, posebno kada je u pitanju onečišćenje plastikom.¹⁸

Globalizacija predstavlja izazove za multinacionalne korporacije u smislu kapitalnih ulaganja i vodstva. Pokretanje poslovanja u novoj zemlji, posebno zemlji u razvoju, zahtijeva znatan početni kapital. Potrebna infrastruktura možda još nije ni uspostavljena. Multinacionalne korporacije također se suočavaju sa različitim zakonima u različitim zemljama. Ponekad se moraju u potpunosti boriti s različitim vrstama pravnih i bankarskih sustava. Poteškoće u kretanju takvim sustavima mogu dovesti do prepreka u širenju u nove zemlje i ozbiljnih posljedica za učinjene pogrešne korake.¹⁹

3. MULTINACIONALNE KORPORACIJE

Među autorima se u literaturama osim izraza multinacionalna korporacija koriste i drugi izrazi, kao što su „međunarodna korporacija“, „globalna korporacija“, te „transnacionalna korporacija“.

U svjetskoj se pravnoj i ekonomskoj literaturi najviše koriste engleski izrazi „enterprise“ i „corporation“, pri čemu se enterprise često smatra boljim izrazom koji izražava poduzetničku aktivnost cijele grupe društava (korporativnih i nekorporativnih).²⁰

3.1. Pojam multinacionalna korporacija

Prema Ujedinjenim Narodima multinacionalna korporacija je „Poslovni subjekt koji upravlja proizvodnim objektima ili pruža usluge u najmanje dvije države.“²¹

Iako moderne multinacionalne tvrtke potječu iz kasnog devetnaestog stoljeća, pojam "multinacionalna korporacija" pojavio se tek 1960ih. Na konferenciji na Sveučilištu Carnegie Mellon, David Lilienthal (1960.) napravio je razliku između portfelja i izravnih ulaganja i potom definirao multinacionalne korporacije kao "takve korporacije – koje imaju sjedište u

¹⁸ Youmatter, Globalization: Definition, Benefits, Effects, Examples – What is Globalization?, 2020. <https://youmatter.world/en/definition/definitions-globalization-definition-benefits-effects-examples/> (pristupljeno 4.3.2023.)

¹⁹ Globalization partners, Benefits and Challenges of Globalization, 2020. https://www.globalization-partners.com/blog/benefits-and-challenges-of-globalization/#the_challenges_of_globalization (pristupljeno 2.3.2023.)

²⁰ Bogovac J., Oporezivanje multinacionalnih korporacija, Pravni fakultet Sveučilišta, Zagreb, 2014, str. 10

²¹ UNTERM <https://unterm.un.org/unterm2/en/view/16428eeb-17eb-44a9-8120-0cf309df274f> (pristupljeno 15.3.2023.)

jednoj zemlji, ali i djeluju i žive pod zakonima drugih zemalja”. Zanimljivo je da je multinacionalna korporacija od početka definirana u smislu nadležnosti i potencijalnog sukoba nadležnosti.²²

Multinacionalna korporacija (MNK) je centralno koordinirana tvrtka koja je osnovana u više od jedne nacionalne države. Tipična multinacionalna korporacija sastoji se od matične tvrtke u jednoj državi s podružnicama u jednoj ili više drugih država.²³

Multinacionalna korporacija čini složenu, ali jedinstvenu gospodarsku cjelinu koju povezuje vlasništvo ili sustav upravljanja, na koju vlasnici mogu utjecati, ali ne onako kako je to uobičajeno u manjim tuzemnim trgovačkim društvima. Multinacionalne se korporacije suočavaju s različitim financijskim tržištima, valutnim rizicima, troškovima i standardima (režima proizvodnje, zaštite okoliša, računovodstva), poreznim i deviznim sustavima, trgovačkim, kulturološkim i socijalnim barijerama. Svi ti različiti aspekti poslovanja posljedica su različitih čimbenika koji na njih utječu, s obzirom na izloženost grupe društava na međunarodnim tržištima. One su i zbog prisustva na globalnom tržištu s različitim državnim zakonodavstvima, usmjerene na složenu organizaciju upravljanja procesima.²⁴

MNK gledaju na svijet kao na jedinstvenu cjelinu. Njihov utjecaj nadilazi sve nacionalne granice. One ne donose odluke u smislu onoga što je najbolje za njihovu matičnu zemlju ili zemlju domaćina poslovanja, već što je najbolje za korporaciju kao cjelinu na međunarodnoj razini. Osnovno načelo na kojem te korporacije djeluju jest da svijet smatraju svojim tržištem.²⁵

Multinacionalne korporacije imaju značajan utjecaj na svako gospodarstvo u kojem posluju. One stvaraju radna mjesta, plaćaju poreze i doprinose socijalnoj dobrobiti zemlje domaćina. Broj MNK-a je u porastu kao rezultat globalizacije - trenda prema ekonomskoj i kulturnoj

²² Korbin S. J. – Sovereignty@Bay: Globalization, Multinational Enterprise and the International Political System u Rugman, A. M., The Oxford Handbook of International Business, 2nd edn, 2009, Oxford University Press

²³ Oxford Bibliographies, Multinational Corporations in International Law, <https://www.oxfordbibliographies.com/display/document/obo-9780199796953/obo-9780199796953-0049.xml> (pristupljeno 17.3.2023.)

²⁴ Bogovac J., Oporezivanje multinacionalnih korporacija, Pravni fakultet Sveučilišta, Zagreb, 2014., str. 11-15

²⁵ Irogbe, K. “GLOBAL POLITICAL ECONOMY AND THE POWER OF MULTINATIONAL CORPORATIONS.” Journal of Third World Studies 30, no. 2 (2013): 223–47. <http://www.jstor.org/stable/45198689> (pristupljeno 25.3.2023.)

integraciji diljem svijeta. Danas možemo pronaći multinacionalne tvrtke u svim vrstama industrija, uključujući maloprodaju, automobile, tehnologiju, modu, hranu i piće.²⁶

Napredak u informacijskoj tehnologiji, zajedno s deregulacijom i oslobađanjem tržišta u cijelom svijetu, potaknuo je neviđeni porast u rastu multinacionalnih korporacija. Dok ih neki smatraju nemilosrdnim izrabljivačima, drugi ih vide kao benigne motore napretka.²⁷

²⁶ StudySmarter UK., Multinational Company, 2021., <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/business-studies/influences-on-business/multinational-company/> (pristupljeno 22.8.2023.)

