

ANALIZA UTJECAJA GLOBALIZACIJE I TEHNOLOŠKOG RAZVOJA

Mrazović, Mihaela

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:267594>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-16**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet Zagreb
Preddiplomski stručni studij
Poslovna ekonomija- smjer Trgovinsko poslovanje

**ANALIZA UTJECAJA GLOBALIZACIJE I TEHNOLOŠKOG
RAZVOJA**

**ANALYSIS OF THE IMPACT OF GLOBALIZATION AND
TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT**

Završni rad

Student: Mihaela Mrazović

JMBAG studenta: 0067571988

Mentor: doc. dr. sc. Helena Nikolić

Zagreb, travanj 2021. godine

SAŽETAK

U ovom radu naglasak je na globalizaciji. Kao koncept, globalizacija je općepoznata, no u fokusu istraživanja je njezin utjecaj na svjetsku ekonomiju. Važno je istaknuti kako proces globalizacije ne obuhvaća sve države jednakom mjerom, ali je općeprisutna širom svijeta sa različitim i nejednakim učincima kako na razvoj, tako i na napredovanje određene zemlje. Tehnološki razvoj i globalizacija su nadopunjujući pojmovi koji funkcioniraju u istom smjeru, donose društvu i gospodarstvu nove trendove, nove izazove i nove prilagodbe. U današnjoj ekonomskoj sferi i trgovinskim odnosima tehnologija ima enormnu ulogu, pa su i manipulacije i nečasne radnje, poput krivotvorenja proizvoda, sve učestalije i predstavljaju vrlo ozbiljan problem za ekonomsku održivost i očuvanje reputacije međunarodno prisutnih tvrtki. Osim toga, razvoj digitalizacije također donosi izazove i inovacije autentičnim tvrtkama. Utjecaj, posljedice i pokušaji sprječavanja krivotvorenja isto tako su objašnjena u ovom radu.

Ključne riječi: globalizacija, tehnološki razvoj, modernizacija, svjetska ekonomija, globalnost, trgovina, krivotvorenost robe

SUMMARY

In this paper, the emphasis is on the globalization. As a concept, globalization is well known but the focus in this research represents its impact on the world economy. It is important to point out that the process of globalization does not encompass all countries to the same extent but generally it is pervasive worldwide. It also has a different and unequal effect on the development and progress of each country. Technological development and globalization are complementary concepts that work in the same direction, bringing new trends, new challenges and new adaptations to the society and the economy. In today's economic sphere and trade relations, technology has an enormous role so manipulations and dishonest actions, such as counterfeiting products are becoming more frequent. They are representing very serious problem for economic sustainability and preserving the reputation of internationally present companies. In addition, the development of digitalization also brings challenges and innovations to authentic companies. The impact, consequences and attempts to prevent counterfeiting are also explained in this paper.

Key words: *globalization, technological development, modernization, global economy, globality, trade, counterfeit goods*

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog izvora te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

STATEMENT OF THE ACADEMIC INTEGRITY

I hereby declare and confirm by my signature that the final thesis is the sole result of my own work based on my research and relies on the published literature, as shown in the listed notes and bibliography.

I declare that no part of the thesis has been written in an unauthorized manner, i.e., it is not transcribed from the non-cited work, and that no part of the thesis infringes any of the copyrights.

I also declare that no part of the thesis has been used for any other work in any other higher education, scientific or educational institution.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja	1
1.3. Sadržaj i struktura rada	2
2. GLOBALIZACIJA I SVJETSKA EKONOMIJA.....	3
2.1. Definiranje globalizacije	3
2.2. Utjecaj globalizacije na nacionalne ekonomije	6
2.3. Posljedice globalizacije.....	7
2.4. Utjecaj multinacionalnih korporacija	8
2.5. Učinci međunarodne trgovine	9
2.6. Utjecaj koronavirusa na financijska tržišta.....	10
3. RAZVOJ TEHNOLOGIJE U SVJETSKOJ EKONOMIJI	12
3.1. Tehnološki razvoj u gospodarstvima	12
3.2. Digitalna ekonomija	13
3.3. Tehnologija i trgovina u stvaranju (ne)jednakosti.....	15
4. GLOBALIZACIJA I KRIVOTVORENJE ROBA.....	17
4.1. Definiranje krivotvorenja	17
4.2. Krivotvorenje u doba digitalizacije	18
4.3. Utjecaj krivotvorenih roba na prodaju, dobit i inovacije.....	19
4.4. Učinci krivotvorenja	19
4.5. Rješenje krivotvorenih proizvoda	22
4.6. Istraživanje upoznatosti studentske populacije s krivotvorenjem robe.....	23
5. ZAKLJUČAK.....	29
LITERATURA	31
POPIS GRAFIKONA I TABLICA	34
PRILOG.....	35
ŽIVOTOPIS.....	37

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

'Globalizacija' je jedan od ključnih pojmova posljednja tri desetljeća. Brzi rast ekonomskih razmjena promijenio je društvo cijelog svijeta. Svijet je u posljednjih desetak godina zahvaćen ubrzanom globalizacijom temeljenom na razvoju digitalnih tehnologija koje stvaraju informacije i komunikacijsku tehnologiju. To su ključni faktori koji doprinose ekonomskom rastu (Steger, 2017). Međutim, to nije rezultiralo povećanjem dobrobiti ljudi širom svijeta. Tehnološki trendovi suočavaju se s mnogim međusobno povezanim izazovima koji ugrožavaju održivost nacionalnih sustava. Primjerice, takva revolucija pruža izazove za digitalizaciju, automatizaciju i uporabu umjetne inteligencije u gospodarskim aktivnostima (Akametshin, 2020).

Prije svjetske gospodarske krize, globalizacija je bila vođena Zapadnim zemljama i temeljena na trgovini. Današnja globalizacija je vođena digitalnim tehnologijama i zemljama Istoka, odnosno Kinom i zemljama u razvoju. Dok trgovina koja se temelji na globalnim lancima opskrbe koji iskorištavaju jeftinu radnu snagu usporava, nove tehnologije rezultiraju brojem sudionika većim nego ikad prije koji mogu sudjelovati u prekograničnim transakcijama neovisno o njihovoj veličini (Lund, i Tyson, 2018). Sve inovativniji tehnološki napredak prate i sve društvene, ekonomske i kulturne grane. U takvom trendu je i krivotvorenje dobilo veću težinu i značaj kao jedna od brojnih ilegalnih djelatnosti. Krivotvorenje roba, posebno luksuznih, prisutno je već dugi niz godina te takovo poslovanje utječe na cjelokupnu globalnu ekonomiju. Krivotvorena roba zauzima visok postotak u globalnoj ekonomiji i stvara prijetnju inovacijama tvrtki, radnim mjestima te stvara velike gubitke proračunskim prihodima država.

Cilj rada je analizirati i predstaviti navedenu temu kroz navedene pojmove koji su relevantni te objasniti ukupan doprinos svjetskom gospodarstvu.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Rad je napisan detaljnim upoznavanjem s temom, analizom prikupljenih sekundarnih izvora podataka te vlastitom izradom ankete radi bolje predodžbe mišljenja ispitanika vezano za

krivotvorenje roba. Literatura korištena tijekom izrade su knjige i internetski izvori koji su dostupni u relevantnim bazama podataka kako bi se dobile što preciznije informacije vezane za attribute nastale utjecajem globalizacije i tehnološkog razvoja.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad se, uz uvod i zaključak, sastoji od tri tematske cjeline gdje je unutar svake detaljno objašnjen određeni ključni pojam rada. Počevši od same globalizacije i njezinih učinaka na međunarodnu trgovinu te nacionalne zemlje, nastavivši na tehnološki razvoj te zadnje poglavlje govori o krivotvorenju robe i posljedicama koje su rezultat istog na svjetsku ekonomiju i međunarodnu trgovinu.

2. GLOBALIZACIJA I SVJETSKA EKONOMIJA

2.1. Definiranje globalizacije

Globalizacija je vrlo čest pojam koji se koristi za karakterizaciju trenutnog stanja svjetske ekonomije. Suvremeni koncepti nacionalnih i regionalnih razvoja usko su povezani sa IT tehnologijama prvenstveno radi produbljivanja globalizacije zbog koje se IT tehnologija proširila na sve aspekte svjetskog društva. Na taj način su i zemlje u razvoju dobile nove mogućnosti za rast, pogotovo one čiji se rast nije temeljio na primarnim robama. One postaju sposobne educirati zaposlenike i proizvoditi visokotehnološku robu. Globalizacija je snažan aspekt svjetskog sustava i predstavlja jednu od najutjecajnijih sila u određivanju budućeg toka planeta. Postoje mnoge dimenzije globalizacije poput ekonomske, političke, socijalne, kulturne, ekološke i slično. Globalizacija se smatra glavnim razlogom rasta svjetske trgovine i razmjene u vrlo otvorenoj, povezanoj i bezgraničnoj međunarodnoj trgovini. Zabilježen je značajan porast u ne samo tradicionalnoj trgovini dobara i usluga, već i u trgovini valuta, kapitala, tehnoloških transfera i međunarodnih putovanja i migracija (Ghemawat, P, Altman, A. S., 2017).

Pokazatelj razmjera globalizacije je stupanj internacionalnih financijskih transakcija gdje kroz New Yorško tržište valuta, svakoga dana prolazi oko 1.2 trilijuna američkih dolara, dok na međunarodnoj razini taj iznos bude daleko veći. Prisutne su veće mogućnosti međunarodne trgovine, povezanost tržišta i stvaranje svijeta bez stvarnih granica što postaje dio fluktuirajućih globalnih tokova (Investopedia, 2021).

Postoji nekoliko izvora globalizacije u posljednjih par desetljeća.

Tehnološki napredak je značajno smanjio troškove transporta i komunikacija te dramatično snizio troškove obrade, pohrane i pretraživanja podataka. Elektronička pošta, Internet, 'World Wide Web' su samo neki od manifestacija nove tehnologije. Drugim izvorom globalizacije smatra se **liberalizacija trgovine** i ostali oblici ekonomske liberalizacije što je dovelo do smanjenih trgovinskih protekcionističkih mjera i povećanja slobode svjetskog trgovinskog sistema. Taj proces

je započet već u prošlom stoljeću, no biva zaustavljen radi dva Svjetska rata i Velike gospodarske krize. Nakon Drugog svjetskog rata, ponovno se pokreće kroz najpovlašteniju instituciju nacijama za liberalizaciju tržišta, a to je Opći sporazum o carinama i trgovini (engl. GATT), osnovan 1946, a danas poznat kao Svjetska Trgovinska Organizacija (engl. WTO). Kao rezultat, donesena su značajna smanjenja u tarifama i drugim preprekama u trgovini dobara i usluga. Iako postoje sličnosti u terminima o trgovini i kretanjima kapitala, prošlo stoljeće nije imalo tehnološke inovacije koje su rezultirale globaliziranom svjetskom ekonomijom današnjice koja je kvalitativno drugačija od one iz prošlog stoljeća (Gangopadhyay, 2019).

Treći izvor globalizacije su **promjene u institucijama**, organizacijama sa mnogo većim dosegom, sve zahvaljujući tehnološkim i komunikacijskim promjenama i time širim obzorima menadžera. Tvrtke koje su primarno bile usmjerene na lokalno tržište, proširile su svoj domet i proizvođačke lokacije na nacionalna, internacionalna pa čak i globalna tržišta. Takve promjene dovele su do povećanja moći, profita i produktivnosti korporacija. Gotovo svako nacionalno ili međunarodno poduzeće prilagodilo je takvu strukturu ili sklopalo strateške saveze radi postizanja međunarodne trgovine stupnjevitog utjecaja i fleksibilnosti. Gotovo trećina od ukupne međunarodne trgovine odvija se isključivo unutar takvih međunarodnih poduzeća, s tim da više ne postoji borba između lokacija već između udjela tvrtki na svjetskom tržištu. Nevladine organizacije (engl. Non-governmental organisations), također su preuzele uloge kao i u slučaju međunarodnih tvrtki. Ujedinjeni Narodi, Međunarodni Monetarni Fond i Svjetska Banka te Svjetska Trgovinska Organizacija imaju nova pravila. Međunarodna poduzeća i druge slične organizacije, bilo privatne ili državne, postale su centralni agenti nove internacionalne globalizirane ekonomije (Gangopadhyay, 2019).

