

Transnacionalne kompanije i međunarodni monopoli u svjetskom gospodarstvu

UDK: 347.72(100)

UDK: 334.726(100)

Sažetak

Značaj transnacionalnih korporacija za svjetsko gospodarstvo je nemjerljiv i moć koju imaju na našu svakodnevicu je nešto neviđeno u svjetskoj povijesti. Pojedinačno zapošljavaju stotine tisuća ljudi, sačinjavaju većinu međunarodne trgovine, ulažu velike svote novca u nove tehnologije, a odluke koje donose utječu na živote milijuna ljudi. Također, imaju utjecaj na gospodarstva čitavih zemalja, što vlade država pokušavaju kontrolirati. S početkom razvoja, u 19. st., transnacionalne korporacije su ostavile svoj trag na svjetskom gospodarstvu u 20. st., koje je bilo obilježeno velikom ekspanzijom američkih korporacija. Pravila poslovanja koje su postavile ove kompanije i dalje se poštuju u svijetu i kompanija koja želi postati transnacionalna korporacija mora poštovati i učiti od svojih američkih prethodnika. Konkurencija je veliki faktor u svjetskom gospodarstvu. Samo u zdravom nadmetanju kompanije rastu i pridonose općem dobru. Kad ne postoji konkurencija, monopoli prijete da će naštetiti tržištu spuštanjem kvalitete roba i usluga, te povećanjem cijena. Rezultat su stagnirajuće tržište i nesretni kupci. Najveća rasprava danas je gdje tržište završava a državna intervencija počinje? Tržište i njegovo samoreguliranje često se sukobljavaju s interesima vlada država i gospodarstva u cijelini. Državna intervencija često dovodi do monopola i tržišnih nepravilnosti koje štete tržištu na duge staze. Odgovori na ove probleme mogu definirati ulogu transnacionalnih korporacija u budućnosti.

1. Uvod

Tema ovog rada su transnacionalne korporacije i međunarodni monopoli koje se nastojalo sagledati podjednako s ekonomskog, političkog, ali i humanističkog aspekta. Pri tome su korištene, osobito, metode sinteze, nastojeći sistematizirati znanje po zakonitostima formalne logike, kao proces izgradnje formalnog znanja od posebnog ka općem. Uz tu metodu, nastojalo se doći do zaključaka i metodom analize - raščlanjivanjem složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavne sastavne dijelove i elemente. Razmatrajući složenu strukturu modernog korporativnog života, s desecima tisuća korporacija koje posluju, ali i surađuju, u desecima različitih industrijskih grana, od usluga do proizvodnje, nastojalo se primijeniti metodu univerzalne indukcije koja se temelji na zaključivanju od egzemplarne klase pojava na univerzalnu klasu. No, naravno, kako priroda analize velikog skupa ne omogućuje sveobuhvatnu analizu svakog pojedinog člana skupa, u ovom slučaju, svake pojedine svjetske transnacionalne korporacije, korištena je i metoda nepotpune

indukcije kod koje se do zaključaka dolazi na temelju analize ograničenog broja pojedinačnih pojava, koji su primjenjivi na ostale pojave iste vrste. Metoda je osobito pogodna kod analize velikih sistema i za donošenje mnogobrojnih zaključaka, kad se donosi sud o budućim trendovima i ciklusima, kroz koje će prolaziti međunarodne korporacije. Razradi ove teme je osobito pomoglo istraživanje povijesnom metodom kojom se, uz pomoć kronologije događaja, razvoja i uzročno - posljedične veze o predmetu istraživanja, nastoji predočiti najtočnija slika razvoja korporacija, ali i pojava i razvoj monopola.

Motiv pri odabiru teme, bio je istražiti dostupnu literaturu, analizirati podatke i sastaviti rad koji će olakšati uvid u složeni pojam transnacionalnih korporacija i njihovo funkcioniranje na međunarodnom tržištu. Radom se nastojalo prikazati da je pojam međunarodnog monopola odraz ekscenog tržišnog ponašanja pojedinih grupa korporacija, limitiran na pojedine industrijske grane, vezan vremenskim trajanjem i kroz duge vremenske periode, potpuno neodrživ. Monopol i drugi oblici tržišnih nepravilnosti predstavljaju manu, pogrešku sustava koji teži k ravnopravnosti svih poslovnih subjekata, u duhu neoliberalističke međunarodne poslovne politike. Korijeni ideja slobodne trgovine, duboko su usađeni u kolektivnu svijest nacija koje su svoj prvi ekonomski uzlet osjetile u doba merkantilizma i koje, poučene lekcijama prošlosti, nastoje taj isti sustav slobodne trgovine, neograničene barijerama, danas, a i u budućnosti čvrsto održavati. U tom naumu im pomaže činjenica da su te zemlje danas među vodećim gospodarskim silama i posjeduju veliku materijalnu bazu, iz koje crpe sadašnji utjecaj na svjetsku trgovinu, čiji se utjecaj najbolje osjeti u slučajevima širenja pojedine korporacije na rast prema dotada neosvojenim, kako geografskim tako i industrijskim, područjima.

U prvom poglavlju, sistematizirani su najbitniji pojmovi koji su korišteni u ovom radu te su dane definicije pojmova korporacija, pojma transnacionalno i međunarodno. Kao i kasnije u radu, analizirani su pojmovi sa stajališta konzervativnih teoretičara, ali i sa strane teoretičara poput Marxa, koji prednjače u analizi negativnih aspekata korporacije. Također, isticane su bitne znanstveno-tehničke promjene koje su imale suštinski utjecaj na nastanak, razvoj i utjecaj prvih korporacija, te kako povećana složenost funkcija utječe na modernu strukturu i raspodjelu funkcija unutar cjeline sustava. Pri tome nije izostavljen najbitniji utjecaj na poslovni život, a to je onaj koji dolazi od želje poduzetnika za rastom i razvojem.

Poglavlje o konkurenciji, monopolima i koncentracijama, započeto je objašnjavanjem glavnih pojmova, nastavljajući dalje s ulogom koju oni imaju u oblikovanju modernog poslovnog svijeta. Nastojalo se prikazati prirodu konkurentnosti, nastanak monopola, oligopola i tržišnih nepravilnosti, te dati uvid u grane koje su tome podložnije od drugih. Naglašeno je da neke djelatnosti, po svojoj prirodi, omogućuju nastanak monopola i kako su te grane obično posebno zakonski regulirane i subvencionirane od države. Analizirana su i nastojanja američkih institucija koje su se među prvima uhvatile u koštac s tržišnim nepravilnostima i čije zakonodavstvo je u tom pogledu dragocjen izvor postojećih, ali i budućih, zakonskih rješenja.

Poglavljem o primjerima međunarodnih monopola i koncentracija, prikazuje se, na nekoliko primjera koji se nalaze u dostupnoj literaturi, mehanizme i oblike ponašanja korporacija koje nastoje steći ili održati nadmoćan utjecaj na tržištu. Osobito zanimljiv slučaj je onaj o međunarodnoj trgovini kininom, u kojem se ogleda sva kompleksnost međunarodne trgovine, ali i metoda poslovanja nadmoćnijih subjekata proizvodnje i trgovine. Ocrta su i glavna obilježja moderne koncentracije na području proizvodnje i trgovine naftom, te je iznesena integritetnost korporacija koje nastoje ovladati ne samo svojim primarnim predmetom poslovanja, nego kroz složene poslovne konstrukcije šire utjecaj i na sporedne segmente, ovisno o visini očekivanog povrata ulaganja.

Rad je zaključen osvrtom na predložene modalitete izmjene postojećeg međunarodnog ekonomskog ustroja i načine kojima pojedine države mogu utjecati na svoj ekonomski razvojni put.

Transnacionalna korporacija je nešto na što se treba gledati kao na oruđe, sredstvo u povećanju efikasnosti, smanjenju nepotrebne rastrošnosti unutar ekonomskog sustava. Prednosti korporacija daleko nadmašuju njihove nedostatke, što će se kroz njihovu daljnju evoluciju još više pokazati.