²⁷ Stopford, J. "Multinational Corporations." *Foreign Policy*, no. 113, 1998, pp. 12–24. <https://doi.org/10.2307/1149229> (pristupljeno 27.3.2023.)

3.2. Vrste multinacionalnih korporacija

Multinacionalne korporacije mogu se promatrati kao četiri glavna organizacijska tipa:

- a) decentralizirana korporacija
- b) centralizirana korporacija
- c) međunarodni odjel unutar korporacije
- d) transnacionalna korporacija²⁸

Decentralizirana korporacija ostaje prisutna u svojoj matičnoj zemlji i ima autonomne poslovnice i druge objekte na lokacijama diljem svijeta. Ova vrsta multinacionalne kompanije ima sposobnost postići više, brže jer je decentralizirana. Svaki ured samostalno upravlja lokalnim poslovanjem, donoseći vlastite odluke.²⁹

Centralizirana globalna korporacija ima središnje sjedište u matičnoj zemlji. Izvršni službenici i uprava tamo smješteni, nadziru globalne urede i operacije, kao i domaće operacije. Oni, a ne menadžeri u lokalnim uredima u stranim zemljama, donose ključne poslovne odluke. Uredi se obično moraju prijaviti i dobiti odobrenje od osoblja sjedišta za velike aktivnosti.³⁰

Međunarodni odjel je onaj dio multinacionalne korporacije koji je odgovoran za sve međunarodne operacije. Ova struktura olakšava donošenje poslovnih odluka i opće aktivnosti na domaćim te stranim tržištima. Međutim, neovisno djelovanje može predstavljati probleme kada je potreban cjelokupni korporativni konsenzus i djelovanje. Održavanje i predstavljanje pažljivo njegovanog imidža robne marke koji je uspostavila multinacionalna tvrtka također može biti izazov.³¹

Transnacionalna korporacija uključuje strukturu matičnog društva i podružnica, pri čemu matično društvo nadzire poslovanje podružnica u stranim zemljama i u matičnoj zemlji. Podružnice mogu koristiti imovinu matičnog društva, kao što su podaci o istraživanju i

²⁸ Chen J., Multinational Corporation: Definition, How It Works, Four Types, Investopedia, 2022., <https://www.investopedia.com/terms/m/multinationalcorporation.asp#toc-4-types-of-multinational-corporations> (pristupljeno 11.4.2023)

²⁹ Ibid.

³⁰ Ibid.

³¹ Ibid.

razvoju. Podružnice također mogu biti različite marke. Matično društvo obično ima upravljačku ulogu usmjeravajući poslovanje svojih podružnica, domaćih i stranih.³²

Temeljna osobina MNK-a je da svoju djelatnost obavljaju u nekoliko zemalja. Ovisno o tome kolika je mreža njihovih podružnica u svijetu, dijele se na:

- a) home region
- b) bi-regional
- c) global
- d) near miss global
- e) host region MNK³³

Za home region MNK-e ključna osobina je da najveći dio prihoda ostvaruju na domaćem tržištu gdje zapošljavaju i najveći broj radnika. Bi-regional MNK manje od 50% ukupnog prihoda ostvaruju u regiji u kojoj se nalazi matica, a više od 20% u nekoj drugoj zemlji. Globalne MNK su prisutne na svim kontinentima s tim da u svakoj regiji ostvaruju više od 20%, a manje od 50% ukupnog prihoda. Međutim, od vodećih 500 MNK-a u svijetu samo se njih devet ocjenjuje globalnima, a od toga broja sedam je iz područja informatičke industrije. Near miss global cases MNK odnosi se na kompanije koje imaju ravnomjeran udio u ukupnom prihodu.³⁴

³² Ibid.

³³ Lovrinović I, Globalne financije, ACCENT, Zagreb, 2015., str. 33.

³⁴ Ibid. str.34.

3.3. Prednosti i nedostaci multinacionalnih korporacija

Postoje mnogi razlozi zbog kojih bi neka korporacija htjela postati multinacionalnom.

- Pristup nižim troškovima proizvodnje: uspostavljanje proizvodnje u drugim zemljama, posebno u gospodarstvima u razvoju, obično znači znatno manje troškove proizvodnje. Zbog svoje velike veličine, multinacionalna poduzeća mogu iskoristiti prednosti ekonomije razmjera i razviti svoj globalni brend.
- Blizina ciljanim međunarodnim tržištima: korisno je pokrenuti poslovanje u zemljama u kojima se nalazi ciljno potrošačko tržište tvrtke. Time se smanjuju troškovi prijevoza i multinacionalnim korporacijama se omogućuje lakši pristup povratnim informacijama od potrošača, kao i informacijama o potrošačima.
- Pristup većem talentu: poznato je da multinacionalne korporacije zapošljavaju samo najbolje talente iz cijelog svijeta, što omogućuje upravi da pruži najbolje tehničko znanje i inovativno razmišljanje za svoj proizvod ili uslugu.
- Izbjegavanje carina: kada kompanija proizvodi ili izrađuje svoje proizvode u drugoj zemlji u kojoj ih također prodaje, izuzetna je od uvoznih kvota i carina.³⁵

Poslovanje multinacionalnih korporacija, potrošačima i radnoj snazi donosi razne prednosti i nedostatke.³⁶

Multinacionalne korporacije stvaraju nova radna mjesta, što potiče lokalno gospodarstvo i zapošljava više radnika koji će doprinosti porezu. Razvijanje međunarodne prisutnosti može otvoriti nova tržišta i prodajne prilike koje nisu dostupne ili nisu izvedive kada se posluje samo na domaćem tržištu. Na primjer, prisutnost u stranoj zemlji kao što je Indija može omogućiti korporaciji da zadovolji široko rasprostranjenu indijsku potražnju za određenim proizvodima bez transakcijskih troškova povezanih s dostavom na velike udaljenosti.³⁷

Naravno, prije bilo kakvog širenja u druge zemlje, odnosno na nova tržišta, multinacionalne korporacije bi trebale istražiti postoji li uopće potražnja za njihovim proizvodima ili uslugama u određenoj zemlji.

³⁵ Corporate finance institute, Multinational Corporation (MNC), 2023, <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/multinational-corporation/> (pristupljeno 12.4.2023.)

³⁶ Chen J., Multinational Corporation: Definition, How It Works, Four Types, Investopedia, 2022., <https://www.investopedia.com/terms/m/multinationalcorporation.asp#toc-4-types-of-multinational-corporations> (pristupljeno 12.4.2023)

³⁷ Ibid.

