Globalizace není záležitost konce 20. stol., ale probíhá vlastně už od starověku, byť v různých vývojových fázích. Prvními, kteří byli globalizací zasaženi, tak bylo africké obyvatelstvo. Jeho pracovní síla se stala zdrojem rozvoje nových teritorií, což určitě platí do určité chvíle pro celou Evropu. Snad největším milníkem globalizace je vytváření Britského dominia, které pokrývalo naši zeměkouli od severu k jihu a od západu k východu. To je všeobecně známé. Už tehdy je možné objevovat významné prvky, jimiž je dnes globalizace vymezována. Rychlé přesouvání kapitálu, potlačování individuálních prvků jednotlivých kultur apod. Faktem je, že díky moderním technologiím (snad lze konstatovat, že jen díky nim) jsou důsledky tak zřetelné a rovněž se daleko rychleji také projevují. Vždyť bez elektronického transferu kapitálu, možnosti rychlé komunikace, ale i schopnosti velice rychle stavět nové továrny by nic z toho, co je dnes oslavováno nebo napadáno, nebylo vůbec možné nebo alespoň ne v takové míře.

Globální konkurence

Snad nejzřetelnějším prvkem v podnikání, který globalizace přináší je konkurence. Probíhá bez ohledu na teritoriální omezení (budeme-li k sobě upřímní, musíme říci téměř bez ohledu) a projevuje se především v některých oborech. Počítají se sem např. informační technologie, telekomunikace, ale samozřejmě také spotřební zboží a též řada dalších oborů. Globální konkurencí jsou většinou míněny dvě rozličné polohy. Tou první je konkurence globálního kapitálu přes domácí subjekt (situace nemající se skutečnou globalizací víceméně nic společného, jedinou obranou proti tomuto jevu je vytvoření železné opony). A je zcela jasné: Tou druhou je konkurence zahraničního subjektu přímou či nepřímou formou domácím subjektům a konkurence mezi nadnárodními společnostmi jako takovými.

Síla globální firmy

V čem spočívá? Kapitál, zkušenosti, efektivita, image. Do těchto čtyř bodů je možné shrnout výhody či sílu nadnárodních firem. **Kapitál:** To je přednost nejčastěji zmiňovaná a zatracovaná. Díky své velikosti globální firmy mají vlastní značné finanční zdroje a mají lepší přístup k dalším. **Zkušenosti:** Nejméně zmiňovaná přednost. Díky působení na mnoha trzích získávají globální firmy neocenitelné zkušenosti, které přenášejí do dalších oblastí, např. geografických i technických. **Efektivita:** Diskutabilní přednost, často vyvážená např. neefektivitou na jiných místech. Navíc ze sociálního pohledu nejproblematičtější. Obecně je to ale schopnost využívat nejdostupnějších zdrojů: přírodních, technologických a lidských. Díky koncentraci je možné dosažení podstatně větší efektivity, než je tomu u její národní konkurence. **Image:** Přes veškerá protestní hnutí je globální image neocenitelná hodnota z podnikatelského pohledu. Je totiž skutečností, že spotřebitelé často dávají těmto značkám přednost díky důvěře v jejich kvalitu.

V čem je problém?

Základním problémem je, že tyto korporace se staly trnem v oku díky jejich rostoucí ekonomické moci, která se může promítnout i v moc politickou. Jejich význam celosvětově roste a jejich šéfům dává do rukou ohromné možnosti, kterých nezřídka využívají. Jednou získaná moc se neztrácí, ale dále posiluje. Nástrojem se vedle finančních zdrojů stávají i jimi vlastněná média a hlavně interpretační funkce těchto médií. Tím se rozumí vytváření veřejného mínění. Tomu už nemohou vzdorovat národní státy a nemohou tomu vzdorovat pochopitelně ani žádná nezávislá média.