

SREDNJA ŠKOLA VELA LUKA

Područje rada: Ekonomija, trgovina i poslovna administracija

Zanimanje: Ekonomist

Školska godina 2021./ 2022.

Multinacionalne kompanije

Završni rad

Mentorica:

Danijela Lovričević, prof.

Učenica:

Marija Manestar

Vela Luka, svibanj 2022. godina

Sadržaj

UVOD

1. Što je multinacionalna kompanija?	3
1.1.Povijest multinacionalnih kompanija	4
1.2.Vrste multinacionalnih kompanija	4
1.3.Prednosti i nedostaci multinacionalnih kompanija	4
2. Nestle kao primjer multinacionalne kompanije	6
2.1.Povijest kompanije	6
2.2.Osnivač kompanije	7
3. Volkswagen kao primjer multinacionalne kompanije	8
3.1.Povijest kompanije	8
3.2.Kompanija danas	9
4. Povezanost multinacionalnih kompanija s globalizacijom	10

ZAKLJUČAK

Uvod

Tema ovog završnog rada su Multinacionalne kompanije. One svojim poslovanjem mogu utjecati na gospodarstvo domaće i strane zemlje. Raspolazu velikim kapitalom te velikim količinama fizičke imovine. Tema je odabrana zbog obilježja multinacionalnih kompanija da posjeduju ogromne količine sredstava te posluju širom svijeta. Također su povezane s globalizacijom. U ovom radu objasniti će se pojam multinacionalnih, kako se dijele prema strukturi poslovanja, dani su primjeri dviju multinacionalnih kompanija te povezanost s globalizacijom.

1. Što je multinacionalna kompanija?

Multinacionalna kompanija (eng. The Multinational Company) jest tvrtka koja proizvodi i prodaje veliku količinu robe u više država. Ima središnji ured koji je smješten u jednoj zemlji, najčešće jednoj od razvijenijih zemalja, i odakle kontrolira svoje podružnice i njihovo poslovanje. Posjeduje ogromne količine fizičke i financijske imovine, zato je važno dobro organizirati poslovanje a za to je potrebno zaposliti najbolje menadžere koji će moći upravljati sredstvima i koristiti se naprednom tehnologijom. Razvojem tehnologije omogućilo je kompaniji da dijelove proizvoda proizvede u različitim zemljama, u kojima je to jeftinije i jednostavnije, te da u jednoj zemlji povoljne lokacije i učinkovitosti, sastavi konačan proizvod. Multinacionalna kompanija neprestano se širi i razvija s ciljem akumulacije kapitala, na način da je njeno poslovanje vrlo prilagodljivo organizirano, pa se koristi svim raspoloživim sredstvima i oblicima rada na tržištu. Ulaganje izvan granica, razvoj i širenje čini multinacionalnu kompaniju važnim činiteljem globalnog povezivanja.

U novije vrijeme multinacionalne kompanije izvoze velike količine kapitala u nerazvijene zemlje koji ulažu u proizvodne zone. U tom procesu neke su zemlje liberalizirale carinski sustav i smanjile carinske poreze, one se strogo vode izrazom Što niži troškovi, viša dobit. Zbog toga došlo je do brzog rasta industrijske proizvodnje.

Multinacionalnih kompanija ima mnogo, a osim proizvodnih postoje i uslužne. Najveći udjel imaju u kemijskoj, automobilskoj i elektrotehničkoj industriji, te osiguravajuća društva, lanci hotela i trgovina i banke. Danas u svijetu postoji više od 500 vodećih kompanija s ogromnim kapitalom. Među njima je 2020 godine Walmart zauzeo prvo mjesto

The Top 10		Revenues (\$M)
1	Walmart	\$523,964
2	Sinopec Group	\$407,009
3	State Grid	\$383,906
4	China National Petroleum	\$379,130
5	Shell	\$352,106
6	Saudi Aramco	\$329,784
7	Volkswagen	\$282,760
8	BP	\$282,616
9	Amazon	\$280,522
10	Toyota Motor	\$275,288

<https://fortune.com/global500/2020/>

1.1. Povijest multinacionalnih kompanija

Završetkom Drugog svjetskog rata i početkom druge industrijske revolucije, pojavile su se prve multinacionalne kompanije. U drugoj industrijskoj revoluciji razvila se željeznica, komunikacija i znanost što je olakšalo poslovne mogućnosti. Prve kompanije pojavile su se krajem 19. stoljeća zbog ideje o udruživanju kapitala i snage kako bi se stvorila veća kompanija. Međutim taj proces i ideja zbivali su se unutar granica svojih država i kao takve nisu imale ulogu multinacionalne kompanije.

