

Dr Veselin Vukotić

Globalizacija biznisa i megatrendovi razvoja

Živimo u svijetu sve veće globalizacije. Što to praktično znači za menadžere neke kompanije, npr. za bankare, nas profesore, studente? Svako od nas treba da nađe način da na globalnom tržištu proda svoj proizvod i znanje. Ali, to globalno tržište nije van mjesta u kome živimo. To globalno tržište postaje i Crna Gora – sve veće prisustvo inostranih kompanija, inostranih organizacija te inostranih stručnjaka. Sve veći broj konkursa za polaznike postdiplomskih studija u inostranstvu postaju ozbiljna konkurencija našim studijama. Uz to brz prenos informacija, lako dolaženje do najnovijih podataka, članaka, knjiga, časopisa, razbija lokalni pristup i lokalne standarde u biznisu. Ne smijemo se zavaravati da je to još daleko od nas! Ne! Ono je tu! Ko ne vjeruje neka pođe u Hercegovačku ulicu. Gledano u svjetskim razmjerama ekonomski prostor nije isti kao i prije 20 godina niti će biti isti kroz 20 godina. Kompanije, menadžeri i svi koji su ili će biti u biznisu trebaju razumjeti što je globalizacija, što je pokreće i koje su njene implikacije. Na kraju, potrebno je znati i ostale megatrendove razvoja, što je važno za donošenje strateške vizije razvoja.

Što je globalizacija?

Ne želim da ulazim u teorijske aspekte ovog pojma. Bez obzira na veliki broj knjiga koje sam konsultovao, nisam se opredijelio za taj aspekt, zbog prirode okruglog stola za koji je ovaj rad pripremljen.¹ Zadržavam se na ekonomskoj globalizaciji.

Ni tu ne postoji jednoznačno određenje globalizacije. Globalizacija može biti definisana na više načina zavisno od nivoa koji želimo da fokusiramo. Mi možemo govoriti o globalizaciji koja se odnosi na čitav svijet, pojedinu zemlju ili specifičnu privrednu granu, ili čak jednu komponentu ili njen dio.

Na svjetskom nivou globalizacija se odnosi na rastuću ekonomsku međuzavisnost između zemalja i povećanom intenzitetu tokova roba, usluga, ljudi, kapitala i znanja (know how). Sledeći podaci ovo potvrđuju:²

¹ Teorijski koncept globalizacije počeo se uobličavati u ekonomiji, političkoj i socijalnoj nauci kao odgovor na Wallersteinovu neomarksističku teoriju svjetskog sistema (1974/80) teoriji zavisnog razvoja i imperijalizma (Amin 1971) koji su za neuspjeh razvoja Trećeg svijeta okrivljavali svjetski kapitalistički sistem. (Aminova knjiga je prevedena, dok je dr Milan Popović u svojim knjigama obrazlagao teoriju svjetskog sistema). Isto tako, izvorište teorije globalizacije je u teoriji modernizacije W. Rostova i Talcotta Parsonsa, u čijoj je osnovi vjerovanje u mogućnost razvoja Trećeg svijeta pod uslovom da slijedi modernizacija iskustva Zapada (knjige Rostova, posebno Stages of Economic Growth, Cambridge 1960, je bio dio literature na postdiplomskim studijama moje generacije i kasnije, dok je knjiga T. Parsonsa: The System of Modern Societies, prevedena kod nas 1992. godine pod naslovom "Moderna društva").

Polazeći od Parsonovog koncepta modernizacije kao društvenog procesa koji se odvija na globalnom nivou, Ronald Robertson je osamdesetih razvio teoriju globalizacije. Za Robertsona teorija globalizacije je analitička shema na osnovu koje se mogu promišljati i opisivati pojave koje imaju nadnacionalno (univerzalno, svjetsko) značenje. U poslednjih 10 godina literature o globalizaciji je postala gotovo nepregledna te mnogi već zaključuju da se radi o novoj naučnoj paradigmi.

