



Globalizace

Globalizace

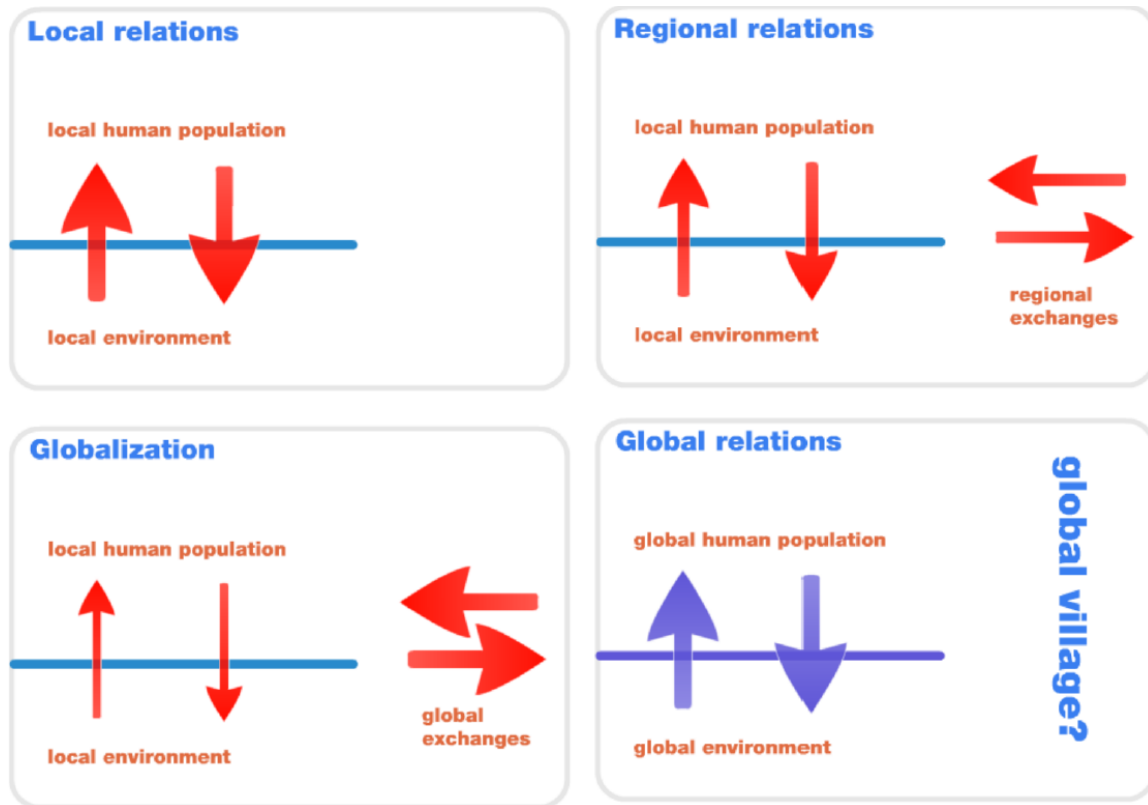
- vznik nové řádovostní úrovně organizace společnosti – globální
 - ovlivňuje společenský rozvoj i na nižších řádovostních úrovních
 - nové vztahy mezi globálním a lokálním, regionálním, národním a nadnárodním
 - globalizace je proces, kdy události, aktivity či rozhodnutí v jedné části světa mají významný dopad v jiné, velmi vzdálené části světa
- prostorová a neprostorová složka globalizace
 - prostorová: procesy se odehrávají ve stále větším měřítku (tzv. stretching)
 - neprostorová: v jednom prostoru neustále přibývá intenzita vazeb a procesů (tzv. deepening)

Globální vesnice ?

- úpadek vertikálních vztahů, nárůst horizontálních vztahů

- vertikální vztahy = vztahy k danému místu či regionu, provázanost místního prostředí a místní lidské společnosti

- horizontální vztahy = výměnné vztahy, vzájemné vztahy mezi jednotlivými lokalitami či regiony, závislost se odehrává v globálním měřítku



Globální jevy, procesy a problémy

- globální jevy mohou, ale nemusí souviset s globalizací
 - fyzickogeografické jevy na planetární úrovni (např. oceánské proudění)
 - řada sociálněgeografických a ekonomickogeografických jevů vytvořila pro rozvoj globalizace vhodné podmínky (šíření průmyslové revoluce, urbanizace či demografického přechodu)
 - ekonomická globalizace znamená zvýšení cest a kontaktů po celém světě, to vytváří podmínky např. pro šíření nemocí, ty však globalizačními procesy nejsou
- globalizace prohlubuje nerovnoměrný geografický vývoj
 - lokality, města či regiony nejsou integrovány do globálního systému stejně
 - vliv mají specifické místní podmínky, regionální a národní kontext

Globalizace x národní státy

- pojem globalizace (global village) poprvé použit v 60. letech 20. století
 - Kanadčan Marshall McLuhan: dokumentování dopadů rozvoje nových komunikačních technologií, proměna měřítko nejintenzivnějších lidských vztahů
 - žádná společnost na Zemi (až na výjimky) není zcela oddělena od ostatních společností
- úpadek národních států
 - ekonomické i kulturní vztahy se přenesly na globální úroveň
 - místní (lokální), regionální a národní vztahy oslabují
 - ekonomická globalizace = globalizace kapitálu (zejména prostřednictvím MNCs)
 - kulturní globalizace = globalizace kultury, standardizace poptávky a spotřeby (zejména prostřednictvím médií)



