

TRANSNACIONALNE KOMPANIJE KAO NOSITELJI GLOBALIZACIJE

MARIJA SELEŠI

UVOD

Globalni razvoj bitno je obilježje suvremenog svijeta. Karakterizira ga fleksibilna organizacija materijalne proizvodnje i uslužnih djelatnosti s novom globalnom podjelom rada. Odvija se u uvjetima dominacije informatičke komunikacije i visoke tehnologije.

Posljedice globalizacije su mnogobrojne i dalekosežne. Geografski gledano, ona mijenja prostorne interakcije, procese i strukture. Odnosno, drugim riječima rečeno, mijenja geografiju svijeta.

Glavni nositelji globalizacije su transnacionalne kompanije. Kao čimbenik razvoja i preobražaja suvremenog svijeta, one zaslužuju posebnu pozornost u okviru područja istraživanja geografije. Stoga ćemo u ovom radu, osim obrazloženja pojma, kratko prikazati pojavu, razvoj i prostorni utjecaj transnacionalnih kompanija.

ŠTO SU TRANSNACIONALNE KOMPANIJE

Pri izradi definicija transnacionalnih kompanija različiti autori koristili su se različitim mjerilima. Tako možemo izdvojiti nekoliko važnih definicija:

I. Transnacionalne kompanije su velika poduzeća koja:

a) razvijaju djelatnosti što stalno prelaze granice putem međunarodnog transfera dobara, investicija, kapitala i osoblja;

b) osim funkcije nabave i prodaje u više zemalja, provode i proizvodnju u više nacionalnih privreda;

c) stoje pod jedinstvenim ukupnim rukovodstvom unatoč pravnoj i organizacijskoj

samostalnosti dijelova poduzeća, pri čemu se načelne poslovno-političke odluke donose u vrhu poduzeća.

II. Globalne korporacije (transnacionalne kompanije) su izrazito velika poduzeća koja svoje djelatnosti obavljaju u novim industrijama ili u starim industrijama-industrijama prethodne tehnološke paradigme koje su svoju tehnološku potku temeljile na informacijskoj tehnologiji, gledajući na cijeli svijet kao na jedno tržište.

III. Najšira definicija glasi:

Transnacionalne kompanije su sva poduzeća koja kontroliraju imovinu, radnike, ogranke za prodaju i slično, u dvije ili više zemalja.

IV. Transnacionalne kompanije su transnacionalna poduzeća s vlastitim proizvodnim i prodajnim organizacijama u više zemalja, što objedinjava planiranje proizvodnih kapaciteta, politiku marketinga, financijske tokove i logističke sustave širom svijeta.

V. Transnacionalna kompanija je snažna ekonomska skupina više trgovačkih društava i drugih jedinica različitog državljanstva, koje su ujedinjene vezama zajedničkog vlasništva i ugovorima, a na temelju integracije velikoserijske proizvodnje i plasmana, specijalizacije, koncentracije i prijenosa tehnologije, kapitala i rukovodstva i unutar korporacijske trgovine, opslužuje svjetsko tržište u skladu s općom poslovnom strategijom matičnog društva.

Ove izdvojene definicije nekako najpotpunije ocrtavaju što su to transnacionalne kompanije. Ali, uz njih postoje brojne definicije različitih autora, koji su kroz povijesni razvoj transnacionalnih kompanija pokušavali u nekoliko rečenica uobličiti tako složeni svjetski mehanizam.

PODJELA TRANSNACIONALNIH KOMPANIJA

Iako se u globalu transnacionalne kompanije dijele na male, srednje i velike, prema obujmu proizvodnje i prodaje, već dugo vremena pažnju privlači klasifikacija koju je dao američki profesor Howard Perlmutter. On transnacionalne kompanije dijeli u tri skupine:

1. etnocentrične - to su one u kojima matična kompanija potpuno upravlja podružnicama i šalje im sve važnije rukovodeće osoblje i sve se odluke donose u matičnoj kompaniji;

2. policentrične - u kojima su podružnice relativno samostalne, zapošljavaju domaće ljude, osposobljavaju ih i postavljaju na manje važna rukovodeća mjesta, ali se sve važnije poslovne odluke donose u matičnoj kompaniji;

3. geocentrične - to su one kompanije koje su formirane kao kompleks međuovisnih kompanija koje ravnopravno sudjeluju u utvrđivanju poslovne politike, imaju dioničare po cijelom svijetu, pronalaze zajedno rukovodeće osoblje i imaju globalnu fleksibilnost.

Ovakva je klasifikacija ovdje najoptimalnija jer se ne upliće u krajnosti, kao što su profit, broj zaposlenih, broj podružnica, čime klasifikacija postaje pristrana.

Postoji još jedna zanimljiva klasifikacija koja dijeli kompanije na:

- one što pokreću aktivnosti i svijet;
- one što promatraju događaje sa strane i
- one što se čude onome što se dogodilo.

POJAVA TRANSNACIONALNIH KOMPANIJA

Transnacionalne kompanije u obliku kakvom ih mi poznajemo relativno su nova pojava, ali nas ekonomski analitičari uvjeravaju u suprotno.

Prema A. Dragičeviću riječ korporacija potječe iz starog Rima (lat. corporatis = savez, udruženje) i označuje udruženja koja uživaju status pravne osobe, a osnivaju se radi zaštite prava svojih pripadnika, zastupanja njihovih interesa i ostvarivanja određenih kolektivnih ciljeva privrednog ili nekog drugog karaktera.

PRETEČE TRANSNACIONALNIH KOMPANIJA

Dakle, sama pojava transnacionalnih kompanija nije tako novog datuma. No, u literaturi se spominju kao prvobitni oblici, odnosno preteče današnjih transnacionalnih kompanija, kompanije, koje vode porijeklo još iz 14., 15., 17. i 18. stoljeća. Naime, B. Havrilišin navodi da je u 14. stoljeću postojalo 150 tvrtki koje bi mogle biti označene kao internacionalne po obujmu svojih aktivnosti. Spominju se i internacionalni bankari Fuger iz Augsburga koji su obavljali svoju djelatnost u 15. stoljeću.