- ⇒ Između 1989. i 1998. godine godišnji rast spoljne trgovine u svijetu je rastao po stopi od 6,2%, što je dva puta više od rasta svjetskog GDP u istom periodu, koji je rastao po stopi od 3,2%;
- ⇒ Od 1980. do 1999. učešće stranih direktnih investicija u svjetskom GDP raste sa 4,8 na 9,6%.
- ⇒ U 1970. godini međunarodne transakcije obveznicama i equitijem u GDP SAD, Njemačke, Japana je bilo oko 5% GDP. U 1996. godini u ovim zemljama obim ovih transakcija je bio veći od GDP (npr. u SAD 152%, Njemačkoj 197%).

Na nivou pojedinih zemalja globalizacija se odnosi na širenje međuzavisnosti između jedne zemlje i ostatka svijeta. Bez obzira na povećanje stepena globalizacije u svijetu nijesu sve zemlje jednako integrisane u globalnu ekonomiju.

Kako se mjeri stepen globalne integracije jedne zemlje? Postoji više indikatora kao što su:

- ⇒ Učešće uvoza i izvoza u GDP
- ⇒ Direktno strane investicije i portfolio investicije (u zemlji iz inostranstva, i obrnuto)
- ⇒ Kapitalna plaćanja koja proizilaze iz tehnoloških transfera (u zemlji iz inostranstva i obrnuto).

Sledeća tabela pokazuje globalnu integraciju Kine i Indije.

Tabela 1.

	KINA		INDIJA	
	1980	1994	1980	1994
Međunarodna trgovina kao % GDP	11,3 %	23,4 %	6,8 %	8,8 %
Spoljni dug kao % GDP	2,2 %	19,3 %	11,9 %	34,2 %
Strane investicije kao % fiksnog kapitala	< 1 %	24,5 %	0,2 %	1,1 %
Direktno strane investicije kao % GDP	< 1 %	17,9 %	0,7 %	0,9 %

Globalizacija na nivou određene djelatnosti se ogleda u tome koji dio njene proizvodnje i prodaje ima međunarodni karakter, koliko takva djelatnost izvozi i uvozi, transfer tehnologije, trgovačke marke i investicije.

Kao najčešći primjer povećanja globalizacije neke djelatnosti uzima se farmaceutska industrija.

² Podaci u ovom radu su, ukoliko nije drugačije navedeno, preuzeti iz:

1. UNSTAD: World Investment report, 1996.
2. OECD: Globalization in industry, overview and Sector Report
3. FINANCIAL TIMES: Mastering Global Business, 1999.

Tabela 2. Globalizacija u farmaceutskoj industriji

	1980	1994	Godišnje stope rasta
Svjetska proizvodnja (milijarde \$)	75,0	205,0	7,4 %
Međunarodna trgovina u ovoj grani (mlrd. \$)	13,1	55,9	10,9 %
Učešće međunarodne trgovine u ukupnoj proizvodnji (%)	17,5	27,3	-
Strane investicije (mlrd. \$)	12,3	37,4	14,9 %

Globalizacija na nivou pojedine kompanije se odnosi na širenje prodajnog tržišta izvan zemlje te povećanje prihoda, imovine, tokova robe, usluga i kapitala kao i know-how sa spoljnog tržišta (izvan zemlje u kojoj je kompanija locirana).

Jedna od karakterističnih kompanija jeste Tojota. 1995. godine oko jedne trećine ukupne proizvodnje dolazi iz njenih 25 preduzeća (filijala) iz Amerike, Evrope i Azije. Uz to Tojota izvozi oko 40% proizvodnje koju ostvaruje u Japanu, a isto tako ostvaruje veliki obim reprodukcioni tokova između filijala. Tako Tojota preko svoje regionalne azijske mreže dizel mašine iz Tajlanda, transformatore sa Filipina, mašine iz Indonezije, grijače iz Malezije.

Sledeća tabela daje podatke o distribuciji prodaje nekoliko kompanija iz oblasti informatičke tehnologije (IT).

Tabela 3. Distribucije prodaja nekoliko IT kompanija (% 1994.)