Prve prave multinacionalne kompanije pojavile su se u 20. stoljeću. Nastale su u SAD-u i Ujedinjenom Kraljevstvu, zemljama jake industrijalizacije, te su se postupno širile na industrijske zemlje zapadne zemlje Europe, Japan i zemlje „ispunjene“ industrijalizacije. Krajem 20. stoljeća najviše ih ima u SAD-u i Japanu.

Tijekom razvoja multinacionalne kompanije mijenjale su svoju strukturu i poslovanje. U početku kompanija se organizirala prema vertikalnom položaju, dakle tvrtke različitih zemalja i različitih razina proizvodnje povezale su se u jednu. Takva tvrtka funkcionirala je na način da bi vanjske zemlje, unutar poduzeća, osiguravale sirovinu i materijale, a domaća zemlja bi ih prerađivala. Nakon toga kompanije se povezuju horizontalno, one nose istu razinu proizvodnje.

1.2. Vrste multinacionalnih kompanija

Svaka multinacionalnih kompanija kontrolira i upravlja pogonima i poslovanjem u najmanje dvije zemlje, ali svaka se bavi različitom industrijom i ima drugačiju strukturu poslovanja. Zato se multinacionalne kompanije mogu razvrstati u par kategorija; decentralizirana kompanija koja je jako prisutna u matičnoj zemlji, centralizirana kompanija koja je usmjerena na stjecanje prednosti u troškovima pomoću jeftinijih resursa, globalna tvrtka koja je usmjerena na razvoj matične, te transnacionalno poduzeće koje koristi sve tri prethodno navedene kategorije. Transnacionalna multinacionalna kompanija ima prednost jer može imati dom u najmanje 2 zemlje odnosno ona može poslove i operativne odluke izvršavati u i izvan svog sjedišta.

1.3. Prednosti i nedostaci multinacionalnih kompanija

Multinacionalna kompanija postavlja pogone u raznim dijelovima svijeta i to najčešće u slabije razvijenim zemljama ili zemljama u razvoju. Na taj način imaju pristup jeftinijim resursima što joj daje mogućnost manjih troškova proizvodnje. Poslovanje multinacionalnih kompanija prilagodljivo je tržištu pa kompanija može lakše doći do ciljane skupine kupaca i lako se prilagoditi novim trendovima. Kompanija svojim tvornicama i trgovinama u drugim zemljama daje nova radna mjesta u toj zemlji. Mnogo toga su multinacionalne posredno ili neposredno napravile što je pomoglo gospodarskom razvoju. U stranim zemljama

multinacionalna kompanija može imati pozitivan i negativan utjecaj. Kompanija može utjecati na zatvaranje lokalnih trgovina u stranoj zemlji. Mnogi govore kako poslovanje multinacionalnih kompanija nije etično a ipak njihovo poslovanje i razvoj pomoglo je gospodarskom razvoju na globalnoj razini

2. Nestle kako primjer multinacionalne kompanije

¹Kompanija Nestle je jedna od multinacionalnih kompanija za hranu i piće. Sjedište joj je u Vevey, Švicarskoj. U početku je proizvodila samo žitarice za dojenčad i brzo se proširila. S širenjem uključila je razne proizvode uključujući čokoladu, kavu, juhu, jogurt i smrznutu hranu. Svojim poslovanjem kompanija Nestle bila bi primjer transnacionalne kompanije. Ona ima različite tvornice u različitim dijelovima svijeta koje izvršavaju poslove i operativne odluke neovisno o sjedištu. Kompanija se ističe po naglom rastu jer je u prošlosti kratkom roku postala veliki globalni igrač i tu ostala. Nestle posluje gotovo svim dijelovima svijeta i s tim zapošljava više od 300 tisuća ljudi. Zanimljivost je da se 2021 godine nalazila na 82. mjestu najvećih multinacionalnih kompanija