ACROSS THE WORLD

Countries with McDonald's
Countries without McDonald's



Number of McDonald's outlets
of selected countries

US
13,381

Japan
3,598

Canada
1,400

Germany
1,276

UK
1,250

China
660

Most expensive McDonald's burger - selected countries (USD)*



Norway
7.18



Denmark
5.93



Iceland
5.21



Eurozone
4.96



US
3.57

World's busiest McDonald's

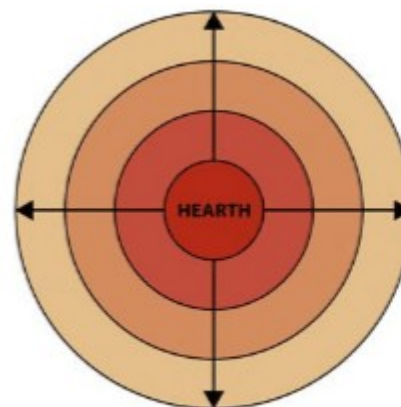
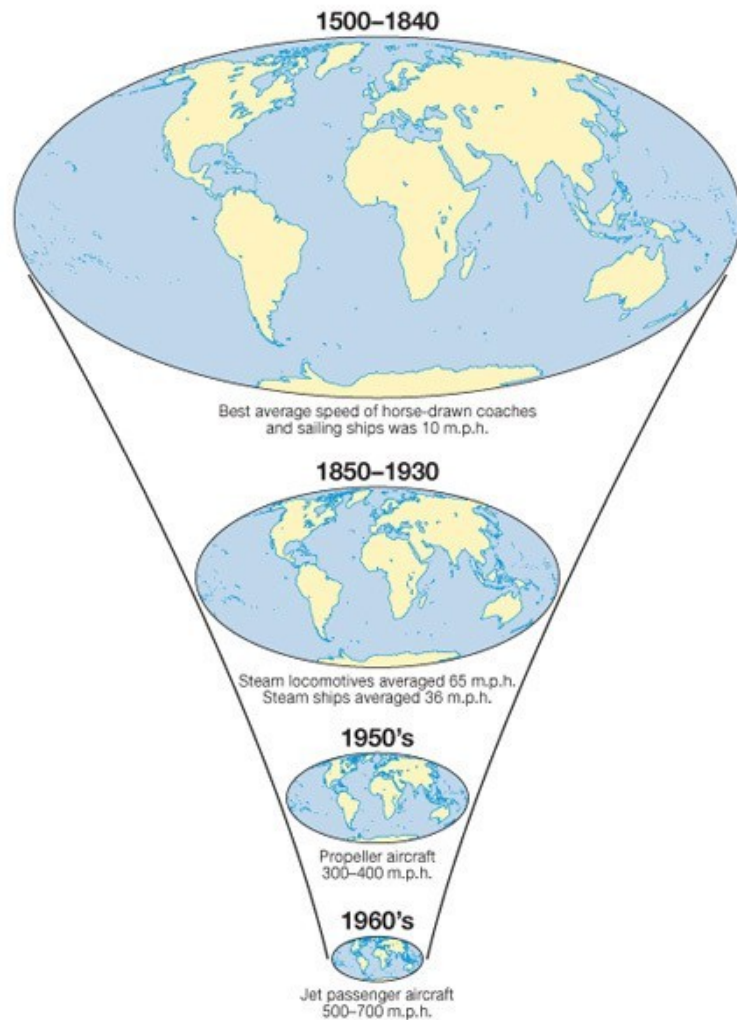
Located on famous Pushkin Square in Moscow,
the largest McDonald's in the world (more than 28,000 sq. ft.) and the busiest (more than 250 million customers to date).
The restaurant seats 700 customers and has a 70 foot-long service counter with 27 cash registers.

* Price using the Big Mac Index published by The Economist, as an informal way of measuring the purchasing power parity (PPP) between two currencies and provides a test of the extent to which market exchange rates result in goods costing the same in different countries.

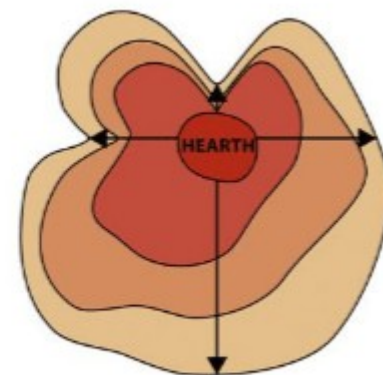
Kolaps geografického prostoru

- „kolaps geografického prostoru“ = „smrt vzdálenosti“
 - fyzická vzdálenost má na intenzitu vztahů (ekonomických, společenských) stále menší vliv
 - role mobility (dopravy) a informačních a komunikačních technologií
- časoprostorová komprese
 - komprese (stlačení) našich současných prostorových a časových světů
 - nebývá vyjadřována kvantitativně, jde o proměňující se vnímání a reprezentaci
 - je nerovnoměrná (z hlediska obyvatel, podniků i regionů)
- časoprostorová konvergence
 - zpravidla vyjadřována kvantitativně
 - matematické vyjádření vzájemného přiblížení či vzdálení dvou míst v rámci zvolené metriky

Časoprostorová komprese



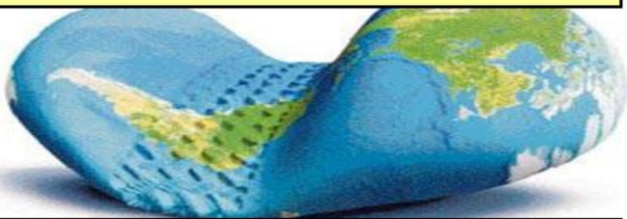
A. DISTANCE DECAY



B. TIME-SPACE COMPRESSION

Časoprostorová konvergence

Time – Space Convergence



- The reduction in the time taken to travel between two places due to improvements in transportation or communication technology.