Korporacije mogu uspostaviti poslovanje na tržištima gdje se njihov kapital može koristiti najučinkovitije, a plaće imaju manji utjecaj na krajnji rezultat nego u matičnoj zemlji. Proizvodnjom iste kvalitete robe uz niže troškove, multinacionalne kompanije mogu smanjiti cijene i povećati kupovnu moć potrošača diljem svijeta. Multinacionalne kompanije također mogu iskoristiti niže porezne stope dostupne u zemljama željnim njihovih izravnih ulaganja i radnih mjesta koja će one otvoriti.³⁸

Kompromis globalizacije – cijena nižih cijena – jest da se domaći poslovi sele u inozemstvo. To može povećati nezaposlenost u matičnoj zemlji i otežati pronalaženje novih poslova dugogodišnjim zaposlenicima u vanjskim djelatnostima. Oni koji se protive multinacionalnim korporacijama ukazuju na njihov potencijal da razviju monopol (za određene proizvode). To može povećati cijene za potrošače, ugušiti konkurenciju i spriječiti inovacije. Za multinacionalne korporacije također se kaže da imaju štetan učinak na okoliš jer njihovo poslovanje može potaknuti razvoj zemljišta i iscrpljivanje lokalnih i prirodnih resursa. Multinacionalne tvrtke također mogu uzrokovati propast malih, lokalnih tvrtki. Aktivisti su također tvrdili da multinacionalne kompanije krše etičke standarde. Optužuju ih za izbjegavanje zakona kako bi unaprijedili svoje poslovne planove.³⁹

³⁸ Ibid.

³⁹ Ibid.

4. PANDEMIJA COVID-19

Pandemija bolesti COVID-19 globalno je izbijanje koronavirusa, zarazne bolesti uzrokovane virusom ozbiljnog akutnog respiratornog sindroma korona virus 2 (SARS-CoV-2).⁴⁰

Svjetska kriza izazvana pandemijom korona virusa nema usporedbu u modernoj povijesti. Godinama ćemo se nositi s njezinim posljedicama i mnoge će se stvari zauvijek promijeniti. Ova pandemija donosi ekonomski poremećaj ogromnih razmjera, stvara opasno i nestabilno razdoblje u više područja – političko, društveno, geopolitičko – izazivajući duboku zabrinutost za okoliš i također proširujući doseg (poguban ili ne) tehnologije u naše živote. Niti jedna industrija ili tvrtka neće biti pošteđena utjecaja ovih promjena. Milijuni tvrtki riskiraju nestanak, a mnoge industrije suočavaju se s neizvjesnom budućnošću; nekoliko njih će uspjeti. Sama po sebi, pandemija možda neće u potpunosti transformirati svijet, ali će vjerojatno ubrzati mnoge promjene koje su se već događale prije nego što je izbila, što će zauzvrat pokrenuti druge promjene.⁴¹

Ono što povijest prethodnih epidemija uvijek iznova pokazuje jest kako pandemije iskorištavaju trgovačke putove i sukob koji postoji između interesa javnog zdravstva i interesa gospodarstva. Pandemije izazivaju niže realne stope, što implicira usporenu gospodarsku aktivnost. Osim toga, potrošači obično reagiraju na šok povećanjem svoje uštedevine, bilo zbog novih mjera predostrožnosti, ili jednostavno kako bi nadoknadili bogatstvo izgubljeno tijekom epidemije. Za razliku od prethodnih pandemija, malo je vjerojatno da će kriza COVID-19 preokrenuti vagu u korist rada, a protiv kapitala. Iz političkih i društvenih razloga mogla bi, ali tehnologija mijenja stvari.⁴²

⁴⁰ World Health Organization, Coronavirus disease (COVID-19) pandemic, <https://www.who.int/europe/emergencies/situations/covid-19> (pristupljeno 12.4.2023.)

⁴¹ Schwab K, Malleret T, COVID-19: The Great Reset, Forum Publishing, 2020, str.11-13.

⁴² Ibid. str.37-38.

5. ŠTO ORGANIZACIJAMA TREBA ZA PREŽIVLJAVANJE PANDEMIJE?

Uz iznenadnu pojavu smrtonosnog novog korona virusa, organizacijska spremnost je ključna. U složenom i nesigurnom okruženju dugotrajne krize, najsnažnije organizacije neće biti one koje imaju pripremljene planove, već one koje imaju sposobnosti kontinuiranog otkrivanja problema i reagiranja.⁴³

Tvrtke se ne bi trebale oslanjati samo na specijalizirani tim za upravljanje rizikom koji će ih voditi kroz dugotrajnu krizu. Umjesto toga, trebaju razviti sposobnost brze procjene tekućih promjena u okruženju i razviti odgovore temeljene na jednostavnim načelima. To znači da je tvrtkama potrebna globalna mreža ljudi sastavljenih iz cijele organizacije koji mogu koordinirati i prilagođavati se kako se događaji odvijaju, reagirajući odmah i na odgovarajući način na poremećaje kao što su propusti u komunikaciji unutar i izvan organizacije te gubici fizičkih i ljudskih resursa.⁴⁴

Veći broj ljudi koji imaju sposobnost brze i precizne procjene promjena i problema u okruženju poslovanja, surađivanjem će lakše moći primijeniti odgovarajuće korake kako bi riješili te probleme ili prilagodili poslovanje, za što je potrebna razmjena otkrivenih informacije te razmjena i učenjem iz iskustava drugih.

Ova mreža treba brzo kružiti kroz proces otkrivanja prijetnji, koordinacije, odgovaranja i ponovnog otkrivanja. Treba se uključiti u kreativno i suradničko, ali disciplinirano rješavanje problema u hodu, čak i dok se članovi krizne mreže sele ili odustaju. Prednost u krizi će imati onaj tko može iskoristiti svoje sposobnosti i surađivati s drugim članovima zajednice - čak i konkurencijom. Tvrtke bi trebale razmisliti o primjeni modela otvorenog koda za odgovor na krize. Kao što pozivaju partnere i konkurente na zajednički razvoj inovativnih proizvoda, tako bi trebali razmotriti hoće li zajedničko razvijeni odgovori na krize biti bolji od vlasničkih.⁴⁵

Određene poslovne karakteristike povećavaju vjerojatnost opstanka poduzeća. Uvođenje novih proizvoda na tržište ukazuje na važnost sposobnosti poduzeća da se prilagode tržišnim uvjetima koji se brzo mijenjaju kao način povećanja otpornosti poduzeća u vrijeme krize. Slično tome, upotreba tehnologije, koja je postala osobito relevantna tijekom krize COVID-19 kao način nadoknade fizičke udaljenosti koju nameću zahtjevi socijalnog distanciranja,

⁴³ Harvard Business Review, What Organizations Need to Survive a Pandemic, 2020.
<https://hbr.org/2020/01/what-organizations-need-to-survive-a-pandemic> (pristupljeno 2.5.2023.)