2.1. Povijest kompanije

tvrtka Nestle osnovana je 1866. i proizvodila je majčino mlijeko u prahu. Tvrtku je osnovao Henri Nesle, a formulu mlijeka u prahu razradio je zajedno sa prijateljem Jean Balthasar Schnetzer koji je bio znanstvenik u prehrani ljudi. Njih dvoje kombinirali su kravlje mlijeko sa žitaricama i šećerom, iz brašna su izbacili kiselinu i škrob jer ih bebe teško probavljaju te tako stvorili zamjenu za majčino mlijeko. Taj proizvod uvelike je smanjio stopu smrtnosti dojenčadi, osim toga lako se priprema. Proizvodi tvrtke Nesle već do 1870 prodavali su se na velikom dijelu Europe i u SAD-u. Henrievе formule i inovacije pomogle su Danielu Peteru iz Veveya da usavrši svoju formulu mliječne čokolade kojom se bavio 7 godina. Kasnije su Henri i Daniele osnovali partnerstvo i zajedno razvili tvrtku u jednu od najvećih europskih konditorskih industrija. Henri se za ime tvrtke bazirao na obitelji i poigrao se obiteljskim imenom *Nestle* što na njemačkom znači gnijezdo. Logo je kreiran 1868. a uključivao je gnijezdo i hranjenje mladih ptica koje simboliziraju djecu i hranjenje djece. Godine 1878 tvrtka je dobila konkurenciju od kompanije Anglo-Swiss koja također prodaje hranu za dojenčad. Nestle je 1904 proširila svoje poslovanje i počela prodavati mliječnu čokoladu, a samo godinu nakon se spaja sa svojim konkurentom Anglo-Swiss. Tijekom rata 1914. porasla je potražnja za kondenziranim mlijekom ali i drugih namirnica. Međutim tvrtka je imala problem s prekograničnom trgovinom i nedostatkom sirovina, ali brzo je riješila te probleme. U samo 4 godine tvrtka je preuzela norvešku mliječnu tvrtku, kupuje američke rafinerije i opskrbljuje Švicarsku mlijekom. Nakon rata Nestle pada u prvu i jedinu financijsku krizu zbog naglog smanjenja potražnje ali iz nje se brzo izvukla. 1929 tvrtka je kupila najveću švicarsku čokoladnu tvrtku. Nakon 10 godina Nesle u svojoj ponudi ima kavu, vitamine i čokoladne napitke. Tijekom i nakon drugog svjetskog rata poslovanje tvrtke nije palo, kako tvrtka posluje u cijelom svijetu tako koristi razne situacije i tržišta za poslovanje. Tvrtka Nestle nije se prestala širiti. Danas osim što proizvodi i prodaje hranu i piće, ima u vlasništvu i tvrtke za proizvodnju hrane za kućne ljubimce i za medicinsku hranu.

¹ <https://www.nestle.hr/>

2.2. Osnivač kompanije

Henri Nestle rođen je 1814. godine u Frankfurtu na Majni. Bio je jedanaesto od četrnaestero djece. Njegov otac bio je staklar, a Henri je upravo od njega naslijedio kreativnost. Njegovo pravo ime je Heinrich Nesle ali ga je kasnije, zbog karijere, promijenio u Henri Nestle. Bio je obrazovan u znanosti i kemiji te je po prirodi bio inovativan. Svojom inovativnosti razvio je nekoliko poduzetničkih ideja te tako neko vrijeme izvodi kemijske pokuse, izrađuje recepte i prodaje lijekove. Osim toga za života se bavio proizvodnjom; uljne repice, ulja od orašastih plodova, mineralne vode, limunade, plinske rasvjete i goriva. Ne zna se kada se počeo baviti formulom za dojenčadi, ali je 1866. proizveo prvi održivi mliječni proizvod u prahu. Tada je osnovao tvrtku i proizvodio mlijeko u prahu. Njegov proizvod brzo se proširio jer tada nije bilo mogućnosti da se novorođenčad bez mogućnosti dojenja doje. Zanimljivo je to što Henri i njegova žena nisu imali djece, ali bili su svjesni stope smrtnosti dojenčadi.

3. Volkswagen kao primjer multinacionalne kompanije

Volkswagen je Njemačka multinacionalna kompanija koja se bavi proizvodnjom automobila. Jedna je od najvećih svjetskih proizvođača automobila sa sjedištem u Wolfsburgu u Njemačkoj. Tvrtka posluje u otprilike 150 zemalja i ima 120 proizvodnih pogona u svijetu. Osim proizvodnje automobila, Volkswagen je svoje poslovanje proširio na pružanje financijskih usluga.



