

# Транснационалне компаније – нови субјекти међународних односа

УДК: 334.726:327

Мр Предраг Бјелић

*Транснационално предузеће је предузеће које послује у више националних привреда преко својих страних филијала. Значај тих предузећа стално се повећава, тако да сада контролишу око 25 одсто укупне светске производње, две трећине светске трговине и три четвртине технолошке размене.*

*Будући да су транснационална предузећа носиоци процеса глобализације, даљом либерализацијом светске привреде и уједначавањем економских политика држава у свету јачаће њихова економска позиција у светској привреди, што ће им омогућити још веће приходе. Економска снага омогућује тим предузећима политички утицај на унутрашње односе матичне земље и земаља у којима имају своје филијале. На тај начин стварају повољне услове за властито пословање и већу добит.*

*Међународни политички утицај транснационална предузећа остварују мешањем у међународне односе двеју држава и у односе између држава и међународних организација. Таквим деловањем предупређују радње које су по њих неповољне, односно обезбеђују одређене повољне мере. Утицај остварују преко инструментализованих држава, међународних пословних организација и неформалних политичких група, а крајњи објекти утицаја су државе и међународне организације. Тешко се може одговорити на питање да ли су транснационална предузећа субјекти међународних односа, односно да ли могу ступати у директне политичке односе са другим државама, али је извесно да су суверенитет држава и политички значај транснационалних предузећа обрнуто пропорционалне категорије – ако суверенитет држава опада, утицај транснационалних предузећа се повећава, и обрратно.*

## Увод

Динамичан развој транснационалних предузећа у периоду од 1945. до 1990. године условио је повећање њиховог значаја у светској привреди. Нестанак СССР-а, као промотора социјалистичког при-

вредног система, омогућио је тим компанијама да у периоду деведесетих година 20. века могу пословати у свим земљама света. Тај нови процес, који се назива глобализација, означава период потпуне доминације тих предузећа у светској привреди. Монополски положај у светској трговини и велика финансијска моћ транснационалних компанија омогућавају значајан утицај и у сфери домаће и међународне политике. Ту моћ компаније користе за обезбеђење прихватања одговарајућих политичких одлука које ће им омогућити максималан профит.

## Појам транснационалног предузећа

За означавање предузећа која послују у више држава користе се различити термини. Д. Лилиентал је 1960. године, када су та предузећа постала значајнији чиниоци светске привреде, први пут употребио назив *мултинационалне компаније*<sup>1</sup> (*Multinational Companies – MNC*). Термином *мултинационални*, и њему сродним терминима – *међународно*, *интернационално*, означава се активност или појава која се истовремено манифестује у више држава, док се термином *компанија* означава предузеће као облик организације пословне активности. И сада се често користи тај термин или његова скраћена верзија – *мултинационалке* (*The Multinationals*). Међутим, међународна привредна активност нема везе са државним организовањем и не покрива увек цео свет. То је, једноставно, пословна активност предузећа која превазилази границе у којима је то предузеће основано (и има домицил). Зато је исправније да се та предузећа називају *транснационалне компаније* – *ТНК* (*Transnational Companies – TNC*), односно транснационална предузећа (ТНП).<sup>2</sup>

Често се користи и назив *транснационална*, односно *мултинационална корпорација*. Корпорација је предузеће које је основано и послује на основу капитала прибављеног продајом акција – акционарско друштво, и због тога постоји само један правни облик организовања транснационалних компанија. У англо-америчком правном систему та предузећа су позната као корпорације (Велика Британија: *Company limited by shares – Ltd*; САД: *Corporation – inc.*), а у континенталном праву као друштва на акције (Италија: *Societe per Azione – S.p.A*). Већина транснационалних предузећа организована је као акционарско друштво јер је то погодан начин да се сакупи неопходан износ капитала за пословање изван државних граница. Та предузећа се означавају и као *супранационална предузећа*, што указује на то да су превазишла пословање на националном тржишту. У последњем периоду те компаније се називају *глобална предузећа*, што не треба мешати са све већим значајем транснационалних компанија услед

<sup>1</sup> Према: др Марјан Светличић, *Златне нити транснационалних предузећа*, „Економика“, Београд, 1986, стр. 20.

<sup>2</sup> Транс (trans) је латинска реч која значи преко, изнад.

процеса глобализације – то им омогућаје да послују у целом свету. Израз глобална предузећа везан је за стратегију предузећа приликом наступа на светском тржишту. И док је раније већина предузећа прилагођавала своје производе специфичним укусима потрошача у одређеним регионима света, глобална предузећа своје производе продају на исти начин у целом свету. Та предузећа у својим пословним политикама светско тржиште посматрају као јединствено тржиште.

За сада не постоји јединствена дефиниција транснационалних предузећа. Најопштије транснационално предузеће може да се дефинише као предузеће које је регистровано и које послује у више држава у исто време.<sup>3</sup> У већини дефиниција та предузећа се одређују са становишта њихове унутрашње организације. Конференција УН за трговину и развој (*United nations conference on trade and development – UNCTAD*) дефинисала је транснационално предузеће као „предузеће које је организовано као акционарско друштво или на други начин а које се састоји из матичног предузећа и његових страних филијала“.<sup>4</sup> И док према тој дефиницији транснационално предузеће обухвата и матично предузеће (*parent enterprise*) и филијале (*affiliates*), неки други сматрају да се под транснационалним предузећем подразумева само матично предузеће.<sup>5</sup>

Сви инсистирају на томе да између субјеката у оквиру транснационалне фирме постоји велики степен међузависности, односно да матично предузеће контролише филијале и да оне спроводе његову пословну политику. Према дефиницији у Правилима Организације за економску сарадњу и развој (*Organisation for ekonomik cooperation and development – OECD*) за мултинационалне компаније, транснационално предузеће „обично укључује предузећа или друге пословне јединице које су у приватном, државном или мешовитом власништву, а налазе се у различитим земљама и која су повезана тако да једно или више њих има значајан утицај над пословањем других и да, посебно, деле технологију и ресурсе са тим (контролисаним) предузећима“.<sup>6</sup>

Правно, филијале су независне пословне целине које послују по законима земље у којој су основане, али економски су веома зависне од одлука матичне фирме. Циљна функција транснационалног предузећа јесте максимирање профита на нивоу целе групе компанија. Са правног становишта, све филијале нису потпуно једнаке, тако да се разликују три основна типа: зависно предузеће, односно друштво ћерка<sup>7</sup>

<sup>3</sup> *Encyclopedia Britannica*, одредница Multinational Corporation, Internet, www.brittanica.com, Januar 2000.

<sup>4</sup> *UNCTAD*, World Investment Report 1996, *Investment, Trade and International Policy Arrangements*, United Nations, Geneva, 1996, p. 219.

<sup>5</sup> *Multinational Company – Definition*, Internet, www.econom.iastate.edu/classes/econ355/choi/mnc.htm, Februar 2000.

<sup>6</sup> *The OECD Guidelines for Multinational Enterprises*, Paris, OECD/GD (97)40.

<sup>7</sup> Будући да се и матично предузеће назива друштво мајка.

(Subsidiary), подружница (*Associate*) и огранак (*Branch*).<sup>8</sup> Зависно предузеће је пословни субјект под директном контролом матичног предузећа, будући да матично предузеће поседује 50 одсто и више од укупног капитала зависног предузећа. Подружница је предузеће у делимичном владањем матичног предузећа које контролише од 10 до 50 одсто укупног капитала подружнице. Огранак је правно несамостална јединица матичног предузећа која са матичним предузећем чини једно правно лице.

У многим дефиницијама сужено је тумачење појма *транснационално предузеће* узимањем у обзир разних критеријума које предузеће које се бави међународним пословањем мора испунити да би се сматрало транснационалним предузећем. Ти критеријуми су: учешће имовине предузећа у иностранству у укупној имовини (мора бити већа од 50 одсто), број филијала у иностранству (више од шест), учешће прихода створених у иностранству у укупним приходима, број запослених са страним држављанством, облик активности који се обавља у филијалама (сматра се да предузеће које оснива филијале ради дистрибуције производа који су произведени у матичној земљи није транснационално предузеће), и слично. Према потпунијој дефиницији транснационалног предузећа којом се прописују одређени критеријуми, транснационално предузеће је „матично предузеће које:

- 1) обавља производњу у страним филијалама у неколико држава;
- 2) има директну контролу над (пословним, прим. аутора) политикама својих филијала;
- 3) примењује пословне стратегије у производњи, маркетингу, финансијама и кадровским пословима које прелазе националне границе (геоцентричне)“,<sup>9</sup> односно свет посматрају као јединствено тржиште.