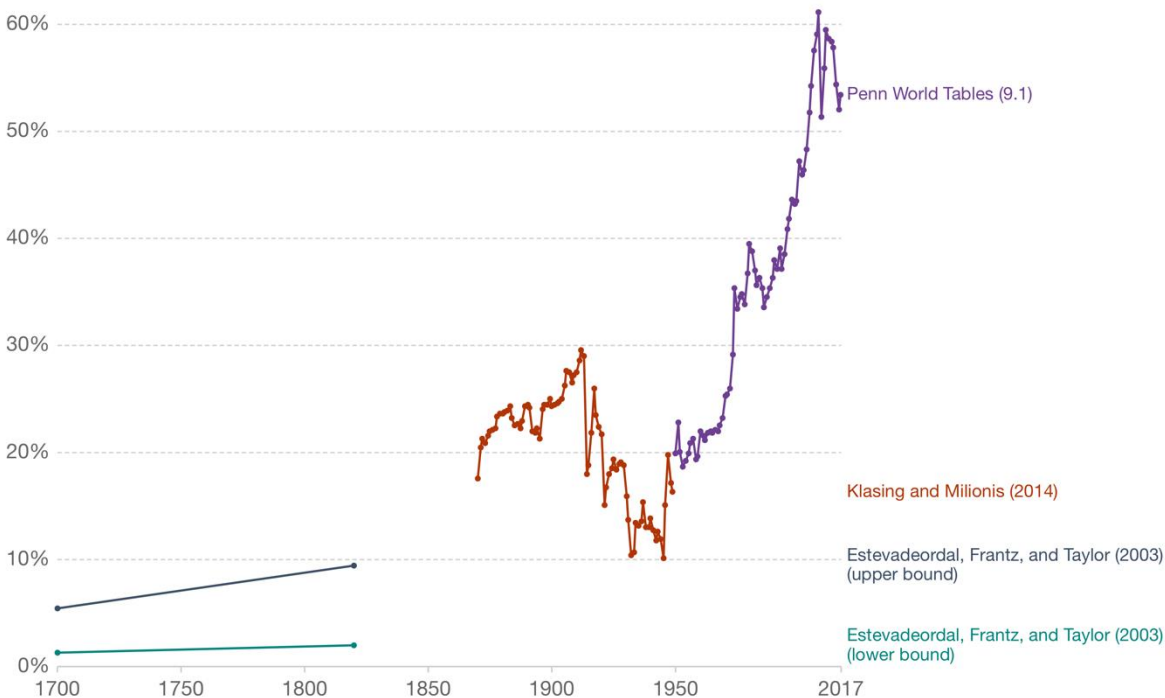
Prema Dinceru H., Yuksel S., Adali Z. i Aydin R. (2019) razvoj informacijskih tehnologija trebao bi osigurati razvoj distribucijske logističke mreže koja uključuje učinkovit prometni sustav i omogućava bolju isporuku robe i usluga kao i poboljšanu mobilnost radne snage. Ekonomski razvoj nije usmjeren samo na načine ubrzanja strukturnih promjena i ekonomskog rasta, već i na povećanje populacijskog potencijala kao na primjer kroz obrazovanje i zdravstvenu zaštitu. Globalizacija je promijenila svjetsku ekonomiju tako što je povećala je prekograničnu trgovinu, razmjenu valuta, slobodan protok kapitala, kretanje ljudi i protok informacija i dala novi smjer

svjetskom načinu poslovanja jer su se razvojem informacijske tehnologije dogodile mnoge strateške promjene u gospodarstvu (Oleg, 2018).

Slika 1. Globalizacija kroz 5 stoljeća

Globalization over 5 centuries

Shown is the "trade openness index". This index is defined as the sum of world exports and imports, divided by world GDP. Each series corresponds to a different source.



Source: Estevadeordal, Frantz, and Taylor (2003), Klasing and Milionis (2014), Feenstra et al. (2015) Penn World Tables 9.1

CC BY

Izvor: Ortiz-Ospina, E., Beltekian, D., 2018, Trade and Globalization, Our World in Data, dostupno na: <https://ourworldindata.org/trade-and-globalization> , (03.05.2021)

Na slici je prikazan grafikon globalizacije u posljednjih 500 godina. Predstavljena je kompilacija dostupnih procjena trgovine koja prikazuje evoluciju svjetskog izvoza i uvoza kao udio u globalnoj ekonomskoj proizvodnji.

Ovaj graf (omjer ukupne trgovine, izvoz i uvoz i svjetski BDP) poznat je kao 'indeks otvorenosti' koji je interpretira tako da veći indeks predstavlja veći utjecaj trgovinskih transakcija na svjetsku ekonomsku aktivnost. Ono što je vidljivo iz grafikona je da je do 1800. godine, to je bilo razdoblje koje je karakterizirala niska međunarodna trgovina- indeks nije prelazio preko 10%. Tijekom 19. stoljeća, tehnološki napredak je pokrenuo rast svjetske trgovine, što se smatra prvim valom

globalizacije. Zatim, dolazi do Prvog svjetskog rata koji je prouzročio velik pad, no ponovno nakon Drugog svjetskog rata trgovina je počela rasti. Tada je zabilježen novi i trajni val globalizacije.

2.2. Utjecaj globalizacije na nacionalne ekonomije

Globalizacija ima značajan utjecaj na sve ekonomije svijeta. Utjecala je na njihovu proizvodnju dobara i usluga, također i na zaposlenost radne snage te ostale inpute u proizvođačkom procesu. Nadalje, utjecala je na ulaganja u fizičkom i u ljudskom kapitalu. Osim toga utjecaj je vidljiv i u efikasnosti, produktivnosti i konkurentnosti. Ipak, nekoliko važnijih utjecaja valja posebno spomenuti. Jedan od njih je **rast izravnih stranih ulaganja** (skraćeno: FDI) koji je mnogo veći nego rast svjetske trgovine. Takve investicije označavaju ključnu ulogu u tehnološkim transferima, industrijskim restrukturiranjima, formiranjima globalnih poduzeća i svaka od njih je prisutna na nacionalnoj razini. Nove tehnologije su poticaj globalizacije koje su potaknute i ubrzane također kroz direktna strana ulaganja. Rast trgovine uslugama, uključujući financijske, pravne, menadžerske i informacijske usluge, kao i sve vrste nematerijalnih usluga, postaju oslonci međunarodne trgovine. Kao rezultat nacionalnog i međunarodnog rasta usluga, suvremeno doba može biti nazvano i 'dobom kompetentnosti', naglašavajući važnost cijeloživotnog obrazovanja, treninga i investiranja u ljudski kapital u svakoj nacionalnoj ekonomiji (Hirst i Thompson, 2019).

Procjenjuje se razina nacionalne kulture koja se mjeri posebnim pokazateljima te se temeljnim njih utvrđuje njena specifičnost. Materinji jezik, književnost, umjetnost su neki od tih pokazatelja koji imaju važnu ulogu u razvoju i integraciji nacionalne kulture. Proces integracije povezuje nacionalne jezike integrira unutar nacionalnih kultura kroz poznavanje različitih nacionalnosti ljudi koji pripadaju određenoj naciji. Odnosno, uz materinji jezik, integracija se ostvaruje znanjem jezika drugih ljudi. **Integracija nacionalne kulture** trebala bi služiti bogatstvu nacionalne kulture, a ne gubitku nacionalnih obilježja. Proces integracije stvaraju nacionalnu svijest i razmišljanje te približavaju različitosti diferenciranih naroda. Razvoj tehnologije također služi u stvaranju svjesnosti i važnosti nacionalnih gospodarstava. Dezintegracija nacionalnih gospodarstava uzrokuje udaljavanje različitih ekonomija te ne razumijevanje nacija. Stoljećima je teorija razvoja na vodećem mjestu prije teorije modernizacije. Različiti narodi i kulture se razvijaju prema istim zakonima, a razlika društava se temelji na ideji da je određena kultura bolja ili lošija radi razine

razvoja. Danas postoje skupine protiv globalizma koje upozoravaju čovječanstvo na negativan utjecaj globalnih promjena. Negativni utjecaj globalnih dostignuća je širokog dosega te nije povezan samo s evolucijom nacionalnih kultura, otuđenjem nacionalnog identiteta, nacionalnom suzdržanošću ili nacionalnim egoizmom. Globalna postignuća utječu na temelje nacionalnih ekonomija, a ti učinci mogu biti pozitivni ili negativni. Pozitivan utjecaj globalizacije na nacionalno gospodarstvo je posljedica činjenice da ona pridonosi razvoju zemlje. Otvorenost ekonomije pridonosi razvoju i implementaciji inovacija na razini svjetskih dostignuća. Međutim, negativni aspekt se kroz mogućnost otuđenja od nacionalnog od nacionalnog identiteta tako što nacionalne karakteristike iščezavaju. Globalna racionalna dostignuća daju osnovu za demokratski razvoj, uzajamni razvoj i bogatstvo nacionalnog gospodarstva koje bi trebalo očuvati naciju (Ergashev i Farxodjonova, 2019).

2.3. Posljedice globalizacije

Globalizacija ne uključuje samo koristi, već ima i troškove ili potencijalne probleme koje neki kritičari smatraju velikom opasnošću. Ti bi troškovi mogli dovesti do sukoba različitih vrsta, bilo na regionalnoj, nacionalnoj ili međunarodnoj razini. Globalizacija može dovesti do značajnih problema s pravednošću u raspodjeli dobiti među pojedincima, organizacijama, nacijama i regijama. Mnogi dobiti su nepravedno raspodjeljivani na način da su odlazili bogatim narodima ili pojedincima, stvarajući sve veće nejednakosti i izazivajući potencijalne sukobe na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Nadalje, postoji opasnost globalne konvergencije dohotka na temelju zapažanja da siromašne nacije rastu brže od bogatih. Postoje manje grupe nacija, poput 'ekonomije tigra' Istočne Azije koje su ostvarile nevjerojatan porast, ali s druge strane su nacije Afrike, Azije, Južne i Centrale Amerike rasle po znatno manjoj stopi nego bogate nacije. Rezultati su divergencija i polarizacija svjetskih prihoda sa brzorastućim ekonomijama koje se pridružuju bogatim dijelovima stanovništva, a siromašni zaostaju daleko iza njih. Ovaj rastući nerazmjer posljedica je nezadovoljstva i međunarodnih sukoba nacija koje žele biti dio bogatih krugova. Ovo pitanje distribucije glavni je izazov u procesu globalizacije svjetske ekonomije. Nadalje, postoji mogućnost da fluktuacije ili krize lokalne ekonomije u određenoj naciji imaju regionalan odnosno globalan učinak. Takva međusobna povezanost gospodarstava i potencijalne nestabilnosti stvaraju veliku međusobnu ugroženost. Svjetska recesija može potencirati pozivom na svrgavanje

međuvijesti koje su ostvarene kroz proces globalizacije, što se i dogodilo Velikom recesijom 1930. godine, s devalvacijama konkurencije, raznim politikama, eskalacijama carina i drugim oblicima protekcionizma. Rezultat može biti ekonomski konflikt koji naginje ka ekonomskom ratu i mogućnosti vojnog sukoba čime bi se ponovila povijest najvećeg rata u ljudskom postojanju (Kugai, 2020).

2.4. Utjecaj multinacionalnih korporacija

Multinacionalne korporacije (skraćeno: MNC) imaju značajnu ulogu u oblikovanju globalne ekonomije. Na primjer, multinacionalne tvrtke u SAD-u koje se smatraju najvećim svjetskim gospodarstvom, daju neproporcionalni doprinos nacionalnom gospodarstvu na način da iako čine vrlo mali udio u ukupnom broju američkih tvrtki, imaju velik udio u BDP-u, izvozu, uvozu, istraživanjima i razvoju te naknadama zaposlenicima u privatnom sektoru. Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (2018) je procijenila da multinacionalne korporacije čine polovicu globalnog izvoza, gotovo trećinu svjetskog BDP-a (28%) i oko četvrtine globalne zaposlenosti. Takve tvrtke također ostvaruju značajan dio prihoda iz inozemstva. Njihova transnacionalna djelatnost oblikovala je međunarodnu trgovinu, ulaganja i transfere tehnologije u doba globalizacije. Njihove odluke imaju ogromne implikacije na širok spektar političkih pitanja poput poreza, zaštite ulaganja i migracija. MNC također mogu imati snažan politički utjecaj unutar pojedine države. Njihova globalna ekonomska dominacija može se izjednačiti sa njihovom moćnom domaćom političkom pozicijom (Kim i Milner, 2019).

