




Caso di apertura:
La globalizzazione della sanità



- Gli Stati Uniti hanno carenza di radiologi, mentre la domanda per questo tipo di servizio cresce ad un tasso doppio rispetto al tasso con cui le scuole diplomano questi tecnici
- Soluzione del problema: si trasmettono le immagini tramite Internet perché siano interpretate da radiologi in India

C.W.L. Hill, International Business Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008


1-4

 **Caso di apertura:
La globalizzazione della sanità**

- L'*outsourcing* di servizi sanitari non si limita solo alla radiologia; si comincia ad assistere a pazienti che si recano all'estero per ricevere trattamenti medici o subire operazioni chirurgiche
- Nel 2004 circa 170.000 stranieri si sono recati in India per trattamenti medici; si stima che il numero crescerà del 15% nei prossimi anni.
- Domanda: la domanda di servizi sanitari statunitensi cadrà rapidamente dato che il lavoro si sposta all'estero in paesi come l'India?

C.W.L. Hill, International Business Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1-5

 **Che cos'è la globalizzazione?**

- E' lo spostamento verso un'economia mondiale più integrata e interdipendente
- Due componenti:
 - La globalizzazione dei mercati
 - La globalizzazione della produzione

C.W.L. Hill, International Business Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1-6

 **La globalizzazione dei mercati**



- Unione di mercati nazionali separati in un mercato globale
 - La caduta delle barriere al commercio internazionale ha reso più semplice vendere a livello internazionale
 - I gusti e le preferenze convergono verso uno standard globale
 - Le imprese offrono prodotti standardizzati in tutto il mondo creando un mercato globale.

C.W.L. Hill, International Business Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1-7

La globalizzazione dei mercati

- Difficoltà che nascono dalla globalizzazione dei mercati
 - Esistono ancora differenze significative tra i mercati nazionali
 - Strategie di marketing specifiche ai paesi
 - Mix di prodotto diverso nei diversi paesi

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1-8

La globalizzazione dei mercati

- I mercati più globali non sono i mercati dei prodotti di consumo
- I mercati più globali sono quelli per i beni industriali e per i materiali che rispondono a bisogni universali in tutto il mondo.



C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008


1-9

La globalizzazione della produzione

- Si riferisce all'approvvigionamento di beni e servizi da località in tutto il mondo per trarre vantaggio dalle differenze nel costo o nella qualità dei fattori di produzione
 - Lavoro
 - Terra
 - Capitale

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 10




La globalizzazione della produzione

- Storicamente questo fenomeno si è limitato principalmente alle imprese manifatturiere
- Sempre di più le aziende sfruttano le moderne tecnologie di comunicazione, in particolare Internet, per esternalizzare le attività di servizi a produttori a basso costo in altri paesi

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 11




La globalizzazione della produzione

- L'outsourcing di attività produttive a diversi fornitori genera la creazione di prodotti globali
- Tra gli ostacoli alla globalizzazione della produzione troviamo
 - Barriere formali e informali al commercio internazionale
 - Barriere agli investimenti diretti esteri
 - Costi di trasporto
 - Problemi associati al rischio economico
 - Problemi associati al rischio politico

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 12



La nascita di istituzioni globali

- Con la globalizzazione diventano necessarie istituzioni che aiutino a gestire, disciplinare e a vigilare sul mercato globale
 - GATT
 - OMC
 - FMI
 - Banca Mondiale
 - Nazioni Unite

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008



I driver della globalizzazione

- Due macro fattori sembrano aver facilitato la tendenza verso una maggiore globalizzazione
 - La riduzione delle barriere ai flussi liberi di beni, servizi e capitali che si è verificata a partire dalla fine della seconda guerra mondiale
 - Il cambiamento tecnologico



La riduzione delle barriere al commercio e agli investimenti

- Durante gli anni Venti e Trenta, molti degli Stati nazionali avevano eretto eccezionali barriere al commercio internazionale e agli investimenti diretti esteri
- I paesi avanzati dell'Occidente si impegnarono dopo la seconda guerra mondiale a rimuovere le barriere al libero scambio di beni, servizi e capitali tra paesi.