To su bili neki skromni počeci, ali većina autora kao prave preteče transnacionalnih kompanija navodi velike trgovačke kompanije iz 17. i 18. stoljeća, kao što su The East India Company, The Royal African Company, kompanija Hudsonovog zaljeva i druge. Ipak, to nisu bile prave transnacionalne kompanije jer nisu bile orijentirane na proizvodnju u drugim zemljama, nego je njihova glavna aktivnost bila vezana za unosnu trgovinu kavom, šećerom, čajem, različitim začinima, kao i trgovinom plemenitim metalima, koju su većinom obavljale u kolonijama svojih zemalja. Međutim, te su se kompanije raspale krajem industrijske revolucije. Nakon industrijske revolucije dolazi do stvaranja velikih proizvodnih poduzeća koja u početku uglavnom nisu bila internacionalnog karaktera.

RAZDOBLJE DOMINACIJE NACIONALNIH KOMPANIJA

Sfera transporta bilo je prvo područje ekspanzije tih velikih korporacija. Željezničke i brodarske kompanije, po samom karakteru vlastite djelatnosti, utjecale su na povećanje potreba za čelikom, pokrećući time tešku industriju, koja počinje proizvodnju željeza i čelika po cijenama i količini koje su taj razvoj i ekspanziju učinile mogućim. Specijalna prilagodba transportnih sredstava, kao što su brodovi za prijevoz hrane koji su se pretvarali u velike hladnjače, omogućili su transport svih vrsta lako pokvarljive robe do potrošačkih centara - gradova, koji sve više rastu. Time su

gradovi prestali biti ovisni o lokalnim proizvođačima i njihovim cijenama te polako postaju dio međunarodnog tržišta.

Oko godine 1870. Gustav Swift počinje tako opskrbljavati istočni dio SAD-a mesom s njezina zapadnoga dijela, te ubrzo stvara gigantsku korporaciju koja je u sebi udruživala proizvodnju, promet i trgovinu. Bilo je to pravo malo carstvo, neviđeno do tada po svojoj veličini, unutrašnjoj organizaciji i strukturi. Poučeni tim primjerom i brojni drugi poduzetnici počeli su stvarati svoje kompanije. Na primjer, Andrew Preston je oko 1890. godine počevši s bananama uspio do kraja stoljeća stvoriti veliku kompaniju United Fruit Company. Upravo su procesi industrijalizacije i urbanizacije omogućili razvoj velikih kompanija, posebice u početku u prehrambenoj i metalnoj industriji, i to ne samo u teškoj metalurgiji (željezare, čeličane) nego i u industriji konzervi i sličnim granama. Stvaranjem tehničke baze (izumom brojnih specijaliziranih strojeva u pojedinim industrijama) za masovnu proizvodnju, kompanije mogu početi s osvajanjem domaćeg i međunarodnog tržišta.

FAZA PRAVIH TRANSNACIONALNIH KOMPA NIJA

Prva prava transnacionalna kompanija stvorena je nešto ranije, ali je postala transnacionalna i svima poznata tvrtka "SINGER" koja je 1867./68. izgradila prvu tvornicu za montiranje šivaćih strojeva u Glasgowu, izrađujući strojeve od dijelova koje je dobivala iz SAD-a. To je bilo prvo poduzeće koje je širom svijeta proizvodilo i plasiralo jedan proizvod istog oblika i s istim imenom.

Nakon toga kotač je pokrenut i brojne američke i europske kompanije otvaraju svoje pogone u inozemstvu. Tako je Siemens svoj prvi pogon otvorio 1875. godine, Hoechst 1878., a Agfa 1888. godine. I švicarska poduzeća postaju transnacionalna još prije prvog svjetskog rata, kao npr. Ciba 1899., Geigy 1895., Brown Boveri 1889. i Nestle 1895. Time kompanije počinju svoje veliko geografsko širenje svijetom. Razvoj transnacionalnih kompanija bio je nešto blaži za vrijeme prvog svjetskog rata, zbog samoga rata, ali i radi donošenja i pokušaja

uvodenja tzv. antimonopolskih zakona [(Shermanov zakon (1890.) i Claytonov zakon (1914.)), koji su doneseni u SAD.

Nakon završetka prvog svjetskog rata, transnacionalne kompanije doživljavaju novi procvat, osobito poslije velike krize (1929-33.). Razdoblja poslije drugog svjetskog rata, te poslije 1955. godine također su karakteristična za ekspanziju američkih i europskih transnacionalnih kompanija. U tom razdoblju dolazi do osnivanja najvećeg broja transnacionalnih kompanija svijeta, pa čak ni kriza u 1970-im i prvoj polovici 1980-ih godina, nije zaustavila rast, razvoj i geografsko širenje korporacija u svjetskoj privredi. Usprkos primijećenom trendu opadanja svjetskog privrednog rasta, aktivnosti transnacionalnih kompanija nastavile su rasti stabilnim tempom i širiti se diljem svijeta. Za sadašnju je fazu ekspanzije transnacionalnih kompanija značajno:

a) SAD još uvijek održava premoć u sferi inozemnih direktnih investicija (posjeduju najveći investirani kapital),

b) snažan uspon njemačkih i osobito japanskih transnacionalnih kompanija,

c) pojačana koncentracija direktnih inozemnih investicija u razvijene kapitalističke zemlje (reinvesticija u kompanije), ali i velika tendencija u ulaganja u zemlje u razvoju (uzrok smanjenog investiranja su političke nestabilnosti),

d) snažna preorijentacija inozemnih investicija k tercijarnom sektoru.

Kao nositelj ulaganja dominiraju korporacije koje raspolažu podružnicama osnovanim u već više od 6 zemalja. One nastoje putem globalne kombinacije proizvodnih faktora smanjiti troškove proizvodnje.