S druge strane, kritičari tvrde da međunarodna mobilnost kapitala stvara silazni trend širom svijeta. Istovremeno, povećavaju profit i političku moć MNC i lokalnih elita koje imaju koristi od njihove prisutnosti, dok sjedaju na plaće, porezne osnovice, socijalnu zaštitu i okoliš. Različiti pogledi na MNC ne karakteriziraju samo podjelu snage s jedne strane i poticaj poslovanja s druge, već dijele i kritičare globalizacije stvarajući podjelu na one sa Sjevera i one s Juga. Suprotstavljanje sjevernog rada prema izravnim stranim investicijama u zemlje juga, južni radnici i nevladine organizacije često smatraju štetnim i protekcionističkim. Istodobno, naponi vlada na jugu da privuku izravna strana ulaganja pak sjeverni radnici vide kao oduzimanje dobrih radnih pozicija. Konačno, kontinuirani naponi vlada i međunarodnih institucija poduzeti će razvoj mehanizama za smanjenje

ishoda teorija koje su vjerojatne u trenutnom okruženju. Među mjerama koje bi trebalo razmotriti su niske razine oporezivanja, subvencije i propisi o zaštiti okoliša i povećana predanost provedbi osnovnih standarda rada (Michie, 2019).

2.5. Učinci međunarodne trgovine

Sve veća uporaba digitalnih tehnologija u uslužnom sektoru mijenja pravila ekonomskog upravljanja i međunarodne trgovine. Teorijama ekonomskog razvoja i političke ekonomije, poput teorije svjetskih sustava, osporava se digitalna revolucija. Kako tehnološki napredak zaobilazi tradicijske teorije, uslužni sektor locira se globalno sa sve manjim uvažavanjem geografije i pretpostavki starog međunarodnog ekonomskog poretka. To predstavlja nove izazove za pravne, komercijalne i međunarodne trgovinske norme i sustav koji je osmišljen kako bi olakšao prekograničnu trgovinu (Robbins, 2018).

Međunarodna trgovina je nedvojbeno jedan od najvažnijih pokretača globalnog rasta, konvergencije i ublažavanja siromaštva. Da podrže međunarodnu trgovinu, mnoge se zemlje usredotočuju na smanjenje zapreka otvorenom tržištu, smanjenje carina, uklanjanjem kvota ili odobravanju preferencijalnog pristupa. No čak i uz primjenu ovih mjera, zemlje u razvoju se i dalje suočavaju s poteškoćama da se natječu na globalnom tržištu zbog loših faktorskih uvjeta (cijena i vještina rada), makroekonomskih politika koje narušavaju učinkovit ulazak na tržište ili neučinkovite infrastrukture. Da bi prevladale ove poteškoće, zemlje u razvoju se moraju usredotočiti na makroekonomske uvjete, smanjujući proizvodne troškove i primjenjujući propise koji stimuliraju poslovanje. Kako bi povećale konkurentnost, presudno je biti sposoban prilagoditi svoje politike vanjskom okruženju koje se brzo mijenja (Panayotova, 2020).

Utjecaj globalizacije na jednakost predstavlja ozbiljnu zabrinutost mnogih zemalja. Dokazi koji osporavaju teorijsko predviđanje pozitivnog utjecaja međunarodne trgovine na raspodjelu dohotka u posljednje vrijeme postaju sve dostupniji. Učinci povećane trgovine ili liberalizacije trgovine unutar zemlje su mješoviti. U nekim slučajevima je liberalizacija trgovine poboljšala nejednakost plaća, ali u drugim slučajevima uočeni su suprotni utjecaji. Vlada treba provesti odgovarajuće politike za rješavanje nejednakosti. Dvije najvažnije su politike za promicanje razvoja ljudskih

resursa i politike preraspodjele dohotka. Prva poboljšava kvalitetu rada uz potporu dobro funkcionirajućeg i fleksibilnog tržišta rada. Druga politika pokriva socijalnu sigurnost i porezni sustav. Zaštitnom se mrežom plaća dio troškova prilagodbe koji snose radnici, a na koje negativno utječe liberalizacija trgovine, dok porezni sustav pomaže u ravnomjernijoj raspodjeli dohotka između bogatih i siromašnih (Shujiro i Narjoko, 2017).

2.6. Utjecaj koronavirusa na financijska tržišta

U 2019. godini bila je prisutna zabrinutost oko posljedica američko-kineskog trgovinskog rata, američkih predsjedničkih izbora i Brexita na svjetsku ekonomiju. Zbog njih je MMF predvidio umjereni globalni rast od 3,4 posto. No, COVID-19 - bolest koju uzrokuje SARS-CoV-2, novi soj koronavirusa iz vrste SARS - neočekivano je promijenila svijet. Zbog straha i neizvjesnosti, te racionalne procjene da će dobit tvrtki vjerojatno biti manja zbog utjecaja COVID-19, globalna su tržišta dionica izbrisala oko 6 bilijuna američkih dolara bogatstva u jednom tjednu od 24. do 28. veljače. Indeks S&P 500 izgubio je na vrijednosti preko 5 bilijuna američkih dolara u istom tjednu u SAD-u, dok je najvećih 10 tvrtki S&P 500 doživjelo kombinirani gubitak od preko 1,4 bilijuna američkih dolara, iako su neke od njih nadoknađene u sljedećem tjednu. Neki od gubitaka vrijednosti nastali su zbog racionalne procjene investitora da će dobit poduzeća opadati zbog utjecaja koronavirusa (Ozili i Arun, 2020).

Čini se da pad na globalnim financijskim tržištima ukazuje na to da je svjetska ekonomija na putu recesije. Vrijednosti sigurne imovine naglo su porasle, s time da je oročna premija na dugogodišnjim američkim državnim obveznicama pala na rekordno niskih 116 negativnih bodova - toliko su investitori spremni platiti za sigurnu luku američkog državnog duga. Kao rezultat toga, mehanički modeli rizika od recesije postali su veći. Uzevši procjene rizične imovine gdje utjecaj Covid-19 nije jednolik. Kreditni razmaci su se povećali izuzetno malo, što upućuje na to da kreditna tržišta još ne predviđaju financiranje i probleme s financiranjem. Procjene vlasničkih udjela vidljivo su pale s nedavnih maksimuma, ali treba imati na umu da su i dalje povišene u odnosu na njihovu dugoročnu povijest. Nema sumnje da financijska tržišta sada pripisuju značajan potencijal Covid-19, a ti su rizici stvarni. Ali varijacije u procjenama imovine podcrtavaju značajnu

neizvjesnost oko ove epidemije, a povijest upozorava da ne povlačimo ravnu liniju između rasprodaja na financijskom tržištu i stvarne ekonomije (Carlsson- Szlezak, 2020).

Globalna recesija koja je u tijeku gora je od Velike recesije nakon globalne financijske krize 2008-09., posebno sa stajališta novih zemalja i ekonomija u razvoju. Dubina i brzina pada BDP-a bit će suparnici Velikoj depresiji 1930-ih. Očekivalo se da će postkrizni oporavak započeti u drugoj polovici 2020. godine, barem u onim zemljama u kojima se može smatrati da je izbijanje koronavirusa prošlo. Oblik razvoja BDP-a također će ovisiti o tome hoće li kriza povezana s koronavirusom pogoršati prethodnu financijsku / fiskalnu osjetljivost i ranjivost. Konačno, kao što se može primijetiti u slučaju Kine, globalna međuovisnost znači da je ono što se događa drugdje također važno na lokalnom nivou. Budući da se napadi COVID-19 još uvijek odvijaju u većini mjesta, a još je rano strogo očekivati da će bilo koji oblik oporavka bilo gdje prevladati.

Očiti primjeri toga, u slučaju zemalja u razvoju, jesu potreba za uključivanjem neformalnih 'nevidljivih' radnika u okvire socijalne zaštite i hitna potreba za integracijom siromašnih četvrti. S druge strane, uvijek postoji rizik da kriza pojača institucionalne slabosti. Šokovi izazvani COVID-19 duboki su dok traju, ali biti će privremeni (Canuto, 2020).

3. RAZVOJ TEHNOLOGIJE U SVJETSKOJ EKONOMIJI

3.1. Tehnološki razvoj u gospodarstvima

Svjetska ekonomija suočava se s niskim gospodarskim rastom zadnjih nekoliko godina. Stručnjaci se slažu da koncepti poput otvorenosti, konvergencije i stvaranja nove tržišne potražnje putem novih tehnologija u nastajanju (npr. Internet, dostupni podaci, umjetna inteligencija), mogu riješiti trenutno negativno stanje u cijelom svijetu. Kada se ti pojmovi povežu s mrežom, ostvarit će se zakon sve većeg povrata. Kako je pitanje četvrte industrijske revolucije spomenuto na Svjetskom ekonomskom forumu 2016., slično povećanje otvorenih inovacija i konvergencija trebalo bi dovesti do nove dinamične ekonomije i održivog razvoja (Sik Park, 2017).

Učinci tehnologije u svim aspektima čovjekovog pothvata postali su izuzetno veliki kako ona sama neprestano redefinira i restrukturira društvo. Stoga je očito da utjecaj tehnologije na globalnu ekonomiju je izuzetan jer je redefinirao svjetski ekonomski koncept. Učinak industrijske revolucije i mnogih prethodnih tehnologija ne može se usporediti s utjecajem revolucije moderne tehnologije. Napredak tehnologije veliki je pokretač razvoja i rezultirao je povećanjem produktivnosti, napredovanjem obrazovanja, razvojem zajednice, stvaranjem snažnijeg i pojačanog gospodarskog rasta. Ispada da se tehnološki napredak i tehnološka promjena te produktivnost koriste kao zamjenjivi pojmovi koji naglašavaju prirodu tehnologije kao sposobnost da proizvede veće skupine rezultata. Proces automatizacije usmjeren je na uklanjanje rutinskog rada na način da povećava učinkovitost u aktivnostima koje se oslanjaju na ponavljajuće procese. Promatra se kao proces koji naglašava poboljšanja produktivnosti angažiranjem dodatnih i bolje kvalificiranih radnika ili kao postupak koji jednostavno naglašava reorganizaciju proizvodne djelatnosti (Jimenez, 2019).

Tehnologija je predstavljena i kao proces stvaranja znanja koji se događa privatnim istraživačko-razvojnim aktivnostima u poslovnom sektoru ili ulaganjem u ljudski kapital (obrazovanje) na razini cijele ekonomije. Teorija rasta tehnologije se promatra kao pojam koji poboljšava produktivnost i ovisi o stvaranju ideja. Omogućuje gospodarstvu smanjeni povrat kapitala koji postiže endogeni eksponencijalni rast. Primjerice, davanje jednog prijenosnog računala jednom radniku čini tog radnika produktivnijim (pod uvjetom da ga zna koristiti), a opet stvara novi algoritam (npr. pristup internetu) koji čini bolje svima. U prvom slučaju, učinkovitost ovisi o broju prijenosnih računala

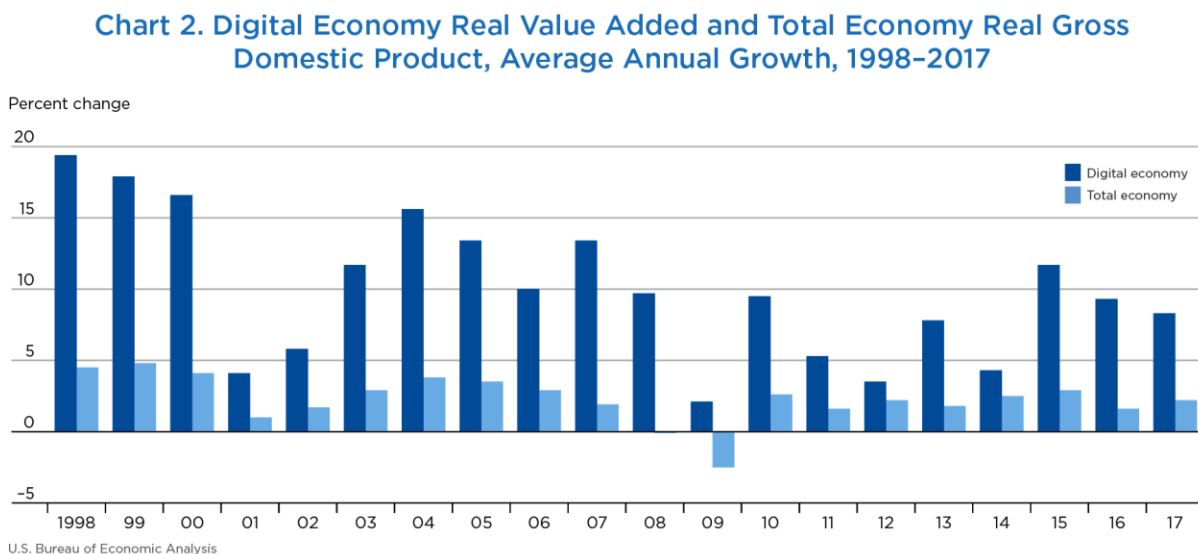
po radniku, a u drugom uporaba algoritma od jedne osobe, ne sprječava drugu osobu da istovremeno koristi isti algoritam. Učinkovitost u ovom slučaju se broji u ukupnom fondu ideja (Jimenez, 2019).