Веома је значајно да се прави разлика између транснационалних предузећа која имају једну управу (једно матично предузеће) и више њих, која се могу назвати *мултинационалним предузећима* будући да имају пословна седишта у више држава. Примери мултинационалних предузећа су британско-холандске компаније *Royal Dutch Shell* и *Unilever*. Број тих компанија ће се знатно повећати услед процеса глобализације светске привреде, бројних фузија предузећа (*mergers*) и децентрализације одлучивања.

Транснационално предузеће је стадијум у развоју традиционалног предузећа. На почетку предузећа се оснивају као мале инокосне (са једним власником) организације које послују искључиво на националном тржишту (некад, чак, само на локалном). Како се развија, предузеће има све веће потребе за капиталом (први правац развоја) и неопходно му је све веће тржиште (други правац развоја). Потребне за капиталом се задовољавају тако што предузеће прераста у ортакчко друштво,

<sup>8</sup> За превод термина видети: др Миодраг Сукијасовић, *Мултинационално предузеће – правни аспекти*, Институт за међународну политику и привреду, Београд, 1981, стр. 62.

<sup>9</sup> *Multinational Company*, [www.econ.iastate.edu/classes/econ355/choi/mnc.thm](http://www.econ.iastate.edu/classes/econ355/choi/mnc.thm), Februar 2000.

са све више ортака, и коначно постаје акционарско друштво. Већина предузећа која се баве међународним пословањем организована су као акционарска друштва јер међународна делатност захтева велики пословни капитал. Предузеће, просторно, прво послује на локалном, затим на националном и, на крају, на светском тржишту. У једном тренутку национално тржиште постаје преуско за пословање предузећа због недовољне понуде сировина или због тога што не може да апсорбује повећану производњу предузећа. Али, пословање на светском тржишту, осим значајног капитала, подразумева и посебну стратегију пословања. Светско тржиште није конкурентно јер на њему владају велики монополи и картели (интересна удружења више предузећа) а услови пословања се разликују од државе до државе. Зато и пословна политика предузећа еволуира током пословања на светском тржишту. Предузеће може да се односи према страним тржиштима као према споредним тржиштима (међународно пословање), национално тржиште може да буде једно од тржишта на којима предузеће послује (мултинационално пословање) а домаће тржиште може да буде само сегмент јединственог светског тржишта (глобално пословање).<sup>10</sup> И у развоју транснационалних предузећа постоји неколико фаза наступа на страним тржиштима. Неки аутори<sup>11</sup> разликују три фазе у наступу тих предузећа:

1) извоз производа (транснационално предузеће оснива филијале ради дистрибуције производа или за састављање готових производа – дистрибуција и монтажна производња);

2) производња у иностранству (транснационална компанија оснива филијале директним инвестицијама или продаје лиценцу домаћим предузећима без директног улагања капитала ради производње производа у земљи где се инвестира, што може да буде мотивисано јефтиним чиниоцима производње у земљи домаћину, високим царинама у земљи домаћину, великим тржиштем или регионалном економском интеграцијом);

3) мултинационална експанзија (транснационална компанија светско тржиште усваја као једини оквир пословања и настоји да на њему нађе оптималну комбинацију чинилаца производње – сировине се набављају и прерађују тамо где су најјефтиније, пројектује се и планира тамо где је најстручнији кадар а продаје се тамо где се може остварити најбоља цена, односно профит; на тај начин та предузећа користе предности међународне поделе рада).

У садашњем периоду развоја, услед светских процеса глобализације, транснационалне компаније прихватају геоцентричку оријентацију у пословању на светском тржишту. То значи да светско тржиште посматрају као јединствену целину и на њему наступају с јединственом пословном политиком продаје, маркетинга и инвестиција. Производи се више не прилагођавају укусима потрошача у региону, већ се креирају њихови укуси и тако настаје јединствена, глобална култура.

<sup>10</sup> Др Бранко Ракита, *Међународни маркетинг*, Економски факултет, Београд, 1993, стр. 104.

<sup>11</sup> *Multinational Company*, [www.econ.iastate.edu/classes/econ355/choi/mnc.thm](http://www.econ.iastate.edu/classes/econ355/choi/mnc.thm), Februar 2000.

Транснационалне компаније шире мрежу својих страних филијала инвестирањем капитала у облику *страних директних инвестиција* – *СДИ (Foreign Direct Investment — FDI)*. Та врста инвестиција је један од три вида<sup>12</sup> међународног кретања приватног<sup>13</sup> капитала под којим се подразумева „дугорочни однос и представља трајније улагање капитала и стицање контроле једног предузећа (матично предузеће) над предузећем из неке друге државе (страна филијала)“.<sup>14</sup> Улог капитала у филијалу мора да буде већи од 10 одсто од укупне имовине филијале и важно је да матично предузеће, на основу свог улога, може битно да утиче на пословну политику филијале, најчешће преузимањем контроле над пословањем филијале. Више није неопходно да се располаже контролним пакетом акција са више од 50 одсто укупне имовине предузећа због мноштва „малих“ акционара. Управо се по преузимању контроле над предузећем и могућности да нови власник руководи предузећем стране директне инвестиције разликују од другог вида међународног кретања приватног капитала – портфолио инвестиција,<sup>15</sup> које значе улагање капитала у предузеће у случају када се над њим не преузима контрола а рок инвестирања је краћи. Због улагања капитала у више предузећа долази до диверсификације ризика, па је и принос на портофилио инвестиције мањи него на стране директне инвестиције. Под страним директним инвестицијама подразумевају се три врсте улагања:

- власнички капитал – имовина (*equity capital*), под којим се подразумевају улагања средстава у акције предузећа (односно куповина дела имовине предузећа);

- реинвестирана зарада (*reinvested earnings*) чини део зараде страног инвеститора који није преузет у облику дивиденде, већ је искоришћен за повећање капитала филијале;

- интракомпанијске позајмице (*intra-company loans*) значе давање средстава на зајам у оквиру једне транснационалне компаније, између матичног предузећа и филијала, односно између самих филијала.<sup>16</sup>

Пре Првог светског рата међународни капитал је био, углавном, у облику зајмова (превасходно државни). Између два рата доминирале су портфолио инвестиције, јер је због започетог процеса деколонизације постојала тежња да се смање ризик и рок инвестирања. После Другог светског рата стране директне инвестиције постале су преовлађујући облик међународног кретања капитала и сада чине око три четвртине укупног међународног кретања капитала. Све то

<sup>12</sup> Друга два вида су: портфолио инвестиције и зајмовни капитал.

<sup>13</sup> Израз приватни користи се да би се тај капитал разликовао од званичног, односно јавног (државни) капитала.

<sup>14</sup> UNCTAD, World Investment Report 1996, исто, стр. 219.

<sup>15</sup> Опширније: проф. др Оскар Ковач, *Платни биланс и међународне финансије CES MECO*, Београд, 1994, стр. 280–281.

<sup>16</sup> UNCTAD, World Investment Report 1996, исто, стр. 219–220.