3.1. Povijest kompanije

Godine 1934. Ferdinand Porsche osnovao je tvrtku za dizajn automobila koja je bila poznata kao Porsche Bruno. Tih godina u Njemačkoj su se vozili samo automobili koji su bili veliki i skupi zato su građani koji nisu imali dovoljno sredstava imali motocikle. Adolf Hitler koji je tada vladao Njemačkom došao je na ideju „narodnog automobila“ kojeg bi mogli priuštiti građani i koji bi prevezio obitelji. Adolf Hitler poslao je Ferdinandu Porscheu zahtjev odnosno narudžbu da napravi auto koje će biti sposobno za prijevoz dvoje odraslih i troje djece te brzinom do 100 km/h. Automobil je trebao biti jeftiniji te je proizvodnju mogla financirati samo država zato je Adolf koristio tvornicu u državnom vlasništvu. Ta tvornica nalazila se u Braunschweigu a osnovala ju je Njemačka radnička fronta, 1937., pod nazivom Gesellschaft zur Vorbereitung des Deutschen Volkswagens mbH. Nakon godinu dana tvornica je promijenila ime u Volkswagenwerk GmbH, te iste gradi glavnu tvornicu u Wolfsburgu. Glavna tvornica trebala je početi s izradom automobila 1939. godine. Međutim iste godine izbija rat a tvornica, kako je bila u državnom vlasništvu, prenamijenjena je ta izradu automobila za vojsku. 1949 godine tvornica je ponuđena na američkom tržištu te su se prodale samo dvije jedinice. Na američkom tržištu automobil se zvao Victory Wagon. S godinama Volkswagen automobil postao je popularan, a zbog kreativnog izgleda nazvan je Buba iako ga je proizvođač nazvao Type1. Volkswagen je 1961 godine uveo novu liniju proizvoda s nekoliko modela Type3, a 1969 s Type4. Tvrtka je 1964 kupila tvrtku Auto Union te nakon 5 godina i NSU Motorenwerke AG. Tvrtka NSU prije Drugog svjetskog rata posjedovala je marku Audi koja je nakon rata nestala. To je Volkswagen iskoristio te je spojio tvrtke koje je kupio i kreirao modernu Audi tvrtku koja je nastavila s proizvodnjom luksuznih automobila. Volkswagen bio je u problemima kada je počela opadati prodaja modela Type3 i Type4 te modela Buba, no vlasništvo nad Audiem izvuklo ih je iz problema. Volkswagen i Audi zajedno su napravili „nasljednika“ Bube. Ta suradnja rezultat je modela Polo, Golf i Passat.

3.2. Kompanija danas

Do danas kompanija je postala jaka multinacionalna kompanija. U svom vlasništvu ima tvrtke automobilske marki Škoda, Seat, Cupra, Audi, Lamborghini, Bentley, Bugatti, Porsche i Ducati. Osim poznatih marki koje tvrtka posjeduje, Volkswagen proširio je posao i na financijske usluge pa postoje usluge za financiranje zastupnika i kupaca, leasing, bankovne i osiguravajuće aktivnosti. Iako Volkswagen ima dostojnu konkurenciju, 2021. godine nalazio se u top 10 najvećih svjetskih kompanija.

4. Povezanost multinacionalnih kompanija s globalizacijom

Globalizacija je proces društvenog, kulturnog i političkog djelovanja, a očituje se u prijenosu znanja i informacija. Ona je sve češća pojava u današnjem svijetu koja je napravila mnoge promjene. Industrijska revolucija omogućila je tehnološki napredak, smanjivanje troškova proizvodnje i stvaranje novih proizvoda što je znatno pomoglo procesu globalizacije. Ona je nevidljiv i dinamičan proces koji sa sobom povlači neprestano investiranje u znanje, tehnologiju, istraživanje i razvoj. Globalizacija je na neki način podijeljena na 5 područja; ekonomsko, političko, ekološko, kulturno i područje komunikacije. Njen cilj je stvaranje jedinstvenog sistema koji bi funkcionirao prema tržišnim zakonima. Nastanak i razvoj procesa globalizacije povezan je s nastankom multinacionalnih kompanija. Naime multinacionalne kompanije posluju u više različitih zemalja i koriste se resursima raznih zemalja što je povezal društvo. One svojim razgranatim poslovanjem djeluju na gospodarstvo i njegovo povezivanje što je usko povezano s ciljem globalizacije.

Zaključak

Dakle, multinacionalne kompanije su kompanije koje posluju u više država te raspolažu velikim kapitalom i imovinom. Njihov razvoj utjecao je na razvoj gospodarstva što je ujedno i razlog nastanka procesa globalizacije. Globalizacija kao definicija bila bi proces povezivanja gospodarstva na globalnoj razini. Multinacionalne kompanije ne prestaju se razvijati pa se može pretpostaviti kako će u budućnosti biti još prisutniji proces povezivanja društva.

Literatura:

- <https://www.investopedia.com/terms/m/multinationalcorporation.asp>
- <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/multinational-corporation/>
- <http://maturski.weebly.com/multinacionalne-kompanije.html>
- <https://www.nestle.com/aboutus/history/nestle-company-history>
- https://en.m.wikipedia.org/wiki/Henri_Nestl%C3%A9
- <https://www.mbaknol.com/business-history/history-and-background-of-volkswagen-ag/>