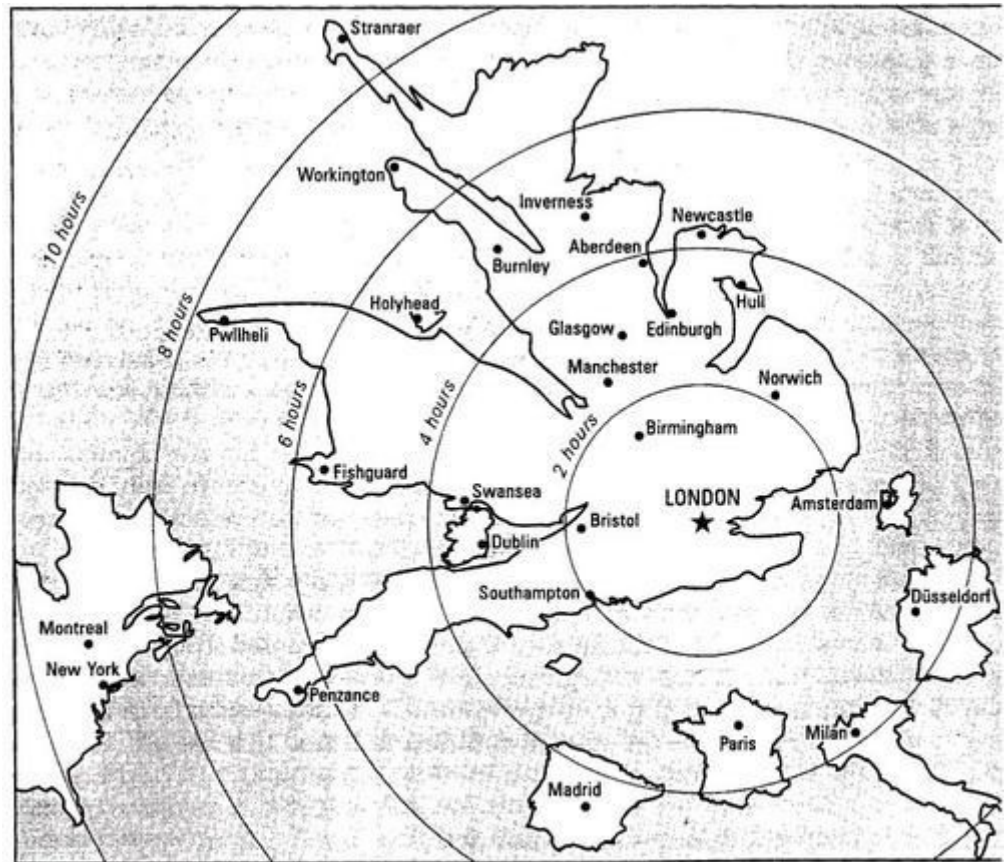
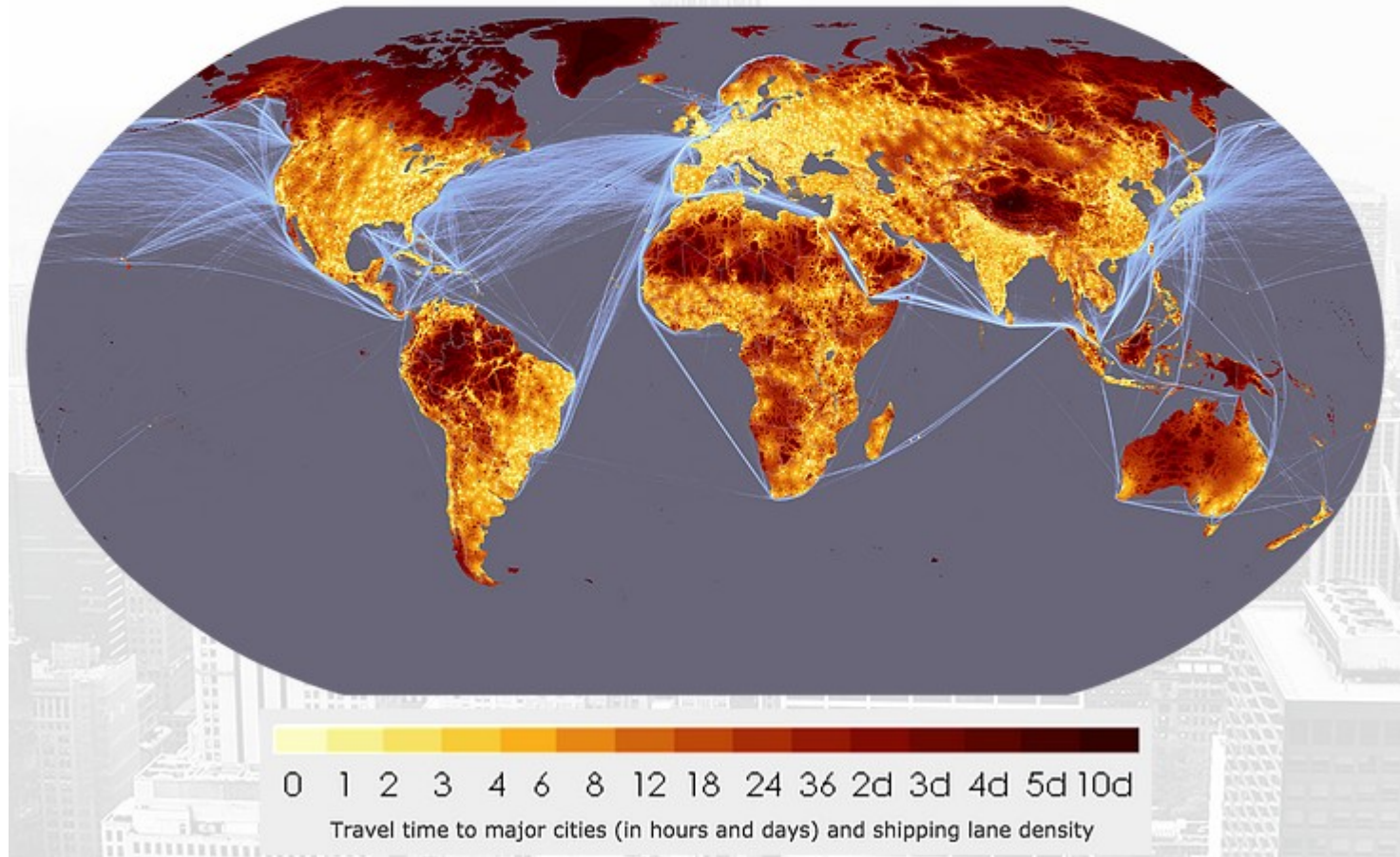


Figure 5.5 The unevenness of time-space convergence
Source: Based on Dicken and Lloyd (1981, Figure 2.7)

Map on Travel Time

The map below (developed by the European Commission and the World Bank) shows the travel time it takes for commercial goods and transport to reach major cities, as well as the shipping lane density. I think that this map really shows the extent to which the Earth has shrunk over time. Global travel and international trade have rapidly accelerated time-space convergence, and this map indicates that.