указује на чињеницу да је период од 1945. године до краја 20. века период динамичног развоја транснационалних компанија. Стране директне инвестиције могу да буду мотивисане разним чиниоцима, па се разликују:

1) стране директне инвестиције мотивисане јефтиним ресурсима (*resource-seeking investment*) које обухватају улагања у природне сировине и земље с јефтеном радном снагом;

2) стране директне инвестиције мотивисане ширењем тржишта (*market-seeking*), што значи да транснационалне компаније улажу у једну одређену земљу, односно групу земаља (регионална тржишта), због значаја<sup>17</sup> њиховог тржишта;

3) стране директне инвестиције мотивисане повећањем ефикасности (*efficiency-seeking*), односно улагања ради искоришћавања економије специјализације и економије обима;

4) стране директне инвестиције мотивисане стратешким интересима (*strategic asset-seeking*), под којима се подразумева усавршавање регионалне или глобалне пословне стратегије у примени технологије и организационих способности.<sup>18</sup>

Прва два типа инвестиција карактеристична су за иницијална улагања капитала у једну одређену државу, док су последња два типа карактеристична за накнаду (додатна) улагања. Међутим, због светских процеса глобализације све врсте улагања постају мотивисане остваривањем стратешких конкурентских предности за предузеће на, све више јединственом, светском тржишту.<sup>19</sup>

## Значај транснационалних предузећа

У области светске производње 1999. године постојало је око 60.000 транснационалних компанија (матична предузећа) са више од 500.000 страних филијала, које су контролисале око 25 одсто укупне светске производње.<sup>20</sup>

За тако значајну распрострањеност транснационалних компанија у светској привреди „заслужни“ су *токови страних директних инвестиција*. Прилив те врсте инвестиција повећао се у 1998. години чак за 38,8 одсто у односу на претходну годину.

<sup>17</sup> Значај се може мерити бројем потенцијалних потрошача (број становника), куповном моћи индивидуалног потрошача (друштвени производ по глави становника), склоношћу потрошача да купују одређене производе (степен еластичности) и слично.

<sup>18</sup> John H. Dunning *Re-evaluating the benefits of foreign direct investment*, Transnational Corporations, Vol. 3, № 1, February 1994, pp. 35–36.

<sup>19</sup> *Иеро*, стр. 36.

<sup>20</sup> UNCTAD, *International Production Drives Globalization*, TAD/INF/2820, 23. September 1999, Internet, www.unctad.org.

Токови страних директних инвестиција, према регионима, у 1997. и 1998. години  
(у милијардама долара)

ПОДРУЧЈЕ	СДИ прилив		СДИ одлив	
	1997.	1998.	1997.	1998.
Свет	464	644	475	649
1. Развијене земље	273	460	407	595
Европска унија	126	230	218	386
САД	109	193	110	133
Јапан	3,2	3,2	26	24
2. Земље у развоју	173	166	65	52
Африка	7,7	7,9	1,4	0,5
Латинска Америка	68	72	16	15
Азија	96	85	48	36
3. Централна и Источна Европа	19	18	3,4	1,9

Извор: UNCTAD, *International Production Drives Globalization*, TAD/INF/2820,23. September, 1999, Internet, [www.unctad.org](http://www.unctad.org).

Развијене земље су и даље најважније извориште страних директних инвестиција (1998. године обухватале су чак 91,7 одсто укупног одлива страних директних инвестиција). Та група земаља је најзначајније подручје прилива страних директних инвестиција јер је 1998. године 71,4 одсто од укупног прилива страних директних инвестиција отпадало на ту групу земаља. Земље у развоју су примале око 25 одсто од укупног прилива страних директних инвестиција у 1998. години, док је на земље средње и источне Европе отпадало само 2,8 одсто.

У периоду од 1985. до 1995. године земља са највећим приливом страних директних инвестиција биле су САД, које су у том десетогодишњем периоду кумулирале укупно 447,5 милијарди долара тих инвестиција. Иза САД била је Велика Британија, са знатно мањим приливом инвестиција. Од 20 највећих земаља домаћина страних директних инвестиција чак 15 чине развијене земље (укључујући Хонг Конг и Сингапур), док су преосталих пет држава земље у развоју. Кина је, као земља у развоју, на високом четвртном месту, што се објашњава мотивисаношћу инвестиција великим тржиштем и јефтином радном снагом. Мексико, који је на десетом месту ранг-листе најзначајнијих држава домаћина, друга је земља у развоју на тој листи. То се може објаснити значајним улагањима САД у оквиру регионалног тржишта Северне Америке (*NAFTA*) којем обе земље припадају. На листи су још три земље у развоју: Малезија, Аргентина и Бразил.

Најзначајније земље домаћини по кумулативном приливу страних директних инвестиција у периоду 1985–1995. године

Ред. бр.	Држава домаћин	Кумулативни износ у СДИ (у милијардама долара)
1.	САД	447,5
2.	Велика Британија	199,6
3.	Француска	138,0
4.	Кина	130,2
5.	Шпанија	90,9
6.	Белгија – Луксембург	72,4
7.	Холандија	68,1
8.	Аустралија	62,6
9.	Канада	60,9
10.	Мексико	44,1
11.	Сингапур	40,8
12.	Шведска	37,7
13.	Италија	36,3
14.	Малезија	30,7
15.	Немачка	25,9
16.	Швајцарска	25,2
17.	Аргентина	23,5
18.	Бразил	20,3
19.	Хонг Конг	17,9
20.	Данска	15,7

Извор: FOCUS, *Newsletter of the WTO*, No. 13, October–November 1996, p. 11.

Развијене земље су највеће „извориште“ страних директних инвестиција зато што се у њима налазе седишта већине транснационалних предузећа (ТНП). То су, уједно, и *највећа транснационална предузећа* у свету. Према броју матичних предузећа предњаче САД, Јапан и земље Европске уније, односно тзв. триада.

Транснационална предузећа послују у три области: производњи, услугама и финансијама. У области производње најчешће послују у следећим гранама: аутомобилска индустрија (21,4 одсто), прерада нафте (18,4 одсто), електроиндустрија (15,7 одсто), прехранбена индустрија (9,6 одсто), хемијска индустрија (8,7 одсто), информатичка опрема (5,9 одсто), прерада гвожђа и челика (4,4 одсто) и аеронаутика (3,0 одсто).<sup>21</sup> У области услуга транснационална предузећа највише послују у области транспорта (ваздушни, железнички и поморски), трговине, осигурања, угоститељства (хотели и ресторани), маркетин-

<sup>21</sup> Подаци за 200 највећих предузећа у свету према: EU Commission, *The world's largest industrial groups* у *Panorama of European Industry 1996*, Office for Official Publications of the European Communities, Luxemburg, 1996.

Десет највећих транснационалних предузећа у свету у 1997. години, рангираних према страном имовини (без сектора финансија)

Ред. бр.	Предузеће	Држава	Имовина		Удео стране имовине (%)	Индекс транснацион.
			страна	укупна		
1.	General Electric	САД	97,4	304,0	32,1	33,1
2.	Ford Motor Co	САД	72,5	275,4	26,3	35,2
3.	Royal Dutch/Shell	Холандија Велика Британија	70,0	115,0	60,9	58,9
4.	General Motors	САД	0,0	228,9	0,0	29,3
5.	Exxon Corp	САД	54,6	96,1	56,8	65,9
6.	Toyota	Јапан	41,8	105,0	39,8	40,0
7.	IBM	САД	39,9	81,5	48,9	53,7
8.	Volkswagen	Немачка	...	57,0	...	56,8
9.	Nestlé SA	Швајцарска	31,6	37,0	83,8	93,2
10.	Daimler-Benz AG	Немачка	30,9	76,2	40,5	44,1

Извор: UNCTAD, World Investment Report 1999, Ch. III, p. 22.

га и рачуноводствених услуга. Осим отварања сопствених предузећа (филијале), предузећа се шире по систему франшизе (*franchising*).<sup>22</sup> Највеће транснационално предузеће на свету у сектору услуга 1997. године било је јапанско предузеће Mitsui & Co. Ltd., с укупним продајама од 132,6 милијарди америчких долара.<sup>23</sup>

Процес транснационализације захватио је сферу финансија. Да би одговориле глобалној конкуренцији банке су почеле да се интегришу на националном нивоу. Тако се појавило неколико јаких банака у најразвијенијим земљама света. Услед процеса глобализације, све више долази и до фузије (*mergers*) банака из више земаља. Транснационалне банке углавном обављају послове спољнотрговинских плаћања и међународног трансфера приватног капитала, али се баве и финансирањем међународне производње. Највећа банка на свету је *Citi corp.*, са седиштем у Сједињеним Државама. Њен укупни приход износи 34,7 милијарди америчких долара.<sup>24</sup>

<sup>22</sup> Под франшизмом се подразумевају: продаја права на трговачко име, систем управљања и технолошки поступци.