3.2. Digitalna ekonomija

Brzim rastom interneta koji je započeo sredinom 1990-ih, digitalni svijet se proširio i promijenio način poslovanja poduzeća i način na koji potrošači sudjeluju u transakcijama s poduzećima i jedni s drugima. Računala su sveprisutna, a gospodarstvo se oslanja na digitalne i internetske tehnologije kakve ljudi nisu mogli predvidjeti. Tehnologije nastavljaju mijenjati način na koji ljudi komuniciraju, kupuju robu i usluge i obavljaju svakodnevne zadatke. Ne postoji sumnja u važnosti digitalne tehnologije u svjetskom poslovanju i njezine uloge u poticanju gospodarskog rasta i konkurentnosti. Mjerenje učinka digitalne ekonomije ključno je za razumijevanje cjelokupne ekonomije s obzirom na sve veće oslanjanje tvrtki i potrošača na digitalne proizvode i usluge. Ured za ekonomsku analizu (skraćeno: BEA) i druge agencije u Ministarstvu trgovine istražuju i objavljuju izvješća koja mjere učinak digitalne ekonomije, interneta i nove ekonomije već gotovo dva desetljeća. Uprava za ekonomiju i statistiku mjeri digitalnu ekonomiju još od kraja devedesetih godina. (Barefoot, 2018).

Realna vrijednost digitalne ekonomije i realni bruto domaći proizvod ukupnog gospodarstva od 1998 do 2017. godine prikazana je na slici iznad. Tijekom razdoblja od 1998. do 2017. godine, digitalno je gospodarstvo ostvarilo prosječni godišnji rast stvarne vrijednosti od 9,9% u usporedbi s 2,3% rasta ukupnog gospodarstva. Međutim, stopa rasta značajno je varirala između početka i kraja izmjerene razdoblja. Digitalna ekonomija najbrže je rasla tijekom navedenog razdoblja krećući se od 33,6% prosječnog godišnjeg rasta, no u posljednjem desetljeću, rast je usporio na 5,0%.

Slika 2. Realna vrijednost digitalne ekonomije i realni bruto domaći proizvod ukupnog gospodarstva



Izvor: Survey of Current Business, The Journal of the U.S. Bureau of Economic Analysis, dostupno na: <https://apps.bea.gov/scb/2019/05-may/0519-digital-economy.htm>, (03.05.2021)

Jezgra digitalne ekonomije je digitalni sektor, IT sektor koji proizvodi temeljnu digitalnu robu i usluge. Digitalna tehnologija se definira kao dio gospodarske proizvodnje koji proizlazi isključivo ili prvenstveno iz digitalnih tehnologija s poslovnim modelom koji se temelji na takovoj robi ili uslugama. Sastoji se od digitalnog sektora i novih digitalnih usluga. Digitalna ekonomija čini oko 5% svjetskog BDP-a i 3% svjetske zaposlenosti. Ipak, prisutne su značajne nejednakosti. Globalni Sjever posjeduje velik dio digitalne ekonomije, ali ipak stope rasta su najbrže na Jugu. Stope rasta digitalnog gospodarstva brže su od sveukupnog gospodarskog rasta. Na primjer, internetsko gospodarstvo u G20 raste 10% godišnje što je znatno brže od ukupnog gospodarstva G20. Rast je još veći u gospodarstvima zemalja u razvoju i on iznosi od 15 i 25% godišnje. Gledajući srodne elemente, najbrži rast e-trgovine bilježi se na globalnom Jugu zajedno sa rastom mobilnog sektora, a ukoliko se barijere prevladaju potencijalne stope rasta bi mogle biti još veće.

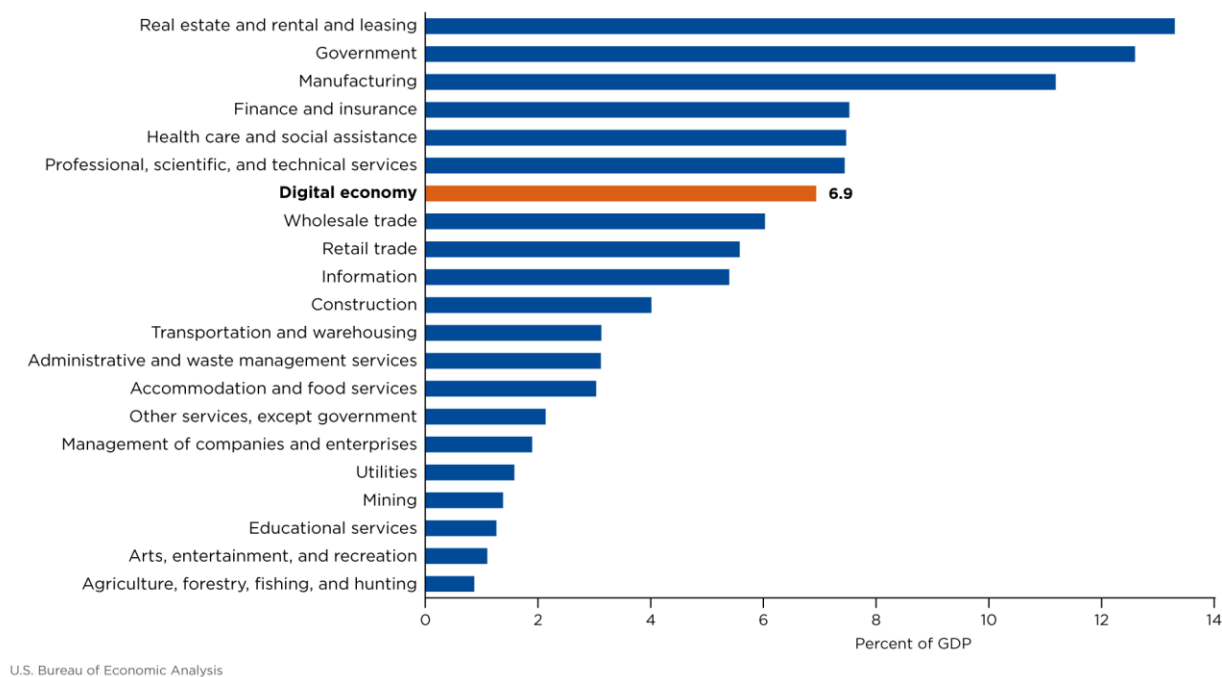
Mjerenje digitalne ekonomije suočava se s izazovima loše kvalitete podataka, problemima s cijenama i nevidljivosti većine digitalnih aktivnosti stoga je potrebno je uložiti dodatne napore

kako bi se istražile i provjerile navedene zapreke i interveniralo u dobru kvalitetu s ciljem realizacije punog potencijala digitalne ekonomije (Bukht, 2019).

U nastavku se nalazi graf 1. koji prikazuje digitalnu ekonomiju i udio industrije BDP-a u 2017. godini. Stvarna vrijednost digitalne ekonomije iznosila je 1.483,5 milijardi dolara. Procjene pokazuju kako je digitalno gospodarstvo bilo pokretač rasta BDP-a tijekom cijele godine. Snaga digitalne ekonomije dovela je do toga da doprinosi gospodarskom rastu više od svog udjela u gospodarstvu. Primjerice, u 2017. godini digitalna ekonomija činila je samo 6,9% gospodarstva.

Graf 1. Digitalna ekonomija i udio industrije u ukupnom bruto domaćem proizvodu, 2017

Chart 1. Digital Economy and Industry Share of Total Gross Domestic Product, 2017



Izvor: Survey of Current Business, The Journal of the U.S. Bureau of Economic Analysis, dostupno na: <https://apps.bea.gov/scb/2019/05-may/0519-digital-economy.htm> , (03.05.2021)

3.3. Tehnologija i trgovina u stvaranju (ne)jednakosti

Nejednakost dohotka ozbiljan je globalni problem, a dokazi ukazuju da je svjetski dohodak koncentriran u moći nekolicine bogate elite. Prema Fuentes- Nievi i Galassu (2014) gotovo

polovica svjetskog bogatstva u vlasništvu je jednog postotka najbogatijih, a preostali postotak vlasništvo je ostatka svjetskog stanovništva. Porast nejednakosti posljednja dva desetljeća, primjećuje se i u zemljama u razvoju i u razvijenim gospodarstvima. Početkom 1980-ih mnoge su zemlje u razvoju slijedile put otvorenosti trgovine i otvorila svoja gospodarstva međunarodnom tržištu. Raspravljalo se o prednostima i nedostacima otvorenosti trgovine s obzirom na nejednakost, a ta rasprava je i dalje aktualna.

U razdoblju liberalizacije trgovine, usvajanje nove i učinkovitije tehnologije može povećati nejednakost dohotka u zemljama u razvoju. Da bi se upravljalo novom tehnologijom, povećana potražnja za kvalificiranom radnom snagom povećati će plaće te kvalificirane radne snage i smanjiti potražnju za nekvalificiranom radnom snagom. To će rezultirati porastom nejednakosti dohotka. Međutim, tvrdi se da će se razlike između plaća kvalificiranih i nekvalificiranih radnika s vremenom smanjivati. Stope plaća nekvalificirane radne snage povećavaju se zbog određenog nedostatka ponude što zauzvrat smanjuje jaz u plaćama i nejednakosti u dohotku (Muzammil, 2018).

Ne postoji jasan odnos između liberalizacije trgovine i nejednakosti. U zemljama u razvoju utvrđeno je da otvorenost trgovine smanjuje nejednakost u dohotku. Tvrdi se da liberalizacija trgovine smanjuje cijene kvalificirane robe zbog strane konkurencije koja relativno smanjuje plaće kvalificirane radne snage. Outsourcing proizvodnje definira važnu ulogu u objašnjavanju odnosa između liberalizacije trgovine i nejednakosti plaća u zemljama u razvoju. Outsourcing proizvodnje iz razvijenih zemalja u zemlje u razvoju povećava proizvodnju robe koja zahtijeva vještine u razvijenim zemljama, dok se proizvodnja nekvalificirane robe mijenja u zemljama u razvoju (Muzammil, 2018).

4. GLOBALIZACIJA I KRIVOTVORENJE ROBA

4.1. Definiranje krivotvorenja

Krivotvorenje je staro tisuću godina, no uvjeti globalizacije tržišta omogućili su idealne uvjete za intenziviranje tih radnji. Kako se proizvodnja ekstenzivirala, inozemne tvornice su (ne)legalno izrađivale robu za razvijeni svijet. Krivotvorenje je postalo ekonomski problem međunarodne važnosti i dovelo je do raznih protumjera utemeljenih na zakonitim, političkim, administrativnim ili poslovnim tehnikama. Kupci krivotvorenih proizvoda također pokušavaju opravdati svoje ponašanje. Može se primijeniti teorija kognitivne disonance koja pomaže objasniti mentalni proces koji potrošači prolaze kada se nose s disonancom, a zauzvrat dobivaju preliminarni okvir. Taj okvir integrira odrednice i varijable za stavove prema krivotvorenju i namjerama kupnje krivotvorenih proizvoda. Također razmatra interakciju stavova, odluka o kupnji i namjerama (Eisend, 2006).