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Ibid.

ključna je za preživljavanje. Uloga olakšavajućih čimbenika, poput inovacija i digitalizacije, jača je za manje tvrtke.⁴⁶

Na kraju, mnogi voditelji misle da upravljanje krizama nije njihov posao. Zato su angažirali stručnjake za smanjenje rizika i sigurnost. Ali stvaranje organizacija koje su snažne u suočavanju s neizvjesnošću, zahtijeva novi način razmišljanja – a to se mora voditi od vrha prema dolje. Razvijanjem kulture i mehanizama koji podržavaju vrhunsku sposobnost prilagodbe, tvrtke će postat otpornije i konkurentnije u složenom i neizvjesnom poslovanju.⁴⁷

6. UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA MULTINACIONALNE KORPORACIJE

COVID-19 stvara ogromne izazove za mala i velika poduzeća širom svijeta. Potpuna ili djelomična obustava rada utječu na sektore na različite načine, utječući u različitoj mjeri na njihovu sposobnost poslovanja, potražnju za njihovim proizvodima ili uslugama i njihove bilance. Kriza COVID-19 uzrokuje financijske probleme i probleme s likvidnošću za mnoge kompanije kao rezultat smanjenja ili otkazivanja poslovanja. To zauzvrat utječe na radnike čiji su prihodi i sredstva za život ugroženi. Iako su neke tvrtke uspjele zaštititi svoju radnu snagu od takvih utjecaja i odlučile su zadržati i platiti zaposlenike tijekom obustave svojih aktivnosti, mnoge su tvrtke morale otpustiti radnike ili smanjiti radno vrijeme.⁴⁸

Za tvrtke koje su u stanju nastaviti s aktivnostima glavna je briga zaštita zdravlja i sigurnosti radnika, a smanjenje izloženosti radnika COVID-19 virusu na radnom mjestu ključni je izazov. Mnoga se poduzeća bore sa uspostavljanjem prave ravnoteže mjera i zaštitnih mjera kako bi zaštitila radnike od izlaganja ili širenja virusa, uključujući ograničavanje fizičke interakcije tijekom rada, uvođenje poboljšanih sanitarnih mjera i poticanje rada na daljinu, uz zadržavanje osnovnih usluga.⁴⁹

Globalna pandemija različito je utjecala na poduzeća ovisno o njihovoj djelatnosti. Korona virus je negativno utjecao na širok raspon međunarodnih gospodarskih i trgovinskih aktivnosti: od usluga, općenito, do specifičnih industrija, poput turizma i ugostiteljstva, medicinskih potrepština i drugih sektora s globalnim lancima vrijednosti, kao što su

⁴⁶ World Bank Blogs, Surviving the pandemic: A business perspective, 2021, <https://blogs.worldbank.org/developmenttalk/surviving-pandemic-business-perspective> (pristupljeno 10.6.2023.)

⁴⁷ Harvard Business Review, What Organizations Need to Survive a Pandemic, 2020. <https://hbr.org/2020/01/what-organizations-need-to-survive-a-pandemic> (pristupljeno 2.5.2023.)

⁴⁸ OECD, COVID-19 and responsible business conduct, <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/covid-19-and-responsible-business-conduct-02150b06/> (pristupljeno 24.4.2023.)

⁴⁹ Ibid.

potrošačka elektronika, financijska tržišta, energija, prijevoz, hrana i niz društvenih aktivnosti, od kojih su sve ozbiljno oštećene.⁵⁰

Zasigurno jedna od negativno pogođenih društvenih aktivnosti bili su koncerti, pogotovo u razdoblju od 2020. godine do 2022. godine. U tom periodu dolazilo je do ili odgađanja ili do potpunog otkazivanja koncerata. Razlog tome su definitivno bile restrikcije putovanja unutar pojedine države ali i u druge države, te mjere socijalnog distanciranja.

Nasuprot tome, pandemija je manje negativno utjecala na druge industrije, a u nekim slučajevima čak i pozitivno. Primjeri uključuju tehnologiju, zdravstvenu skrb i poduzeća koja imaju koristi kada ljudi ostanu kod kuće, kao što su usluge dostave hrane, internetska zabava i internetska maloprodaja, od kojih su sve bile financijski uspješne tijekom krize i razdoblja oporavka.⁵¹

Nova klima u kojoj su se našli i poslovni subjekti i privatni građani može se zaista smatrati neistraženom, iako je u prošlom stoljeću bilo sličnih iskustava. Pandemija je izazvala duboke negativne učinke u cijelom globalnom gospodarstvu koji su utjecali uglavnom na ključne točke operativnog upravljanja — prvo od cijelog lanca opskrbe —, zajedno s načinom na koji se tvrtke moraju odnositi prema klijentima i potrošačima. U početku su negativni utjecaji doveli do zatvaranja jednostavnih jedinica, zatim poslovnih jedinica, i na kraju, za tvrtke u nevolji, cijelog poslovanja. To je uzrokovano višestrukim čimbenicima:

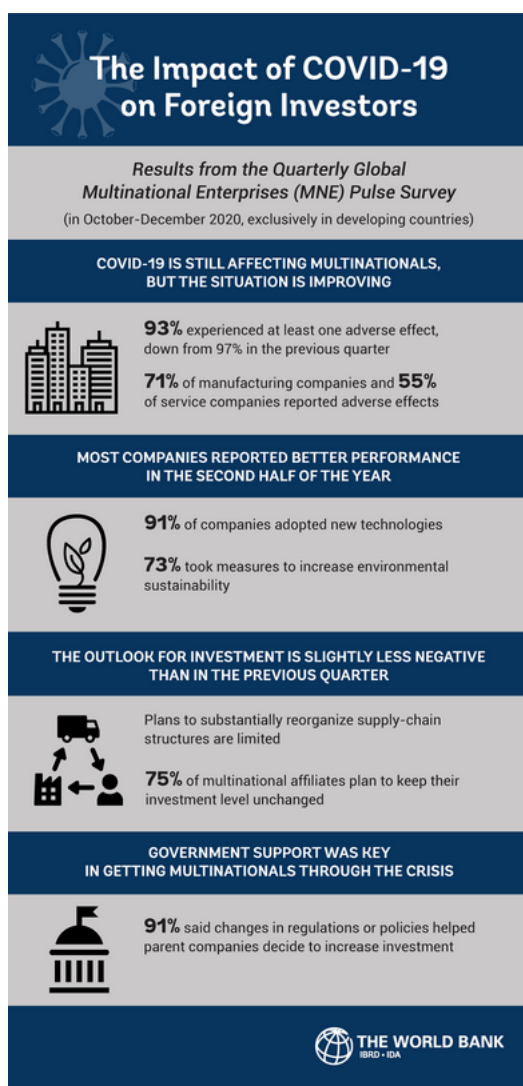
- produljena obustava određenih proizvodnih i uslužnih djelatnosti;
- poremećaji u lancu opskrbe i stroža regulacija;
- ozbiljno smanjenje poslovne prodaje
- problemi s likvidnošću poduzeća i organizacija zbog blokade poslovanja
- pravni sporovi zbog kašnjenja u narudžbama i uslugama⁵²

⁵⁰ Guedhami, O., Knill, A., Megginson, W.L. *et al.* The dark side of globalization: Evidence from the impact of COVID-19 on multinational companies. *J Int Bus Stud* 53, 1603–1640 (2022). <https://doi.org/10.1057/s41267-022-00540-8> (pristupljeno 17.4.2023.)

⁵¹ Ibid.

⁵² Rangone, A. (2022). Companies and Covid-19: Emerging Challenges and Recovery Strategies through Technological Upgrading. IntechOpen. <https://www.intechopen.com/online-first/80805> (pristupljeno 4.5.2023.)

Slika 1. Utjecaj COVID-19 na strane ulagače



Izvor: <https://www.worldbank.org/en/news/infographic/2021/04/07/impact-of-covid-19-on-foreign-investors>

Rezultati „Quarterly Global Multinational Enterprises (MNEs) Pulse Survey“ za razdoblje od listopada do prosinca 2020. godine u zemljama u razvoju sugeriraju da COVID-19 još uvijek utječe na korporacije, ali da se situacija poboljšava.

Štetni učinci pandemije još su se osjećali u četvrtom tromjesečju (od listopada do prosinca) 2020. godine, iako se situacija postupno popravljala. Sveukupno, 93% ispitanih podružnica multinacionalnih poduzeća u zemljama u razvoju izvijestilo je da je kriza negativno utjecala na barem jednu poslovnu dimenziju u četvrtom tromjesečju 2020. godine, u usporedbi s 97% u prethodnom tromjesečju. MNP u proizvodnom sektoru i dalje su pod negativnijim utjecajem

nego ona u uslužnom sektoru, što je trend koji je uglavnom potaknut slabom potražnjom i dugotrajnim prekidima u opskrbnom lancu.⁵³

Ovaj rezultat istraživanja pokazuje istinitost tvrdnje da niti jedna tvrtka neće biti pošteđena utjecaja pandemije, u ovom slučaju se radi o velikom postotku negativno pogođenih podružnica multinacionalnih poduzeća. Osim slabe potražnje i prekida u opskrbnom lancu, proizvodni sektor je negativnije pogođen krizom i zbog proizvodnje proizvoda u manjim količinama.

Gledajući unatrag na 2020. godinu u cjelini, velika većina podružnica MNP (86 posto) izvijestila je da su njihove operacije i financijski rezultati bili manje poremećeni tijekom druge polovice 2020., ukazujući na postupno poboljšanje tijekom cijele godine. Poboljšanje tržišnih uvjeta, ublažavanje izazova lanca opskrbe i veća državna potpora bili su ključni čimbenici koji su potaknuli bolju izvedbu podružnica MNP u drugoj polovici 2020.⁵⁴

MNP su povećala usvajanje novih tehnologija, kao i mjera za povećanje ekološke održivosti. Oko 90 posto izvijestilo je o implementaciji novih digitalnih rješenja za upravljanje opskrbnim lancima i interakciju s kupcima kao odgovor na pandemiju, dok je tri četvrtine poduzelo korake za povećanje održivosti svojih proizvoda i usluga. Postoje dokazi da je više vjerojatno da će podružnice MNP-a sa sjedištem u razvijenim zemljama primijeniti napredne tehnologije poput automatizacije.⁵⁵

COVID-19 je jedan od razloga za usvajanje novih tehnologija, radi lakšeg upravljanja opskrbnim lancima i interakcije s kupcima te sa radnicima koji su počeli raditi od doma. Također, razlozi su i konkurentnost na tržištu, bolja efikasnost te praćenje trendova razvoja tehnologije.

Vladine politike i dalje igraju ključnu ulogu u sposobnosti multinacionalnih poduzeća da prebrode krizu te oblikuju izgled za budućnost stranih ulaganja. U ovom krugu ankete, više od polovice podružnica MNP izvijestilo je o nekim pozitivnim promjenama u regulatornom okruženju svojih zemalja domaćina za ulaganja, što vjerojatno odražava ukidanje ulagačkih prepreka povezanih s pandemijom. Značajno, podružnice MNP koje očekuju da će njihova matična tvrtka uložiti više u gospodarstvo domaćina u narednim godinama najčešće

⁵³ Saurav, A; Kusek, P; Kuo, R; Viney, B. (2021.): The Impact of COVID-19 on Foreign Investors: Evidence from the Quarterly Global MNE Pulse Survey for the Fourth Quarter of 2020., World Bank, Washington, DC

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ Ibid.

identificiraju očekivane ili realizirane promjene u okruženju investicijske politike kao pokretač svojih planova širenja.⁵⁶

U istraživanju za drugo tromjesečje 2021. godine ispitana multinacionalna poduzeća u zemljama u razvoju približavaju se razinama proizvodnje prije pandemije, iako i dalje postoje velike razlike između poduzeća na razini sektora i na regionalnoj razini.⁵⁷

Udio tvrtki koje su iskusile barem jedan negativan učinak pandemije pao je s 93 na 78 posto ispitanika. Čini se da je jaz između malih i srednjih poduzeća te velikih poduzeća također smanjen. Podružnice MNP u proizvodnom sektoru se nastavljaju suočavati s duljim putem do oporavka; to je rezultat koji je djelomično uzrokovan činjenicom da su neke usluge (npr. informacijske i komunikacijske usluge, financije i osiguranje itd.) imale relativno dobre rezultate tijekom pandemije.⁵⁸

Razlika je posebno izražena u pogledu zaposlenosti, sa 77 posto anketiranih proizvodnih multinacionalnih poduzeća koja su navela da su smanjila svoju radnu snagu tijekom pandemije u usporedbi s 37 posto povezanih uslužnih multinacionalnih poduzeća. Osim toga, udio proizvodnih tvrtki koje su prijavile negativne učinke pandemije u drugom tromjesečju 2021. godine, veći je od udjela uslužnih tvrtki u svih deset mjerenih poslovnih kategorija.⁵⁹

Kako se smanjila količina proizvodnje i potražnje u proizvodnom sektoru tako se smanjio i broj radne snage.