Ekonomická globalizace

- výrazné změny v organizaci a řízení výroby a služeb na světové úrovni
 - ústup lokalizovaného charakteru výroby
 - postupné začleňování do regionální, národní či mezinárodní dělby práce
 - přechod od ekonomik národních států (vliv hranic, cel a dalších bariér) k ekonomice celosvětově lokalizované výroby
- podstata globalizace (hlavní body)
 - I.) integrace národních ekonomik do světového systému
 - II.) růst znalostní ekonomiky a ekonomiky služeb
 - III.) konec bipolárního uspořádání světa (Západ vs. Východ)
 - IV.) vytvoření nových obchodních bloků

Internacionalizace vs. globalizace

- internacionalizace

- pouze rozšíření ekonomických aktivit za státní hranice
- obchod s produkty vytvořenými v rámci národních hospodářství
- výrobní proces vázán na státy

- globalizace

- specializace regionů v rámci globální dělby práce
- role nadnárodních společností
- výrobní proces není vázán na státy

- obě varianty spolu koexistují

3 fáze ekonomické globalizace

- fáze 1: od 19. století do druhé světové války

- zahraniční investice kvůli zajištění surovinových zdrojů pro národní ekonomiky
- období kolonialismu (kolonie jako zdroj surovin a později odbytiště výrobků)
- „backward linkages“ (proti směru) a „forward linkages“ (po směru) výrobního procesu

- fáze 2: 40. až 70. léta 20. století

- americká expanze do Evropy (Marshallův plán, NATO, americká vojska v Evropě)
- přiblížení výroby k trhu, nově budované závody k dodávkám pro místní trhy



3 fáze ekonomické globalizace

- fáze 3: od konce 60. let / od první poloviny 70. let 20. století
 - zpomalení poválečného růstu
 - ropná krize z první poloviny 70. let, snaha firem o radikální snižování nákladů
 - mezinárodní expanze
 - evropské a japonské firmy vstupují na americký trh
 - silná konkurence NICs (newly industrialized countries), např. Jižní Korea, Mexiko, Taiwan
- výrazný předpoklad – deregulace
 - postupné odstraňování bariér volného obchodu
 - jednání GATT (General Agreement on Tariffs and Trade, tj. Všeobecné dohody o clech a obchodu)



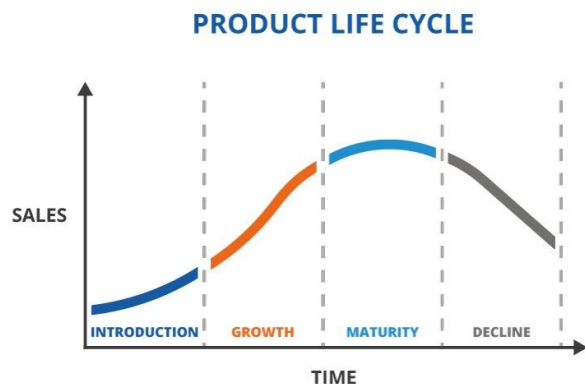
Nadnárodní firmy

- národní státy hlavními hráči globálního politického řádu
- velké korporace hlavními hráči globálního ekonomického řádu
- vůdčími aktéry globalizace jsou nadnárodní firmy / nadnárodní korporace
 - zkratky NNS = MNCs = TNCs
 - předchůdci dnešních MNCs: East India Company či Hudson's Bay Company v 15. století v Evropě, a to z důvodu obchodu
 - výrazné rozšíření / nárůst MNCs až po druhé světové válce a zejména v 80. letech 20. století



Nadnárodní firmy

- obrat řady MNCs je větší než HDP řady národních států
- obecné tři úrovně MNCs
 - ústředí: dlouhodobé plánování, kreativní a nerutinní činnosti, časté face-to-face kontakty
 - rutinní administrativní činnost
 - rutinní výrobní činnost
- teorie životního cyklu výrobku (product life cycle)



Nadnárodní firmy

- členění MNCs (dle Giddens)

I.) etnocentrické: jedno ústředí, zbytek spíše „klony“ s uniformními standardy a normami

II.) polycentrické: relativně nezávislé pobočky

III.) geocentrické: manažeři (řízení) se pohybuje dle potřeby z jednoho státu do druhého

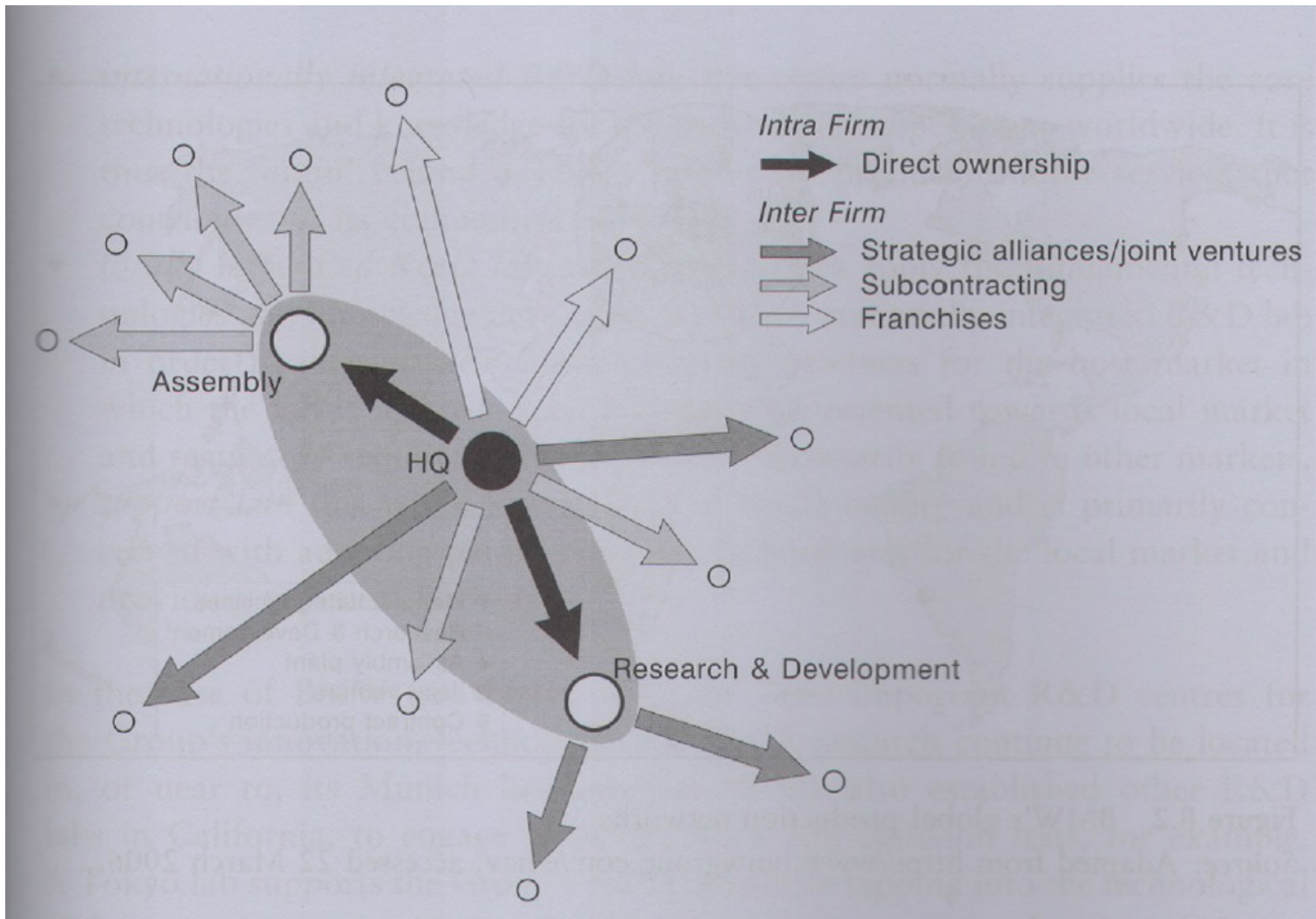
- členění MNCs (dle Dicken)