BROJ I DOMINACIJA TRANSNACIONALNIH KOMPA NIJA

Ukoliko uzmemo najširu definiciju transnacionalnih kompanija, koja ih označava kao poduzeća koja imaju razne vrste jedinica bar u jednoj stranoj zemlji, ukupan broj tih poduzeća koja možemo označiti kao transnacionalna iznosio je 70-ih godina oko 10 000. Prema podacima UN-a, 1992. godine u svijetu je postojalo oko 35 000 kompanija koje imaju

približno 170 000 podružnica. Prema podacima iz 1996. godine u svijetu je bilo 39 000 kompanija, koje imaju oko 280 000 podružnica. To znači da svaka kompanija ima prosječno 7 podružnica.

Samo najveće korporacije imaju svoje podružnice u više od 20 zemalja. Tako, IBM ima podružnice u 80 zemalja, Siemens u 52, ITT u 40 zemalja. Ni naftne kompanije ne zaostaju u broju svojih podružnica. Naime, Mobil djeluje u 62 zemlje, Gulf Oil u 61, a Shell u 43 zemlje.

Za mnoge od tih najvećih korporacija vrijedi činjenica da one velik dio svoje ukupne proizvodnje ostvaruju u inozemstvu. Exxon ostvaruje 81% cjelokupne proizvodnje u drugim zemljama, Gulf Oil 75%, Royal Dutch Shell grupa 70%, Unilever 70%, Philips 67%, Texaco 65%, US Steel 60% itd.

VODEĆE TRANSNACIONALNE KOMPANIJE U SVJETSKOJ PRIVREDI

S obzirom na činjenicu da su transnacionalne kompanije dinamična poduzeća koja svojim ulaganjima u vlastiti razvoj i razvoj njima zanimljivih područja stalno variraju u uspjehu, za vodeću poziciju u svjetskoj privredi ne natječu se samo po uspjehu nego prvenstveno prema tržišnoj vrijednosti koju određena kompanija postiže na tržištu. Tržišna vrijednost izračunata je brojka, dobivena množenjem broja dionica određene kompanije s njihovom tržišnom vrijednošću na burzi na određeni datum.

U tablici 1. dano je prvih 100 svjetskih kompanija s obzirom na stanje 30.05.1997. uz usporedbu istih kompanija na rang 1996. godine.

Kao što se vidi iz tablice, dominacija američkih kompanija je neosporna, a posebice činjenica da se među prvih 15 kompanija nalaze čak 4 kompanije iz svijeta elektronike, dok su ranije dominantne korporacije iz svijeta nafte relativno potisnute.

VODEĆE KOMPANIJE U POJEDINIM GRANAMA

Velika većina navedenih kompanija, osim što je izvanredno rangirana u Top 100 kompanija

svijeta, nalazi se i među vodećim korporacijama u grani kojom se prvenstveno bave. Tako ćemo ovdje prikazati danas najznačajnije kompanije u svijetu proizvodnje automobila, u svijetu nafte, elektronike, bankarstva i nebankovnih usluga, te kemijske industrije i kozmetike.

ELEKTRONIKA

- | | |
|---------------------|-------------------------|
| 1. General Electric | 6. AT&T |
| 2. NTT | 7. SBC Communications |
| 3. Microsoft | 8. Hewlett-Packard |
| 4. Intel | 9. British Telecomms |
| 5. IBM | 10. Matsushita Electric |

AUTOMOBILI

- | | |
|-------------------|---------------|
| 1. Toyota | 6. Chrysler |
| 2. Ford | 7. Volkswagen |
| 3. General Motors | 8. BMW |
| 4. Daimler-Benz | 9. Volvo |
| 5. Honda | 10. Honda |

NAFTNA INDUSTRIJA

- | | |
|----------------------|-----------------------------|
| 1. Royal Dutch Shell | 6. ENI |
| 2. Exxon | 7. Texaco |
| 3. BP | 8. Brocken Hill Proprietary |
| 4. Dupont | 9. Amoco |
| 5. Mobil | 10. Elf Aquitaine |

KEMIJSKA I FARMACEUTSKA INDUSTRIJA

- | | |
|--------------------|------------------------|
| 1. Merck | 6. Pfizer |
| 2. Novartis | 7. Abbott Laboratories |
| 3. Roche Holding | 8. Allianz |
| 4. Johnson&Johnson | 9. Bayer |
| 5. Glaxo Holding | 10. Eastman Kodak |

PREHRAMBENA INDUSTRIJA

- | | |
|---------------|-------------------|
| 1. Coca-Cola | 6. Kellog |
| 2. Pepsico | 7. Sara Lee |
| 3. Unilever | 8. Squibb |
| 4. Nestle | 9. Hong Kong Land |
| 5. McDonald's | 10. Conagra |

BANKARSTVO

- | | |
|-----------------------------|---------------------|
| 1. Bank od Tokyo Mitsubishi | 6. Bankamerica |
| 2. Citicorp | 7. Chase Manhattan |
| 3. Fannie Mae | 8. Fuji bank |
| 4. Sumitomo Bank | 9. American Express |
| 5. Nationsbank | 10. UBS |

Izvor: Business week, 07.07.1997.

Iz danog prikaza vidi se da mnoge korporacije ne djeluju samo svestrano na geografskom planu već se ta svestranost očituje u ponudi proizvoda jedne transnacionalne kompanije. Najbolji primjer je 33. kompanija sa svjetskih Top100, Unilever, koja je zapravo velika trgovačka kuća koja zastupa brojne proizvođače. Oni svojim vlastitim snagama ne bi izdvajali odgovarajuće svote za marketing, pa im se na usluzi našao Unilever koji putem globalnog marketinga predstavlja njihove proizvode svijetu, te za tu uslugu naplaćuje goleme svote.