Gledajući unaprijed, ključne vještine koje traže podružnice MNP u svim sektorima i regijama odnose se na rješavanje problema i upravljanje zadacima. Više od dvije trećine poduzeća očekuje povećanje ovog zahtjeva. Društvene vještine druge su najtraženije, navodi ih 45 posto tvrtki. Taj se trend primjećuje u svim sektorima, veličinama i poslovnim modelima. Nešto je izraženiji među tvrtkama sa sjedištem u Europi. Tri četvrtine poduzeća planira povećati udio svoje radne snage s tercijarnim obrazovanjem. Ovi nalazi sugeriraju da tvrtke možda traže više kvalificiranih radnika kako bi poboljšale ukupnu razinu vještina.⁶⁰

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ Saurav, A; Kusek, P; Albertson, M. (2021.) World Bank Investor Confidence Survey: Evidence from the Quarterly Global Multinational Enterprises Pulse Survey for the Second Quarter of 2021. World Bank, Washington, DC

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Ibid.

7. AMAZON TIJEKOM PANDEMIJE

Amazon.com je ogromno internetsko poduzeće koje prodaje knjige, glazbu, filmove, kućanske potrepštine, elektroniku, igračke i mnoge druge proizvode, bilo izravno ili kao posrednik između ostalih trgovaca i Amazon kupaca. Amazon poslovanje s web uslugama uključuje iznajmljivanje pohrane podataka i računalnih resursa, takozvanog "računalstva u oblaku," putem interneta. Kompanija također proizvodi vodeće čitače e-knjiga zvani Kindle. Promocija ovih uređaja dovela je do dramatičnog rasta izdavanja e-knjiga i pretvorila Amazon u veliku silu na tržištu izdavanja knjiga.⁶¹

Kada je gospodarstvo posustalo zbog širenja pandemije korona virusa, nezaposlenost je porasla jer su poslodavci otpuštali tisuće radnika. Amazon je uzeo drugačiji pristup, zaposlivši 400.000 radnika da spremaju, sortiraju, biraju, pakiraju i dostavljaju robu iz njegovih skladišta, čime je ukupan broj zaposlenih porastao na 1,1 milijun ljudi.⁶²

Div e-trgovine, sa svojim naizgled beskrajnim izborom i nastojanjem da pruži praktičnost i niske cijene, postao je zadani trgovac na malo i ključna usluga za mnoge potrošače na vrhuncu krize izazvane korona virusom. Suočeni sa zatvaranjem trgovina i praznim policama, kupci su se prvo obratili Amazonu za proizvode koji će ih zaštititi od virusa, poput sredstava za dezinfekciju ruku, maski za lice i dezinficijensa. Opskrbili su se kućanskim potrepštinama i namirnicama, a zatim, kako je kriza odmicala, naručivali su uredski materijal i opremu za fitness kako bi se prilagodili boravku u kući.⁶³

Amazon se potrošačima, prvenstveno u Sjedinjenim Američkim država, tijekom prvog vala pandemije promijenio iz e-trgovine na kojoj su kupovali sitnice ili stvari koje nisu bile dostupne u trgovina u njihovoj blizini, u e-trgovinu na kojoj su bili prisiljeni kupovati kućanske potrepštine i zaštitne proizvode zbog zatvorenih trgovina.

Amazon je potrošio milijarde na ulaganja povezana s korona virusom, poput sigurnosne opreme za radnike i inicijative internog testiranja, nazvane Project Ultraviolet. No, korporacija se suočila s intenzivnim javnim nadzorom vezanim za svoje postupanje prema skladišnim radnicima tijekom pandemije. Radnici iz skladišta tvrdili su da Amazon nije

⁶¹ Britannica, Amazon.com, <https://www.britannica.com/topic/Amazoncom> (pristupljeno 3.7.2023.)

⁶² The Washington Post, Amazon's big holiday shopping advantage: An in-house shipping network swollen by pandemic-fueled growth, <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/11/27/amazon-shipping-competitive-threat/> (pristupljeno 15.8.2023.)

⁶³ CNBC, How Amazon managed the coronavirus crisis and came out stronger, 2020. <https://www.cnbc.com/2020/09/29/how-amazon-managed-the-coronavirus-crisis-and-came-out-stronger.html> (pristupljeno 4.7.2023.)

učinio dovoljno da ih zaštiti od virusa dok su nastavili birati, pakirati i slati narudžbe vrtočlavom brzinom. Zakonodavci, regulatori, grupe za prava radnika i neki od Amazonovih korporativnih zaposlenika pozvali su tvrtku da poduzme mjere.⁶⁴

Tvrtka je rekla da je implementirala ažurirane procese zaštite u svojim skladištima kako bi zaustavila prijenos virusa, od pojačanih mjera čišćenja i socijalnog distanciranja do zahtjeva za nošenjem maski te je pojačano testiranje na korona virus među radnicima.⁶⁵

Pandemija korona virusa stvorila je veliki pritisak na Amazon da osigura brzu isporuku, budući da je došlo do porasta online narudžbi kupaca koji su ostali kod kuće i obratili su se tvrtki za osnovnu robu i namirnice, zajedno s drugim proizvodima poput uredskog materijala i elektronike.⁶⁶

Amazon pod pritiskom velikog broja narudžbi, odlučio je proizvode kao što su osnovne namirnice, maske za lice, dezinfekcijska sredstva te ostale proizvode nužne za zaštitu od virusa učiniti prioritetnim za dostavu. Što je značilo da im je fokus dostave bio upravo na tim proizvodima kako bi oni brže stigli do kupaca, a ostale proizvode kupci su mogli naručivati ali je dostava za te proizvode bila posao trećih prodavača.