	Sjeverna Amerika (%)	Evropa (%)	Azija (%)
IBM	41	33	16
Fujitsy	6	26	65
Compaq	45	38	5
Canon	30	29	37
Microsoft	56	30	9

Što podstiče i širi globalizaciju?

Moram priznati da sam na ovo pitanje htio da odgovorim kroz presjek nekoliko teorija o globalizaciji kojih su knjige iz poslednjih desetak godina pune. Međutim, na isto ovakvo pitanje u jednom tekstu iz Financial Times-a naiđoh na odgovor koji me fascinira jednostavnošću i tačnošću: «Globalizacija se javlja zbog toga što neki specifični menadžeri u specifičnim kompanijama donose odluke čiji je rezultat povećanje spoljnih tokova kapitala, robe, usluga i know-how. Takve odluke menadžeri sve češće donose jer se globalizacija javlja sve više ostvarivom i korisnom». Izraz »specifičan« treba tumačiti u smislu »uspješan menadžer«. Kao što proizilazi iz ove definicije, čitava ta ogromna globalna priča i konstrukcija i proizilazi iz glave i pada na pleća »specifičnih menadžera«. Znači, globalizacija nije državni pojam, već je to rezultat odluka u poslovanju najposposobnijih. Ukoliko mi neko kaže da, ali država mora da stvori uslove za

to. To je tačno, ali će rijetko država stvoriti nešto, promijeniti sadašnje uslove ukoliko nema pritiska pojedinaca kojima sadašnji institucionalni aranžman smeta i ograničava njihove poslovne ambicije. Samo realni interes mijenja neko stanje! Priča da je potrebno da izvršimo globalizaciju privrede u Crnoj Gori nema mnogo smisla ukoliko se u globalizaciji ne prepoznaju sopstveni interesi, interesi kompanija kojima se rukovodi. Zaista, menadžeri, njihov preduzetnički nerv i strateške vizije, odnosno njihov kvalitet su mjera globalizacije i kompanije i proizvodnje.

Što leži iza tvrdnje da je globalizacija sve više ostvariva i korisna? Iza ovoga leži nekoliko tendencija koje su sve više prepoznatljive u svijetu:

- ⇒ Rast broja zemalja koje su prihvatile ideologiju slobodnog tržišta. Pomjeranje od »planskog« mentaliteta ka »tržišnom« mentalitetu od strane nosilaca ekonomske politike u razvijenim i nerazvijenim zemljama je dobro poznat i lako ga je dokazati.

Primjer zemalja Jugoistočne Azije (»azijski tigrovi«) je najčešće navođen. U poslednjoj dekadi promjene sistema u Istočnoj Evropi su takođe išle u pravcu veće liberalizacije trgovine i režima investiranja. Tako je npr. od svih promjena koje su izvršene u režimu investicija u svijetu u 1995. godini su donesene promjene o liberalizaciji stranih investicija u 106 zemalja a svega u 6 je režim pooštren (više ograničenja).

- ⇒ Centar ekonomske gravitacije se pomjera od razvijenih ka zemljama u razvoju. Ekonomska liberalizacija promovira konkurenciju, efikasnost, inovacije, nove investicije i brži ekonomski rast. Nije iznenađenje da snaga i priroda tržišnog mehanizma dozvoljava u zemljama u razvoju da se hvataju u koštac sa razvijenim u nekim oblastima. Tako su pedesetih godina ekonomije Tajvana, Hong Konga i Singapura bile među najsiromašnijima u svijetu, da bi to danas bile napredne ekonomije. Kina i njena reforma su rezultirale godišnjim rastom proizvodnje oko 10% od 1980. godine i to je danas treća ekonomija u svijetu po obimu.

Sledeća tabela daje određene indikatore koji ovo potvrđuju:

Tabela 4. Stope ekonomskog rasta u različitim grupama zemalja (godišnje stope rasta GDP)

	1979-86	1987-94	1995-98	1999-02 ³
Razvijene ekonomije (28 zemalja)	2,6	2,7	2,7	2,9
Zemlje u razvoju (127 zemalja)	4,1	5,4	6,4	6,5
Ekonomije zemalja u tranziciji (28 zemalja)	2,8	-3,6	1,8	5,4
Svijet ukupno	3,1	3,3	4,1	4,5

Izvor: World Economic Outlook 1997, IMF

³ Projekcija

- ⇒ Tehnološki napredak konstantno unapređuje komunikaciju. Dolazi do rapidnog smanjenja troškova avionskog transporta, telekomunikacija i kompjutera.