Krivotvorenje proizvoda stvara niz potencijalnih problema legitimnim markama, uključujući gubitak prodaje i dobiti, nezadovoljstvo potrošača, sigurnosna pitanja, zabrinutost u lancu opskrbe pa čak i rizike odgovornosti tvrtke. Svaki od ovih čimbenika može oštetiti kapital robne marke. Tvrtke se obično bore protiv proizvodnje i distribucije krivotvorene robe pravnim provođenjem prava na zaštitni znak. Unatoč kontinuiranom porastu aktivnosti provedbe, dostupnost krivotvorina raste. Krivotvorine izvode svoj identitet zrcaljenjem legitimnih marki, čime se povezuju lažni podaci s originalom. Zbog takve povezanosti, ljudska konceptualizacija robnih marki izravno utječe na razumijevanje krivotvorina. Tradicionalna pravna perspektiva na marku gleda kao na spoj intelektualnog vlasništva koji uključuje zaštitne znakove i dizajne, autorska prava, patente i poslovne tajne. Otkrivanje krivotvorina također je postalo teže s poboljšanjem kvalitete i povezivanjem unutar legitimnih kanala opskrbe. Internetska trgovina predstavlja dodatne izazove za otkrivanje, uključujući nemogućnost potrošača da pregleda robu prije kupnje. U prošlosti je distribucija krivotvorene robe često bila razdvojena netipičnim fizičkim maloprodajnim kanalima poput ulične prodaje. Takav model distribucije zahtijeva da se sastanu prodavač i kupac što omogućuje detaljan pregled robe prije kupnje. Ova kombinacija geografske blizine i nadzora kvalitete prouzročila je širenje ilegalne robe. Mrežna maloprodaja omogućava globalnu distribuciju i eliminira inspekciju prije kupnje te značajno povećava dostupnost krivotvorina (Evans, 2017).

Krivotvoreni proizvodi mogu se naći u gotovo svakoj online lokaciji. Internet je idealan za krivotvoritelje jer im omogućuje da sami sebe prikriju i prirodu svojih proizvoda. Ista mjesta koja olakšavaju trgovinu i podržavaju društvene angažmane te osobne veze također pružaju mogućnost krivotvoritelja da komunicira s potrošačima. Širenje tehnologije i uključivanje u internetsku trgovinu pogoršali su problem internetskog krivotvorenja. Jedan od ključnih čimbenika koji potiče stalni rast broja krivotvorenih proizvoda pronađenih na internetu bio je rast legitimne e-trgovine (Kennedy, 2020).

4.2. Krivotvorenje u doba digitalizacije

Trgovina krivotvorenih proizvoda može oštetiti kompanije, usporiti ekonomski rast i izmijeniti svjetsku konkurenciju. Također, utječe i na sigurnost građana u smislu da može izbjeći sigurnosne kontrole i mjere te potiče kriminalne radnje. Prema najnovijoj i najsveobuhvatnijoj procjeni, krivotvorine iznose približno 2,5% svjetske međunarodne trgovine, a taj postotak je dvostruko veći u Europskoj Uniji. Izvješća pokazuju da se krivotvorenje širi izvan tradicionalno ciljanih sektora kao što su cigarete, satovi i odjeća, a sve se više javlja kod visokotehnoloških proizvoda kao što su USB stickovi, zvučni uređaji, video igre i srodni proizvodi (OECD, 2017).

Učinak krivotvorenja na uspješnost tvrtki, posebno onih koje se više oslanjaju na inovacije, vrlo su diskutabilne i teško ih je procijeniti. Krivotvorine također potiču povećanje cirkulacije robne marke ili baze korisnika proizvoda ciljane tvrtke, a to može donijeti korist tvrtki, posebno u prisutnosti internetskih učinaka. Na primjer, japanski se inovacijski sustav značajno oslanjao na obrnuti inženjering sredinom prošlog stoljeća što je omogućilo tehnološko sustizanje inovacija tijekom duljih vremenskih razdoblja. Kasnije je to omogućilo japanskim tvrtkama da provode naknadni izvorni razvoj tehnologija koje su proširile granicu znanja u korist šire industrije. Sličan je put slijedila i Južna Koreja. Oni su na tehnološka tržišta ušli pretežno proizvodnjom ili distribucijom lokalnih proizvoda temeljenih na tehnologiji zahvaljujući jeftinim resursima, a sada se trude postati legitimni proizvođači tehnologija (Butttice et al., 2020).

4.3. Utjecaj krivotvorenih roba na prodaju, dobit i inovacije

Prisutnost krivotvorene robe mogla bi imati mješovit učinak na prodaju originalnih proizvoda. Ispituju se učinci kršenja stranih korisnika prava intelektualnog vlasništva (zaštitnog znaka, autorskih prava ili patenata) u vlasništvu američkih tvrtki. Pojava krivotvorenja povećava tržišne cijene originalne robe, potaknuta povećanjem troškova i smanjenjem prodaje originalne robe kao odgovor na krivotvorenu prodaju. Učinak krivotvorenja na prodaju također može biti neizravan i ovisiti o promjeni opažene vrijednosti marke i/ ili ukupne reputacije tvrtke izazvane ilegalnim kopijama. Prisutnost lažnih proizvoda može stvoriti zbunjenost kupaca s daljnjim negativnim učincima na izvornog proizvođača. Krivotvorine smanjuju kapital marke, posebno luksuzne robe. Razlog je taj što je ilegalna roba obično lošije kvalitete što šteti ukupnoj atraktivnosti ili ugledu proizvoda. Krivotvorine smanjuju percepciju ekskluzivnosti i jedinstvenosti proizvoda (Evans, B. P., Starr, R. G., Brodie, R. J., 2017).

Tvrtke koje se suočavaju s prijetnjom krivotvoritelja djeluju na način da strateški planiraju načine suočavanja s potencijalnim prijetnjama. Takve aktivnosti mogu generirati značajne troškove za pogođena poduzeća stoga ulažu u diferencijaciju proizvoda koja se može odnositi na unaprjeđenje značajki ili funkcionalnost proizvoda što bi moglo obuhvatiti nova skupa tehnološka dostignuća. Inovativnost se može odnositi i na druge funkcije proizvoda ili kroz kupčevo iskustvo prilikom kupovine. Na primjer, tvrtka može pružiti složenu ambalažu (npr. skupe kutije, potvrde o podrijetlu) ili može uključivati digitalne vodene žigove ili druge visokotehnološke oznake za praćenje proizvoda. Takve aktivnosti često podrazumijevaju upotrebu skupih sustava praćenja i povećane troškove za marketing kampanje te podizanje svijesti kupaca (Marinković i Dunković, 2019).

4.4. Učinci krivotvorenja

Industrije širom svijeta svake godine gube milijarde dolara zbog krivotvoritelja. Ovi troškovi utječu na države na više različitih načina. Prije svega, industrije koje se nađu u izravnoj konkurenciji s krivotvoriteljima trpe izravan gubitak u prodaji. Zapravo, na nekim tržištima čak dominiraju krivotvoritelji stvarajući prepreke ulasku proizvođačima izvornog proizvoda. Mnogi krivotvoreni

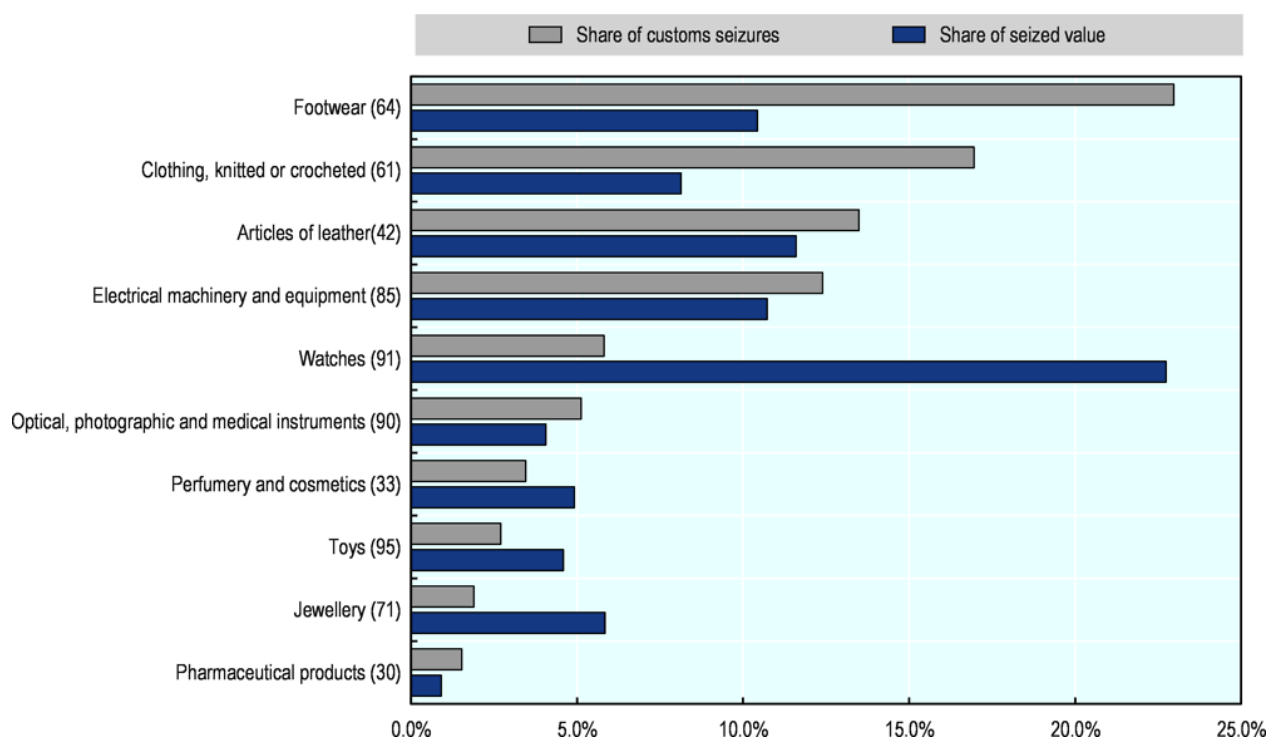
proizvodi danas su kvalitetniji i izravno se natječu s izvornim proizvodima. S druge strane, potrošači koji vjeruju da su kupili izvorni proizvod, a zapravo je lažan, često krive proizvođača originalnog proizvoda. Čak i jeftiniji i očitiji primjerci koji se kupuju dobrim namjerama predstavljaju ozbiljnu prijetnju tvrtki koja želi da se njezini brendovi povežu s kvalitetom i ekskluzivnošću. Pored izravnih gubitaka od prodaje i kupčevih preferencija, ne treba zaboraviti ni troškove koji su uključeni u zaštitu i provedbu prava intelektualnog vlasništva. Vlasnik prava uključuje se u skupe istrage i parnice u borbi protiv krivotvoritelja. Proračun za borbu protiv krivotvorenja rijetko je striktno definiran unutar organizacije, a obuhvaća sinergijsko djelovanje nekoliko odjela kao što su marketing, ljudski resursi, razvoj proizvoda i pravni odjeli (Phillips, 2005).

Zemlje trpe materijalne i nematerijalne gubitke. Prvo, strani proizvođači renomiranih proizvoda nerado proizvode u zemljama u kojima je stopa krivotvorenja velika jer se ne mogu pouzdati u provođenje svojih prava intelektualnog vlasništva. Takve zemlje ne samo da gube izravna strana ulaganja, već i propuštaju inozemnu stručnost. Drugo, ako mnogi proizvodi iz takvih zemalja, uključujući originalne, steknu reputaciju loše kvalitete, to će uzrokovati izvozne gubitke što zauzvrat podrazumijeva i gubitak radnih mjesta te gubitak deviza. Moglo bi se tvrditi da industrija krivotvorenja stvara radna mjesta, ali ti su poslovi često slabo plaćeni, često uključuju nekvalitetne radne uvjete i dječji rad. Treće, temelj za razvoj novog poslovanja u zemlji je postojanje pravnog sustava za zaštitu prava poduzetnika i promicanje poštene konkurencije. Daljnji izravni gubitak za vladu zemalja koje su postale utočištem krivotvoritelja su porezni gubici jer krivotvorine se obično prodaju tajnim kanalima, a krivotvoritelji ne plaćaju porez na svoje neovlašteno stečene dobitke (OECD, 2019).