Kašnjenja u isporuci dovela su do toga da su kupci počeli prigovarati prodavačima trećih strana na najvišim razinama ikada. Zakrčena mreža i nove prepreke uzrokovane pandemijom naveli su Amazon da baci hrpe novca na izazov. Ubrzao je potrošnju koju je planirao za sljedeću godinu na kupnju novog skladišnog prostora, kako bi dopunio logističku mrežu koja se napreže pod teretom kupnje potaknute pandemijom.⁶⁷

Amazonova zračna teretna flota ključni je dio strategije tvrtke za ispunjavanje sve ambicioznijih jednodnevnih i dvodnevnih ciljeva isporuke. Tvrtka je 2015. tiho počela testirati operacije zračnog prijevoza tereta u Wilmingtonu, Ohio, u sklopu projekta pod kodnim nazivom "Aerosmith". Od tada je Amazon Air brzo rastao, osobito tijekom pandemije koronavirusa. Amazon iznajmljuje većinu svojih teretnih zrakoplova preko Atlas Air

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ Ibid.

⁶⁶ CNBC, Amazon is rapidly adding planes to its air fleet, inching closer to UPS and FedEx, <https://www.cnbc.com/2020/09/15/amazon-has-rapidly-expanded-its-air-cargo-fleet-during-the-coronavirus-pandemic-inching-closer-to-rivals-ups-fedex-.html> (pristupljeno 17.8.2023.)

⁶⁷ The Washington Post, Amazon's big holiday shopping advantage: An in-house shipping network swollen by pandemic-fueled growth, <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/11/27/amazon-shipping-competitive-threat/> (pristupljeno 15.8.2023.)

Worldwide Holdings i Air Transport Services Group, ali je u siječnju 2021. godine tvrtka kupila 11 rabljenih Boeing 767-300 zrakoplova od Delte i WestJeta.⁶⁸

E-trgovina nije jedini sektor u kojem je Amazon doživio procvat. Analitičari kažu da se njegovo poslovanje u „oblaku“, Amazon Web Services, suočavalo s većom potražnjom jer su se ljudi okretali nekim od njegovih najvećih klijenata – od Zooma do Netflixia – za rad i zabavu. Amazon, također prodaje pristup audio knjigama preko servisa Audible, te pristup originalnim televizijskim programima na servisu Amazon Prime Video.⁶⁹

Tijekom pandemije korona virusa neto prodaja Amazona je rasla kroz razdoblje od 2020.-2022. godine. Prema objavljenim tromjesečnim rezultatima, neto prodaja 2020. godine porasla je za 38% na 386,1 milijardu USD, u usporedbi s 280,5 milijardi USD u 2019, zatim 2021. godine za 22% na 469,8 milijardi USD, u usporedbi 2020. godini, te 2022. neto prodaja je porasla za 9% na 514,0 milijardi USD u 2022., u usporedbi s 2021. godinom.⁷⁰

⁶⁸ CNBC, Amazon Air will have a ‘growth spurt’ this spring and could eventually resemble an airline, study says <https://www.cnbc.com/2021/02/17/amazon-air-fleet-growing-fast-could-resemble-airline-study.html> (pristupljeno 16.8.2023.)

⁶⁹ CNN Business, The pandemic is playing to almost every one of Amazon’s strengths <https://edition.cnn.com/2020/04/09/tech/amazon-dominance-coronavirus/index.html> (pristupljeno 10.7.2023.)

⁷⁰ Amazon, <https://ir.aboutamazon.com/quarterly-results/default.aspx> (pristupljeno 18.8.2023.)

8. ZAKLJUČAK

Pandemija uzorkovana korona virusom utjecala je, ne samo na naše svakodnevne živote, nego i na svjetsko gospodarstvo te poslovanja multinacionalnih korporacija na mnoge načine.

Intenzivnost utjecaja pandemije na multinacionalne korporacije ovisila je o njihovoj djelatnosti. Industrije kao što su turizam i ugostiteljstvo, proizvodnja, trgovina te glazbena industrija, posebno organizacija koncerata, samo su neke na koje je pandemija utjecala negativno. S druge strane, industrije koje su bile uspješne financijski su tehnologija, poduzeća koja imaju koristi od rada od kuće, te usluge dostave hrane, internetska zabava (prvenstveno streaming servisi) i internetska maloprodaja.⁷¹

Prema izvještajima Svjetske banke o utjecaju pandemije na strane ulagače, možemo zaključiti da su multinacionalne korporacije poduzele različite korake kao odgovore na pandemiju, od implementacije novih tehnologija, poboljšanja postojećih usluga do povećanja ekološke održivosti. Neke korporacije su morale otpustiti dio radne snage dok su se neke odlučile zadržati radnike te zaposliti dodatan broj radnika zbog povećanog obujma posla.⁷² Što je pandemija više odmicala, smanjivao se i udio kompanija koje su iskusile neki negativan učinak pandemije.

Veće korporacije, kao što je slučaj sa Amazon, su se mogle lakše prilagoditi novim uvjetima poslovanja zbog većih dostupnih resursa, bilo to novca ili ljudi. Amazon-u je zapošljavanje 400.000 dodatnih skladišnih radnika, te kupnja i iznajmljivanje teretnih zrakoplova, pomoglo u bržem slanju zaostalih narudžbi u vrijeme kada su kupci bili suočeni sa zatvorenim trgovinama.

Na temelju rasta neto prodaje u trogodišnjem razdoblju može se zaključiti da je multinacionalna korporacija Amazon imala dobre odgovore na pandemiju korona virusa.

⁷¹ Guedhami, O., Knill, A., Megginson, W.L. *et al.* The dark side of globalization: Evidence from the impact of COVID-19 on multinational companies. *J Int Bus Stud* **53**, 1603–1640 (2022). <https://doi.org/10.1057/s41267-022-00540-8> (pristupljeno 17.4.2023.)

⁷² Saurav, A; Kusek, P; Albertson, M. (2021.) World Bank Investor Confidence Survey: Evidence from the Quarterly Global Multinational Enterprises Pulse Survey for the Second Quarter of 2021. World Bank, Washington, DC – str.11

9.LITERATURA

Knjige:

1. Bogovac J., Oporezivanje multinacionalnih korporacija, Pravni fakultet Sveučilišta, Zagreb, 2014, (str. 10)
2. Korbin S. J. – Sovereignty@Bay: Globalization, Multinational Enterprise and the International Political System u Rugman, A. M., The Oxford Handbook of International Business, 2nd edn, 2009, Oxford University Press
3. Lovrinović I, Globalne financije, ACCENT, Zagreb, 2015., str. 33
4. Schwab K, Malleret T, COVID-19: The Great Reset, Forum Publishing, 2020, str.11-13, 37-38
5. Stiglitz E. J., Uspjeh globalizacije, novi koraci do pravednog svijeta, 2009, (str.26.)