I.) multinárodní model: velká autonomie poboček, ústředí koordinuje, celá firma spíše soubor několika nadnárodních firem, přizpůsobení místním trhům, často evropské firmy

II.) mezinárodní model: centralizované řízení, silnější kontrola poboček, často americké firmy

III.) klasický globální model: velmi centralizované řízení, zvláštnosti místních trhů ignorovány, často japonské firmy

IV.) komplexní globální model: snaha brát přednost každého z předchozích modelů, velmi flexibilní, odstup od hierarchické struktury, spíše sítě / kooperace / clustery



Podle obrátu, k 21. červenci 2008, podle CNN Money.^[12]

#	Korporace	Obrat v mil. USD	Zisk v mil. USD	Poznámka
1.	Wal-Mart Stores	378,799	12,731	síť super/hypermarketů, 2 056 000 zaměstnanců, 6000 dodavatelů
2.	Exxon Mobil	372,824	40,610	těžební společnost, 107 100 zaměstnanců
3.	Royal Dutch Shell	355,782	31,331	těžební společnost
4.	British Petroleum	291,438	20,845	těžební společnost
5.	Toyota Motors	230,201	15,042	výrobce automobilů
6.	Chevron	210,783	18,688	těžební/energetická společnost
7.	ING Group	201,516	12,649	finanční služby, 126 660 zaměstnanců
8.	Total	187,280	18,042	těžební společnost
9.	General Motors	182,347	-38,732	výroba
10.	ConocoPhillips	178,558	11,891	energetická společnost

Podle obrátu, k 31. lednu 2018 podle Fortune^[13].

#	Korporace	Obrat v mil. USD	Zisk v mil. USD	Poznámka
1.	Walmart	500,343	9,862	síť super/hypermarketů
2.	State Grid	348,930	9,533	Elektřina a energie
3.	China National Petroleum	355,782	-690	těžební společnost
4.	Roya Dutch Shell	311,870	12,977	těžební společnost
5.	Toyota	265,172	22,150	výrobce automobilů
6.	Volkswagen	260,025	13,107	výrobce automobilů
7.	BP	244,582	3,389	těžební společnost
8.	Exxon Mobil	244,363	19,710	těžební společnost
9.	Berkshire Hathaway	242,137	44,940	holdingová společnost, (Warren Buffett)
10.	Apple	229,234	48,351	softwarová a hardwarová společnost