2. Transnacionalne i multinacionalne korporacije

2.1. Definicije pojmova

Mnogi autori su nastojali i nastoje definirati pojam multinacionalne korporacije. Kaufman Burton I.: "*Multinational corporations*", definira multinacionalnu korporaciju kao: "korporacije čija su sjedišta u jednoj zemlji ali imaju značajne fiksne investicije u drugim zemljama."¹, no on također daje i negativnu definiciju korporacije: "Poduhvati koji samo održavaju ili drže lokalne ili regionalne prodajne urede u inozemstvu općenito se ne smatraju multinacionalnim korporacijama."²

Slaughter Matthew J.: "*How U.S. Multinational companies strenghten U.S. economy*", definira američku multinacionalnu korporaciju kao: "američki poslovni poduhvat kojeg zovemo 'roditeljem' koji drži najmanje 10% izravnog vlasništva u najmanje jednom stranom poduhvatu kojeg zovemo 'podružnica'."³

Također, američki *Bureau of Economic Analysis Data* definira multinacionalnu korporaciju kao: "svaki američki poduzetnički poduhvat koji drži najmanje 10% vlasništva nad najmanje jednim stranim poslovnim poduhvatom."⁴ Dabić Marina: "*Uloga multinacionalnih kompanija u promicanju tehnološkog razvoja zemalja u tranziciji*" u svojem radu iznosi definiciju multinacionalnih korporacija, prenoseći definiciju "*Commision on Transnational Corporations*" (Komisija o transnacionalnim korporacijama)", kao grupa ekonomskih jedinica koje, nezavisno o pravnom obliku ili sektoru poslovanja, djeluju u dvije ili više zemalja, i to u sustavu odlučivanja koji omogućava da se uz pomoć jednog ili više centara odlučivanja vodi konkretna politika i zajednička strategija. Te su jedinice povezane vlasničkim vezama ili na neki drugi način, tako da jedna ili više njih mogu imati znatan utjecaj na poslovanje ostalih, osobito kada je riječ o raspodjeli znanja, resursa i odgovornosti."⁵ Stephen Hymer definira multinacionalne korporacije kao: "tipično velike korporacije koje posluju na imperfektно konkurentnim tržištima i pitanje njihove efikasnosti je pitanje efikasnosti oligopolističkog donošenja odluka."⁶ Brojnost definicija i pogleda na ovu tematiku daje uvid u složenost toga pojma, s time što teoretičari koji naginju konzervativnijem, neoliberalnom pogledu, svoju definiciju multinacionalne korporacije zadržavaju na području prirodne osobitosti, položaja korporacije, gdje su sjedište, tvornica i prodaja dislocirani u različitim državama. Time korporacija dobiva svoj transnacionalni identitet, smještajući svoje različite sastavnice, ali i ciljano tržište, u najmanje dvije države. Teoretičari koji naginju socijalistič-

¹ I. KAUFMAN BURTON, *Multinational corporations*, www.americanforeignrelations.com/E-N/Multinational-Corporations.html, pristup 23.12.2012.

² Ibid.

³ J. SLAUGHTER MATTHEW, *How U.S. Multinational companies strenghten U.S. economy*, www.uscib.org/docs/foundation_multinationals.pdf str. 4., pristup 23.12.2012.

⁴ Ibid.

⁵ M. DABIĆ, *Uloga multinacionalnih kompanija u promicanju tehnološkog razvoja zemalja u tranziciji*, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, godina 5, 2007., str. 30.

⁶ C. PALLOIX, *Svjetska kapitalistička privreda i multinacionalne kompanije*, Stvarnost, 1977., Zagreb, str. 105.

kom pogledu, također daju svoju definiciju, ali se ona više usredotočuje na moć i jačinu korporacije koja se svojim transnacionalnim obilježjem nameće na tržištu određenog proizvoda ili usluge, iskorištava slabosti svojih konkurenata i nameće svoje proizvode i usluge. Mnogi utjecajni teoretičari marksizma, uključujući Karla Marxa, gledaju na multinacionalnu korporaciju kao na nešto zlo, nepravilnost sustava i kao na medij iskorištavanja radnika, resursa i tržišta.” Temeljne teorije monopolističke korporacije postavio je Marx, opisivši tendenciju kapitala k gomilanju u krupne jedinice, što se najprije odvija u obliku koncentracije kapitala, koju je Marx opisao kao prirodnu posljedicu procesa akumulacije - svaki kapital raste, a s njim raste i opseg proizvodnje koju on potiče. Centralizacija kapitala mijenja raspodjelu postojećeg kapitala, spajajući već stvorene kapitale, ukidanjem njihove individualne samostalnosti, eksproprijacijom jednog kapitalista od strane drugog, pretvaranjem mnogih manjih kapitala u manji broj krupnih.”⁷ Braverman H.: “*Rad i monopolistički kapital*” također ističe da : “korporacija kao oblik prekida neposrednu vezu između kapitala i pojedinačnog vlasnika te na tome gradi monopolistički kapitalizam.”⁸

2.2. Razvoj transnacionalnih korporacija

Multinacionalne korporacije u današnjem smislu riječi, počinju se razvijati tek s Industrijskom revolucijom, početkom 19. st. Da je tome tako, najbolje svjedoče izumi koji su na svoj način bili roditelji modernog industrijskog doba; prije svega parni stroj, razvoj vlaka i željezničke mreže, pojava telegrafa, električne struje, te u krajnjoj liniji izumi benzinskog motora i zrakoplova. Prije ovih izuma, komunikacija između ljudi na velikim udaljenostima bila je nemoguća ili izuzetno otežana. Informacije, jedan od bitnih čimbenika razvoja multinacionalnih korporacija, bile su skupe, spore i nedostupne svima. Prijevoz roba je bio mukotran, skup i često opasan posao, te su poglavito morske zemlje prosperirale od trgovine, budući da je morski prijevoz bio najjeftiniji i najsigurniji. U ovom kontekstu treba istaknuti zemlje poput Velike Britanije i Nizozemske koje su bile orijentirane na međunarodnu trgovinu i prijevoz roba iz kolonija na europska tržišta, i u suprotnom smjeru - gotovih proizvoda na svoja i tuđa kolonijalna tržišta. Prva poduzeća koja bi se mogla podvesti, ali i pri tome vrlo labavo, pod definiciju multinacionalne kompanije, bile su kompanije poput britanske - *East India Company* - koja je obavljala vrlo širok spektar poslova, od proizvodnje do distribucije i prodaje robe, iz britanskih kolonija. “Svojevremeno je pokorila potkontinent, vladala nad 250 milijuna ljudi, unovačila i plaćala najveću stalnu vojsku u svijetu, držala u gotovosti 43 ratna broda i zapošljavala vlastite biskupe.”⁹

Prve su korporacije bile poglavito okrenute iskorištavanju kolonijalnih bogatstava za europske matične države i bile su podjednako sredstvo politike koliko i ekonomije. Osobiti čimbenik nastanka korporacija, iz jednostavnijih oblika poduzeća, obrta i radnji je porast složenosti poslova koji su vezani za industrijalizaciju i evoluciju tehnika i umijeća vođenja poduzeća. “Početkom 19. st., veliki poduzetnik je započinjao s vrlo ograničenim brojem upravitelja, činovnika ili administrativnog osoblja. Sam je pisao pisma, posjećivao kupce i tjerao radnike na rad vlastitim štapom. Mali broj službenika čak i u velikim poduzećima nije obavljao samo poslove računovodstva, već i kontrole radnog vremena i kvalitete proizvoda, te zadatke koji su uključivali putovanja i umijeće tehničkog crtanja.”¹⁰ Takva raznolikost poslova koji su nosili upravljačke funkcije u poduzeću bila je svojstvena svim poduzećima pa tako i onima u SAD-u. “Prije 1850. g. vrlo je malo američkih poduzeća trebalo usluge upravitelja s punim radnim vremenom, odnosno jasno definiranu strukturu uprave. Dva

⁷ H. BRAVERMAN, *Rad i monopolistički kapital*, Globus, 1983., Zagreb str. 214

⁸ Ibid.

⁹ R. J. BARNET; R. E. MULLER, *Globalni zahvat : Moć multinacionalnih korporacija*, Globus, 1979., Zagreb, str 73.

¹⁰ BRAVERMAN, op. cit. (u bilj. 7) str. 216.

ili tri čovjeka bila su odgovorna za sudbinu cijelog poduzeća i obavljala su sve osnovne djelatnosti - ekonomske i administrativne, operativne i poduzetničke.”¹¹ Promjene na tom području se podudaraju s golemim porastom opsega djelovanja uprave. Osobit doprinos opsegu novih poslova uprave, dala je povećana potrošnja. “Potrošnja predstavlja temeljni izvor potražnje za proizvodima koji se prodaju na tržištu i ona predstavlja polovicu odluke o tržišnoj cijeni roba i usluga. Druga je polovica utemeljena na odlukama koje poslovni ljudi donose o tome što i kako proizvoditi.”¹² Sve to značajno utječe na povećanje funkcija poduzeća. “Poduzeća se povećavaju velikom brzinom - do trenutka kada nekoliko poduzeća počinju vladati proizvodnom djelatnošću svih velikih grana industrije - a istodobno se brzo šire i funkcije uprave.”¹³ U svom potpuno organiziranom obliku, za razliku od tih prvih neorganiziranih početaka i “svaštarenja” članova administrativnih i upravnih tijela, moderna se korporacija dijeli na odjele prema funkcijama, a svaki se odjel bavi posebnim aspektom proizvodnog procesa, poput planiranja, konstruiranja, oblikovanja, istraživanja i razvoja, kontrole proizvodnje...