Godina	Prosječni avio troškovi po putničkoj milji	Troškovi 3-minutnog telefonskog poziva iz Njujorka u London	Relativni troškovi »Of computing power«
1950	0,30	53,20	-
1960	0,24	45,86	125,000
1970	0,16	31,58	19,474
1980	0,10	4,80	3,620
1990	0,11	3,32	1,000

Otvaranje granica za trgovinu, investicije i tehnološke transfere ne kreira samo tržišne mogućnosti za kompanije već i omogućava konkurentima iz inostranstva da dođu na domaće tržište. Kako se konkurencija povećava, tako se sve više stvara tzv. globalni potrošač, raste značaj ekonomije obima, dolazi do izražaja smanjenja troškova i povećanje kvaliteta, povećava se mogućnost optimalnog izbora lokacije i tehnološkog transfera. Kao rezultat svega ovoga globalizacija postaje »*samorazvijajuće ludilo*«.

Šta globalizacija znači za kompanije?

Promjena je jedina konstanta, rekao sam još na YU-menadžer 1993. i o tome pisao u knjizi: Preduzetništvo i biznis. Ovo je način logičnog objašnjenja nečega što je nelogično: kako može biti konstantno nešto što se stalno mijenja. Ali, odavno sam shvatio da »lomljenje misli« u jednoj rečenici najbolje izražava misao. Ako su promjene stalne, onda svaki menadžer mora biti svjestan da će ekonomsko poslovanje kroz 20 godina biti potpuno drugačije od današnjeg. Kako mu se prilagoditi? Kako ići u susret? Kako napustiti poziciju čekanja?

Koje tendencije će biti uočljive u okviru samog ekonomskog pristupa i ponašanja?

- ⇒ Globalna ekonomska mapa će se promijeniti više u sledećih 20 godina nego što je to bilo u poslednjih 20 godina. (Zamislite kako su razvoj kompjutera i interneta promijenili svakog od nas u poslednjih 10-15 godina, a treba očekivati još veće i intenzivnije promjene!!!) Tako brzi razvoj Kine potpuno mijenja sliku svijeta! Da li možete zamisliti da će kineski jezik kroz nekoliko decenija biti potreban koliko danas engleski? Kina nije usamljen slučaj! Krupne transformacije su otpočele u Indiji, Brazilu, Meksiku, Rusiji i ove zemlje će sve više učestvovati u stvaranju bogatstva na ovoj planeti.
- ⇒ Regionalna kompozicija 500 najvećih svjetskih kompanija će se radikalno mijenjati u sledećih 20 godina kao konsekvencija povećane konkurencije unutar pojedinih djelatnosti i grana. Upravo kompanije iz gore navedenih zemalja će naglo rasti i povećavati stepen sopstvene internacionalizacije.

⇒ Smanjenje troškova komunikacije i kompjutera će se nastaviti i ubrzati! Kombinujući ove trendove sa mobilnom telefonijom, videotelefonijom, Internetom i rastućom snagom kompjutera, postaje jasnije da realno vrijeme komunikacije omogućava ogromnu disperziju ekonomskih aktivnosti na čitavom zemaljskom prostoru i svijet se postepeno uvezuje, stvara se čvrsta biznis armatura. Međuzavisnost se toliko razvija da se postavlja pitanje a što je sa slobodom? Ali, to su pitanja za teorijske rasprave!

Kakvu snagu imaju multinacionalna preduzeća (MNE-s)

Multinational Enterprises (MNE-s) – firme koje proizvode ili prodaju u dvije ili više zemalja – dominiraju u međunarodnoj proizvodnji u glavnim industrijama kao što su automobilska, elektronska, hemikalije, farmaceutička i nafta. Ove kompanije mogu da koriste velike povoljnosti ekonomije obima i grade široku proizvodnu mrežu. One mogu da prodaju robe i usluge u svim zemljama – direktno preko svojih filijala ili partnerskih firmi u drugim zemljama.