Tab. 1.: 100 najvećih kompanija svijeta 1997. i 1996. godine

RANG ¹⁾		NAZIV KOMPANIJE	MATIČNA ZEMLJA	TRŽIŠNA VRIJED- NOST (u mlrd US\$)
1997.	1996.			
1	1	GENERAL ELECTRIC	SAD	198,09
2	4	COCA-COLA	SAD	169,86
3	2	ROYAL DUTCH/SHELL	NIZOZEMSKA/V.BRITANIJA	168,99
4	3	NTT	JAPAN	151,57
5	12	MICROSOFT	SAD	148,59
6	6	EXXON	SAD	147,15
7	15	INTEL	SAD	124,08
8	8	TOYOTA MOTOR	JAPAN	108,67
9	10	MERCK	SAD	108,49
10	9	PHILIP MORRIS	SAD	106,58
11	42	NOVARTIS	ŠVICARSKA	93,48
12	18	PROCTER & GAMBLE	SAD	93,39
13	20	IBM	SAD	85,91
14	11	ROCHE HOLDING	ŠVICARSKA	83,51
15	5	BANK OF TOKYO- MITSUBISHI	JAPAN	80,90
16	40	HSBC HOLDINGS	V. BRITANIJA	80,71
17	13	JOHNSON & JOHNSON	SAD	79,91
18	32	BRISTOL-MYERS SQUIBB	SAD	73,35
19	26	GLAXO WELLCOME	V. BRITANIJA	70,85
20	19	WAL-MART STORES	SAD	67,68
21	25	BRITISH PETROLEUM	V. BRITANIJA	67,34
22	27	PFIZER	SAD	64,38
23	29	AIG	SAD	63,57
24	28	DUPONT	SAD	61,45
25	b.r.	DEUTSCHE TELEKOM	NJEMAČKA	60,97
26	7	AT & T	SAD	59,71
27	24	PEPSICO	SAD	56,31
28	35	WALT DISNEY	SAD	55,28
29	30	MOBIL	SAD	55,03
30	82	LLOYDS TSB GROUP	V. BRITANIJA	53,85
31	65	SBC COMMUNICATIONS	SAD	53,64
32	49	BERKSHIRE HATHAWAY	SAD	52,98
33	48	UNILEVER	NIZOZEMSKA/ V. BRITANIJA	52,64
34	39	CITICORP	SAD	52,56
35	23	HEWLETT-PACKARD	SAD	52,53
36	52	ELI LILLY	SAD	51,65
37	77	GILLETTE	SAD	49,52
38	31	NESTLE	ŠVICARSKA	48,93
39	56	AMERICAN HOME PRODUCTS	SAD	48,92
40	54	ABBOTT LABORATORIES	SAD	48,73
41	47	ALLIANZ	NJEMAČKA	47,96
42	72	SMITHKLINE BEECHAM	V. BRITANIJA	47,32
43	57	FANNIE MAE	SAD	46,42
44	43	CHEVRON	SAD	45,74
45	53	BRITISH TELECOMMS.	V. BRITANIJA	45,55
46	38	BELLSOUTH	SAD	44,98
47	63	CISCO SYSTEMS	SAD	44,96
48	33	FORD MOTOR	SAD	44,66
49	51	AMOCO	SAD	44,17
50	16	SUMITOMO BANK	JAPAN	43,40
51	88	NATIONSBANK	SAD	42,34
52	37	GTE	SAD	42,14
53	36	GENERAL MOTORS	SAD	41,83
54	74	BANKAMERICA	SAD	41,44
55	64	CHASE MANHATTAN	SAD	40,74
56	90	LUCENT TECHNOLOGIES	SAD	40,64
57	44	ENI	ITALIJA	40,08
58	71	DAIMLER-BENZ	NJEMAČKA	39,74
59	50	MATSUSHITA ELECTRIC INDL...	JAPAN	39,68
60	41	MOTOROLA	SAD	39,42
61	69	MINNESOTA MINING & MFG.	SAD	38,24
62	21	DAI-ICHI KANGYO BANK	JAPAN	38,03
63	67	BOEING	SAD	37,99

RANG *1		NAZIV KOMPANIJE	MATIČNA ZEMLJA	TRŽIŠNA VRIJED- NOST (u mlrd US\$)
1997.	1996.			
64	14	FUJI BANK	JAPAN	37.30
65	22	SANWA BANK	JAPAN	37.10
66	61	AMERITECH	SAD	35.96
67	62	HITACHI LTD.	JAPAN	35.52
68	130	TRAVELERS GROUP	SAD	35.27
69	58	McDONALD'S	SAD	34.77
70	91	ING GROEP	NIZOZEMSKA	34.77
71	112	ERICSSON	ŠVEDSKA	33.85
72	110	SCHERING-PLOUGH	SAD	33.20
73	108	AMERICAN EXPRESS	SAD	32.86
74	93	SONY	JAPAN	32.34
75	139	ALLSTATE	SAD	32.26
76	99	HUTCHISON WHAMPOA	HONG KONG	32.23
77	60	SIEMENS	NJEMAČKA	31.76
78	75	BELL ATLANTIC	SAD	30.66
79	85	HOME DEPOT	SAD	30.66
80	17	INDUSTRIAL BANK OF JAPAN	JAPAN	30.51
81	104	ORACLE	SAD	30.47
82	80	SEVEN-ELEVEN JAPAN	JAPAN	30.13
83	223	COMPAQ COMPUTER	SAD	29.68
84	121	SCHLUMBERGER	SAD	29.39
85	144	BARCLAYS BANK	V. BRITANIJA	29.38
86	86	SUN HUNG KAI PROPERTIES	HONG KONG	29.37
87	105	TEXACO	SAD	28.77
88	125	ZENECA GROUP	V. BRITANIJA	28.71
89	97	HONDA MOTOR	JAPAN	28.60
90	66	BROKEN HILL PROPRIETARY	AUSTRALIA	28.53
91	94	BAYER	NJEMAČKA	28.13
92	87	UBS	ŠVICARSKA	28.13
93	120	KIMBERLY-CLARK	SAD	28.12
94	79	VEBA	NJEMAČKA	27.97
95	96	DEUTSCHE BANK	NJEMAČKA	27.77
96	84	B.A.T. INDUSTRIES	V. BRITANIJA	27.77
97	34	SINGAPORE TELECOMMS.	SINGAPUR	27.52
98	192	WERNER-LAMBERT	SAD	27.41
99	131	ELF AQUITAINE	FRANCUSKA	27.33
100	81	EASTMAN KODAK	SAD	27.27