Po Bravermanu H.: “*Rad i monopolistički kapital*”, kritičnu ulogu u oblikovanju funkcija moderne korporacije imao je trgovački aparat: “Prve velike integrirane korporacije koje su se u SAD-u počele pojavljivati 80-ih i 90-ih godina 19.st. bile su organizirane na temelju novog pristupa problemu plasmana na tržištu i nećemo preuveličavati ako kažemo da je upravo taj revolucionarni pristup tržištu nakon usvajanja osnovnih tehničkih uvjeta poslužio kao osnova monopolističke korporacije.”¹⁴ Zbog ubrzanog širenja tržišta i dislociranosti proizvođača i kupaca, više nije bilo moguće koncentrirati proizvodnju i prodaju na jednom geografskom području, te je bilo potrebno osnovati nacionalne trgovačke organizacije koje će zatim i vrlo brzo postati međunarodne. “Visoke cijene označavaju veliku potražnju a tržište iako isprva polako i sa zastojima, odgovara sa povećanom proizvodnjom.”¹⁵ Ovdje dolazimo do kritične točke u razvoju korporacija, čime one doista dolaze na svoje - prijevoza. «Prijevoz je bio prvo područje na kojem se okušala divovska korporacija.»¹⁶ Prilagodivši prijevozna sredstva za transport lako pokvarljivih roba kao što je hrana, uvođenjem standardiziranih kontejnera za lakši transport s raznih prijevoznih sredstava, te s novim tehnološkim rješenjima, omogućeno je prehranjivanje i opskrba sve većeg gradskog stanovništva. Evolucijom transporta, građani više nisu ovisili o lokalnoj sredini, već su postali dio mnogo šireg i raznovrsnijeg tržišta.

“Globalna korporacija preuzela je ekonomske istine osamnaestog stoljeća o prednosti-ma komparativnih troškova i podjeli rada te ih primijenila na u svjetskim razmjerima kako bi se maksimizirao profit.”¹⁷ Time su stare ekonomske istine dobile novi format djelovanja. “Gustavus Swift je sredinom 70-ih godina 19. st. počeo, sa zapadnih područja, prevoziti meso u istočna područja i do kraja stoljeća njegova je organizacija postala divovsko, vertikalno, integrirano carstvo za proizvodnju, prodaju i prijevoz.»¹⁸ No, ne samo tradicionalne namirnice, već i mnogo egzotičnija roba, brzo i lako su nalazile svoje kupce u sve većim industrijskim gradovima Europe i SAD-a. “Andrew Preston koji je 90-ih godina započeo sa bananama a krajem stoljeća je postavio temelje kompanije *United Fruit*.”¹⁹ Industrijalizacija hrane je omogućila brzi razvoj i napredak sve napučenijih gradova. “Uspjeh tvrtke

¹¹ Ibid.

¹² M. WATTS, Što je tržišna ekonomija?, Informativna agencija SAD-a, 1992., Zagreb, str. 8.

¹³ BRAVERMAN, loc. cit. (u bilj. 7) str. 216.

¹⁴ Ibid. Str. 217.

¹⁵ WATTS, op. cit. (u bilj. 12), str. 9.

¹⁶ BRAVERMAN, op. cit. (u bilj. 7), Str. 217.

¹⁷ BARNET; MULLER, op. cit. (u bilj. 9), str.40.

¹⁸ BRAVERMAN, op. cit. (u bilj. 7), str. 218.

¹⁹ Ibid.

u tržišnoj ekonomiji ovisi o zadovoljenju potrošača proizvodnjom onih proizvoda koje oni traže i prodajom tih roba i usluga po konkurentnim cijenama.”²⁰ Tradicionalne metode proizvodnje hrane, bile su zastarjele i neučinkovite, a prijevoz je tu industrijalizaciju samo još više potaknuo. “Trgovinska struktura korporacije - koja je obuhvaćala prodaju, distribuciju te intenzivno poticanje potrošnje i reklame - najpotpunije se razvila upravo u proizvodnji hrane.”²¹ Industrijsko konzerviranje hrane, izum strojeva za prešanje i oblikovanje, masovna proizvodnja kositrenih limenki, doveli su do revolucije u proizvodnji hrane pa samim time i korporacija koje su u tome sudjelovale. Hrana je bila samo početak procesa rasta i razvoja industrijskog društva. Rast gradova je značio porast potražnje čelika, a pojava motora na unutarnje izgaranje i prva pojava automobila, doveli su naftu na poslovnu scenu. Dva su faktora osobito doprinijela rastu i razvoju moderne korporacije; narudžbe, specifikacije i upotreba proizvoda su postajali sve složeniji i zahtijevali su sve veće tehničko znanje, sve je to trebalo posebnu trgovačku organizaciju koja će raditi u uskoj vezi s tehničkim odjelom, a drugi faktor je nemogućnost prodavanja novih strojeva, ako se prethodno nije osiguralo njihovo održavanje, servisiranje i instaliranje. Sve navedeno je poticalo korporacije na osnivanje vlastite trgovačke mreže. U tom novom poretku, gdje su prodaja i marketing imali sve bitniju ulogu unutar korporacije, financijski sektor postaje mozak cijelog poduzetničkog organizma jer on čuva kapital, provjerava i kontrolira njegov rast i razvoj. Svaki odjel korporacije, od prodaje, proizvodnje, marketinga, distribucije i financija, ima svoje pododjele koji oponašaju odjele korporacije, svaki od njih zahtijeva svoje računovodstvo, kadrovsku, posebne službe za održavanje i čistoću, otpremu i promet, uredsko upravljanje, nabavu, planiranje, korespondenciju, itd.» Tako svaki sektor korporacije poprima obilježja posebnog poduzeća sa vlastitim upravnim osobljem.»²² Cilj istoga je produktivnost, “povećanje produktivnosti nivoa proizvodnje kojeg industrija ili kompanija postiže od svakog radnika ili svake jedinice ulaganja u proizvode ili usluge.”²³

Slika korporacije postaje još složenija kada se zna da korporacija teži vertikalnoj horizontalnoj integraciji. „Tako proizvodna korporacija s razvitkom i povezivanjem stječe mogućnost za proizvodnju sirovina, za prijevoz, postaje polubankarska institucija za osiguranje kapitala ili davanje kredita, itd.”²⁴ S horizontalnom integracijom, veliki nizovi proizvoda i usluga dolaze pod okrilje jedne jedine koncentracije kapitala, pri čemu se pod jednom kontrolom nalaze proizvodi i usluge koji nemaju nikakve uočljive međusobne veze, te samo jednu poveznicu - stvaranje profita za matičnu korporaciju. “Svaki dio cijelom poduzeću pridonosi ono što vrhunsko rukovodstvo odredi da je najracionalnije.”²⁵ Kod takve šarolike strukture, ubrzo je došlo do prvih kriza upravljanja i iskorištavanja potencijala na najbolji način. Rješenje nastalih problema bila je decentralizacija korporacije. “Suvremena decentralizirana korporacijska struktura koju su dvadesetih godina 20. st. prvi uveli “*Du Pont*”, “*General Motors*”, “*Standard Oil of New Jersey*”, “*Sears Roebuck*”, i koja se otada često oponaša.”²⁶ Alfred P. Sloan je najbolje opisao bit politike decentralizacije, koji je sam bio generalni direktor “*General Motorsa*” i koji je tu politiku primijenio u tome poduzeću. “Ona postavlja svaku operaciju na njezine temelje... koja preuzima odgovornost i daje svoj doprinos konačnome rezultatu... u svakoj se službi vode statistički podaci koji pravilno odražavaju odnos između neto dobitka i uloženog kapitala svakog operativnog odjela - što

²⁰ WATTS, op. cit. (u bilj. 12), str. 10.

²¹ BRAVERMAN, op. cit. (u bilj. 7), str. 218.

²² Ibid.

²³ WATTS, op. cit. (u bilj. 12), str. 12.

²⁴ BRAVERMAN, op. cit. (u bilj. 7), str. 219.

²⁵ BARNET; MULLER, op. cit. (u bilj. 9), str. 41.

²⁶ BRAVERMAN, op. cit. (u bilj. 9), str. 220

je prava mjera efikasnosti.”²⁷ Sve ovo posljedično omogućuje korporaciji da odredi usmjerenje kapitala tamo gdje je će to korporaciji najviše koristiti.

“Velike multinacionalne korporacije evoluiraju prema konglomeratu da bi stekle pristup na tržište s različitim i općenito višim profitnim stopama da bi se i tamo mogle koristiti uračunavanjem troškova i da bi mogle podići profitnu stopu tamo gdje je opala.”²⁸

Time se pokazuje veliki doprinos korporacije, kao modela, povećanju efikasnosti rada i uloženog kapitala, a kako će se kasnije u radu pokazati i povećanju implementacije novih izuma i metoda rada. Također, korporacije krase i prilagodljivost tržištu i potrebama kupaca. Sve to omogućuje njen unutarnji ustroj i raspodjela rada i dužnosti odjela.