Koliko su povezani veličina i uspješnost firmi sa stepenom međunarodne otvorenosti – mjerene tzv. indeksom transparentnosti: učešće međunarodnih aktivnosti u ukupnim aktivnostima firme.

10 vodećih multinacionalnih preduzeća

Rang	Naziv kompanije	Zemlja	Index transparentnosti
1.	Nestle	Švajcarska	94,0
2.	Thomson Corporation	Kanada	93,3
3.	Holderbank Financiere	Švajcarska	92,1
4.	Seagram Company	Kanada	89,7
5.	Solvay	Belgija	89,6
6.	ABB Asea Brown Boveri	Švajcarska	88,6
7.	Electrolux	Švajcarska	88,3
8.	Unilever	UK/Holandija	87,1
9.	Philips Electronic	Holandija	85,4
10.	Roche Holdings	Švajcarska	85,1

Izvor: Izračunato na bazi World Investment Report, UNCTAD

Da li zapažate da među 10 vodećih multinacionalnih kompanija (mjereno preko indeksa transparentnosti) mala zemlja kao Švajcarska ima četiri kompanije, Holandija 2 i Belgija 1. Što ovo znači za nas u Crnoj Gori? Što znače političke priče da Crna Gora može vrlo brzo da ostvari 10,000 \$ per capita? Da li to znači jačanje uloge Vlade kao glavnog preduzetnika i zaštita lokalnih pozicija i lokalnih šefova? Ili to možda znači dolazak strateških partnera iz inostranstva i podsticanje naših »specifičnih menadžera« da izvoze i osvajaju lokalna tržišta? Ključna lekcija globalizacije za Crnu Goru jeste da je to malo tržište i da ono nema unutrašnji kapacitet da mnogo podigne naš per capita! Crna Gora treba da nađe tržište vani!

Sledeća tabela pokazuje broj najvećih MNE-s 1996.

Tabela 5. 500 najvećih svjetskih MNE-s 1996.

Zemlja	Broj MNE-s
SAD	162
Evropska Unija	155
Japan	125
Švajcarska	14
Južna Koreja	13
Kanada	6
Brazil	5
Austrija	5
Kina	3
Ostali	11
UKUPNO	500

MNE-s su tzv. firme predvodnice »flagship firms« - admiralski broj u floti. One razvijaju tzv. »flagship »five partners« model«. One razvijaju partnerstvo sa: dobavljačima, potrošačima, konkurentima i ne-biznis infrastrukturom. Skrećem pažnju na ne-biznis infrastrukturu, koja obuhvata partnere u mreži istraživanja, obrazovanja i čak djelove države (npr. Agencije za pojedine oblasti). Isto tako ne-biznis sektor uključuje i čitavu sferu uslužnih organizacija. Danas je oko 70% zapadnih ekonomija u uslužnom sektoru, a manje od 30% u proizvodnji. Uticaj organizacija u oblasti usluga (zdravstvo, obrazovanje, kultura, socijalne usluge, transport, osiguranje i finansijske usluge) mogu imati opredjeljujući uticaj na nacionalnu produktivnost i kompetitivnost.

Otkud snaga MNE-s?

MNE-s sprovode globalnu stratešku viziju za njihova četiri ključna partnera: dobavljače, potrošače, konkurente i ne-biznis organizacije. Na taj način niko od ova četiri partnera nema potrebe da razvija separatnu globalnu strategiju izvan MNE-s. Ovo je svakako teško za nacionalne vlade i njihove lokalne podupirače, jer ih to tjera da mijenjaju poziciju: da se više bave stvaranjem mogućnosti i podsticanjem kreacija, inovacija i preduzetničkih sloboda, nego što određuju kako će i što ko raditi, kontrolisati i ograničavati konkurenciju. Snaga MNE-s nije u njihovoj nad-nacionalnoj snazi i što nisu kontrolisani od strane nacionalnih vlada, koliko u interesu četiri partnera da kroz njih realizuju svoju globalnu strategiju.