<sup>23</sup> Према подацима UNCTAD-а, та компанија заузима 35 место на листи највећих предузећа света, док је на листи FORTUNE Global 500 (Internet, www.pathfinder/fortune) на трећем месту, са продајама од 142,7 милијарди USD долара.

<sup>24</sup> Према: FORTUNE, Industry list & commercial banks i The American Banker list.

Временом су се појавила и матична предузећа са седиштем у земљама у развоју која су извозила капитал у друге земље. Те новоиндустријализоване земље су 1995. године учествовале са 15 одсто у укупним страним директним инвестицијама у свету. Међународни монетарни фронт те земље сада сврстава у групу развијених земаља (*advanced economies*).

Табела 4

Порекло 50 највећих транснационалних предузећа из земаља у развоју и одлив СДИ из тих земаља 1993. године

ЗЕМЉА	Број ТНП	СДИ одлив (фонд) (у мил. долара)
Бразил	10	4651
Република Кореја	9	5555
Тајван, ПК	7	18854
Хонг Конг	7	41125
Мексико	5	1039
Малезија	4	4516
Сингапур	3	6236
Филипини	2	128
Индија	1	82
УКУПНО	48	82276

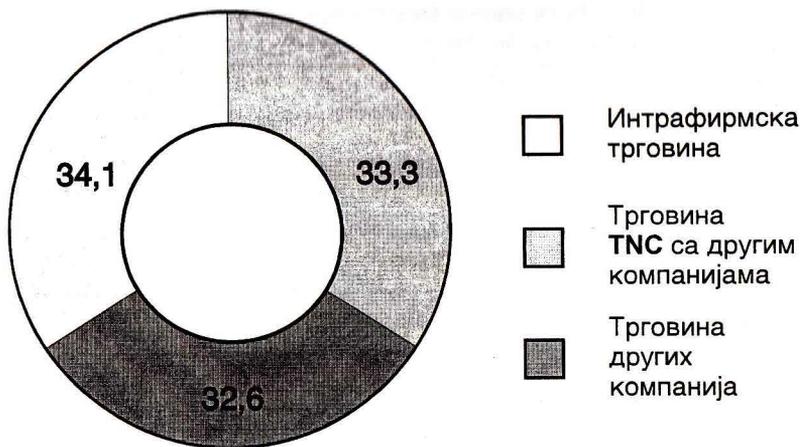
Извор: UNCTAD, World Investment Report, 1995.

Највеће транснационално предузеће у 1997. години са седиштем у земљи у развоју је предузеће „Daewoo“ из Републике Кореје, с укупном продајом од 18,8 милијарди долара.<sup>25</sup>

У међународној трговини робама и нефакторским услугама транснационалне компаније су 1993. године учествовале са 65,9 одсто. Од тог износа око 49 одсто односило се на трговину транснационалних предузећа с другим предузећима, а 51 одсто на трговину у оквиру самих транснационалних предузећа. Појава трговине у оквиру једне транснационалне компаније назива се интрафирмска трговина. Она је 1993. године износила 33,3 одсто укупне међународне трговине робама и нефакторским услугама.<sup>26</sup> Тако се јавља својеврстан парадокс да, с једне стране, долази до глобализације светског тржишта и интернационализације светске производње и, с друге стране, интернационализације светске трговине.

<sup>25</sup> UNCTAD, *World Investment Report 1999*, table III.8.

<sup>26</sup> UNCTAD, *World Investment Report 1995: Transnational Corporations and Competitiveness*, United Nations, New York and Geneva, 1995, p. 193.



Учешће транснационалних предузећа у светској трговини

Доминација транснационалних компанија најбоље се уочава у трговини примарним производима. Иако су земље у развоју највећи произвођачи тих производа, њихова производња је под контролом великих транснационалних компанија. За већину примарних производа важи правило да од два до шест предузећа контролишу и до 90 одсто производње одређеног примарног производа. То значајно утиче на извозне приходе земаља у развоју и на њихову позицију на светском тржишту. Због тога се може закључити да светско тржиште има олигополску структуру.<sup>27</sup>

Табела 5

Учешће ТНК у трговини појединим примарним производима

Производ	Број фирми	Удео (%)	Производ	Број фирми	Удео (%)
Пшеница	...	90	каучук	...	70 – 75
Какао	...	85	руда гвожђа	...	90 – 95
Банане	3	70 – 75	боксит	6	80 – 85
Дуван	...	85 – 90	бакар	5	80 – 85
Кафа	...	85 – 90	нафта	7	75

Извор: Бранислав Пелевић (ред.), „Међународни економски односи“, Економски факултет, Београд, 1994, стр. 457.

У укупним издацима за истраживање и развој у земљама OECD-а 1995. године за истраживања у привреди издвојено је 67,3 одсто. Око 85 одсто издатака за истраживање и развој у привреди самофинансирала су предузећа, а 12,2 одсто финансирала је држава.

<sup>27</sup> Олигопол је тржишна структура када на тржишту постоји мали број великих предузећа (олигополи).

## Издаци за истраживање и развој у одабраним привредама у 1995. години

	Бруто домаћи издаци за истраживање и развој (мил. ППП* долара)	Издаци привреде за истраживање и развој			
		(мил. ППП долара) текуће цене	% од БДИ** за истраживање и развој	финансирање	
				држава	привреда
САД	179.126,0	128.700,0	71,8	18,4	81,6
ЕУ	127.634,3	79.192,8	62,0	10,4	81,2
Немачка	38.411,5	25.225,3	65,7	9,0	88,9
Француска	27.044,4	16.492,0	61,0	12,7	76,1
Велика Британија	21.374,8	13.992,5	65,5	12,0	69,1
Јапан	81.514,8	53.157,4	65,2	1,6	98,2
Г7	363.020,1	249.976,1	68,9	12,8	84,5
OECD	409.120,2	275.346,7	67,3	12,2	84,7

\* По паритету куповне снаге

\*\* Бруто друштвене инвестиције

Извор: OECD, „OECD in Figures“ Paris, 1998.

Учешће транснационалних предузећа у истраживању и развоју стално се повећава јер су та предузећа у могућности да скупе значајна средства за те потребе. Истраживања се обављају у више различитих филијала једне транснационалне компаније, тако да долази до глобализације у сектору истраживања и развоја. Транснационалне компаније су принуђене да улажу велика средства у истраживање и развој да би остала конкурентна на светском тржишту, па често државе које више нису у стању да саме обављају истраживања и развој раде то у сарадњи с тим предузећима. Познат је пример Индије, која сарађује с транснационалним компанијама у истраживању и развоју нових технологија. Значај транснационалних компанија у сектору истраживања и развоја толико је велики да те компаније, преко својих филијала, учествују и више од 60 одсто у укупним истраживањима у производном сектору појединих земаља (на пример, Ирска).<sup>28</sup>

Ако се упореди економски значај *транснационалних предузећа и држава* у светској привреди очигледно је да су државе постале другоразредни привредни субјекти. Од 100 највећих привредних субјеката 51 чине предузећа, а 49 државе,<sup>29</sup> док највећа транснационална компанија има већу продају од друштвеног производа више од 150 држава.

<sup>28</sup> OECD *Globalisation of Industrial R&D: Policy Issues*, Paris, 1999, p. 11.<sup>29</sup> Sarah Anderson and John Cavanagh „Corporate Empires“ *Multinational Monitor*, December 1996, Vol. 17, No. 12.

Поређење продаје компанија и друштвеног производа земаља у 1995. години

ГРУПА	Продаја ГДП (млрд. долара)
Пет највећих ТНК	871,4
Најнеразвијеније земље	76,5
Јужна Азија	451,3
Подсахарска Африка	246,8

Извор: UNDP, Human Development Report 1997, New York, 1997.