“Na početku devedesetih u svijetu je postojalo oko 37 000 multinacionalnih korporacija s ukupno 170 000 filijala u inozemstvu. Prema podacima UNCTAB-ovog programa za multinacionalne kompanije 1998. g. u svijetu posluje 44 500 multinacionalnih kompanija, broj njihovih filijala iznosi 276 000 a njihov broj se u 1999. penje na 500 000.”²⁹ Ovo pokazuje koliko je institut korporacija postao bitan u ekonomijama država diljem svijeta, ali njihov broj nije nikada bio bitan koliko njihova moć i bogatstvo. “Najveće kompanije najviše kapitala imaju u drugim zemljama. Deset najvećih imaju oko 49% sredstava i pogona u drugim zemljama. Pedeset najvećih ima 41% svog kapitala u inozemstvu a udio sto najvećih iznosi 38%. Pri tome 10 najvećih 61% proizvodnje prodaje u inozemstvu a 100 najvećih 48%. Europska unija, SAD i Japan su vlasnici 87% navedenih prvih multinacionalnih korporacija.”³⁰

2.3. Evolucija strukture kapitalističkog načina proizvodnje

“Prvobitna akumulacija kapitala je bila označena prodorom kapitalističkog oblika manufakture u feudalni način proizvodnje.”³¹ Palloix C.: “*Svjetska kapitalistička privreda i multinacionalne kompanije*” nastavlja pa ističe da je odvajanje rada i oruđa za rad samo formalno, a radni proces je organska cjelina. Treba istaknuti da, po ovom teoretičaru, radni kapital prisvaja formalno vlasništvo proizvodnih dobara, sirovina, mjesta na kojem se odvija radni proces i kupuje radnu snagu koja je oslobođena iz feudalne proizvodne jedinice. No, u ovo vrijeme dolazi do drugog bitnog faktora, a to je nastanak međunarodnih proizvodnih poduzeća koja su “čisti oblik međunarodne prvobitne akumulacije kao što su npr. Kompanija Hudsonova Zaljeva, Kraljevska afrička kompanija, Istočnoindijska kompanija.”³² Rezultat manufakturne proizvodnje je rastvaranje feudalnog načina proizvodnje u dva proizvodna sektora; obrtu i poljoprivredi. Obrtnici su udruženi u hijerarhijske strukture cehova i esnafa koji im propisuju norme, oblik, cijenu proizvoda, čemu se sam obrtnik mora prilagoditi. ‘Regije i zemlje prolaze bolje kada se specijaliziraju i međusobno slobodno trguju. Kada zemlje trguju s onom robom i uslugama koje dobro i jeftino proizvode, ljudi u svim zemljama obuhvaćenim trgovinom uživaju u probitku.’³³ Za kapitalistički način proizvodnje, najbitnija je pojava tvornice “kao vladajućeg tipa proizvodne jedinice.”³⁴ Ona je krajnji domet takve specijalizacije i učinkovitosti.

Tvornica je također i odvajanje rada od sredstava proizvodnje - sistemom strojeva, a s druge strane dolazi do kupovine radne snage, gotovo kao robe ili potrošnog resursa. Poduzetnik unutar tvornice uvodi promjenu rada, između različitih radionica ili radnih mjesta

²⁷ Ibid.

²⁸ PALLOIX, op.cit. (u bilj. 6), str. 125.

²⁹ DABIĆ, op. cit. (u bilj. 5), str. 32.

³⁰ Ibid.

³¹ PALLOIX, op. cit. (u bilj. 6), str. 112.

³² Ibid.

³³ WATTS, op. cit. (u bilj. 12), str. 12.

³⁴ PALLOIX, op. cit. (u bilj. 6), str. 113.

unutar poduzeća, usklađuje proizvodnju, osigurava akumulaciju kapitala, kao što i sam ustrojava hijerarhijsku strukturu unutar poduzeća. Promet roba - novac –roba, rezultira stvaranjem trgovačkog kapitala koji prisvaja višak i zatim proširuje svoj obujam funkcionirajući na račun proizvodnog kapitala. Također, "promet kapitala novac - roba - novac traži pridonnošenje novih sredstava prometa - novac - monopol bankovnog kapitala, koji također kao kapital uzima svoj dio viška vrijednosti, vodeći računa o zakonu težnje prema izjednačavanju profitne stope."³⁵ Sva ova kretanja završavaju u stvaranju tri procesa, procesa proizvodnje, procesa prometa i procesa ukupnosti ili realizacije proizvodnje kojima upravljaju njihovi vlastiti kapitali, a svi oni uzimaju višak vrijednosti od jednog proizvodnog kapitala - industrijskog kapitala.

Hijerarhijska načela i podjela rada dovode do podjele na dva tipa operacije: operacije izrade proizvoda koja je manualnog karaktera i obavlja je radna snaga i operacija informacije koja obavještava o tržištu kapitala, proizvoda, tehničkih novosti i operacija donošenja odluke koju obavlja poduzetnik kao krajnji arbitar, te je intelektualnog karaktera. Taj dualizam, slobodno oblikujućeg tržišta i poduzeća sa svojim zadatostima, dovodi do pojave povećanih tendencija sniženja kamatnih stopa, uslijed konkurentnih tržišnih prilika, povećanog problema realizacije proizvodnje na tržištu koje više ne udovoljava zahtjevu za samoregulacijom proizvodnje. "Smith je tvrdio da ukoliko su ljudi prirodno dobri i susretljivi tržišna im ekonomija nudi veliku ekonomsku slobodu u provođenju u djelo njihovih dobrih djela podržanih djelotvornim sistemom proizvodnje, koja stvara još više materijalnih roba i usluga za njihovu upotrebu u provedbi ovih dobrih djela."³⁶

Pojava velikih korporacija, obuhvaća korporaciju s mnogo podružnica, korporaciju sa sjedištem ili poslovanjem u nekoliko područja (*multiregional corporation*) te, danas, multinacionalnih kompanija koje predstavljaju velike međunarodne jedinice. Promjene, osim oblika poslovanja, dogodile su se i na tržištu koje je izgubilo svoje stvarne karakteristike, "teorija nepotpune (imperfektne) konkurencije ističe da je tržište izgubilo funkciju samoreguliranja prema proizvodnim jedinicama velikih dimenzija, koje se suprotno manjim mikro jedinicama, nameću tržištu (količina, cijena, tehnika)"³⁷. Financijski kapital nastaje kao fuzija industrijskog i bankovnog kapitala - "Ova fuzija ima za cilj povratak viška vrijednosti koji odlazi da nagradi trgovački kapital u procesu prometa ili zemljišni kapital u poljoprivredi s ciljem da se bori protiv opadajuće profitne stope."³⁸ Osobiti doprinos razvoju kapitala, proizvodnji i proizvodnih snaga dala je tehnološka revolucija s elektronikom, informatikom ali i novim izvorima energije kao što su nuklearna energija, te nove znanstvene grane - aeronautika, istraživanje svemira, itd. Porast složenosti poslova, decentralizacije odlučivanja i raznolikost funkcija moderne korporacije, doveli su do razlikovanja različitih razina iste i kao što objašnjavaju Alfred D. Chandler i F. Redlich koji su sistematizirali novi model organizacije multinacionalne korporacije. "Autori razlikuju tri razine u organizaciji poduzeća i treća najniža razina odnosi se na svakodnevni tok operacija poduzeća, druga je odgovorna za usklađivanje različitih organizacija koje nisu ograničene na drugu razinu; prva se odnosi na određivanje ciljeva i sveukupno planiranje."³⁹ Bitno je istaknuti da takav način podjele korporacije u mnogome oblikuje odlučivanje i proizvodni proces. Bitna dimenzija pored navedenog je tržište koje povratnom informacijom kroz ponudu i potražnju oblikuje cijenu te određuje svrsishodnost napora i djelotvornost korporativne unutarnje podjele. "Idealno bi, naravno, svi željeli da sve stvari koje kupuju imaju oštru konkurenciju - i time održavaju

³⁵ Ibid. str. 114.

³⁶ WATTS, op. cit. (u bilj. 12), str. 18.

³⁷ PALLOIX, op. cit. (u bilj. 6), str. 117.

³⁸ Ibid. str. 118.