Dazi medi sui prodotti manifatti

TABELLA II Dazi medi sui prodotti manifatti in percentuale del valore

	1913	1950	1990	2005
Unione Europea	-	-	8,7	2,5
Francia	21	18	8,7	2,5
Germania	20	26	8,7	2,5
Italia	18	25	8,7	2,5
Paesi Bassi	5	11	8,7	2,5
Svezia	20	9	8,7	2,5
Regno Unito	-	23	8,7	2,5
Giappone	30	-	6,3	2,7
Stati Uniti	44	14	6,3	3,0

1 - 16

Crescita

FIGURA 1.2 IDE in entrata in percentuale delle esportazioni mondiali di beni e servizi, 1970-2006.

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 17

Effetti della riduzione delle barriere commerciali

FIGURA 1.1 Crescita del commercio di merci e della produzione mondiale, 1950-2006.

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 18

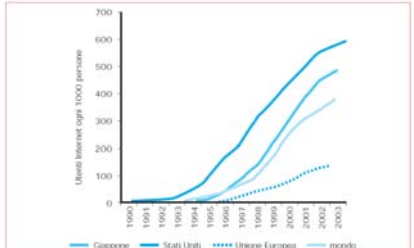
Il ruolo della tecnologia

- La riduzione delle barriere commerciali ha reso la globalizzazione possibile; la tecnologia l'ha resa una realtà
- Dalla fine della seconda guerra mondiale il mondo ha assistito a progressi
 - Nelle comunicazioni
 - Nell'elaborazione delle informazioni
 - Nella tecnologia di trasporto

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 19

Crescita degli utenti di Internet



Year	Giappone	Stati Uniti	Unione Europea	mondo
1990	0	0	0	0
1991	0	0	0	0
1992	0	0	0	0
1993	0	0	0	0
1994	0	0	0	0
1995	0	0	0	0
1996	0	0	0	0
1997	0	0	0	0
1998	0	0	0	0
1999	0	0	0	0
2000	0	0	0	0
2001	0	0	0	0
2002	0	0	0	0
2003	0	0	0	0

FIGURA 1.3 Utenti di Internet ogni 1000 persone, nel periodo 1990-2003 in: Giappone, Stati Uniti, Unione Europea, mondo).

C.W.L. Hill, International Business Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 20

I cambiamenti nella demografia dell'economia globale

- Produzione mondiale e commercio internazionale
- Cambiamenti nel quadro degli investimenti diretti esteri
- Cambiamento della natura delle multinazionali

C.W.L. Hill, International Business Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008


1 - 21

Il dibattito sulla globalizzazione

<ul style="list-style-type: none">• Fattori a favore<ul style="list-style-type: none">- Riduzione dei prezzi di beni e servizi- Stimolo alla crescita economica- Aumento del reddito dei consumatori- Creazione di posti di lavoro- I paesi si specializzano nella produzione dei beni e dei servizi che sono prodotti in modo più efficiente	<ul style="list-style-type: none">• Fattori contro<ul style="list-style-type: none">- Distrugge posti di lavoro manifatturieri nei paesi ricchi e sviluppati- I salari dei lavoratori non qualificati nei paesi avanzati diminuiscono- Le imprese si trasferiscono in paesi con leggi a tutela del lavoro e dell'ambiente più deboli- Perdita di sovranità
--	--

C.W.L. Hill, International Business Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 2




La gestione nel mercato globale

- Buona parte di questo libro riguarda le sfide della gestione in un'impresa internazionale (cioè di qualsiasi impresa che commercia internazionalmente o investe all'estero)
- La gestione di un'impresa multinazionale è diversa da quella di un'impresa solo domestica in quattro aspetti fondamentali:
 - I paesi sono diversi
 - La gamma di problemi che un manager in un'impresa internazionale deve affrontare è più ampia e i problemi stessi sono più complessi di quelli cui si trova di fronte un manager in un'azienda domestica
 - Un'impresa internazionale deve trovare il modo di lavorare all'interno dei limiti posti dagli interventi governativi nel sistema di commercio e di investimento internazionale
 - Le transazioni internazionali implicano la conversione della moneta in diverse valute

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 2




Uno sguardo al capitolo 2

- Capitolo 2: Le differenze nazionali nell'economia politica
 - I sistemi politici
 - I sistemi economici
 - I sistemi legali
 - Le determinanti dello sviluppo economico
 - Sviluppo
 - Stati in transizione
 - Le implicazioni per i manager

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 2




L'Organizzazione Mondiale del Commercio

- Succede all'Accordo Generale sui Dazi e sul Commercio (GATT)
- Principalmente responsabile:
 - Della regolamentazione del sistema commerciale mondiale
 - Della promozione della riduzione delle barriere commerciali
- Nel settembre del 2007 c'erano 151 stati membri che collettivamente rappresentavano più del 97% del commercio mondiale.