### Политички утицај транснационалних предузећа

Транснационална предузећа доминирају светском привредом, јер контролишу око 25 одсто светске производње и две трећине светске трговине, чине најважније „носиоце међународног трансфера технологије“<sup>30</sup> и најзначајнији су субјекти у међународном трансферу капитала. Али, поставља се питање да ли та економска моћ обезбеђује и политички утицај. О томе Игнацио Рамоне, у књизи *Геополитика хаоса*, каже: „Постоји прво економска моћ, затим медијска моћ. И, када се имају те две – као што је показао Берлускони у Италији – приграбити политичку моћ није више до формалност“.<sup>31</sup> Управо због тога је за предузеће погоднији израз *транснационално* од *мултинационално*. Наиме, више није важно у колико земаља једно предузеће послује, него колико успева да заобиђе националну регулативу и да се одупре моћи националних држава.

Транснационална предузећа су се као политички субјекти појавила још у 16 веку. Велике европске метрополе су помоћу приватних компанија освајале нове поседе у Азији, Африци и Америци. Те компаније су запоседале слободне поседе у неразвијеном делу света, економски га искоришћавале и организовале јавну управу. Капитал су прикупљале продајом акција, а осниване су специјалном повељом (*chartered company*), којом је владар одобравао монопол одређене компаније над искоришћавањем одређеног подручја и трговином са њим. Заузврат, компанија је признавала суверенитет владара и припремала колоније за политичко прикључење метрополи. Руководиоци тих компанија су често били и дипломатски представници метрополе.<sup>32</sup>

<sup>30</sup> Др Јелена Козомара, *Технолошка конкурентност*, Економски факултет, Београд, 1994, стр. 113.

<sup>31</sup> Игнацио Рамоне, *Геополитика хаоса*, Институт за геополитичке студије, Београд, 1998.

<sup>32</sup> *Encyclopaedia Britannica*, одредница – chartered company, Internet, www.britannica.com.

Велика Британија је имала неколико таквих компанија у разним деловима света. Оне су организовале искоришћавање колонија и имале монопол у трговини тих подручја с матицом. Прва је основана Мускови компанија (*Muscovy Company*), 1555. године, а потом и Турска компанија (*Turkey Company*). Те компаније су значајно утицале на међународне односе будући да су плаћале издржавање амбасадора које је Британија слала у те делове света. Касније су основане и Шпанска компанија (1577. године), Источњачка компанија за трговину с балтичким земљама (1579) и Француска компанија (1611). Прва британска компанија са монополом на трговину са Африком основана је 1585. године. Најпознатија таква компанија била је Енглеска источно-индијска компанија (*English East India Company*), која је основана 1600. године<sup>33</sup> и имала је монопол у трговини зачинима из Индије. У 18. веку била је веома значајна у британској колонизацији Индије. Такође, била је база за ширење британског утицаја на подручје Кине. У Северној Америци Британија је 1670. године основала Компанију Хадсоновог залива (*Hudson's Bay Company*) ради проналажења поморског пута до Пацифика и присвајања свих земаља у подручју Хадсоновог залива<sup>34</sup> (компанија још постоји). Такве компаније су осниване и у другим пределима све до појаве великих акционарских друштава.

Следећи пример Британије, Француска је у периоду од 1599. до 1789. године основала више од 70 таквих компанија, а најпознатија је Француска источно-индијска компанија (*French East India Company*). Холандија је основала две значајне компаније – Холандску источно-индијску компанију (1602) и Холандску западно-индијску компанију.<sup>35</sup> Оне су биле посебно познате по насилном осигурању трговине, што се види и из извештаја Јана Коена, једног од управника Холандске источно-индијске компаније: „Трговина у Азији мора бити осигурана уз заштиту нашег сопственог оружја и оно мора бити плаћено делом профита од трговине. Ми не можемо трговати без рата, нити можемо ратовати без трговине“.<sup>36</sup> Изразит пример за примену насиља у трговини била је Англо-белгијска компанија за производњу каучука, која је под претњом одсецања руку захтевала од свих становника Централне Африке да се ангажују у прикупљању сировог каучука.<sup>37</sup> Због тих догађања у белгијској колонији Конго, као резултат Конго конференције, први пут у историји основана је држава организована као компанија.

<sup>33</sup> *Hero*, одредница East India Company, Internet, [www.britannica.com](http://www.britannica.com).

<sup>34</sup> *Hero*, одредница Hudson's Bay Company, Internet, [www.britannica.com](http://www.britannica.com).

<sup>35</sup> *Hero*, одредница chartered company, Internet, [www.britannica.com](http://www.britannica.com).

<sup>36</sup> The Economist „The East India Companies“ Internet, [www.economist.com/editorial/freeof-rall/19991225\\_mill/index\\_m14132.html](http://www.economist.com/editorial/freeof-rall/19991225_mill/index_m14132.html)

<sup>37</sup> *Encyclopedia Britannica*, одредница Colonialism – Establishment of European colonies, Internet, [www.britannica.com](http://www.britannica.com).

Акционарска друштва су се све више развијала, па је у 19. веку почео да се смањује број компанија основаних на основу повеље владара. Међутим, те компаније нису биле потпуно транснационалне јер су осниване на иницијативу владара (нису заобилазиле владе) и нису пословале у више држава, пошто су колоније политички биле саставни део метрополе и са њом су твориле јединствену државну целину. Ипак, сачувале су значајан утицај на политичке токове у метрополама. У периоду између два светска рата, на међународном тржишту су доминирале велике компаније удружене у картеле. Сваки картел је контролисао производњу и трговину одређеног производа, што му је давало значајну политичку моћ, посебно ако су контролисани производи имали стратегијски значај. Садашња транснационална предузећа почела су да се појављују пре Другог светског рата (на пример, *Standard Oil*), али њихов нагли развој започет је шездесетих година 20. века. За њихово пословање било је важно да су испуњена два услова: дерегулација тржишта и настанак нових држава у процесу деколонизације. Садашњи процеси глобализације најповољније су окружење за развој и јачање тих предузећа – такви услови нису постојали никада раније у људској историји.

Транснационално предузеће може да остварује политички утицај у оквиру једне државе и на међународном нивоу. Међутим, није без значаја да ли је држава у којој транснационално предузеће остварује утицај матична држава у којој предузеће има пословно седиште или држава домаћин у којој транснационално предузеће оснива своје филијале. Ипак, у сваком случају, извесно је да транснационално предузеће користи своју економску моћ за политички утицај ради остварења веће добити. Према матичној држави (*home country*), транснационално предузеће не испољава никакву лојалност. Њен циљ је остварење што већег профита, односно дивиденди за своје акционаре, а не некакве социјалне функције. Али, има мера матичне државе које могу да буду штетне по пословање транснационалне компаније. На пример, повећање стопе пореза на добит корпорација у матичној земљи значајно утиче на смањење добити транснационалног предузећа. Зато оно разним економским методама жели да избегне плаћање високих пореза, на пример, оснивањем фиктивног пословног седишта у неким државама с ниским стопама пореза (*off-shore* операције). Неке мере домаће владе могу индиректно да утичу на погоршање пословне позиције транснационалног предузећа тиме што утичу на снижење конкурентности предузећа. Филозофија глобалног пословања је оптимизација трошкова пословања на глобалном нивоу. За једну транснационалну компанију то значи да мора набављати сировине по најповољнијим ценама, ангажовати радну снагу где је најјефтинија и истраживати тамо где је најефикасније. Ако матична држава уведе санкције према држави која обезбеђује неку од тих погодности, тран-

снационалне компаније су у лошијем положају него трансационалне компаније конкурентни чија матична држава није завела санкције тој држави. Пошто је трансационално предузеће из државе која је увела санкције онемогућено да користи неку погодности у пословању, неће бити конкурентно трансационалним предузећима из других држава које ту погодност користе. Неконкурентност, која се најчешће манифестује већом ценом, услед већих трошкова пословања, условиће мање приходе од продаје и, на крају, мањи профит.