³⁹ Ibid. str. 119.

niske cijene, a da se u svojim zaradama suočavaju s vrlo malo ili bez imalo konkurencije.”⁴⁰ Palloix C.: “*Svjetska kapitalistička privreda i multinacionalne kompanije*” tu ističe mišljenje D. H. Robertsona i Stephena Hymera, “multinacionalne kompanije zamjenjuju tržište kao metodu organizacije i međunarodne razmjene. One su otočici svjesne vlasti u oceanu nespješnog.”⁴¹ Jedan od motiva multinacionalnih korporacija je skraćivanje prometa kapitala i robe, “a osobito da zamijeni odumiruće djelovanje mehanizama samoreguliranja tržišta u odnosu na proizvodnju.”⁴² Skraćivanjem puta robi od proizvodnje do potrošača te zadržavanjem profita trgovaca za sebe, korporacija uz povećavanje dobiti akumulira i moć koja utječe na tržište. Korporacije izgrađuju svoje trgovačke mreže koje se lako povezuju s proizvodnjom. Povratna informacija trgovaca o stanju tržišta oblikuje pri tome proizvodnju. Decentralizacija korporacije nije nužno značila veću slobodu podružnicama, već dapače, još jaču centralizaciju jer su ključne funkcije odlučivanja ostale čvrsto u rukama uprave korporacije. Dnevni poslovi i provođenje ideja na najbolji mogući način, ostavljeno je podružnicama ili perifernim, operativnim odjelima, a smjer i ciljevi su dolazili od vrha korporacije.

2.4. Motivi, mehanizmi i ciljevi poduzetnika

Nakon ulaska u materiju korporacija i korporativnog djelovanja, htio bih pobliže objasniti motive koji tjeraju poduzetnike, a koji su tako bitni i u mnogome određuju evoluciju poduzetnika od malog obrtnika, trgovca prema proizvođaču, distributeru, a zatim i prema njegovom stvaranju korporacije kao krajnjeg cilja, vrhunca poduzetničkog rasta. Schumpeter ističe da u životu poduzetnika “uspon ili pad znače zaradu ili gubitak.”⁴³ Obećanjima o bogatstvu i prijetnjom neimaštinom kapitalističko društvo efikasno motivira poduzetnika na rad, rast, razvoj i ono najbitnije, na inovacije. Ta igra, u kojoj su uložili veliki, ne obećaje ništa, pa je lako shvatiti koliki je faktor sreće. “Spektakularne nagrade, mnogo veće nego što bi bilo potrebno da se potakne određeni napor, padaju u krilo nekolicine dobitnika i tako potiču mnogo efikasnije nego što bi to učinila ravnopravnija i pravednija raspodjela.”⁴⁴ Obećanje nagrade ne djeluje samo na poduzetnika, već i na radnike te oni svojim radom nastoje dosegnuti obećani uspjeh. Važno je reći da uspjeh u mnogome ovisi o vlastitim sposobnostima pojedinog poduzetnika. “Svatko tko želi uživati u više materijalnih roba i usluga koje se u tržišnoj ekonomiji proizvode suočava se sa snažnim ekonomskim poticajima da mnogo radi, pažljivo troši, te štedi i ulaže.”⁴⁵ Propast ne samo da prijeti, nego je i upozoravajući signal što se događa ako nisu uloženi dovoljni naponi sa time da poduzetnički život nije pravedan i mnogi propadnu unatoč radu i trudu. No sam cilj svih napora – profit, a ne blagostanje, označuje dobit manjeg broja ljudi, blagostanje za neke a ne za sve. Mišljenja ekonomista kako poduzetnik svojim stremljenjem pomaže društvu brzo su prihvaćena kada je zakonima trebalo ograničiti i regulirati njihovu moć. “Sa stajališta ekonomske analize glavna je zasluga klasika što su zajedno sa nekim drugim zabludama stali na kraj naivnoj ideji da se ekonomska djelatnost u kapitalističkom društvu, samo zato što potiče želju za profitom, sukobljuje sa interesima potrošača.”⁴⁶ Alfred Marshall i Knut Wischell, sačuvali su klasičan teorem da u slučaju potpune konkurencije “interes proizvođača za profit podiže proizvodnju.” Tu dolazimo do teorema kako i kada poduzeća koja ne mogu utjecati na cijene svojih proizvoda ili proizvodnje povećavaju proizvodnju i do koje granice.

⁴⁰ WATTS, op. cit. (u bilj. 12), str. 12.

⁴¹ PALLOIX, op. cit. (u bilj. 6), str. 119.

⁴² Ibid. str. 121.

⁴³ P. A. SAMUELSON; W. NORDHAUS, *Ekonomija*, MATE, 1992. Zagreb, str. 249.

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ WATTS, op. cit. (u bilj. 12), str. 18.

⁴⁶ SAMUELSON; NORDHAUS, op. cit. (u bilj. 43), str. 251.

“Poduzeća koja vlastitom djelatnošću ne mogu utjecati na cijene svojih proizvoda ili na cijenu faktora proizvodnje koje zapošljavaju, šire proizvodnju dok ne dođe do točke na kojoj su potrebni dodatni troškovi da bi se proizvela dodatna količina proizvoda (granični troškovi), upravo jednaka cijeni što je mogu postići za to povećanje.”⁴⁷ Tu nailazimo i na pojam potpuna konkurencija kao jedno stanje ravnoteže ili balansa na tržištu u kojoj proizvodnja doseže maksimum a svi faktori su potpuno iskorišteni.

4. Konkurencija, monopoli, koncentracija i njihov utjecaj

4.1. Konkurencija

“Potreban je minimum koncentracije ako se želi postići da regulator bude tržište, a ne Vlada.”⁴⁸ Konkurencija, kao glavni pokretač inovacije, veće efikasnosti i niskih cijena, utječe na ponašanje poduzetnika. Napuštanje prokonkurentne politike od strane države znači pojavu kartela i trustova koji u mnogome štete tržištu, potrošačima i državi. “Forsiranje određenih oblika politike protiv trustova vrijedi onoga što se na nj potroši.”⁴⁹

Kada govorimo o konkurentnosti, brzo se nameće ideja da veća poduzeća imaju veće prednosti i da su manja poduzeća u nepovoljnom položaju naspram njih, ali empirijski podaci dokazuju drugačije, veličina ne jamči opstanak, a katkada u tome istome odmaže. Model perfektne konkurentnog tržišta “sadrži dva veoma važna postulata, prvo, da se svaki prodavač ponaša kao da njegove odluke nemaju nikakva utjecaja na bilo koju tržišnu varijablu - cijenu, ponudu, broj ostalih prodavača, itd., drugo, definicija ekonomske efikasnosti, u smislu razlika između troškova i cijene, karakteristična je za model.”⁵⁰ Efikasno iskorištavanje resursa radi zadovoljenja potražnje potrošača ovisi o prvome i o logici maksimiziranja profita. “Prvi postulat, uzrokovan je postojanjem velikoga broja prodavača relativno beznačajne veličine, s obzirom na cijelo tržište; proizvod malog prodavača perfektan je supstitut proizvoda bilo kojeg drugog prodavača, a novi prodavači ulaze na tržište i stari izlaze sa tržišta slobodno i brzo već prema kretanju profita ili gubitaka.”⁵¹ Iako je ovo je nešto što svatko tko se bavi ekonomskom teorijom, lako može izvući iz predloženih teorema i pretpostavki, nije realno stanje stvarnih tržišta roba i usluga. Postojanje tzv. ekonomija veličine, znači da poduzeća nisu relativno beznačajna s obzirom na cijelo tržište. Posebnosti lokalnih i regionalnih tržišta, u mnogome pridonose toj činjenici, jer su na tim područjima malobrojni proizvođači određenih proizvoda, te lako steknu monopolistički položaj. Tržišne protekcionističke barijere, također, pomažu malobrojnim proizvođačima da steknu jači položaj na takvim tržištima. «Sve moguće prepreke ulazu, od zahtjeva za velikim kapitalnim ulaganjima do visokih troškova ekonomske propagande i brižno čuvanih tehnoloških patenata veoma su karakteristične za privredu iako imaju različite oblike u različitim industrijama.»⁵² Sve to značajno utječe na položaj kompanije na tržištu i na njenu jačinu, u korelaciji prema konkurentima, kako izravnim tako i neizravnim. Također, utječe na buduće konkurente, stimulirajući ili obeshrabrujući ulaganja u određenu granu, ovisno o jačini postojećih kompanija.

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ SAMUELSON; NORDHAUS, op. cit. (u bilj. 43), str. 285.

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Ibid. str. 286.

⁵¹ Ibid.

⁵² Ibid. str. 287.