Shell worldwide

Where we operate

Major projects

Acting responsibly



WHERE WE OPERATE

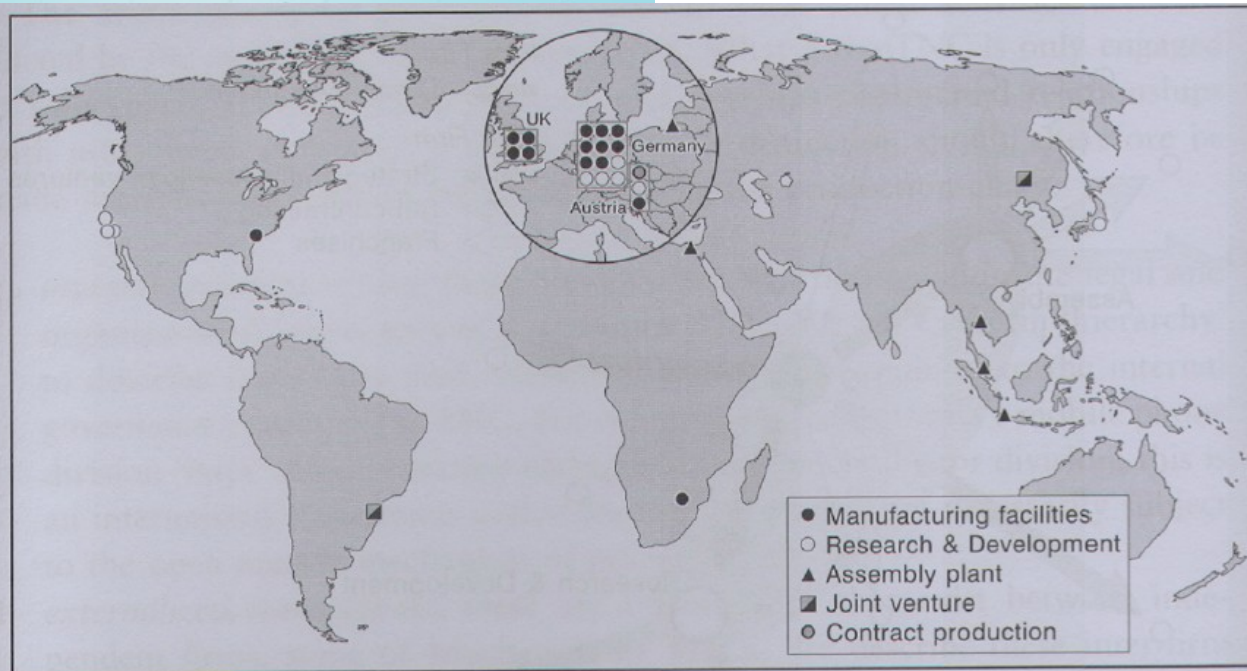
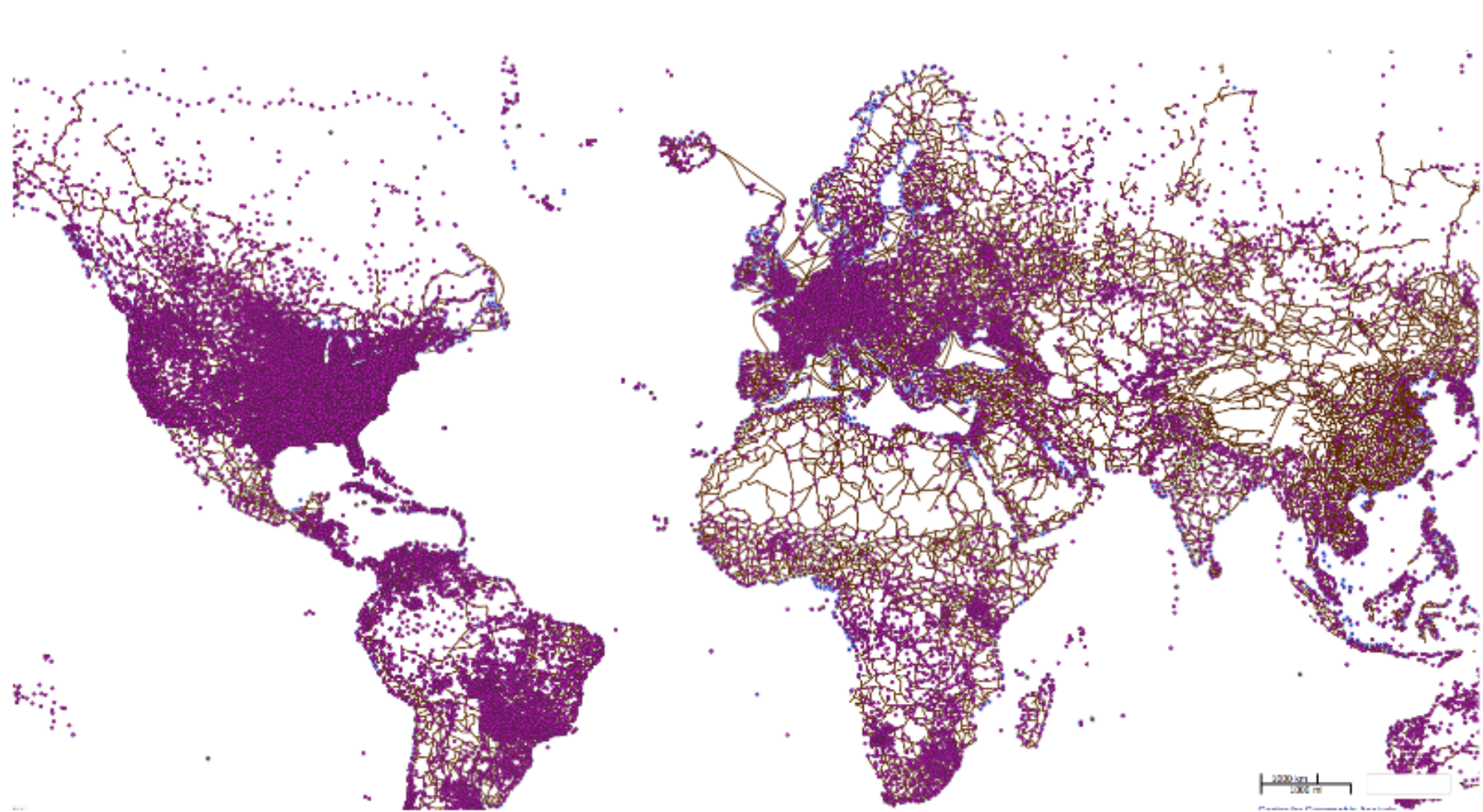


Figure 8.2 BMW's global production networks



On a blank background, the world's airports, ports and major roads create the outlines of continents. (Map: Centre for Geographic Analysis/Harvard University)