Izvor: Business week/ July 7, 1997

*1 Za 1997. rangiranje je prema stanju na dan 30.05.1997.

b.i.r. - bez ranga za tu godinu

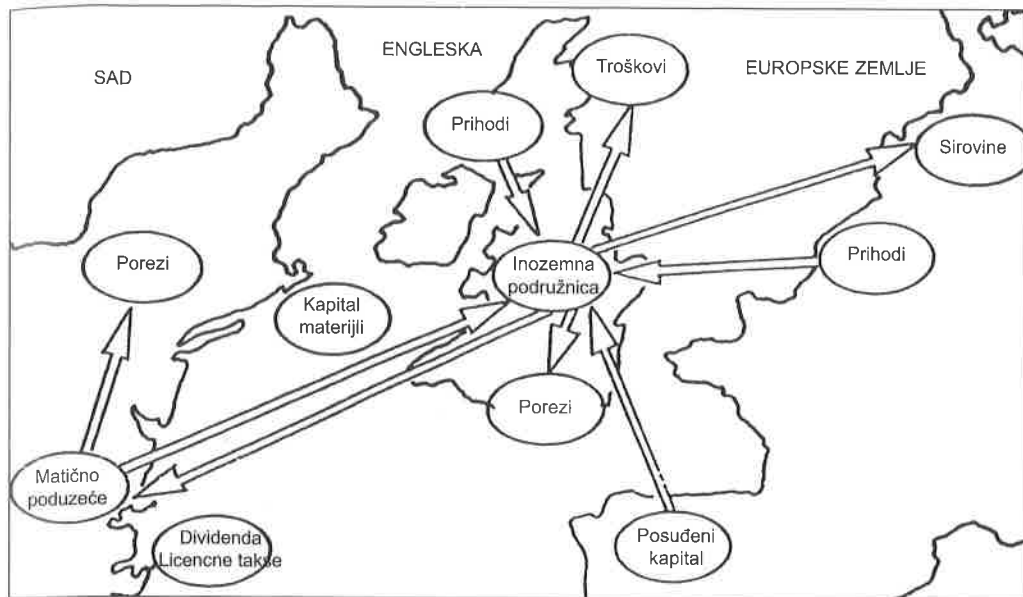
Najdinamičnija promjena u poretku kompanija događa se u svijetu elektronike, gdje se promjene događaju nekoliko puta u tijeku godine. Sve to ovisi o inovatorskom dijelu kompanije i mogućnosti brze prilagodbe proizvodnje i marketinga novom proizvodu diljem svijeta.

PROSTORNI RAZMJESTAJ TRANSNACIONALNIH KOMPANIJA

Transnacionalne kompanije su u svoj "po-hod" po svijetu krenule različitim načinima, širenjem, koje je rezultiralo raspršivanjem svojih proizvodnih i prodajnih pogona diljem svijeta. Najbolji način na koji funkcioniraju transnacionalne kompanije prikazuje slika 1. Ona prikazuje shemu toka svih korporacijskih

resursa hipotetičkog matičnog poduzeća iz SAD, koje je jedini vlasnik podružnice u Engleskoj. Ono dobiva prihode iz Francuske, plaća sirovine iz Danske (uz troškove rada i materijala u Engleskoj), te se zadužuje u Švicarskoj i Engleskoj. Ovo je samo jedan isječak složenog mehanizma poslovanja jedne transnacionalne kompanije.

Iz slike 1 vidi se karakterističan mehanizam djelovanja transnacionalnih kompanija, gdje postoji razvijena trgovina između podružnice i centrala transnacionalnih kompanija. On dobiva oblik specijalne tehnike međusobne kupnje i prodaje (tzv. transfer pricing), kojim se štite interesi centrale, odnosno, transnacionalnog kapitala. Time se istovremeno izbjegavaju ili zao-bilaze određeni programi i ciljevi nacionalnih



Izvor: Coppeland. T. Kako procijeniti vrijednost MNK, UNIPA, 1991.

Sl. 1.: Shematski prikaz toka korporacijskih resursa

ekonomskih politika. To je detaljno razrađena tehnika preusmjeravanja profita i ostalog kapitala prema željama matične tvrtke, a mimo kontrole nadležnih financijskih organa. Taj mehanizam djeluje otprilike ovako: podružnica plaća umjetne, visoke cijene za robu ili usluge koje uvozi od matične kompanije. Tako se umanjuje profit te podružnice u stranoj zemlji, a time i plaćen porez, odnosno, prihodi zemlje domaćina. Razlika između starijih, nižih i umjetnih, viših cijena za kupljenu robu od centrale predstavlja stvarni iznos profita koji se "nelegalno" prenosi u zemlju matične kompanije.