4.2. Monopoli i koncentracije

“Postoji veoma visoka korelacija između koncentracije proizvodnje u rukama malog broja proizvođača i postojanja poduzeća sa značajnim stupnjem tržišne snage.”⁵³ Vrlo rano, u ekonomskoj teoriji, uočavaju se nepravilnosti koje mogu nastati na tržištu. Stanje potpune koncentracije je, često, samo teoretsko stanje, dok realnost govori u korist postojanja mnogobrojnih slučajeva nastanka monopola, na malim tržištima, s uskim brojem proizvođača i davatelja usluga. Osim pojave monopola, javljaju se i druge nepravilnosti tržišta, kao što su karteli, “kod međunarodnog kartela kao prvog i najnižeg oblika udruživanja, to može biti podjela tržišta, podjela izvora sirovina, dogovor o pojedinim cijenama proizvoda. Kod viših oblika koncerna i drugih, dogovor je obuhvatniji i mnogo čvršći, dolazi do sporazuma o izmjeni patenata, o zajedničkom financiranju i o drugim poslovima. Podjela utjecajnih zona, odnosno koristi od zajedničkih akcija provodi se prema ekonomskoj snazi pojedinih nacionalnih monopola. Međutim, ta podjela nije stabilna jer u kapitalizmu djeluje zakon neravnomjernog razvitka.”⁵⁴ Kad se govori o pojmu neravnomjernog razvitka, vidi se ne samo neravnomjeran razvitak određenog područja, nego i proizvodnih grana. Dok je nekada SAD kao glavnu granu industrije imao proizvodnju čelika, danas je to informatička industrija. Europa, SAD, Kina i Japan prednjače u razvoju, dok ostatak svijeta značajno zaostaje. Koncentracijama su osobito podložne industrijske grane s visokom tehnologijom. Monopoli, kao sredstvo politike, jasno se očtavaju na primjeru Njemačke, prije Drugog svjetskog rata - kad svoj položaj nisu više mogli zaštititi patentima, karteli su pribjegavali drugim metodama radi uništenja svojih potencijalnih inozemnih konkurenata. Žrtve njemačke ekonomske agresije, namamljivane su povoljnim uvjetima, da bi kasnije bile uništene sistemom kvota proizvodnje, tehničkim ograničenjima, određivanjem tržišnih teritorija i nametanjem određenih, za njih, vrlo nepovoljnih cijena. Poznato je i kako je ova taktika uspjela zaustaviti francusku industriju. Način ojačavanja domaćih monopola, bio je uvođenje carina, kvota, te, u novije vrijeme, raznih poticaja koji snižavaju cijene domaćih proizvoda, osobito u poljoprivredi. Po uzoru na američku politiku, europske zemlje su uvele «kontingirane i carinske barijere za zaštitu nacionalnog tržišta, a istodobno se daju porezne i druge premije izvoznicima.»⁵⁵ Osobit oblik očuvanja monopolnog položaja europskih korporacija, u djelu “*Politička ekonomija kapitalizma*”, autori vide u osnivanju europskih integracija, s osnivanjem Organizacije za europsku suradnju, 1948. g., koja je bila prvi pokušaj olakšavanja razmjene i plaćanja među zemljama zapadne Europe. Zajednica je bila osobito uspješna u suradnji s Marshallovim planom raspodjele pomoći Europi. Europska zajednica za ugljen i čelik je, po navodima autora, također obuhvaćala monopol šest zemalja, te EUROATOM, kao zajednica za atomsku energiju. Zemlje Zapadne Europe osnivaju, 1957. g., Europsku Ekonomsku Zajednicu, kao najpotpunije udruživanje kapitalističkih zemalja. Sustav koji proistječe iz takvih udruživanja zemalja, osobito je pogodan za udruživanje kapitala i nastajanje monopola. Članovi međusobno olakšavaju promet kapitala, roba i radne snage, a s druge strane, otežavaju zemljama nečlanicama ulazak na svoja tržišta, visokima carinama i drugim barijerama. “Pomoću carine, kontingentiranja i karteliziranja cijena dovode se slabije razvijene zemlje u zavisan položaj, nameće se postojeća podjela rada koja onemogućuje brži razvoj slabije razvijenih i umjesto mostova postavljaju se brane zbližavanju svjetske privrede.”⁵⁶

⁵³ Ibid. str. 285.

⁵⁴ I. VRANČIĆ, *Politička ekonomija kapitalizma*, Informator, 1976., Zagreb, str. 373.

⁵⁵ Ibid., str. 375.

⁵⁶ Ibid., str. 376.

4.3. Definicija monopola i njegova funkcija

“Glavni oblici nesavršene konkurencije su monopol, oligopol i monopolistička konkurencija. Uz dane tehnologije, cijene su više, a proizvodnja manja, u uvjetima nesavršene konkurencije, nego u uvjetima savršene konkurencije.”⁵⁷ Samuelson P. A. i Nordhaus W.: “*Ekonomija*”, dalje razlažu postavke nesavršene konkurencije, ističući primjere kompanije “*Alcoa*”, za proizvodnju aluminija, koja je do Drugog svjetskog rata bila jedini proizvođač aluminija. Danas, samo 4 najveće američke tvrtke proizvode $\frac{3}{4}$ američke proizvodnje aluminija. Na svjetskom tržištu komercijalnih zrakoplova, dominiraju samo dvije kompanije, američki *Boeing* i europski “*Airbus*”. “U automobilskoj industriji prvih pet proizvođača automobila (uključujući “*Toyota*” i “*Honda*”) drže gotovo 80% američkog tržišta automobila i kombija.”⁵⁸ “Novi zagovornici svjetske privrede čvrsto vjeruju da je tržište, uz uvjet da mu političari pomažu, a ne ometaju ga, najbolji, najpravedniji i najslobodniji regulator ljudskih poslova.”⁵⁹ U gotovo svakoj grani proizvodnje i usluga, postoji dovoljno velika kompanija koja promjenom svojih cijena može značajno utjecati na tržište. “Nesavršena konkurencija prevladava u nekom sektoru kada god pojedini prodavatelji imaju neku mjeru nadzora nad cijenom svojih proizvoda. Nesavršena konkurencija ne znači da poduzeće ima apsolutnu kontrolu nad cijenom svog proizvoda.”⁶⁰ Kao dobar primjer, ističe se “*Coca Cola*”, na tržištu bezalkoholnih pića. Ako je prosječna cijena limenke bezalkoholnog pića na tržištu 75 centi, “*Coca Cola*” može staviti svoju cijenu na 70 ili 80 centi i ona i dalje ostaje uspješna, ali ne može staviti puno drugačije od ostatka tržišta, primjerice 40 dolara ili samo 5 centi jer bi tada kompanija propala. To je pokazatelj granice moći sudionika nesavršene konkurencije, no najbolji primjer ogromne, prevladavajuće moći na tržištu je onaj “*Microsofta*” koji ima monopol na tržištu operativnih sustava i ogromnu mogućnost određivanja cijene svog operativnog sustava budući da drži 83% tržišta⁶¹. “Monopolist je jedan, jedini prodavatelj s potpunim nadzorom nad cijelim privrednim sektorom (zove se monopolist, što dolazi od grčkih riječi mono - jedan i polist - prodavatelj). Takvo poduzeće je jedini proizvođač u svom sektoru i nijedan drugi sektor ne proizvodi neki dobar nadomjestak.”⁶² Isključivi monopolisti su danas rijetki zbog državne regulacije i zaštite tržišta, a monopolizam najčešće nalazimo u području farmaceutske industrije, u slučajevima otkrivanja novog lijeka, kompaniji se dodjeljuje patent koji joj daje monopolski nadzor nad tim lijekom za određeni broj godina. Važan primjer monopola je i davanje koncesije za pružanje lokalnih komunalnih usluga. Pojam blizak monopolu je oligopol - nekolicina prodavatelja. Nekolicina u ovom kontekstu može označavati od 2 do 10 ili 15 poduzeća. Važna značajka oligopola leži u tome da svako pojedino poduzeće može utjecati na tržišnu cijenu.”⁶³ Oligopol u stvarnosti nalazimo puno češće nego čisti monopol. Razlog je što oligopol kao oblik, devijaciju tržišta, vlade država mnogo teže uspijevaju spriječiti. Oligopol, također, ne znači odsustvo konkurencije, što bi narušavalo tržišne zakone, već samo premoć kompanije na tržištu, u dovoljnoj mjeri da na njega utječe. «Oligopoli su slični klubovima, (a da bi netko postao član, potrebno je samo biti dovoljno velik).»⁶⁴ Oligopolski sektori razmjera su česti u američkom gospodarstvu s time da su neki sektori prirodno podložniji tome od drugih, a to su osobito proizvodni, prijevozni i komunikacijski sektor. “Monopolistička konkurencija se javlja kada

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ BARNET; MULLER, op. cit. (u bilj. 9), str. 56.

⁶⁰ VRANČIĆ, op. cit. (u bilj. 54), str. 167.

⁶¹ M. MESARIĆ, Kako promijeniti model globalizacije da ona služi dobrobiti čovječanstva i napretku ljudske civilizacije – analiza Josepha Stiglitz, Ekonomski pregled, vol. 58, br. 5-6, 2007., str. 347. - 385.

⁶² SAMUELSON; NORDHAUS, op. cit. (u bilj. 43), str. 168.

⁶³ Ibid.