Ipak, vidljivi ili manje vidljivi konflikt između MNE-s i nacionalnih vlada postoji.

Isto tako, potrebno je izjednačiti povećanje proizvodnje, efikasnosti, kvaliteta i profita, kao i globalni marketing MNE-s, sa razvojem i homogenizacijom kulture i stvaranje neke globalne kulture. I ovo je pitanje za diskusiju, a ovdje samo da istaknem da sve MNE-s prilagođavaju svoje proizvode nacionalnim običajima, tradiciji i kulturi i političkim okolnostima i religiji.

Isto tako, istraživanja pokazuju da sve najveće kompanije više imaju uticaja na određene regije (više su regionalne sile) nego globalne. Uslovljava mnogo barijera, među kojima je jezik jedna od najčešćih.

Megatrendovi razvoja u sledećih dvadesetak godina

Razumijevanje ekonomske globalizacije zahtijeva i razumijevanje ukupnih razvojnih trendova, trajektorija budućnosti koji su već počeli. Svaki megatrend razvoja, u svakoj oblasti, ima direktan ili indirektan uticaj na ekonomsko ponašanje. Znači, menadžer mora da ima i tu širu, apstraktnu sliku, nešto što naši menadžeri zovu – nepraktična teorija.

Mijenijumski megatrendovi, kako ih navode John Naisbit i Patricia Aburdenc, su:

1. Bum globalne ekonomije u devedesetim godinama. Ovo je megatrend koji se odnosi na globalizaciju biznisa i o njihovoj suštini smo govorili u prethodnom dijelu rada.
2. Renesansa umjetnosti – očekuje se da će umjetnost zamijeniti sport koji je sada na prvom mjestu kao društvena aktivnost u slobodnom vremenu. Povećava se broj posjetilaca muzeja, opera, slušalaca ozbiljne muzike,... Informatička ekonomija u svim djelovima svijeta traži da se čovjek relaksira kroz razne umjetničke vidove.
3. Transformacija socijalizma kroz tržišni svijet – pojava koja je u toku i koju nazivamo tranzicija.
4. Globalni stil života i kulturni nacionalizam – zapravo naš stil života na čitavoj planeti postaje sličan. Međutim, istovremeno jača trend razvoja nacionalnih kultura i nacionalnog sistema vrijednosti kao pokušaj borbe protiv uniformnosti koju sobom nosi globalizacija sila života.
5. Privatizacija u državama blagostanja. Model privatizacije državnih preduzeća i infrastrukture, zaplet sa Margaret Tačer, nastaviće se i u sledećim godinama.
6. Uspon Pacifičkog regiona – Krajem prošlog vijeka Pacifički region se pojavio slično mladoj i dinamičkoj Americi prije dva vijeka. Bez obzira na udar tzv. azijske krize ovaj region će još dugo vremena biti vitalan i gurati ukupan razvoj u Svijetu.
7. Nastale su decenije sa ženama – liderima. Sve je više žena u vodećim tehnološkim oblastima i na rukovodećim mjestima. U poslednje dvije dekade oko 2/3 radnih mjesta u oblasti informatike zauzele su žene. Sa trendom napuštanja klasičnog menadžmenta (kontrola, strah, pretnja) i pomjeranja ka liderskom vođenju kompanije (važnost ljudskih osobina, znanje, demokratija) žene postaju potpuno ravnopravne sa muškarcima za vođenje kompanija.