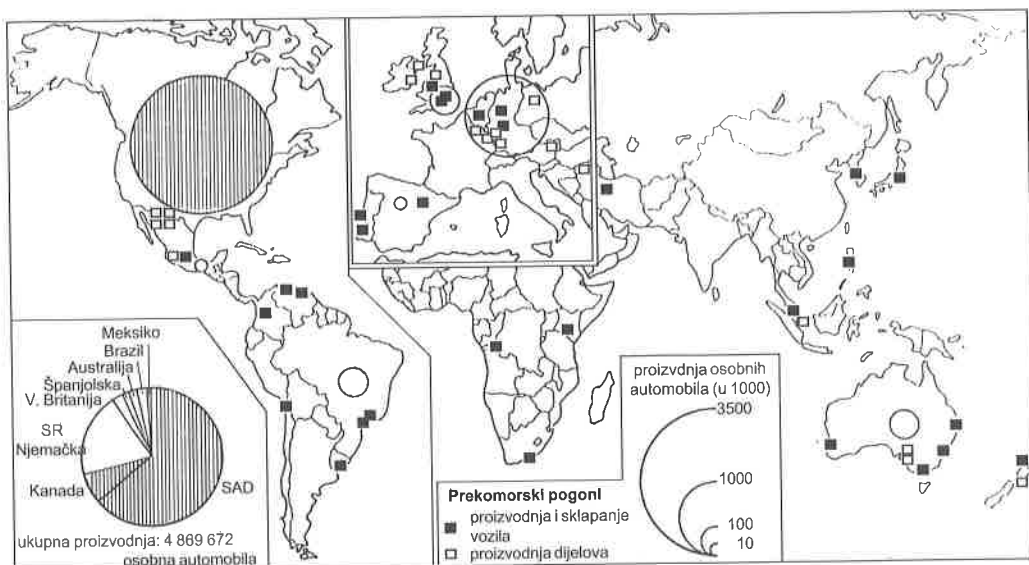
Transfer cijenama predstavlja poseban način "vrednovanja" roba i usluga u unutrašnjim korporativnim transakcijama, kojima se provodi geografsko preusmjeravanje profita.

Važna pretpostavka svjetske ekonomije je činjenica da razvijenija matična zemlja može kapitalu, kao osnovnom korporacijskom resursu, pružiti bolju odskočnu dasku za izlazak na svjetsko tržište nego li slabije razvijena zemlja. To se događa zbog bolje ekipiranosti stručnim osobljem, naprednije tehnologije, bogatstva informacija i sl.

Najcjelovitiji prikaz kako dobra "odskočna daska" utječe na transnacionalnu kompaniju dan

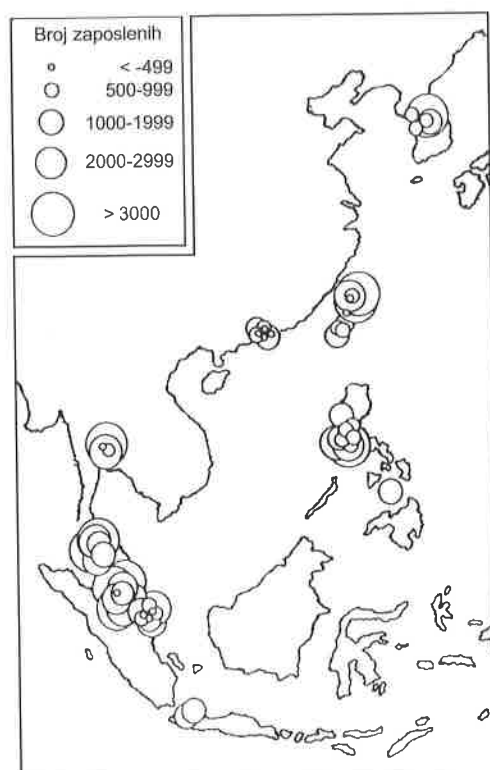
je na slici 2. Ovdje je prikazan prostorni razmještaj proizvodnih i prodajnih jedinica General Motorsa u svijetu, te njihov opseg proizvodnje. Kako su se transnacionalne kompanije javile u SAD-u, u početku su gotovo sve svjetske kompanije locirale svoje podružnice u SAD. Donošenjem antitrustovskog zakona i zaštitnih carina, te zbog povišenja općeg životnog standarda i cijene rada u SAD-u kompanije odlučuju prenijeti glavninu svojih proizvodnih aktivnosti u jeftinija područja. Tako su se kao zanimljiva područja pojavili gradovi na dalekom istoku Hong Kong, Singapur i Makao. U te gradove preselila se većina kompanija iz SAD-a. To se najbolje vidi iz slike 3. Ovdje se vide lokacije proizvodnih pogona u jugoistočnoj Aziji. Vidi se golemu koncentraciju proizvodnih pogona različitih transnacionalnih kompanija u području Singapura i Kuala Lumpura. Indonezija je izvrsna lokacija za transnacionalne kompanije prvenstveno zbog svoga prometnog položaja i dostupnosti, a zatim i zbog velike ponude jeftine radne snage.

Također, za sve ostale države u kojima je koncentrirana većina pogona transnacionalnih kompanija svijeta vrijede ti karakteristični faktori. Na Filipinima je tu i utjecaj vlasti, koje



Izvor: Friganović-Sić-Matas, Zemljopis 6, ŠK, Zagreb, (1981)

Sl. 2.: Prostorni razmještaj General Motorsa u svijetu (1981. godine)