Znanstveni i stručni radovi:

6. Deardorff, A. V., Stern, R. M., What You Should Know about Globalization and the World Trade Organization, The University of Michigan, 2001. str. 11
7. Guedhami, O., Knill, A., Megginson, W.L. *et al.* The dark side of globalization: Evidence from the impact of COVID-19 on multinational companies. *J Int Bus Stud* **53**, 1603–1640 (2022)
8. Irogbe, K. “Global political economy and the power of multinational corporations” *Journal of Third World Studies* 30, no. 2 (2013): 223–47.
9. Jagić S., Vučetić M: Globalizacijski procesi i kultura, 2013.
10. Lončar J. (2005.): Globalizacija - pojam, nastanak i trendovi razvoja, PMF Zagreb, Zagreb
11. Saurav, A; Kusek, P; Kuo, R; Viney, B. (2021.): The Impact of COVID-19 on Foreign Investors: Evidence from the Quarterly Global MNE Pulse Survey for the Fourth Quarter of 2020., World Bank, Washington, DC
12. Saurav, A; Kusek, P; Albertson, M. (2021.) World Bank Investor Confidence Survey: Evidence from the Quarterly Global Multinational Enterprises Pulse Survey for the Second Quarter of 2021. World Bank, Washington, DC
13. Shangquan G, Economic Globalization: Trends, Risks and Risk Prevention, 2000
14. Stopford, J. “Multinational Corporations.” *Foreign Policy*, no. 113, 1998, pp. 12–24.

Mrežni izvori:

15. Amazon, <https://ir.aboutamazon.com/quarterly-results/default.aspx> (pristupljeno 18.8.2023.)
16. Britannica, Amazon.com, <https://www.britannica.com/topic/Amazoncom> (pristupljeno 3.7.2023.)
17. Chen J., Multinational Corporation: Definition, How It Works, Four Types, Investopedia, 2022.,
<https://www.investopedia.com/terms/m/multinationalcorporation.asp#toc-4-types-of-multinational-corporations> (pristupljeno 11.4.2023)
18. CNBC, How Amazon managed the coronavirus crisis and came out stronger, 2020.,
<https://www.cnbc.com/2020/09/29/how-amazon-managed-the-coronavirus-crisis-and-came-out-stronger.html> (pristupljeno 4.7.2023.)
19. CNBC, Amazon is rapidly adding planes to its air fleet, inching closer to UPS and FedEx, <https://www.cnbc.com/2020/09/15/amazon-has-rapidly-expanded-its-air-cargo-fleet-during-the-coronavirus-pandemic-inching-closer-to-rivals-ups-fedex-.html> (pristupljeno 17.8.2023.)
20. CNBC, Amazon Air will have a ‘growth spurt’ this spring and could eventually resemble an airline, study says <https://www.cnbc.com/2021/02/17/amazon-air-fleet-growing-fast-could-resemble-airline-study.html> (pristupljeno 16.8.2023.)
21. CNN Business, The pandemic is playing to almost every one of Amazon’s strengths <https://edition.cnn.com/2020/04/09/tech/amazon-dominance-coronavirus/index.html> (pristupljeno 10.7.2023.)
22. Corporate finance institute, Multinational Corporation (MNC), 2023,
<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/multinational-corporation/> (pristupljeno 12.4.2023.)
23. Globalization partners, Benefits and Challenges of Globalization, 2020.
https://www.globalization-partners.com/blog/benefits-and-challenges-of-globalization/#the_challenges_of_globalization (pristupljeno 2.3.2023.)
24. Harvard Business Review, What Organizations Need to Survive a Pandemic, 2020.
<https://hbr.org/2020/01/what-organizations-need-to-survive-a-pandemic> (pristupljeno 2.5.2023.)
25. Rangone, A. (2022). Companies and Covid-19: Emerging Challenges and Recovery Strategies through Technological Upgrading. IntechOpen.
<https://www.intechopen.com/online-first/80805> (pristupljeno 4.5.2023.)

26. National Geographic, Globalization, <https://education.nationalgeographic.org/resource/globalization/> (pristupljeno 23.2.2023.)
27. OECD, COVID-19 and responsible business conduct, <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/covid-19-and-responsible-business-conduct-02150b06/> (pristupljeno 24.4.2023.)
28. Oxford Bibliographies, Multinational Corporations in International Law, <https://www.oxfordbibliographies.com/display/document/obo-9780199796953/obo-9780199796953-0049.xml> (pristupljeno 17.3.2023.)
29. StudySmarter UK., Multinational Company, 2021., <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/business-studies/influences-on-business/multinational-company/> (pristupljeno 22.8.2023.)
30. The Washington Post, Amazon's big holiday shopping advantage: An in-house shipping network swollen by pandemic-fueled growth, <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/11/27/amazon-shipping-competitive-threat/> (pristupljeno 15.8.2023.)
31. UKEssays. The Three Main Aspects Of Globalisation Economics Essay, 2018., <https://www.ukessays.com/essays/economics/the-three-main-aspects-of-globalisation-economics-essay.php> (pristupljeno 24.2.2023.)
32. UNTERM <https://unterm.un.org/unterm2/en/view/16428eeb-17eb-44a9-8120-0cf309df274f> (pristupljeno 15.3.2023.)
33. World Health Organization, Coronavirus disease (COVID-19) pandemic, <https://www.who.int/europe/emergencies/situations/covid-19> (pristupljeno 12.4.2023.)
34. World Health Organization, WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard, <https://covid19.who.int/> (pristupljeno 4.7.2023.)
35. World Bank Blogs, Surviving the pandemic: A business perspective, 2021, <https://blogs.worldbank.org/developmenttalk/surviving-pandemic-business-perspective> (pristupljeno 10.6.2023.)
36. Youmatter, Globalization: Definition, Benefits, Effects, Examples – What is Globalization?, 2020. <https://youmatter.world/en/definition/definitions-globalization-definition-benefits-effects-examples/> (pristupljeno 4.3.2023.)

10. PRILOG

Slika 1. Utjecaj COVID-19 na strane ulagače (str. 18)