Zemlje koje promiču strože provođenje prava intelektualnog vlasništva u svijetu imaju snažne argumente. Ekonomski troškovi krivotvorenja takvih zemalja uključuju gubitak radnih mjesta, propuštene mogućnosti prodaje i izgubljene porezne prihode. Dugoročno krivotvorenje obeshrabruje ulaganja u razvoj proizvoda jer tvrtka neće imati sve koristi od svog ulaganja. Vlade će također morati trošiti sve veće iznose novca na financiranje policije i drugih istražnih i izvršnih sektora. Nadalje, pravosudne vlasti, uključujući sudove i zatvorsku službu, trebaju potrošiti dodatno vrijeme i novac na izricanje presuda i rješavanje krivotvoritelja. U konačnici, potrošač je

taj koji plaća troškove neloyalne konkurencije. Iako mnogi potrošači vjeruju da dobivaju povoljne cijene kad kupuju krivotvorine, stvarna vrijednost proizvoda obično je puno niža. Loša kvaliteta mnogih krivotvorina, posebno onih koje se tiču zdravlja i sigurnosti, imale su katastrofalne učinke. Krivotvoreni proizvodi više nisu rijetki u transportnoj industriji. Radnici u tvornicama u kojima se proizvode krivotvorine često se iskorištavaju. Često rade u lošem radnom okruženju i izloženi su zdravstvenim i sigurnosnim rizicima te su i slabo plaćeni. Krivotvorenje je privuklo i organizirane i sitne kriminalce koji su ne samo ostvarili ogromnu dobit od ovakve trgovine, već su je i koristili kao sredstvo za ulaganje prihoda od kriminala za financiranje drugih kaznenih djela (OECD, 2019).

Graf 2. Vodeći krivotvoreni proizvodi u svijetu, 2019



Izvor: *OECD/EUIPO (2019), Trends in Trade in Counterfeit and Pirated Goods*, dostupno na: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/fe58fe07-en/index.html?itemId=/content/component/fe58fe07-en>, (03.05.2021)

Graf 2. pokazuje deset različitih proizvoda prema udjelu carinske pljenidbe i oduzete vrijednosti. U top pet proizvoda spadaju igračke, satovi, optički i medicinski instrumenti, električni strojevi i oprema i nakit. Iako igračke bilježe najveći broj zaplijeni, njihova vrijednost iznosi oko i ispod 5%,

dok iznos satova vrijedi u oduzetoj vrijednosti preko 20%, a tenisica jednako toliko samo u iznosu zaplijene carine.

4.5. Rješenje krivotvorenih proizvoda

Krivotvorine nanose ogromnu štetu tvrtkama robnih marka oštećujući tržišne udjele i smanjujući spremnost kupaca za plaćanjem. Mnoge tvrtke razvijaju i primjenjuju tehnologije protiv krivotvorenja kako bi spriječile da krivotvoritelji oponašaju njihove proizvode. Na taj način pomažu i kupcima da razlikuju pravi proizvod od lažnog. U praksi postoje dva principa koja se široko koriste za sprečavanje i borbu protiv krivotvorenih proizvoda, pravne radnje i tehnologije protiv krivotvorenja. Regulatorna tijela mogu uspostaviti timove za provođenje prava intelektualnog vlasništva, rješavati slučajeve kršenja prava intelektualnog vlasništva i poduzimati pravne radnje kad god je to potrebno (npr. ukidanje poslovnih licenci i naplaćivanje novčanih kazni). Međutim, čak je i danas provedba prava intelektualnog vlasništva u ekonomijama u usponu slaba i ograničena zbog veličina tržišta, neadekvatnih proračuna i nedostatka pažnje posvećenosti zaštite prava intelektualnog vlasništva (Yao i Zhu, 2019).

Kako su izvijestili mediji, 50% robe koja je navedena na najvećem internetskom tržištu ili je lažna ili krši prava intelektualnog vlasništva. Shvaćajući nesavršenost provođenja prava intelektualnog vlasništva, tvrtke velikih brendova oslanjaju se na napredak u tehnologijama protiv krivotvorenja. Oni razvijaju i primjenjuju značajke protiv krivotvorenja koje svojim kupcima vjerojatno mogu pomoći u razlikovanju originalnih proizvoda od krivotvorenih. Svjetsko tržište krivotvorenih proizvoda procijenjeno je na 107, 26 milijardi USD u 2016. godini, a predviđa se da će doseći 206, 57 milijardi USD u 2021. godini. Sve veći broj tvrtki razvija ili usvaja web stranice koje svojim kupcima omogućuju provjeru izvornosti kupljenih proizvoda putem interneta (npr. unosom i provjerom valjanosti identifikacijskih proizvoda jedinstveno generiranih za svaku dodijeljenu jedinicu). Nažalost, krivotvoritelji također koriste tehnološki razvoj i počinju oponašati značajke proizvođači lažne naljepnice, certifikate, pakete ili izrađujući lažne web stranice za provjeru identiteta proizvoda (Yao i Zhu, 2019).

Primjer. Gucci u borbi protiv krivotvoritelja

Gucci je luksuzni talijanski brend odjeće i proizvoda od kože, dio je grupe Gucci koja je u vlasništvu francuske grupe Kering. Tvrtku je osnovao Guccio Gucci u Firenci 1921. Trenutno tvrtka generira 4,2 milijarde eura u cijelom svijetu, nalazi se na 51. mjestu najprofitabilnijih marki prema Interbranrankingu 2017. Gucci je najprodavanija i prepoznatljiva talijanska marka s 278 servisiranih trgovina širom svijeta. 2017. godine marka je procijenjena na 9, 969 milijardi dolara. Gucci je jedan od najviše kopiranih i krivotvorenih robnih marki na svijetu (DeFanti, M., Bird, D., Caldwell, H, 2014). Kako bi krivotvorenje učinilo težim i istovremeno zadovoljilo zahtjeve sve zahtjevnijih kupaca, tvrtka je uvela mnogo novih materijala, npr. vodootporno platno i saten koji se koriste za proizvodnju večernjih torbi. Ekskluzivni materijali poput bambusa prvi put su korišteni za izradu torbica 1947. godine, a kasnije je korišten za sprečavanje krivotvorenja.

Drugi način da se zaustavi krivotvorenje je zaštitom autorskih prava tvrtke. Gucci izuzetno pažljivo postupa sa svojim zaštitnim znakovima jer je to dio identiteta tvrtke. Marka pokušava zaštititi svoj logotip kao integrirani dio tvrtke. Nažalost, postoji puno krivotvoritelja koji reproduciraju lažne Guccijeve proizvode. Takvim činom uništava se marka. 2012. godine Gucci je pobijedio u sporu oko zaštitnog znaka protiv tvrtke Guess. Nadalje, 2013. godine tvrtka je dobila još jedan slučaj zbog krivotvorenja žiga na američkom saveznom okružnom sudu protiv nekoliko tvrtki koje posluju na internetu.

No, istina je da su svjetske marke poput Guccija krivotvorene i biti će krivotvorene. Nažalost, krivotvorenje negativno utječe na izvornu tvrtku. Potrošači vjeruju da marka gubi velik prihod zbog takve štetne djelatnosti. Marka svoj prestiž mora graditi kroz pozitivan imidž. Gucci je snažna marka s vrlo snažnom pozicijom na tržištu zahvaljujući brizi o vlastitom imidžu i borbi protiv krivotvorenja (Kasztalska, 2018).

4.6. Istraživanje upoznatosti studentske populacije s krivotvorenjem robe

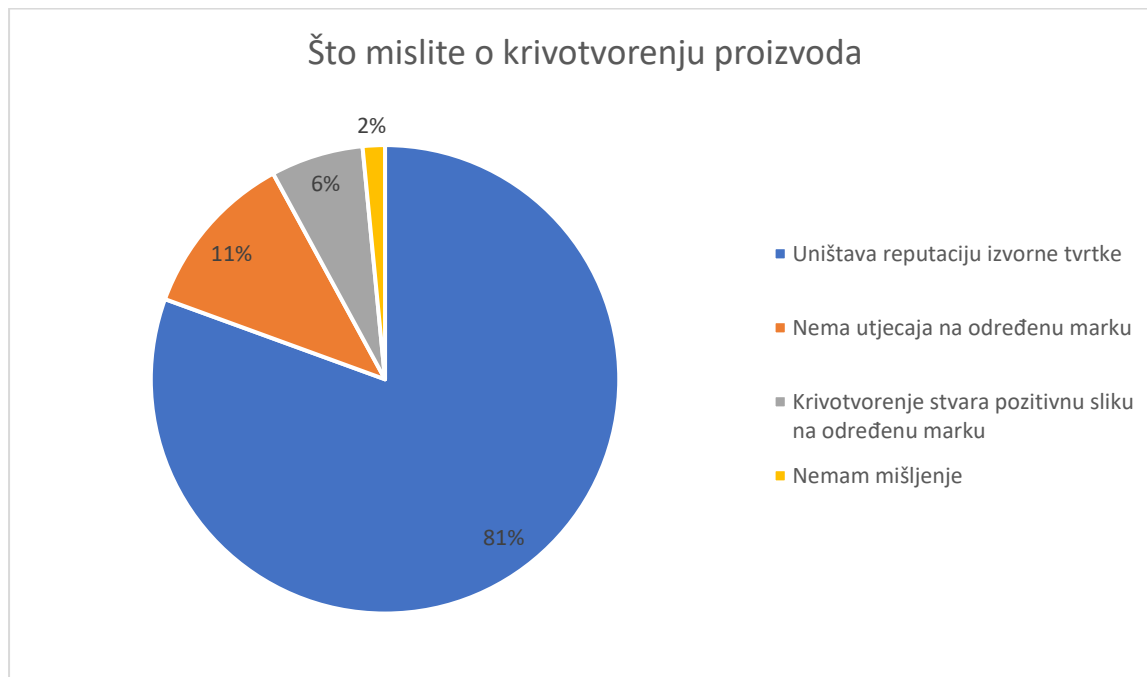
Istraživanje je provedeno metodom ankete koja je samostalno izrađena te se rezultati nalaze u ovom radu. Anketni upitnik sastoji se od deset pitanja. Pri izradi korišten je književni jezik i postavljena pitanja nisu dvosmislena. Također, skrenuta je pažnja na postavljanje pitanja tako da ne navode na

određen odgovor. Anketa je provedena direktnom komunikacijom uz samostalno popunjavanje anketnog listića svakog ispitanika i provedena je u roku od pet dana od početka distribucije (29.03.2021. i 02.04.2021.).

Anketni upitnik proveden je u svrhu boljeg razumijevanja potrošača o krivotvorenju roba. Radi se o pismenoj metodi prikupljanja podataka o stavovima i mišljenjima 80 ispitanika studentske populacije Ekonomskog fakulteta u Zagrebu od 20 do +33 godina starosti. Ipak, najveći broj ispitanika spada u skupinu između 20 i 26 godine, njih čak 67%. Ostali ispitanici podjednako su distribuirani (oni između 27 i 33 godine te oni koji imaju 33 i više godina). U ispitivanju je sudjelovala uglavnom ženska populacija (80%). Najveći udio ispitanika čine studenti (60%), zatim oni koji su zaposleni (34%), a samo je 6% onih koji su nezaposleni.

U anketnom upitniku, ispitanici su dali svoj osobni sud i mišljenje o samom krivotvorenju proizvoda, a iz prikazanog grafa može se vidjeti da je percepcija ispitanika negativna, odnosno glavnina ispitanika (81%) smatra kako krivotvorenje robe uništava imidž tvrtke. Oprečnog je mišljenja svega 6% ispitanika koji vjeruju da krivotvorina ipak može stvoriti pozitivnu sliku na određenu marku. S druge strane, 11% ispitanika vjeruje da se krivotvorina i originalni proizvod međusobno isključuju, odnosno da krivotvorina nema apsolutno nikakav utjecaja na originalni proizvod.