Трансационалне компаније, због наведеног, желе да утичу на акције влада пре него што се и остваре. То постижу утицајем на састав будућих влада. Наиме, многа велика предузећа, мање или више легалним донацијама, умногоме утичу на исход избора у матичној држави. У САД, матичној држави најзначајнијих трансационалних предузећа света, велики проблем чине велике донације трансационалних предузећа. Оне често иду нелегалним и полулегалним каналима у облику „нерегулисаног новца датог политичким партијама у сврхе које не служе на промовисање кандидата“<sup>38</sup> (тзв. *soft money*). Када кандидат доспе на функцију за коју се кандидовао, „дужан“ је да узврати активностима у корист донатора. То је посебно изражено у политичком систему САД због великих извршних овлашћења председника. Али, предузећа могу и на друге начине да утичу на већ изабрану власт. На пример, велике трансационалне компаније запошљавају бројне раднике који су и бирачи. Масовним отпуштањима или привременим отпуштањима (*lay-off*)<sup>39</sup> предузећа могу да утичу на изазивање великих социјалних немира, који могу да изазову пад владе која је непопуларна у тим предузећима, односно која доноси мере противне њиховим интересима. Позната је и техника тзв. лобирања, односно отвореног утицања на органе извршне власти у фази доношења одређених одлука. Предузећа могу да лобирају против одлука за које сматрају да нису у њиховом интересу: наводе своје ставове и аргументе против такве одлуке органима извршне власти јавности. То је правно дозвољено, али многе компаније могу да користе и нека правно недозвољена средства (подмићивање, претња силом, и слично). Утицај предузећа се користи и за обезбеђивање великих послова у којима се држава јавља као муштерија тзв. јавне набавке (*government procurement*). Многа велика предузећа су управо захваљујући тим пословима успела да се извуку из периода криза. После Другог светског рата

<sup>38</sup> Statement of Roger Pilon, Ph. D. before the Committee on House Administration United States House of Representatives „Constitutional Issues Related to Campaign Finance Reform“ July 22, 1999, Internet, CATO Institute, [www.cato.org](http://www.cato.org).)

<sup>39</sup> Посебна пракса у САД и неким земљама западне Европе јесте потписивање уговора са радницима о престанку рада због пада обима активности, уз гаранцију да ће имати предност приликом поновног запошљавања у истој компанији у периоду када се пословна активност повећа.

„Боинг“ је успео да опстане захваљујући великим државним набавкама и да се успешно преоријентише са производње војних авиона на производњу цивилних ваздухоплова.

Утицај на државу домаћина (*host country*), односно државу у којој транснационална компанија има своју филијалу, остварује се ради омогућавања несметаног глобалног пословања транснационалног предузећа. Иако је филијала саставни део транснационалног предузећа и са матичним предузећем има исту пословну политику, правно гледано, то је посебан привредни субјект, потчињен правном систему државе домаћина. Транснационална предузећа користе разне методе да би осигурала свој статус и пословање у држави домаћину, укључујући и запошљавање државних службеника, лобирање и подмићивање. Земље чије су компаније најсклоније подмићивању су: Кина, Јужна Кореја, Италија и Малезија.<sup>40</sup> У развијеним земљама највећи проблем је осигурање слободе пословања на домаћем тржишту, будући да је већина држава протекционистичким мерама заштитила своје домаће тржиште.

Утицај транснационалних предузећа у развијеним земљама мањи је од утицаја које остварују у земљама у развоју. Разлози за то су: рестриктивно законодавство, оперативни систем контроле власти, мање распрострањена корупција и боља економска позиција државе. Многе земље у развоју веома су економски зависне од активности транснационалних предузећа, што се може сагледати на основу анализе учешћа тих предузећа у њиховој производњи, извозу и запослености.

Табела 8

Учешће транснационалних предузећа у производњи, извозу и запослености одабраних земаља у развоју

Држава	Производња	Година	Извоз	Година	Запосленост	Година
Зимбабве	70,0	1978.	...	...	...	...
Малезија	44,0	1978.	34,6	1980.	19,7	1975.
Филипини	...	...	51,5	1983.	8,6	1976.
Сингапур	62,9	1982.	89,7	1982.	54,6	1982.
Аргентина	29,4	1983.	26,6	1983.	18,9	1981.
Бразил	32,0	1977.	32,3	1980.	23,0	1977.
Чиле	28,0	1979.	21,7	1979.	...	...
Мексико	27,0	1972.	42,4	1977.	21,0	1970.

Извор: Бранислав Пелевић (ред.), исто, стр. 455.

<sup>40</sup> Према: Transparency International – Bribe Payers Index (BPI); Internet, www.transparency.org.

Чарлс Кенеди Јуниор сматра да се односи између транснационалних предузећа и држава домаћина (превасходно земаља у развоју) могу поделити на три периода: период доминације транснационалних предузећа (од 1945. године до почетка шездесетих година 20. века); период сукобљавања транснационалних предузећа и држава домаћина (шездесете године, с врхунцем током седамдесетих година 20. века), и период преговарања између транснационалних предузећа и држава домаћина (започет осамдесетих година 20. века и још траје).<sup>41</sup>

После завршетка Другог светског рата транснационална предузећа су доминирала светском привредом, будући да су многа од њих много зарадила у ратном периоду. Истовремено, све државе су знатно ослабиле и нису биле у стању да им се супротставе. Али почетком шездесетих година 20. века многе државе су се значајно економски опоравиле, а у том периоду у процесу деколонизације настале су и многе нове државе. Тада је отпочео период сукоба између транснационалних предузећа и држава домаћина који се огледа у бројним мерама влада земаља у развоју предузетим ради национализације филијала транснационалних предузећа. У том периоду (од 1960. до 1985. године) предузето је око 600 аката национализације. Већина је изведена седамдесетих година 20. века, а врхунац је био 1975. године, када су регистрована 83 акта национализације.

Табела 9

*Државе с највећим бројем аката национализације у периоду 1960 – 1980. године*

Држава	Шеф владе	Период	Број аката	Број предузећа
Алжир	Бумедијен	1965 – 1978.	33	107
Чиле	Аљенде	1970 – 1973.	30	46
Перу	Веласко	1968 – 1975.	28	47
Танзанија	Нерере	1963 – 1978.	28	127
Етиопија	Менгисту	1975 – 1978.	26	105

Извор: Charles R. Kennedy Jr., исто, стр. 73.

Земље у развоју су, осим национализације на вишелатералном нивоу, покушале да конкуришу транснационалним компанијама на светском тржишту, ради повећања својих извозних прихода, оснивањем удружења земаља произвођача и извозника примарних производа. Будући да се велики део светске трговине одвија између филијала истог транснационалног предузећа, оно може нереално ниским трансферним ценама значајно да смањи извозне приходе земље домаћина. Прво и најзначајније такво удружење била је Организација земаља

<sup>41</sup> Charles R. Kennedy Jr., „Relations between transnational corporations and Governments of host countries: a look to the future“ *Transnational Corporations*, Vol. 1, No. 1, February 1992, p. 67.

извозница нафте (*OPEC*), која је основана 1960. године. Иако је успело да повећа цене нафте за осам пута, то удружење није успело да се избори са седам олигопола који владају тржиштем нафте. Међутим, и транснационална предузећа су узвратила, и то не само економским мерама (санкције) него и мешањем у унутрашње политичке односе у државама које су спроводиле национализацију. Најпознатији је пример америчке компаније ИТТ, која је лобирала и предузела кораке да се смени демократски изабрани председник Чилеа Салвадор Аљенде због национализације рудника који су припадали тој компанији.<sup>42</sup>

Почетком осамдесетих година 20. века наступио је период преговора између транснационалних предузећа и држава домаћина. Владе држава су увиделе да без капитала и технологије које поседују транснационална предузећа није могућ динамичан развој, док су транснационална предузећа открила да се договором и поделом користи са државама може више постићи него сукобљавањем са њима. Проучавањем односа између тих двају субјекта научници су развили тзв. теорију погађања (*bargaining theory*), којом се најбоље објашњавају односи између транснационалних предузећа и држава у осамдесетим годинама 20. века.<sup>43</sup> Основни проблем је како остварити највише циљева влада и компанија уз поштовање одређених ресурса и ограничења.