8. Decenije značaja i razvoja biologije. Prelaz sa mehanicističke paradigme (Dekart, Njutn) na holističku paradigmu (Plank, Ajnštajn, Hoking) naglo raste značaj biologije. Odnosno, biologija preuzima dio onoga što je do sada imala fizika. Razlog je u tome što biologija sadrži te komponente informacione intenzivnosti, mikro, cjelina, adaptivnost. Zato se biologija sve češće naziva »nova fizika« i naše razmišljanje je sve više pod uticajem bioloških metafora. Npr. izraz »virus« kod kompjutera; simbioza; »seed capital«; rast, evolucija,...
9. Jačanje i širenje religije. Koliko god se nauka i tehnologija razvijali, teško mogu da objasne mnoge tajne života, čak i to što život znači. To se sve više želi saznati kroz literaturu, umjetnost i religiju.
10. Trijumf individue. Koliko je dvadeseti vijek bio vijek masa (gomile) ovo će biti vijek individue. Globalizacija sve više traži individualnu odgovornost; sve više traži individualnu inicijativu. Globalizacija nije trend koji omogućava pojedincu da se sakrije (kao u gomili) već upravo obrnuto, ona otkriva pojedinca koji zaostaje! To je plivanje maticom planinske rijeke: svako sebi mora da se okrene i da pazi kuda i kako pliva, za razliku od plivanja u plitkoj bari!

Umjesto zaključka: Modernizacija ili globalizacija?

I sam sam pripadao ljudima koji su mislili da se radi o istovjetnim procesima. Ipak, danas mislim da se radi o različitim prelazima promjene palanačkog života. Do toga sam više došao iskustveno (kao čovjek koji dvadesetak godina aktivno učestvuje u različitim reformama u državi) kao i kroz razne međunarodne kontakte, konferencije i rasprave.

Najkraće, modernizacija je pokret intelektualaca da promijene palanku! Lično mislim da je Sizif bio bliži uspjehu! Globalizacija proizilazi iz života, odozdo, bliža je interesu većeg broja ljudi. Otuda globalizacija ima planetarnu moć opčinjavanja, za razliku od modernizacije koja je imala ekskluzivitet i bila vezana za nauku i institucije!

Globalizacija je, ipak, prigrljena od geografije i ekonomije!

No, bez obzira na to, ne vjerujem da ćemo se svi obući u globalne uniforme! Ipak, vjerujem da postoje određeni principi i pravila, određene institucije koje nas motivišu da smo stalno u promjenama, dinamici, traženju nečeg novog, savladavanju nepoznatog.

Ali, iza saznatog nepoznatog, opet je sve nepoznato... Upravo to stalno otkrivanje nepoznatog i jeste pogonska snaga promjena. Čim na okruži zona poznatog, više ne postojimo!

Zato globalizaciju i doživljavam kao stalno otkrivanje nepoznatog!

Literatura:

1. Financial Times (1999): *Mastering Global Business*, London
2. The World Bank: *World Development Report 1996*, Washington, D.C.
3. UNCTAD (1997): *World Investment Report 1996*.
4. Naisbit John and Patricia Aburdenc (1990): *Megatrends 2000 – New directions for tomorrow*, Avon Books, New York
5. Veselin Vukotić (1997): *Demokratija ekonomije – elementi za novu ekonomsku paradigmu*, »Ekonomija i demokratija«, Zbornik sa naučnog skupa, IDN – Centar za ekonomska istraživanja, Beograd
6. Milardović Anđelko (2000): *Globalizacija*, »Pan-Liber«, Osijek-Zagreb-Split
7. Fukujama Frenens (1997): *Kraj istorije i poslednji čovjek*, CID, Podgorica (prevod)
8. Parsons Talcott (1992): *Moderna država* »Academus«, Beograd (prevod)
9. Thorow L. (1997): *Budućnost ekonomije*, »MATE«, Zagreb (prevod)
10. Njavaro Đuro (1998): *Gospodarstvo, socijalna politika i globalizacija*, »MATE«, Zagreb (prevod)
11. Tapscott Don (1995): *Digital Economy*, McGraw-Hill, New York
12. Connors Michael (1997): *The Race to the Intelligent State, Charging the Global Informatical Economy into the 21st Century*, Capstone, Oxford
13. Peters Glen (1996): *Beyond the Next Wave*, »Pitman Publishing«
14. Koch Richard (1998): *The Third Revolution*, Capstone, Oxford
15. Bronovski Jasov (1987): *Osjećaj budućnosti*, Novi svijet, Zagreb