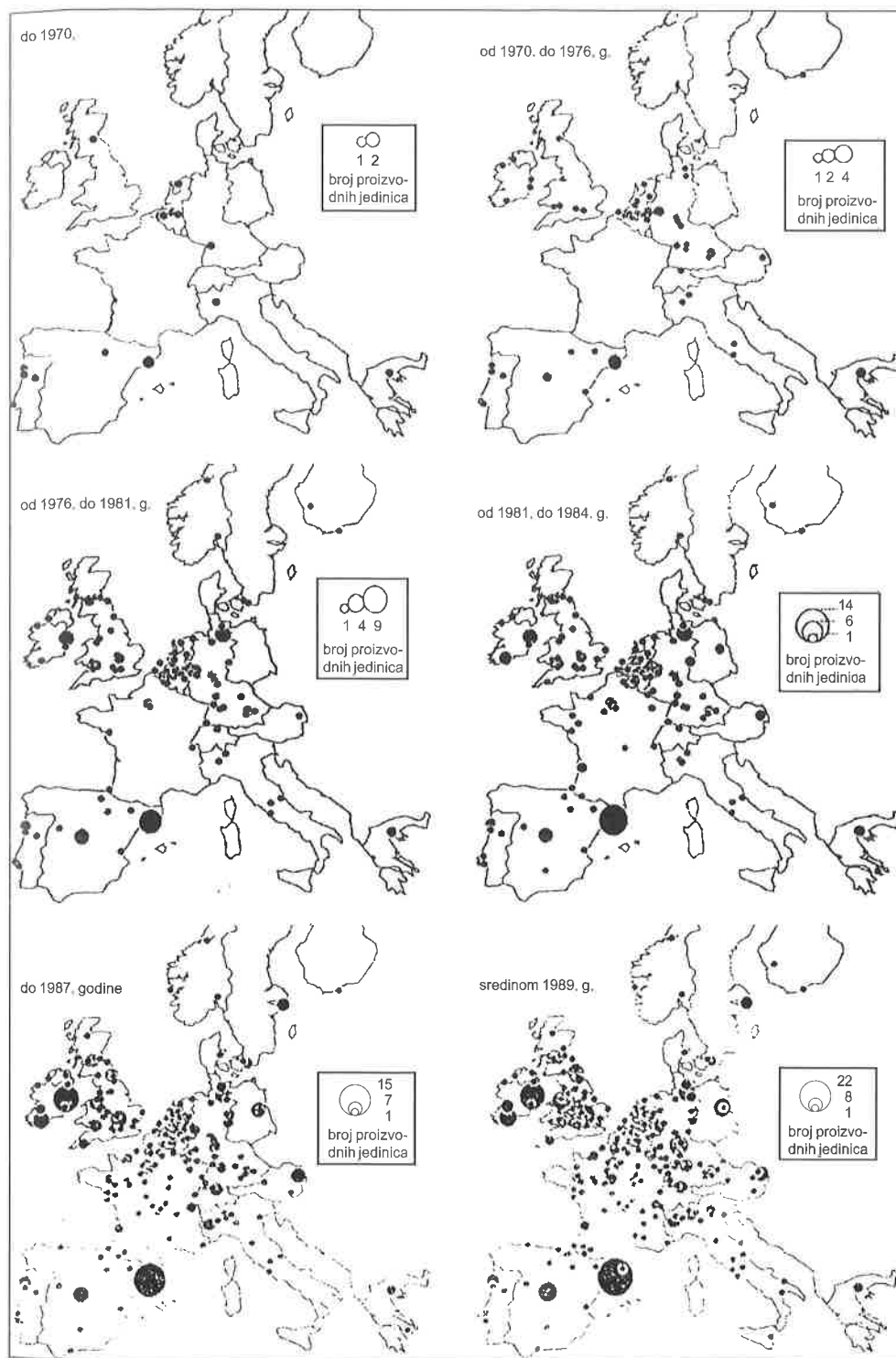
Izvor: Henderson, J., Globalisation of high technology production, Routledge 1989., London

Sl. 3. Razmještaj proizvodnih jedinica transnacionalnih kompanija iz SAD-a u Istočnoj Aziji

prednost daju ulasku transnacionalnih kompanija iz SAD-a. Slijedeće veliko privlačno područje za lokaciju svjetskih transnacionalnih kompanija je Tajvan, a u posljednjih nekoliko godina i Koreja, u koje se lociraju radno-intenzivne industrije.

Ipak, najveća država iz koje dolaze brojne svjetski jake i poznate korporacije je Japan. S obzirom na činjenicu da su Japanci postali relativno skupa radna snaga, te da korporacije žele biti što bliže svojim kupcima, japanske korporacije teže preseljenju svojih pogona u Europu. Taj je trend počeo 70-ih godina i nastavlja se ubrzanom tempom i danas.

To se najbolje vidi iz slike 4. Ovdje se vidi kako su se japanske transnacionalne kompanije postepeno pojavljivale u Europi. Nakon relativno skromnih početaka 70-ih godina, najezda kompanija vidi se početkom 80-ih, i to prvenstveno u zemlje Beneluxa, tadašnje Zapadne Njemačke i Velike Britanije, zbog blizine kupcima. U Španjolskoj, u području oko Barcelone japanske transnacionalne kompanije se lociraju zbog jeftinog prijevoza i jeftinije radne snage nego li u ostalom dijelu Zapadne Europe. Krajem 80-ih godina vrhunac je koncentracije japanskih kompanija u Europi i taj se trend nastavlja i danas, gdje se sve više kao zanimljivo



Izvor: Dupuy, C., Milelli, C., Savary, I., 191. Atlas Mondial des Multinationales. Tome 2, Strategies des Multinationales, Reelus la Daumentation Francaise.

Sl. 4. Broj i razmještaj podružnica japanskih kompanija u zapadnoj Europi

područje javlja istočni dio Europe, zemlje mladih demokracija. U ovom novom proširenju i Hrvatska traži svoje šanse za ulazak stranog kapitala.

TRANSNACIONALNE KOMPANIJE U HRVATSKOJ

Hrvatska je mlada država, nastala prije 7 godina u ratnom vihoru. Ipak, ni takva ratna situacija nije spriječila strane transnacionalne kompanije da skromno ulože u hrvatske tvrtke koje nisu bile izravno pogođene ratom. Investicijska klima od 1991. do 1995. godine nije bila baš pogodna za strana ulaganja, pojačana činjenicom da transnacionalne kompanije ne vole ulagati u zemlje zahvaćene ratom i zemlje nesigurnih političkih i općih uvjeta. Usprkos političkom riziku, većina stranih ulagača iskoristila je priliku ući na jedno novootvoreno tržište.

Glavne grane stranih ulaganja gotovo su iste kao i u ostalim državama: industrija cementa, kemijska industrija, farmaceutska industrija, pivovare i osvježavajuća pića, telekomunikacije i industrija električne i elektroničke opreme. Sve te industrije ne donose profite u kratkom roku već se njihova opravdanost vidi poslije nekoliko godina, što dokazuje da ti ulagači razmišljaju ostati dulje vrijeme na ovom tržištu.