Mezinárodní dělba práce, PZI

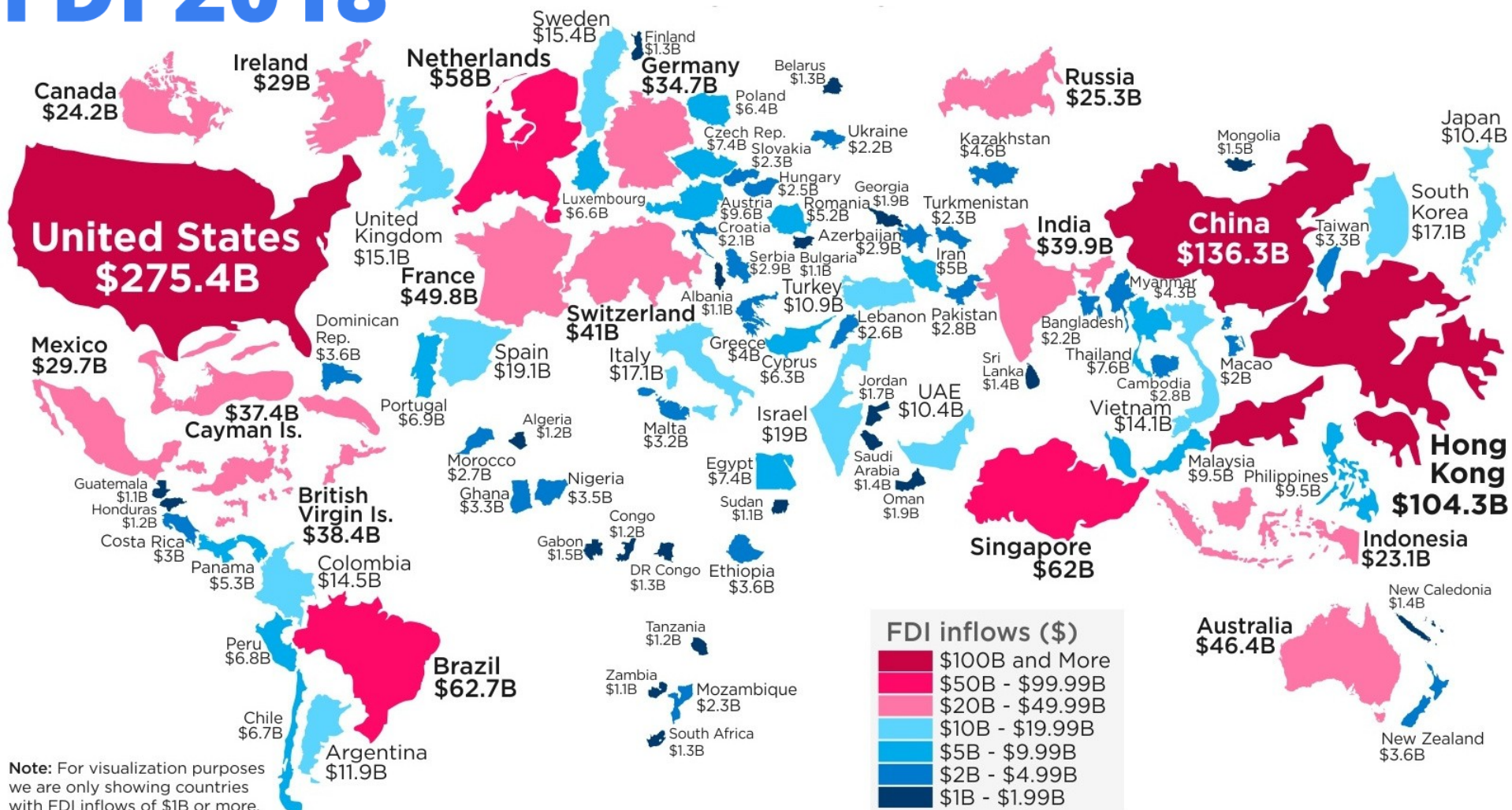
- nová mezinárodní dělba práce

- v různých regionech světa odlišné dopady
- z vyspělých zemí se do rozvojových zemí přemisťují primární výroby = deindustrializace, naopak se koncentrují ředitelství MNCs, oddělení VVI a technologicky náročná odvětví, probíhá proces terciarizace
- země semiperiferie (zejména NICs) získávají rozvojové impulzy z participace na rozvoji globální ekonomiky, lokalizovány zejména v hlavních a největších městech, přinášejí především pracovní místa, lepší technologie a celkový ekonomický rozvoj, často výroby náročné na množství pracovní síly

- přímé zahraniční investice (PZI) = foreign direct investments (FDI)

- skrze ně je zprostředkovávána ekonomická globalizace
- určitý ukazatel aktivit a prostorového rozložení MNCs

FDI 2018



Note: For visualization purposes we are only showing countries with FDI inflows of \$1B or more.

How to read this map: Countries appear bigger as their FDI inflow is higher. e.g. United States. Conversely, countries that have a lower FDI inflows appear smaller e.g. Sudan.

Article & Sources:

<https://howmuch.net/articles/countries-receiving-most-investment-from-abroad>
United Nations, World Investment Report 2018 - <https://unctad.org>

howmuch net

23 Z3090p Humánní geografie, 7. a 13. října 2021

MULTI

Map 2.2. All FDI from global cities into African cities (2003-2016)

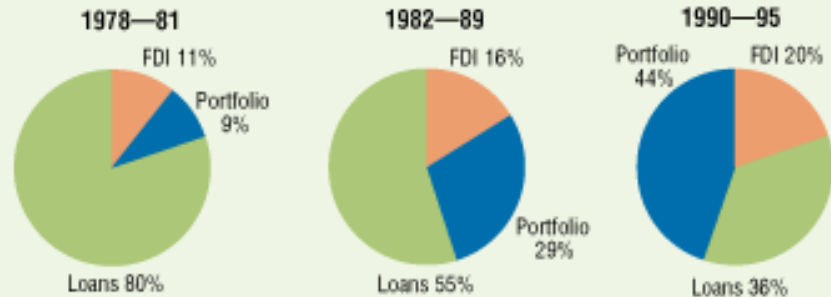


Blue nodes: total inward FDI Green nodes: total outward FDI Grey lines (linkages): all investments with Africa

Source: Wall, 2017. Based on fDi Markets data

Chart 1

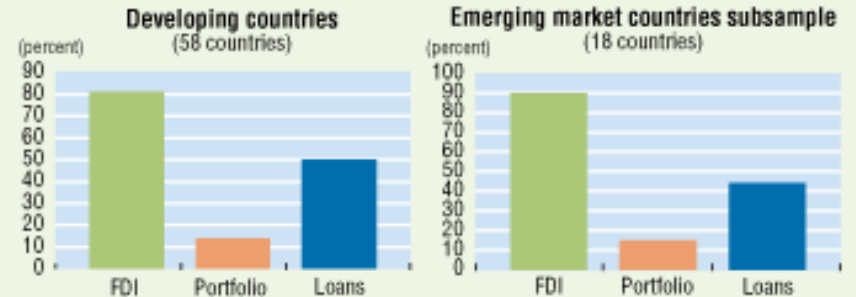
The composition of capital inflows has shifted away from bank loans and toward FDI and portfolio investment



Source: Based on Bosworth and Collins (1999).