Return

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 25




FMI e Banca Mondiale

- Sia il Fondo Monetario (FMI) che la Banca Mondiale sono stati creati nel 1944 da 44 Stati riuniti a Bretton Woods, nel New Hampshire
- Il FMI fu creato per mantenere l'ordine nel sistema monetario internazionale
- La Banca Mondiale fu creata per promuovere lo sviluppo economico attraverso prestiti a tasso agevolato.

[Return](#)

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 26



Nazioni Unite

- Le Nazioni Unite sono state fondate il 24 ottobre 1945 da 51 paesi impegnati a preservare la pace attraverso la cooperazione internazionale e la sicurezza collettiva
- I paesi membri sono ora 192
- I quattro obiettivi principali dell'ONU sono:
 - Mantenere la pace e la sicurezza internazionale
 - Sviluppare relazioni amichevoli tra i paesi
 - Cooperare nella risoluzione dei problemi internazionali e nella promozione del rispetto dei diritti umani
 - Essere un centro di armonizzazione delle azioni dei paesi

[Return](#)

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 27



Commercio internazionale

- Si verifica quando un'impresa esporta beni o servizi ai consumatori di un altro paese



[Return](#)

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 28

Investimenti Diretti Esteri



- Si realizzano quando un'impresa investe risorse in attività imprenditoriali fuori dal suo paese di origine

Return

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 29

Produzione mondiale e commercio

TABELLA 12a Il cambiamento nel quadro della produzione mondiale (peso % sul PIL reale del Mondo - dollari 1990 in parità di poteri d'acquisto)

	1950	1970	1990	2005
Europa	29,6	29,5	24,7	21,1*
Francia	4,1	4,3	3,8	3
Germania	5,0	6,1	4,7	3,6
Italia	3,1	3,8	3,4	2,5
Regno Unito	6,6	4,3	3,5	3
Paesi ex-Unione Sovietica	9,6	9,8	7,3	4,1
Russia			4,2	2,3
Nord America	30,5	25,9	25,2	23,9
Canada	1,9	1,9	1,9	1,8
Messico	1,3	1,7	1,9	1,8
Stati Uniti	27,3	22,4	21,4	20,3
Centro e Sud America	6,5	6,6	6,3	5,8*
Argentina	1,6	1,3	0,8	0,8
Brasile	1,7	2,1	2,7	2,4
Asia*	18,6	23,3	31,8	40,5*
Cina	4,6	4,6	7,9	18,2
Giappone	3,0	7,4	8,6	6,3
India	4,2	3,4	4,0	5,9
Africa	3,8	3,6	3,3	3,2

Return

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 30

Il cambiamento nel quadro degli investimenti diretti esteri



FIGURA 1.4 Quota percentuale dello stock mondiale di IDE in uscita, 1980 e 2005.

Return

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 3

Il cambiamento della natura dell'impresa internazionale

- **Multinazionali non-USA**
 - Negli anni '60 dominavano le grandi imprese multinazionali statunitensi
 - Nel 1973 il 48,5% delle multinazionali era composta da imprese statunitensi
 - Nel 2002 il 28% delle multinazionali più grandi erano imprese statunitensi
 - La globalizzazione dell'economia si è tradotta in un declino relativo della supremazia delle imprese statunitensi nel mercato globale

- **Crescita delle mini-multinazionali**
 - La crescita delle multinazionali medie e piccole è diventato una tendenza nell'economia internazionale
 - Si consideri la Lubricating Systems che occupa 25 persone e genera ricavi di 6,5 milioni di dollari, dei quali 2 milioni provengono da esportazioni
 - Le attività internazionali sono realizzate non solo dalle grandi imprese ma anche da quelle medie e piccole

[Return](#)

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

1 - 3

Stato di origine delle maggiori multinazionali

Paese	1973 (%)	1991 (%)	2002 (%)
Stati Uniti	48.5	35	28
Giappone	5	22	10
Regno Unito	18	12	10
Francia	8	8	15
Germania	8	8	15
Altro	12	25	25

FIGURA 1.6 Stato di origine delle maggiori imprese multinazionali, 1973, 1991, 2002.

[Return](#)

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008