Graf 3. Utjecaj krivotvorenja na originalan proizvod i reputaciju tvrtke

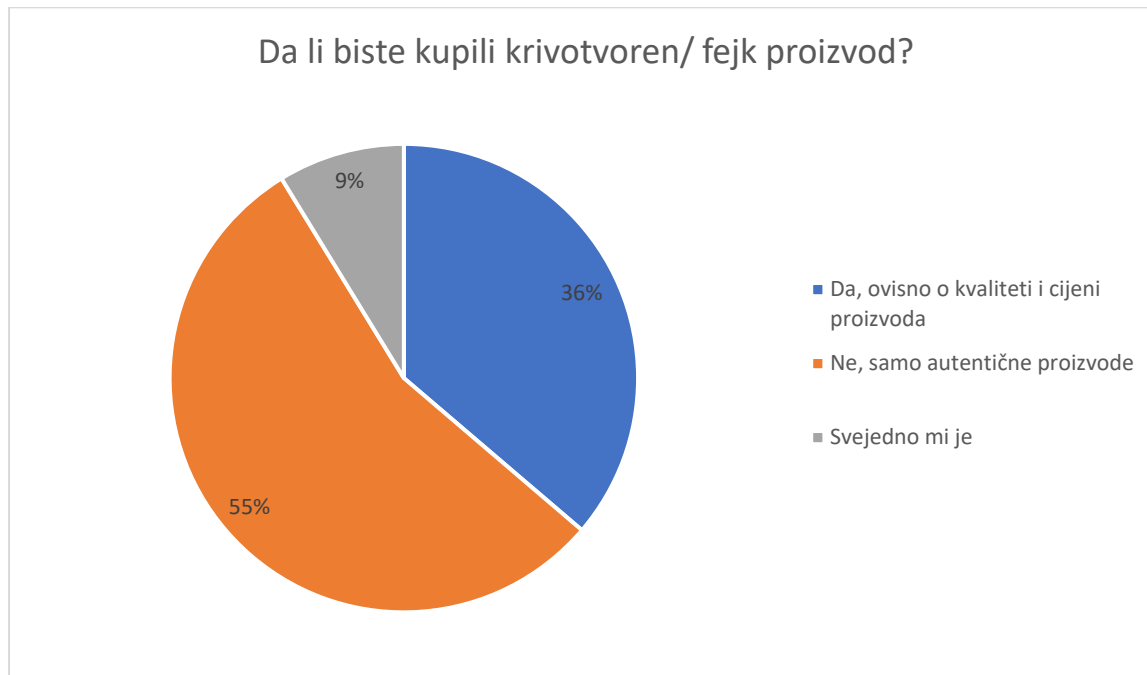


Izvor: autorsko istraživanje

Na pitanje o globalnom utjecaju i ozbiljnosti problema krivotvorenja na međunarodnom tržištu stekao se uvid o upućenosti ispitanika u problem krivotvorenja. Naime, 69% ispitanika smatra da je krivotvorenje problem globalnih razmjera s kojim se poduzeća i tržište bori, dok preostalih 31% ispitanika ne vidi ozbiljnu problematiku u postojanju krivotvorina na tržištu.

Dosadašnja iskustva i sklonost kupovini krivotvorina prikazana su na grafikonu 4. Najveći broj ispitanika bez obzira na cijenu, kvalitetu ili ostale čimbenike ne bi kupilo krivotvoren proizvod, već samo autentičan. Ipak, utvrđeno je da bi čak 36% ispitanika kupilo lažne proizvode ukoliko procijene da su kvaliteta i cijena zadovoljavajući, a 9% ispitanika je potpuno indiferentno po pitanju autentičnosti, odnosno, svejedno im je radi li se o originalu ili ne.

Graf 4. Tendencija kupovine krivotvorene robe



Izvor: autorsko istraživanje

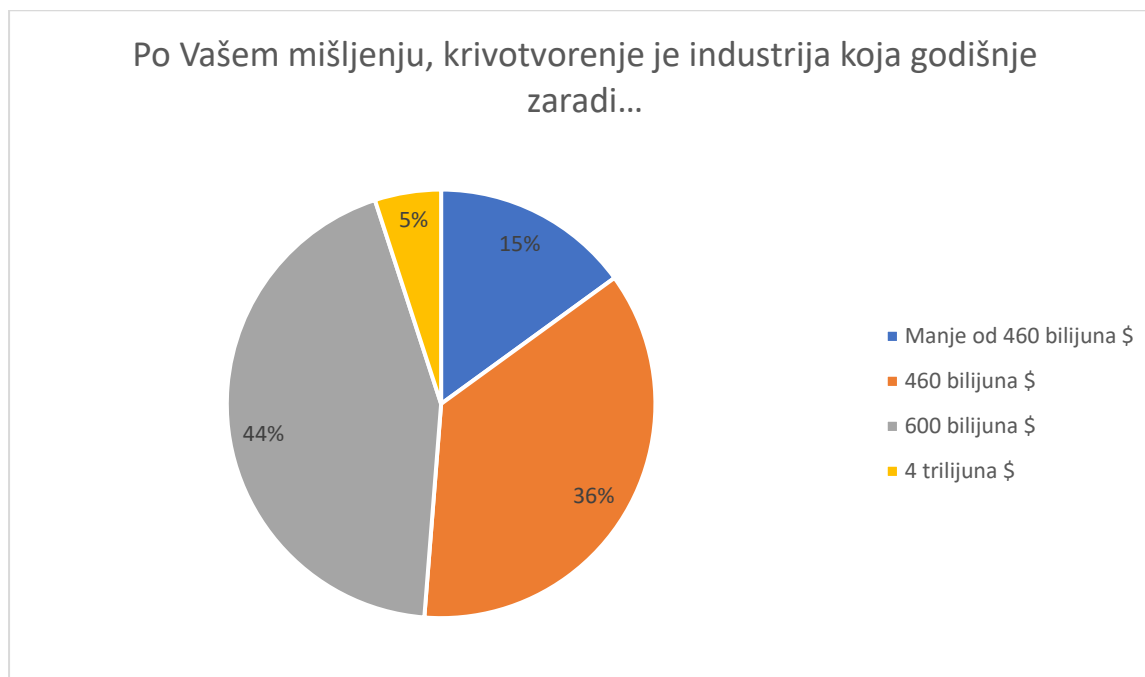
Istraživanjem se nastojao steći uvid i u akciju i reakciju ispitanika na nelegalne radnje po pitanju saznanja o postojanju krivotvorina na tržištu. Naime, 71% ispitanika je odgovorilo negativno što znači da većina nije zainteresirana da takav čin prijavljuje institucijama, iako rezultiraju brojnim drugim kriminalnim činovima i od početka ih treba zaustaviti. Ipak 29% ispitanika bi prijavilo krivotvorenje autentičnoj firmi. Postotak sveukupnosti odgovora govori kako populaciji ovakve djelatnosti ne stvaraju problem jer pretpostavka je da nisu dovoljno upućeni u njihovu dubinu problematike.

Na pitanje o zabrinutosti o autentičnosti proizvoda prilikom internetske kupovine, 80% ispitanika osjeća određenu nelagodu, sumnju i skepticizam po pitanju kvalitete i autentičnosti naručenog proizvoda s obzirom da internetska kupovina nema mogućnost fizičke opipljivosti proizvoda, već se potrošač pouzda u slike i recenzije prodavača. Ostatak ispitanika se osjeća potpuno sigurno i vjeruje u podatke koji su izneseni na stranicama na kojima obavljaju kupovinu

U istraživanju je postavljeno pitanje bi li ispitanici nosili krivotvorene proizvode samo kako bi se u društvenoj zajednici prikazali kao osoba većeg financijskog stanja, odnosno je li statusni simbol dovoljan motiv za nošenjem krivotvorenih luksuznih proizvoda. Više od 90% ispitanika odgovorilo je negativno na ovo pitanje, dok je ostatak odgovorio pozitivno.

Posljednjim se pitanjem nastojao steći uvid u informiranost ispitanika po pitanju vrijednosti industrije krivotvorenja, odnosno njihove zarade na godišnjoj razini. Ispitanicima su ponuđena četiri odgovora. Svaki odgovor je točan, no razlika je u godini dostignuća određenog profita. Naime, 2020. godine ostvaren je profit od 4 trilijuna američkih dolara, a ostali iznosi vezani su za 2017. i 2013. godinu. Odgovori upućuju u raznolikost mišljenja oko ove ilegalne djelatnosti.

Graf 5. Vrijednost krivotvorenja



Izvor: autorsko istraživanje

Diskusija rezultata istraživanja

Na temelju istraživanja donesene su određene pretpostavke i zaključci. Rezultati pokazuju kako ispitanici neovisno o spolu nisu upućeni u štetu prouzrokovanu krivotvorenjem robe. U istraživanju

su sudjelovale osobe od 20 do 33 i više godina. Većina ispitanika mišljenja jest da krivotvorenje proizvoda šteti reputaciji izvorne tvrtke. Ispitanici koji imaju takvo mišljenje vjerojatno su se sami informirali o ovome konkretnom problemu. To je i iduće pitanje kojem velika većina ispitanika shvaća krivotvorenje robe kao globalni problem. Krivotvorenje robe ne samo da šteti autentičnoj tvrtki, već može biti vrlo opasno po samog kupca. Kupac kupuje robu jako loše kvalitete koji mogu biti opasni po zdravlje. To je bitna misao pri pogledu krivotvorenju kao globalnog problema. Kod kupnje krivotvorenih proizvoda preko 50% ispitanika ne bi kupilo takav proizvod, no ipak visok je i postotak onih kojih bi što iznosi 38%. Kupnja krivotvorenih proizvoda kod nekih ovisi o cijeni i kvaliteti tog proizvoda, s druge strane većini nije u interesu kupovati krivotvorenu robu ako nisu u financijskoj mogućnosti priuštiti si autentičan proizvod. Iduće pitanje odnosilo se na prijavu opaženog krivotvorenja nadležnoj instituciji ili autentičnoj tvrtki. Ispitanicima nije u svijesti da izlagače krivotvorenih proizvoda na ulicama ili preko internetskih stranica je potrebno prijaviti. Velik broj ispitanika zabrinut je oko autentičnosti proizvoda koje kupe preko interneta. U digitalnom okruženju takav kupac je u najvećem riziku pošto nema fizičkog kontakta i teže mu je uočiti razlike. Također, većina nije upoznata sa godišnjom zaradom krivotvoritelja koji zarađuju enormne svote i koje ne podilaze plaćanju poreza što stvara negativan učinak na određenu državu. Rezultatima istraživanja može se zaključiti kako bi države i određene institucije trebale stvoriti svijest građana kroz određene kampanje o krivotvorenju proizvoda. Moguća je i pretpostavka kako pojedinci nisu svjesni prave štete koju stvara krivotvorenje. Vrlo olako se shvaćaju sami krivotvoritelji u što spadaju sami takvi prodavači po ulicama i oni što drže takve prodavaonice. Oni koji se zapravo bave tim problemima ili osobe koje na svoju inicijativu proučavaju isto shvaćaju pravu srž posljedica koje krivotvorenje stvara.

5. ZAKLJUČAK

Globalizacija je uistinu složen fenomen koji obuhvaća veliku raznolikost trendova u ekonomskoj, socijalnoj i kulturnoj sferi. Danas je globalizacija otvorila put za svjetski razvoj, no taj napredak nije ravnomjeren jer se neke zemlje brže integriraju u svjetsko gospodarstvo što pokazuje brzi gospodarski rast i smanjena razina siromaštva u tim zemljama. Nadalje, to prouzrokuje nejednaku korist globalne zajednice što znači da su razvijene zemlje su u mnogo povoljnijem položaju nego zemlje u razvoju. Promatrajući i učinak globalizacije na svjetsku trgovinu i na trgovinu zemalja u razvoju, sasvim je očito da pospješuje gospodarski rast. Jedan od naglasaka globalizacije je da bi države trebale otvoriti svoja tržišta kako bi osigurale otvoreno trgovanje bez ograničenja. Liberalizacija trgovine bi dovela do uklanjanja svih ograničenja, uzrokujući da neograničene snage ponude i potražnje usmjere kretanje i supstituciju proizvodnih čimbenika što bi dovelo do učinkovitog ulaganja od strane proizvođača.