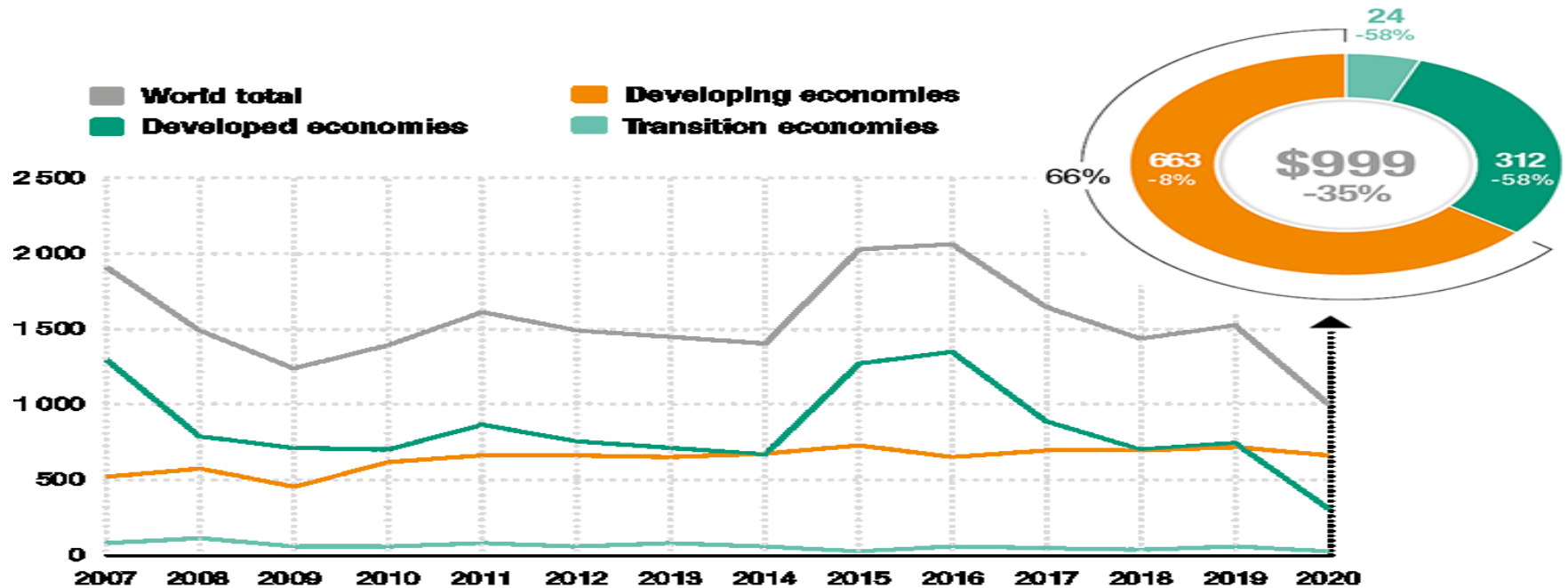
Chart 2

FDI has a stronger impact on domestic investment than do loans or portfolio investment



Source: Based on Bosworth and Collins (1999).

Note: The height of each bar represents the estimated impact of the indicated capital flow on domestic investment. For example, in the left-hand panel covering developing countries, every dollar of FDI increases domestic investment by an average of 80 cents that is, by 80 percent of the amount of FDI.



Globalizace finančního trhu

- nový mezinárodní finanční systém

- kontinuální 24-hodinové obchodování s měnami, akciami a dalšími produkty
- tři centra: New York, Londýn a Tokio
- v 70. letech vytvořeny eurodolarové trhy + deregulace finančních trhů v 80. letech
- finanční trhy elektronizovány, skončily fixní kurzy měn

- kasinové ekonomiky

- virtuální ekonomiky, kde spekulanti s kurzy, akciami a produkty přemísťují v rámci globální ekonomiky obrovské sumy peněz
- postupné oddělení reálné ekonomiky (výroba a služby) od symbolické ekonomiky finančních transakcí



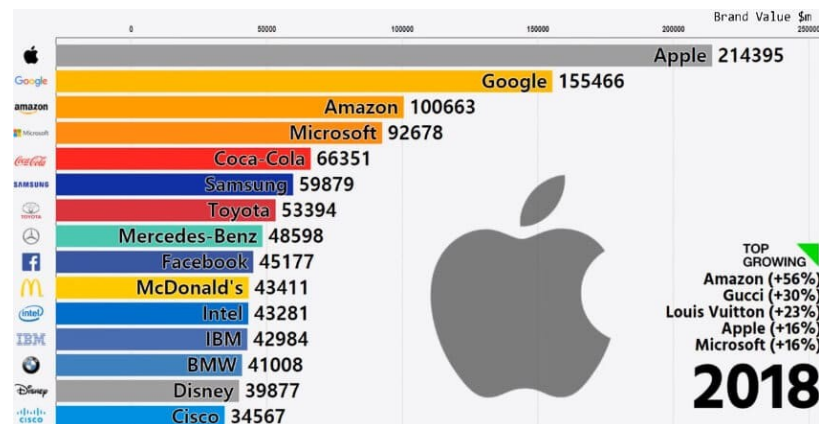
Kulturní globalizace

- kulturní homogenizace

- sbližování jednotlivých národních a regionálních kultur
- vlivem časoprostorové komprese, resp. globálních médií a komunikačních systémů

- globalizace spotřeby

- spotřebitelé v různých zemích poptávají podobné věci a sdílejí podobné kulturní symboly
- vytváření univerzálního marketingového prostředí bez ohledu na regionální specifika
- působení globálních reklamních kampaní
- vznik tzv. globálních značek (global brands)



Kulturní globalizace

- globalizace médií

- nutná podmínka pro započetí mechanismů kulturní globalizace
- noviny jako první masmédia na konci 19. století aneb poprvé mnoho různých typů informací na jednom rozsahem omezeném a snadno reprodukovatelném formátu
- noviny postupně vystřídány rozhlasem, filmem, televizí a internetem (sociálními sítěmi)
- vzniká hyperrealista
- zpravodajský svět se rozvíjí nerovnoměrně, silné postavení vyspělých států (zejména USA), diskuze o tzv. mediálním imperialismu (zejména chudé země nedokáží udržet kulturní a mediální nezávislost), nahlížení na svět pohledem Západu



Kulturní globalizace

- kultura vyžadující jedinečnou lokalizaci
 - kulturně-intelektuální města: Athény a Florencie (minulost), Paříž a Berlín (současnost)
 - kulturně-technologická města: Hollywood, Bollywood, Lipsko, Rotterdam
- kultura bez nutnosti specifické lokalizace
 - např. audiovizuální služby
 - globální kulturní regiony: anglo-americký region, západní Evropa, jižní a JV Asie



Glokalizace

- kombinace slov „globalizace“ a „lokalizace“
 - produkty a služby jsou vyráběny, poskytovány a distribuovány globálně
 - ALE přizpůsobují se uživateli / spotřebiteli na místním trhu



Děkuji za pozornost !

Dotazy ?

- RNDr. Ondřej Šerý, Ph.D.

Geografický ústav

Přírodovědecká fakulta

Masarykova univerzita

Kotlářská 2, 611 37 Brno

e-mail: ondrej.sery@mail.muni.cz