Najveći strani ulagači dolaze iz Njemačke, Austrije, Švicarske, Italije i Danske, ali ni ostale zemlje ulagači nisu po iznosima beznačajne. Ono što privlači ulagače na ulaganje u Hrvatsku najčešće je kombinacija nekoliko slijedećih čimbenika:

- a) poboljšanje ekonomskih uvjeta s relativno niskom inflacijom i stabilnim tečajem
- b) povoljan pravni poredak (sistem) za strana ulaganja
- c) relativno jeftina i stručna radna snaga
- d) brzo rastuće tržište
- e) povoljna geografska pozicija koja omogućuje slobodan ulaz na ostala tržišta (npr. Ericsson koristi hrvatsko tržište kao vrata za ulaz na rusko tržište)
- f) mogućnosti za razvoj turizma i trgovine (pogodno za proizvođače piva i osvježavajućih pića)

g) jedna od najnižih poreznih stopa na dobit - 35%.

Zbog ovakvih uvjeta mnoge transnacionalne kompanije iz TOP 100 zainteresirane su za poslovanje na našem tržištu. Od velikih transnacionalnih kompanija pojavile su se i kompanije kao Unilever koji je osnovao ovdje svoju podružnicu, ali u novije vrijeme traži domaćeg strateškog partnera za distribuciju njihovih proizvoda. Nezaobilazna je i prisutnost McDonald's-a koji svoje poslovanje širi putem prodaje povoljnijih franšiza nego što je to u ostalim zemljama.

Opaženo je da u posljednje dvije godine raste interes za investicijske projekte uz sudjelovanje krupnog kapitala, mada je još uvijek veći broj manjih investitora s malim kapitalom po projektu. Istovremeno raste interes stranih banaka za dolazak u Hrvatsku, kao Raiffeisen bank, Bank Austria, Societe General, Banca di Risparmio di Trieste i Creditanstalt.

Bankovni kapital najviše je zainteresiran za kupnju dionica naših tvrtki, i to posebice onih poput Karlovačke pivovare, Ericsson Tesle, koje dobro posluju, a vlasnik im je strana kompanija. Ovaj podatak dokazuje da strani investitori više vjeruju izvrsnim poslovnim rezultatima pod okriljem stranog vlasništva, koje je jamstvo stabilnosti kompanije, nego li domaćim vlasnicima, koji, prema njihovu mišljenju, još uhodavaju svoje poslovanje u svijetu velikog biznisa i otvorene konkurencije.

Uglavnom rastuća industrija Hrvatske, nakon godina rata, očekuje primitak stranog kapitala u vrlo bliskoj budućnosti. Prvenstveno se to odnosi na ulaganja u infrastrukturu (izgradnja cesta, opskrba vodom, kanalizacija i rekonstrukcija aerodroma), turizam, izgradnju, industriju drva i hrane. Strani ulagači zainteresirani su za kupnju već postojećih malih i srednjih tvrtki sa svim njihovim pogodnostima. Ulaganja u zelene zone su od primarnog interesa tih stranih ulagača zainteresiranih za obavljanje svojih djelatnosti u zonama slobodne trgovine, većinom na području izgradnje i materijala za gradnju, elektronike i industrije automobila. Brojne strane banke namjeravaju otvoriti svoje urede u Hrvatskoj iduće godine, prvenstveno iz Njemačke, Francuske i Italije.

Od naših kompanija, iako mnoge surađuju i prodaju svoje proizvode u drugim državama, ne možemo izdvojiti mnogo kompanija koje bi bile ni približne transnacionalnim kompanijama. Eventualno bi Pliva, kao farmaceutska kuća i industrija lijekova, mogla prijeći naše nacionalne granice i postati transnacionalna. Ona ima najveće kapitalne preduvjete koji su potaknuti kotiranjem Plivinih dionica na Londonskoj burzi.

ZAKLJUČAK

Danas su transnacionalne kompanije jedan od osnovnih čimbenika gospodarskog razvoja svijeta. One su prve uvele i dosljedno provode složeni sustav unifikacije koji pomaže svijetu misliti isto i prilagođavati se postavljenim standardima.

One su pokretač brže transformacije zemalja u razvoju. Utječu na socioekonomski sastav stanovništva u zemlji domaćinu, donose nove proizvode, novu tehnologiju, zapošljavaju domaće stanovništvo, školuju kadrove za svoje potrebe i dr.

Transnacionalne kompanije vide svoju budućnost u paradoksima, kao što su: biti istovremeno i veliki i mali, razmišljati globalno, a djelovati prema lokalnim uvjetima i upravljati onim što i nije u njihovu vlasništvu, ali omogućuje veću razinu kontrole nad tržištem.

Iz svih ovih čimbenika, možemo zaključiti da transnacionalne kompanije imaju golem utjecaj na prostor u koji ulaze, ali i na gospodarstvo cijelog svijeta uopće, čineći ga "globalnim selom".

LITERATURA I IZVORI

- Barff, R., (1992.): Multinational corporations and the new international division of labor; Geography of global changes, New York, 51-62;
- Croatia-economic Outlook 1997, (1997.), Foreign direct investment, HUPA;
- Dicken, P., (1994.): Global-Local tensions: Firms and States in the global space economy, Economic Geography, br. 4, 101—123;
- Henderson, J., (1993.): The globalization of high technology production, Routledge, London;
- Isard, W., (1960.): Location and Space Economy, The Technology Press of Massachusetts Institute of Technology;
- Kovačić, M., (1995.): Svijet je postao globalno samoposluživanje, Profit br. 1, 38-42;
- Knox, P., (1994.): The geography of world economy, London;
- Lösch, A., (1952.): The economics of Location; New Haven and London, Yale University Press;
- Seitz, J., (1995): Global Issues; Blackwell Publisher;
- Smith, R., Taaffe, E. & King, L., (1968.): Readings in Economic Geography, The Location of Economic Activity; Rand McNally, Chicago;

IZVORI:

- Corporation, Groleir Electronic Publishing, 1993. CD;
- The Fortune 500 Largest industrial Corporations, Fortune 19.04.1993.;
- The Fortune 500 Largest Corporations, 15.05.1995.;
- The Business week top 1000, Business week 25.03.1996.;
- The Fortune 500 Largest corporations, Fortune 28.04.1997.;
- The Business week global 1000, Business week 07.07.1997.;
- World Investment Report 1997. UN 1997.;