Tehnologija je jedan oblik snage u modernom obliku globalizacijskog poslovanja. Ona je revolucionirala svjetsko gospodarstvo i postala konkurentnom strategijom poduzeća. Pomažući u prevladavanju glavnih prepreka globalizacije i međunarodne trgovine, poput trgovinskih barijera, nedostataka zajedničkog etičkog standarda, troškova prijevoza i kašnjenja u razmjeni informacija. Omogućila je suradnju tvrtkama iz cijelog svijeta. Osim toga, doprinijela je stvaranju i rast globalnog tržišta. Multinacionalne korporacije mogu se smatrati središnjim uzročnikom globalizacije. Tržišta su naglo postala globalna. Multinacionalne kompanije sa sjedištem u jednoj zemlji često stvaraju inovacije u zemlji domaćina, a zbog tehnološkog napretka proširile su se na druge zemlje nekim vrstama izravnih stranih ulaganja što također olakšava kretanje istraživanja i razvoja.

Krivotvorenje proizvoda je jedan od oblika prijevare potrošača. To su ilegalno proizvedeni proizvodi koji nalikuju autentičnoj robi, ali su obično lošije kvalitete u smislu izvedbe, pouzdanosti ili trajnosti. Potrebno je naučiti što više o tržištu luksuznih dobara kao i o kupcima oba tržišta. Velik broj krivotvorina kupuje se putem interneta jer se kupac oslanja samo na podatke prodavatelja kojima je lako manipulirati. Internet omogućuje krivotvoriteljima prodaju lažne robe bez prethodne inspekcije potrošača. Mjere protiv krivotvorenja ne rezultiraju vodećom borbom,

posebno na tržištima luksuzne robe na kojima potrošači često svjesno kupuju krivotvorine. Procijenjeno je da ova industrija svake godine gubi čak 12 milijardi dolara. Štetu koju ova prodaja nanosi robnim markama, poduzećima i gospodarstvima stvara prihode za druge vrlo ozbiljne kriminalne radnje kao što su trgovina ljudima, pranje novca ili eksploatacija rada. Tvornice u kojima se proizvode takvi proizvodi u većini slučajeva krše zakone o radu i okolišu te osnovna ljudska prava. Kupnja krivotvorene robe je poput izdašnog davanja zločinu. Ipak, često se na isti gleda kao na zločin bez žrtve i u kojemu su potrošači spremni biti suučesnici.

LITERATURA

Knjige:

1. Hirst, P., Thompson, G. (2019): The handbook of globalisation, 3rd edition, Cheltenham, Edward Elgar Publishing Limited
2. Kennedy, J. P. (2020): The palgrave handbook of international cybercrime and cyberdeviance, 1st edition, Springer International Publisher
3. Marinković, A. R., Dunković, D. (2019): Trade perspectives in the context of safety, security, privacy and loyalty, Cambridge, Cambridge Scholar Publishing
4. Michie, J. (2019): The handbook of globalisation, 3rd edition, Cheltenham, Edward Elgar Publishing Limited
5. Phillips, T. (2005): Knockoff, The deadly trade in counterfeit goods, The true story of the worlds fastest growing crime wave, London, Kogan Page
6. Steger, M. B. (2017): Globalization, A very short introduction, 4th edition, Oxford, Oxford University Press
7. Zwart De, P., Zanden Van, J. L. (2018): The origins of globalization, Cambridge Books, Cambridge University Press

Znanstveni i stručni radovi:

1. Akametshin, E. M. et al. (2020): Digital economic challenges and economic growth in environmental revolution 4.0, Journal of environmental treatment techniques, str. 546-550
2. Bukht, R. (2019): Defining, conceptualising and measuring the digital economy, Working paper, Manchester, University of Manchester, str. 1
3. Buttice, V., et al. (2020): Counterfeiting in digital technologies, An empirical analysis of the economic performance and innovative activities of affected companies, Research Policy, str. 1- 12
4. Canuto, O. (2020.): The impact of Coronavirus on the global economy, Policy brief, Policy Center for the New South, str. 4- 6

5. Carlsson- Slezak, P. (2020): What Coronavirus could mean for the global economy, Harvard Business School, Harvard Business Review, str. 3
6. DeFanti, M., Bird, D., Caldwell, H. (2014): Gucci's use of a borrowed corporate heritage to establish a global luxury brand, Competition Forum, No 12(2), str. 45-56
7. Eisend, M. (2006): Explaining counterfeit purchases, A review and preview, Akademija marketinških znanosti, str. 1- 7
8. Ergashev, I., Farxodjonova, N. (2019): Integration of national culture in the process of globalization, Journal of Critical Reviews, Uzbekistan, Nacionalno Sveučilište u Uzbekistanu, str. 477- 479
9. Evans, B.P., Starr, R.G., Brodie, R.J. (2017): Counterfeiting: conceptual issues and complications for branding, Journal of product and brand management, vol. 28, str 707-708
10. Fuentes- Nieva, R., Galasso, V. N. (2014): Working for the few, Political capture and economic inequality, Munich Personal RePec Archive, Oxfam, str. 5-10
11. Gangopadhyay, P. (2018): Economics of globalisation, London, Ashgate, str. 68- 69
12. Ghemawat, P, Altman, A. S., (2017): The Laws of Globalization and Business Applications, Defining and measuring globalization, IESE Business School, Barcelona, str. 11-28
13. Jimenez, J. R. P. (2019): Mainstream and evolutionary views oof technology, economic growth and catching up, Journal of Evolutionary Economics, str. 823- 852
14. Kasztalska, A. M. (2018): Brand image and the fight against counterfeiting by the Gucci company, Magistarski rad, Katowice, Ekonomski fakultet Katowice, str.221-224
15. Kim, I. S., Milner, H. V. (2019): Multinational corporations and their influence through lobbying on foreign policy, Brookings Institution, str. 2- 4
16. Kugai, K. (2020): Globalization role in the modern world, Kyiv, Kyiv National University of Technologies and Design, str. 143- 146
17. Lund, S., Tyson, L. (2018): Globalization is not in retreat, Digital technology and the future of trade, Foreign Affairs, str. 130
18. Muzammil, R. R. (2018): How do the technology transfer and trade openness affect income inequality, A panel data analysis, Kashmir Economic Review, vol. 27, str 31-35

19. Oleg, A. (2019): Modern information technology development trends in the global economy and the economies of developing countries, *Revista Espacios*, vol. 40 str. 8
20. Organisation for Economic Co- Operation and Development (2017): Trade in Counterfeited ICT Goods
21. Organisation for Economic Co- Operation and Development (2019): The economic impact of counterfeiting, str. 22- 25
22. Ozili, P. K., Arun, T. (2020): Spillover of COVID-19: Impact on the global economy, Working paper, Essex, University of Essex, str. 1
23. Panayotova, E. V. (2020): International trade and competitiveness in the global economy, PhD Thesis, University of National and World Economy Bulgaria, Sofia, str. 262- 264
24. Robbins, M. (2018): Internet industry and international trade, Digital tradability in services, *Journal of World Trade*, str. 229
25. Shujiro, U., Narjoko, D. A. (2017): International trade and inequality, Working Paper Series, Asian Development Bank Institute, str. 2- 6
26. Sik Park, H. (2017): Technology convergence, open innovation and dynamic technology, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*
27. Yao, S., Zhu, K. (2019): The role of anticounterfeit technology in combating counterfeit products, Working paper, Hong Kong, The Chinese University of Hong Kong, str. 2- 5

Web stranice:

1. Investopedia, Foreign Exchange (Forex) (online), dostupno na:
<https://www.investopedia.com/terms/f/foreign-exchange.asp> , pristupljeno 18.03.2021

POPIS GRAFIKONA I TABLICA

Graf 1. Digitalna ekonomija i BDP	15
Graf 2. Top krivotvoreni proizvodi	21
Graf 3. Utjecaj krivotvorenja	25
Graf 4. Tendencija kupovine krivotvorene robe	26
Graf 5. Vrijednost krivotvorenja	27
Slika 1. Globalizacija kroz 5 stoljeća	5
Slika 2. Realna vrijednost digitalne ekonomije i realni bruto domaći proizvod ukupnog gospodarstva.....	14

PRILOG

Anketni upitnik

Hvala što ste odvojili vrijeme za rješavanje ove ankete. Ista je anonimna te provodi isključivo u svrhu istraživanja za završni rad Ekonomskog fakulteta u Zagrebu na temu "Analiza utjecaja globalizacije i tehnološkog razvoja".

1. Spol

-muško

-žensko

2. Godine

-20- 26

-27- 33

-33 i više

3. Radni odnos

-student

-zaposlen

-nezaposlen

4. Što mislite o krivotvorenju proizvoda

-uništava reputaciju izvorne tvrtke

-nema utjecaja na određenu marku

-krivotvorenje stvara pozitivnu sliku na određenu marku

-nemam mišljenje

5. Jeste li znali da je krivotvorenje proizvoda globalni problem?

-Da

-Ne

6. Da li biste kupili krivotvoren/ fejk proizvod?
 - Da, ovisno o kvaliteti i cijeni proizvoda
 - Ne, samo autentične proizvode
 - Svejedno mi je

7. Ako biste uspjeli utvrditi da ste kupili krivotvoren/ fejk proizvod, biste li ga prijavili izvornoj tvrtki?
 - Da
 - Ne

8. Brinete li se kada kupujete proizvode putem interneta da možda nisu autentični?
 - Da
 - Ne

9. Da li biste nosili krivotvorene/ fejk proizvode da sebe prikažete društvu kao osobu većeg financijskog stanja?
 - Da
 - Ne

10. Po Vašem mišljenju, krivotvorenje je industrija koja godišnje zaradi...
 - Manje od 460 bilijuna \$
 - 460 bilijuna \$
 - 600 bilijuna \$
 - 4 trilijuna \$

ŽIVOTOPIS

Osobni podaci

Ime i prezime: Mihaela Mrazović

Datum i mjesto rođenja: 17.11.1998., Zabok

Obrazovanje

- Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet u Zagrebu, listopad 2017- lipanj 2021
 - Preddiplomski stručni studij Poslovne ekonomije, smjer Trgovinsko poslovanje

Radno iskustvo

- Privredna Banka Zagreb, banka grupe Intesa Sanpaolo, Zagreb, travanj 2021 - danas
 - problematika utvrđivanja vlasničke strukture mikrosubjekata
- Asistent u marketingu, Tekstilpromet d.d., Zagreb, prosinac 2019- veljača 2021
 - kontaktiranje poslovnih poduzeća, unos baze podataka, izrada promotivnih materijala, pisanje objava nad društvenim mrežama
- Work&Travel USA, program kulturne razmjene, Martha's Vineyards, SAD, lipanj 2019-rujan 2019
 - rad na recepciji, prodaja u prodavaonici, posluživanje kupaca
- Asistent u prodaji, Smartoprema, Zagreb, listopad 2018- svibanj 2019
 - ispomoć voditelju prodavaonice, kontrola i priprema isporuka, rad s klijentima, rad na blagajni
- Ostali razni studentski poslovi
 - rad u ugostiteljstvu, lijepljenje deklaracija, promocije, rad u McDonald's-u, telefonsko anketiranje

Osobne vještine i kompetencije

- **Znanje stranih jezika:**
 - *Engleski jezik*- jasno izražavanje bez traženja odgovarajućih riječi, razumijevanje dugačkih i kompleksnih govora, čitanje specijaliziranih članaka koji se ne odnose na moje područje

- *Njemački i talijanski jezik*- komunikacija u jednostavnim i uobičajenim situacijama, čitanje vrlo kratkih, jednostavnih tekstova, razumijevanje fraza i najčešće korištenih riječi
- **Rad na računalu:** Microsoft Office paket, Trello, Slack, Canva, Adobe Lightroom, Google Apps
- **Vještine:** organiziranost, komunikativnost, sposobnost rješavanja problema, proaktivnost, timski rad, kreativnost