Табела 10

Матрица односа влада и транснационалних компанија у процесу преговарања

	Владе	Компаније
Циљеви	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Економска ефикасност;</li> <li>- подела користи са ТНК;</li> <li>- партиципација у власништву, руковођењу, технологији и истраживањима;</li> <li>- стабилност.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Приступ тржишту;</li> <li>- приступ сировинама;</li> <li>- смањење ризика;</li> <li>- слобода одлучивања и пословања.</li> </ul>
Ограничења	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ограниченост ресурса;</li> <li>- фрагментација политичке моћи;</li> <li>- притисак јавности;</li> <li>- односи са другим владама.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Зависности од влада;</li> <li>- активности конкурената;</li> <li>- ограничени ресурси;</li> <li>- недостатак информација.</li> </ul>
Понуда	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Приступ тржишту;</li> <li>- приступ ресурсима.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Одржавање интерне равнотеже;</li> <li>- одржавање екстерне равнотеже;</li> <li>- остварење неекономских циљева.</li> </ul>

Извор: Robert Grosse and Jack N. Behrman „Theory in international business“ *Transnational Corporations*, Vol. 1, No. 1, February 1992, pp. 99-100 i Box 1.

<sup>42</sup> Jed Greer and Kavaqit Singh, „A Brief History of TNC’s“, Internet, [www.globalissues.org/TradeRelated/Corporations.asp](http://www.globalissues.org/TradeRelated/Corporations.asp).

<sup>43</sup> О томе је први писао Теодор Моран 1974. године. Касније су о тој теми писали и Томас Галдвин и Инго Волтер (1980), као и Џек Берман и Роберт Грос (1990).

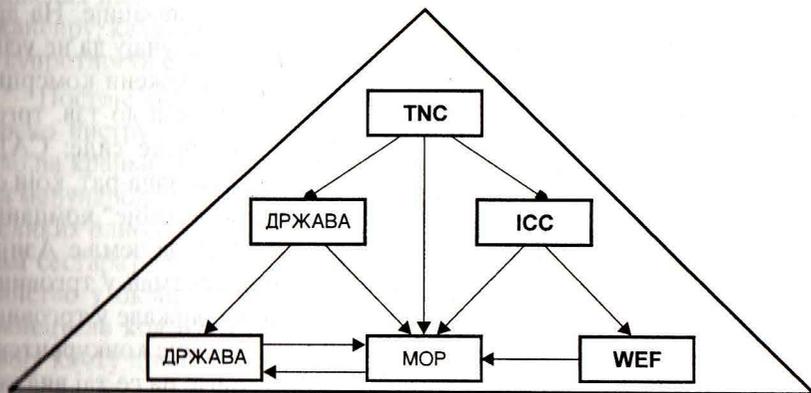
Под процесима глобализације подразумевају се и либерализација и уједначавање економских политика држава, што је условило јачање преговарачке моћи транснационалних компанија.

## **Међународни утицај транснационалних предузећа**

Међународни политички утицај транснационалних предузећа значи њихов утицај на политичке односе између држава и њихов утицај на међународне организације, за разлику од политичког утицаја у самим државама. Транснационалне корпорације, у том погледу, на државе могу да утичу индиректно, а на међународне организације и директно и индиректно (шема 2). У анализи међународног политичког утицаја транснационалних предузећа могу да се разликују три врсте актера:

- 1) субјекти утицаја (транснационална предузећа);
- 2) инструменти утицаја, тј. актери преко којих се остварује утицај, (државе, међународне организације, компанија и неформалне групе).
- 3) објекти утицаја, тј. актери на које се утиче (државе и међународне организације)

Шема 2



*Правци политичког утицаја транснационалних предузећа*

На инструменте утицаја такође се утиче – ради заштите имовине и интереса компаније у државама и међународним организацијама које су крајњи објекти утицаја. Да би се осигурао утицај на актера који је инструмент утицаја користе се исте методе као за унутрашњи политички утицај компанија. Обично се утиче на државу у којој компанија има седиште јер домаћој јавности лакше може да се објасни таква акција. Инструментализована држава у међународним односима

иступа у интересу компаније. Према једном истраживању,<sup>44</sup> најскло- није употреби дипломатских притисака у интересу „својих“ предузећа биле су Сједињене Америчке Државе. Међутим, може се утицати и на нематичне државе да би се преко њих остварили интереси. Амери- чке компаније, према истраживањима *New Economy Information Ser- vice (NEIS)*, као инструменте утицаја највише су користиле земље с диктаторским режимима.<sup>45</sup> Као инструменти утицаја могу да се појаве међународне организације које су основане ради заштите интереса компанија, као што је Међународна трговинска комора у Паризу (*ICC*), и неформалне политичке групе, као што је Светски економски форум (*WEF*), Трилатерална комисија и друге. Међународна трго- винска комора се декларише као међународна пословна организација чији је циљ заштита интереса великих компанија. Та организација је од оснивања користила вакуум настао због непостојања међународ- них трговинских прописа и, позивањем на принцип аутономије воље странака, креирала међународно привредно право нормализацијом трговинске праксе. То је умногоме умањило правну надлежност са- мих држава. Сада та организација тражи привилеговани приступ Ује- дињеним нацијама и њеним специјализованим организацијама<sup>46</sup> нуде- ћи огромну финансијску помоћ.<sup>47</sup>

Објекти утицаја су државе и међународне организације. На др- жаве се утиче посредно, преко матичних држава, у случају да не успе директан утицај. То се углавном дешава када су угрожени комерци- јални интереси компанија. Тада између држава долази до тзв. трго- винског рата, који је најчешћи између три економске силе: САД, Европске уније и Јапана. Пример за такав сукоб је банана-рат, који се водио између ЕУ и САД, које су заступале интересе „своје“ компани- је *Chiquita i Dole*. Наиме, те компаније су сматрале да земље Азије, Кариба и Пацифика (*ACP*) имају повлашћенији третман у трговини бананама на тржишту Европске уније.<sup>48</sup> Некад обе државе у трговин- ском рату заступају интересе компанија јер су оне своје конкурентске сукобе пренеле на ниво својих заштитника – држава, па се тај вид тр-

<sup>44</sup> George Gedda, „Survey: U. S. Leans on Foreign Government For Trade – Coalition says diplo- matic pressure employed for firms“ Associated Press, January 21, 2000, Internet, <http://www.igc.org/globalpolicy/socecon/tncs/usbrib.htm>.

<sup>45</sup> R. C. Longworth „Globalization Survey Reveals U. S. Corporations Prefer Dictatorships“ Tri- bune, November 19, 1999, Internet, <http://www.globalexchange.org/economy/econ101/survey.htm>.

<sup>46</sup> „United Nations Under Siege: Corporate Takeover of the United Nations Continues“ Corporate Europe Observer Issue, 1. April 1998.

<sup>47</sup> Фирма „Nestlé“ је 1998. била домаћин и спонзор Конференције (*Workshop*) УН о же- нама и одрживом развоју.

<sup>48</sup> Извор: BBC, WTO approves banana sanctions, Internet, [http://news.bbc.co.uk/hi/english/bu- siness/the%5Feconomy/newsid%5F322000/32293\\_8.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/english/bu- siness/the%5Feconomy/newsid%5F322000/32293_8.stm).

говине назива стратешка трговина.<sup>49</sup> Често транснационалне компаније користе државе да би утицале на друге државе које са државом преко које се утиче чине јединствено регионално тржиште. Транснационална предузећа регионалне економске интеграције посматрају као проширена национална тржишта на којима желе да буду заштићена од утицаја својих конкурената ради остварења економије обима и повећања конкурентске предности на другим тржиштима.