⁶⁴ BARNET; MULLER, op. cit. (u bilj. 9), str. 31.

veliki broj prodavatelja proizvodi razlučene proizvode. Razlučeni proizvodi su oni čije se važne karakteristike razlikuju.”⁶⁵ Ovakva tržišna struktura ima mnogo toga zajedničkog sa savršenom konkurencijom, tako što postoje mnogi prodavatelji od kojih nijedan nema veliki tržišni udio. Kod monopolističke konkurencije, bitan je niz faktora koji utječu na ponašanje kupaca. Ako se, primjerice, benzinska postaja nalazi na putu za posao kupca on će na njoj kupovati gorivo, no ako cijena na njoj poraste, tada će kupac otići na udaljeniju, konkurentsku, benzinsku postaju, što nas vodi do bitnog pojma ukupne cijene. «Ukupna cijena dobra ne uključuje samo njegovu dolaznu cijenu nego i oportunitetni trošak traženja, vrijeme putovanja i druge nedolarske troškove. S obzirom da su ukupne cijene lokalnih dobara niže nego one na udaljenim mjestima, ljudi obično kupuju blizu svoga doma ili radnog mjesta.»⁶⁶ Bitno je istaknuti da oligopol ne podrazumijeva uvijek slabo razvijeno tržištu u kojem egzistira samo par proizvođača koji zbog toga iskorištavaju povoljan položaj na štetu kupaca, naprotiv, često su najveća rivalstva između dva velika proizvođača, npr. u sličaju «*Pepsija*» i «*Coca Cole*», giganata u svom sektoru, koji vode žestoke promidžbene ratove oko premoći na tržištu. Jedno od temeljnih pitanja u vezi s monopolima je, zašto uopće dolazi do monopola i zašto su neki sektori puno skloniji, podložniji njihovom nastanku, od dugih sektora? «Većina slučajeva nesavršene konkurencije temelje se na dva osnovna razloga. Prvo sektori teže manjem broju prodavatelja u slučaju kada postoje znatne uštede pri proizvodnji u velikom opsegu i uz opadajuće troškove. U takvim uvjetima, velika poduzeća mogu, naprosto, proizvoditi jeftinije pa i prodavati jeftinije nego mala poduzeća koja tada ne mogu opstati. Drugo, tržišta teže nesavršenoj konkurenciji kada postoje tzv. prepreke ulasku koje otežavaju ulazak novim konkurentima u sektor.»⁶⁷ Prepreke mogu biti ekonomske i političke naravi. Ključ poslovanja u nekom sektoru je ekonomija obujma. Ako postoji ekonomija obujma poduzeće može smanjiti svoje prosječne troškove povećanjem proizvodnje, barem do određene točke. Takva poduzeća, zatim, povećavaju svoju proizvodnju, do razine gdje proizvode većinu ukupne proizvodnje sektora i on postaje sektor sa nesavršenom konkurencijom. Svoj položaj, oligopolističke koncentracije, ojačavaju međusobnim dogovorima, prešutnim, pa i izričitim, o pojedinim aspektima proizvodnje. «Proizvodi koje članovi nude moraju biti manje - više identični; uvođenje radikalno novih tehnologija smatra se nesportskim. Odatle mogućnost da se «*Chevrolet*» i «*Plymouth*», «*RCA*», «*Zenith*» i «*Hitachi*» međusobno zamijene.»⁶⁸

Pojava prirodnog monopola u modernoj ekonomiji je osobito zanimljiva, pogotovo tradicionalnim neoliberalistima. «Prirodni monopol je tržište na kojem razinu proizvodnje sektora može efikasno ostvarivati samo jedno poduzeće. To se javlja kada tehnologija omogućuje ekonomiju obujma iznad razine proizvodnje koja je jednaka čitavoj potražnji.»⁶⁹ Tu je bitan čimbenik tehnologija koja ima stalno rastuće prinose na obujam, pa prosječni i granični troškovi stalno padaju. «Kako raste proizvodnja poduzeće može naplaćivati sve niže cijene i nastaviti ostvarivati dobit, s obzirom da njegovi granični troškovi padaju.»⁷⁰ Primjer prirodnih monopola su distribucija električne energije, plina, vode... Postojanje prirodnog monopola može ukloniti razvoj tehnologije kao što je, u slučaju mobilne telefonije, no tada se oni obično pretvore u oligopol, poput primjera dva najveća mobilna operatera u SAD-u. Prepreke ulasku na tržište, čimbenici su koji novim poduzećima otežavaju ulazak u neki sektor. Tipične prepreke ulasku su ekonomija obujma, pravna ograničenja, visoki troškovi ulaska, oglašavanje i razlučivanje proizvoda.

⁶⁵ SAMUELSON; NORDHAUS, op. cit. (u bilj. 43), str. 168.

⁶⁶ Ibid. str. 169.

⁶⁷ Ibid.

⁶⁸ BARNET; MULLER, op. cit. (u bilj. 9), str. 32.

⁶⁹ SAMUELSON; NORDHAUS, op. cit. (u bilj. 43), str. 172.

⁷⁰ Ibid.

Pravna ograničenja su «patenti, ograničenja ulasku u neki sektor, te carine i kvote u vanjskoj trgovini.»⁷¹ Njihov prvi cilj je zaštita svojih postignuća, kako tehnološke tako i tržišne prirode. Vlade, pod utjecajem partikularnih interesa svojih gospodarstava, daju pravnu zaštitu svojim poduzetnicima. «Patent se dodjeljuje izumitelju da bi mu se privremeno omogućilo isključivo korištenje proizvoda ili procesa koji je patentiran.»⁷² Najbolji pokazatelj uloge patenata je farmaceutska industrija koja ima ogromne tehnološke i financijske troškove pri izradi novoga lijeka pa im patenti omogućuju monopol na prodaju svog lijeka i tako ekstra zaradu, kako bi pokrili ulazne troškove istraživanja i razvoja. Privremeno visoka monopolska cijena i neučinkovitost je cijena koju društvo plaća za inovaciju. «Na nesreću, mnogi vladini propisi i antitrustovske odluke, u stvari, smanjuju konkurenciju umjesto da ju povećavaju. Ove odluke obuhvaćaju ekskluzivne licence na proizvodnju roba i usluga, poreze, kvote koje određuju uvoz stranih roba i usluga, te propise o dobivanju raznih dozvola i plaća za profesionalne i kvalificirane radnike.»⁷³ Koncesijski monopoli se daju na usluge kao što su telefonske veze, distribucija električne energije i vode, a u ovim slučajevima, poduzeće dobiva ekskluzivno pravo na pružanje neke usluge, dok zauzvrat pristaje ograničiti svoju dobit i pružiti usluge unutar svoje regije, svim potrošačima bez razlike, čak i ako su neki od njih neprofitabilni.»⁷⁴ Carine, kao još jedan oblik prepreka, obično ekonomistima označavaju olakšavanje nastanka trustova na zaštićenom tržištu. Napuštanjem politike carina, omogućuje se, na širem međunarodnome tržištu, porast konkurencije i tada monopoli gube svoju moć. Europska unija, smanjenjem i ukidanjem carina, pokazuje koliko takva politika može imati učinka, barem na ograničenom tržištu. Cijena ulaska, kao prepreka, može biti vrlo visoka, a pravi primjer za to su cijene komercijalnih zrakoplova, koje iznose desetke milijardi dolara, i isplate se samo najvećim proizvođačima, poput «Airbusa» i «Boeinga». «Uistinu, do nevjerojatnog razvoja globalnih korporacija i međunarodnog avionskog prometa došlo je istodobno, u ranim šezdesetim godinama.»⁷⁵ Oglašavanje i razlučenost proizvoda je još jedan oblik prepreka ulasku potencijalnih konkurenata. «U mnogim sektorima, kao što su kukuruzne pahuljice, automobili, kućanski aparati i cigarete, uobičajeno je da malen broj proizvođača proizvodi veliko mnoštvo zaštićenih imena, modela i proizvoda.»⁷⁶ Različitost, pri tome, privlači velik i različiti broj potrošača, no, ogroman broj razlučenih proizvoda služi i da bi obeshrabrio potencijalne konkurente. Ovdje, u mnogome, igraju veliku ulogu ponuda i potražnja, jer će potražnja za svakim razlučenim proizvodom biti toliko malena da neće moći održavati veliki broj proizvođača. U ovom kontekstu je potrebno definirati i strateško međudjelovanje, situaciju «kad samo nekolicina poduzeća djeluju na tržištu, oni će ubrzo spoznati svoju međuovisnost, javlja se kad poslovanje svakoga poduzeća ovisi o ponašanju njegovih suparnika.»⁷⁷ Nesavršena konkurencija obično uzrokuje nastanak cijena koje nisu proizvod graničnih troškova, pogoršanje kvalitete usluga i ostvarenje abnormalne dobiti. «Isrpne analize pokazuju da koncentrirani sektori imaju tek malo više stope dobiti od onih nekoncentriranih.»⁷⁸ Jedna od glavnih obrana nesavršene konkurencije je bila ta da su velika poduzeća odgovorna za većinu istraživanja i razvoja, te inovacija u modernome gospodarstvu. Donekle se može priznati istinitost tog navoda budući da velike korporacije troše razmjerno puno novca na istraživanje i razvoj, ali kada gledamo objektivno, najznačajnije izume i patente, jasno je da napredak tehnologije i proizvodnog postupka dolazi iz

⁷¹ Ibid. str.173.