Транснационална предузећа могу да утичу на међународне организације директно, не као њене чланице него као интересне групе, лобирајући у администрацији одређене међународне организације, и индиректно, преко држава које су чланице те међународне организације. Једино у Међународној организацији рада компаније, у својству послодаваца, имају своје представнике у оквиру трипартитног представништва држава чланица. Циљ политичког утицаја компаније на међународну организацију јесте остварење неких активности чије је одобравање у надлежности међународне организације или остварење утицаја преко међународне организације на политику неке државе чланице те организације која је у супротности с интересима компанија. Пример директног утицаја транснационалних предузећа на једну међународну организацију јесте њихов утицај на Конференцији Уједињених нација о околини и развоју, одржаној 1992. године у Рио де Жанеиру, када су успеле да спрече усвајање неких докумената који су у супротности с њиховим интересима.<sup>50</sup>

Постоје два начина за остварење утицаја. Први случај је када се преко инструментализоване државе утиче на другу државу, али не као на крајњи објекат утицаја, већ да би се преко ње остварио утицај на међународну организацију. Пример за такав утицај је акција седам великих олигопола који контролишу светско тржиште нафте (тзв. седам сестара) да преко САД утичу на Венецуелу да би се разбило јединство у оквиру *OPEC-a*. То је било могуће због презадужености Венецуеле код САД, тако да при паду цена нафте мора да пробије своју квоту производње да би финансирала отплату дуга из извозних прихода, што доводи до поновног снижења цена нафте. Други случај је могућност да транснационалне компаније преко држава утичу на међународну организацију да би крајње утицали на неку државу чланицу те организације. Најбољи пример за то је утицај, преко САД, на Светску трговинску организацију (*WTO*) ради усвајања правила о трговинским аспектима интелектуалне својине (*TRIPS*) да би се највреднија имовина компанија заштитила у другим државама чланицама Организације, чак и по цену да им Организација уведе санкције.

<sup>49</sup> Вранислав Пелевић, *Теорија међународне стратешке трговине*, Економски факултет, Београд, 1993.

<sup>50</sup> Jed Greer and Kavaqit Singh, *A Brief History of TNC's*, исто.

Џон Стопфорд и Сузан Стрејнд<sup>51</sup> су међународни политички утицај транснационалних компанија објаснили моделом тростране дипломатије (*triangular diplomacy*). Према њима, међународни односи се састоје од три типа односа: односа конкурентности између транснационалних предузећа за удео на тржишту, односа преговарања транснационалних предузећа и држава и односа конкурентности између држава оличених у трговинским политикама. Како опада значај сукобљавања за моћ и територије и повећава се значај сукобљавања за богатство, тако транснационалне компаније имају све већи директан утицај на међудржавне односе. Такав утицај транснационалних предузећа могућ је зато што не постоји организација која контролише и регулише њихов рад. Било је много покушаја, на разним нивоима и различитог степена обавезности, да се регулише активност тих предузећа, али они нису успели. Најозбиљнија иницијатива за регулисање њиховог рада јесте Кодекс понашања транснационалних предузећа који су усвојиле Уједињене нације. Међутим, транснационална предузећа су искористила свој утицај и приликом реорганизације УН Центар за транснационална предузећа (*UNCTC*) изгубио је 1992. године самосталност, а 1993. године је угашен. Тако је пропао седамнаесто-годишњи рад на регулисању тих компанија. Уместо тог центра основана је Дивизија *UNCTAD*-а за транснационална предузећа и инвестиције, али не ради регулисања тих предузећа, већ да би се унапредило њихово пословање промовисањем страних директних инвестиција.<sup>52</sup>

Услед наглог повећања значаја транснационалних предузећа, оличених у процесима глобализације, поставља се питање да ли транснационална предузећа могу да буду субјекти међународних односа, односно да ли могу да ступају у директне политичке односе са државама. Према строго формално-правном тумачењу не могу, али та могућност постоји ако се широко тумачи дефиниција субјекта. Правници кажу да субјекат међународних односа мора да поседује: територију, становништво, суверену власт и међународно признање.<sup>53</sup> Међутим, ако се узме у обзир чињеница да је имовина транснационалних предузећа заштићена правом на приватну својину и њеном неповредивошћу, да 100 највећих компанија запошљава око 12 милиона људи у свим деловима света,<sup>54</sup> да се активношћу тих предузећа значајно смањује степен суверености држава и да су многе међународне организације спремне да признају та предузећа као равноправна, о одго-

<sup>51</sup> John M. Stopford and Susan Strange, *Rival States, Rival Firms*, Cambridge University Press, Cambridge, 1991.

<sup>52</sup> Исто

<sup>53</sup> Juraj Andrassy, Božidar Bakotić i Budislav Vukas, *Međunarodno pravo*, prvi dio „Školska knjiga“, Zagreb, 1995, str. 66–67.

<sup>54</sup> UNCTAD, World Investment Report 1999.

вору на постављено питање мора се озбиљно поразмислити. Бранко Милановић, економиста у Светској банци, на основу квантитативне анализе односа суверености и дохотка држава, закључио је да је њихов однос, у ствари, однос обрнуте пропорционалности – већој суверености одговара мањи доходак. Због тога државе теже ка оптималној суверености, која им омогућује благостање.<sup>55</sup> Иако има супротних гледишта,<sup>56</sup> извесно је да су суверенитет држава и политички значај транснационалних предузећа обрнуто пропорционални, што значи да се с опадањем суверенитета држава повећава утицај транснационалних предузећа, и обратно.

\*  
\*   \*  
\*

Транснационалне компаније, ради стицања што већег профита, користе свој политички утицај за навођење одређених политичких актера на акције које су у њиховом интересу. Сада се већ може тврдити да су транснационалне компаније субјекти међународних односа јер постоје бројне компаније које имају већу економску снагу и политички утицај од многих земаља у свету. Уколико се наставе процеси глобализације који јачају економску моћ транснационалних предузећа, њихов политички утицај ће се појачати на уштрб суверенитета националних држава.

#### Литература:

1. Brooke, Michael Z. and Remmers, H. Lee, *The Strategy of Multinational Enterprise* Longman, London, 1970.
2. Gunnemann, Jon P. (editor), *The Nation-State and Transnational Corporations in Conflict – With Special Reference to Latin America*, Praeger Publishers, New York, 1975.
3. Nahlo, H. R., Smith, J. Graham, Wrught, Richard W. *Nationalism and the Multinational Enterprise: Legal, Economic and Managerial Aspects*, A. W. Sijthof Leiden Oceana Publications Inc. Dobbs Ferry, N. Y., 1973.
4. Др Јелена Козомара, „Транснационалне компаније у светској трговини“, у: др Бранислав Пелевић (редактор), *Међународни економски односи*, Економски факултет, Београд, 1994, стр. 453 – 462.
5. Lall, Sanjaya and Streeten, Paul, „Foreign Investment Transnationals and Developing Countries“, Macmillan Press, London, 1977.
6. Michalet, Charles-Albert, *Transnational corporations and the changing international economic system*“, *Transnational Corporations*, Vol. 3, No. 1, February 1994, pp. 9–21.

<sup>55</sup> Branko Milanović, „Nations, Conglomerates, and Empires: The tradeoff between Income and Sovereignty“ *World Bank Working Paper* No. 1675, World Bank, Washington D. C., October, 1996.

<sup>56</sup> OECD „Strengthening the Multilateral System Open Markets Matter: The Benefits of Trade and Investment Liberalisation“ Paris.

7. Branko Milanović, „Nations Conglomerates, and Empires: The Tradeoff between Income and Sovereignty, *World Bank Working Paper*, No. 1675, World Bank, Washington D. C., October 1996.
8. Владислав Миленковић, *Мултинационална друштва: национални суверенитети и земље у развоју*, „Међународни проблеми“ бр. 2/1973, Институт за међународну политику и привреду, Београд, стр. 17 – 36.
9. Newman, Philip C., *Public Control of Business: An International Approach*, Frederick A Prager, Inc. New York, 1956.
10. Parkinson, C. Northcote, *Big business*, Little, Brown and company Boston – Toronto, 1974.
11. Ramonet, Ignacio: *Giant corporations, dwarf states*, *Le Monde Diplomatique*, June 1998.
12. Robock, Stefan H., Simmonds, Kenneth, and Zwick, Jack, *International Business and Multinational Enterprises*, Richard D. Irwin, Inc. Homewood, Illinois, 1997.
13. Stopford, John M., *Competing globally for resources*, *Transnational Corporations*, Vol. 4, No. 2, August 1995, pp. 34–57.
14. Др Миодраг Сукијасовић, *Мултинационално предузеће – правни аспекти*, Институт за међународну политику и привреду, Београд, 1981.
15. Др Марјан Светличић, *Златне нити транснационалних предузећа*, „Економика“, Београд, 1986.
16. Др Милан Војновић, *Транснационалне корпорације*, Институт за међународну политику и привреду и „Привредни преглед“, Београд, 1977.