⁷² Ibid.

⁷³ WATTS, op. cit. (u bilj. 12), str. 28..

⁷⁴ SAMUELSON; NORDHAUS, op. cit. (u bilj. 43), str. 173.

⁷⁵ BARNET; MULLER, op. cit. (U BILJ. 9), str. 34.

⁷⁶ SAMUELSON; NORDHAUS, op. cit. (u bilj. 43), str. 173.

⁷⁷ Ibid. str. 186.

⁷⁸ Ibid.

malih kompanija i izumitelja pojedinaca. "Haloid kompanija koja je izumila fotokopiranje, uđe u klub time što je zaslužna za neki vrlo važan tehnološki prodor."⁷⁹ Računajući s neznanjem potrošača i fiktivnim ulaganjem u istraživanje i razvoj, kompanije često pribjegavaju strategiji diferencijacije proizvoda, strategiji kojoj je cilj da, uz utrošak minimalnih sredstava, učini proizvod neke korporacije različitim od proizvoda njezinih konkurenata i time poveća njezin udio na tržištu. Tajni oligopol, situaciju u kojoj «poduzeća u oligopolu aktivno surađuju i jedna s drugima ulaze u tajni sporazum. Taj pojam označava situaciju u kojoj dva ili više poduzeća zajednički određuju svoje cijene ili razinu proizvodnje, dijele tržište među sobom i zajednički donose druge poslovne odluke.»⁸⁰ Taj tajni sporazum je najlakše shvatiti pomoću definicije kartela, kao "organizacije samostalnih poduzeća koja proizvode slične proizvode i djeluju zajedno da bi podigli cijenu i ograničili količinu proizvodnje."⁸¹ Ovakav oblik ponašanja na tržištu je zakonski zabranjen u velikoj većini zemalja, uz par rijetkih iznimaka. "Moderna istraživanja su pokazala da je oko 9% velikih korporacija priznalo ili bilo osuđeno za ilegalno određivanje cijena."⁸² Poduzeća mogu izigrati sporazume, spuštajući cijene odabranim mušterijama i time povećavajući svoj udio na tržištu. "Glavni je pokretač oligopolističke konkurencije nužnost rasta, širenja korporacije, koju Charles G. Mortimer iz "General Foodsa" naziva prirodnim zakonom, što je bitno za zadržavanje ili povećanje udjela na tržištu."⁸³ Za bolje razumijevanje strateškoga međudjelovanja potrebno je razumjeti teoriju igara - "Riječ je o analizi situacija u kojima djeluju dva ili više donositelja odluka koji imaju protivne ciljeve. Kad broj oligopolista koji međusobno djeluju postane velik, sektorske cijene i količina proizvodnje teže prema ishodu jednakom savršenoj konkurenciji. S povećanjem broja poduzeća sve teže je osigurati ostvarivanje tajnih sporazuma, a učestalost se varanja i nesuradničkog ponašanja povećava. U mnogim situacijama nema mogućnosti da oligopol ostvari postojanu ravnotežu."⁸⁴ Kao taktika proizvođača i prodavača, često se javlja tzv. cjenovna diskriminacija - situacija kada se isti proizvod prodaje različitim potrošačima po različitim cijenama. Osobito veliku štetu, u međunarodnoj trgovini, može nanijeti dumping - rušenje cijena koja osobito odgovara velikim proizvođačima koji mogu podnijeti gubitke neko vrijeme dok prodaju po pre niskim cijenama, da bi kasnije kad ostali proizvođači propadnu, mogli zaraditi ekstra profit.

4.4. Regulacija monopola, oligopola i tržišnih nepravilnosti

"Savezna regulacija američke industrije starija je od stoljeća i počinje osnivanjem "International Commerce Commission" (Međunarodno povjerenstvo za trgovinu, 1887. g.) ICC je osnovan radi sprečavanja cjenovnih ratova i osiguranja usluga malim gradovima kao i radi kontrole monopola."⁸⁵ Obično razlikujemo dvije vrste regulacije: ekonomsku regulaciju koja uključuje nadzor cijena, ulaznih i izlaznih uvjeta, te standarde pružanja usluga i društvenu regulaciju koja se koristi, ponajprije, radi zaštite okoliša, te zdravlja i sigurnosti radnika i potrošača. Pravila koja država nameće gospodarskim subjektima, usmjerena su na ispravljanje raznih nuspojava ili eksternalija koja su neizbježan efekt gospodarskih aktivnosti. Programi pročišćavanja vode i zraka, veća sigurnost nuklearnih elektrana, bolje odlaganje otpada i sl. Tri razloga utječu na reguliranje tržišne moći korporacija: prvi je sprečavanje zlouporabe tržišne snage od strane monopola ili oligopola, drugi je da se

⁷⁹ BARNET; MULLER, op. cit. (u bilj. 9), str. 32.

⁸⁰ SAMUELSON; NORDHAUS, op. cit. (u bilj. 43), str. 187.

⁸¹ Ibid.

⁸² Ibid.

⁸³ BARNET; MULLER, op. cit. (u bilj. 9), str. 33.

⁸⁴ SAMUELSON; NORDHAUS, op. cit. (u bilj. 43), str. 191.

⁸⁵ Ibid. str. 341.

isprave neuspjese u informiranju, a treći je ispravak eksternalija, poput zagađenja. Kad govorimo o protutrustovskoj politici, indikativan je slučaj SAD-a i *Shermanova zakona* iz 1890. g. koji je kamen temeljac američkog protutrustovskog prava. "Prvi odlomak zakona zabranjuje ugovore, kombinacije i zavjere radi obuzdavanja trgovine. Drugi odlomak zabranjuje monopoliziranje i zavjere radi monopola."⁸⁶ *Claytonov zakon* iz 1914. g., donesen je radi pojašnjenja i jačanja *Shermanovog zakona* "stavio je izvan zakona vezujuće ugovore - u kojima je potrošač prisiljen kupiti proizvod A ako želi kupiti proizvod B, proglasio je cjenovnu diskriminaciju i ekskluzivne dogovore nezakonitima, zabranio je spojeno rukovođenja i spajanja nastala kupnjom redovnih dionica konkurenata."⁸⁷ Sve te aktivnosti su bile nezakonite samo ako su mogle oslabiti konkurenciju. Američko savezno trgovinsko povjerenstvo utemeljeno je 1914. g. radi sprečavanja nepoštenih metoda konkurencije i radi upozoravanja na antikonkurencijska spajanja. Ovlašteno je voditi istrage, saslušanja i izdavati naredbe za prestanak sa radom. Sve ovo pokazuje koliko je rano jedno razvijeno gospodarstvo poput američkog, shvatilo probleme koncentracija i neravnoravnosti tržišta. Regulacija države se pokazala neophodnom za popravak postojećih nepravilnosti.

5. Primjeri međunarodnih monopola i koncentracija; razvoj i utjecaj

"U mnogim tranzicijskim zemljama multinacionalne kompanije kontroliraju domaću proizvodnju i pri tome prodaju i globalne kao i domaće marke najčešće bez razlike u cijeni, te na taj način osiguravaju pristup domaćem tržištu. U Mađarskoj i Češkoj "*Interbrew*", "*Heineken*" i "*SABMiller*" kontroliraju oko 70% tržišta piva. Nasuprot tome, u Sloveniji nacionalni proizvođač "*Laško*" kontrolira 57% slovenskog tržišta, a pri tome izvozi 35% proizvodnje."⁸⁸ Slučaj međunarodnog kartela⁸⁹ - godine 1959., svi svjetski proizvođači kinina su se dogovorili o nizu restriktivnih sporazuma namijenjenih kontroli cijena, distribuciji i proizvodnji u čitavoj industriji. Iz toga je bila izuzeta jedino indonezijska državna tvornica u Bandungu, a cilj svih ovih dogovora je bio uklanjanje konkurencije među različitim proizvođačima, kako bi se osigurala rezerva zaliha u SAD-u. Prethodnik ovog dogovora je bio dogovor između dva najveća proizvođača, nizozemskog "*N.V. Nederlandsche Combinatie voor Chemische Industrie - Nedchem*" i njemačkog "*C.F. Boehringer & Sohn' G.m.b.H.*". Industrija kinina ima dugu povijest kartelnog povezivanja - prvi je 1892. g., između njemačkog i nizozemskog proizvođača. Kartel je organiziran i 1913. g., sporazumom između europskih proizvođača i proizvođača javanske kore, a s ciljem raspodjele zaliha i određivanja cijene kinina, osnovan je, u Amsterdamu, "*Kina Bureau*". Na sastancima 1959. g., sklopljen je novi sporazum koji se sastojao od 4 različita dogovora: 1. dogovora o zalihama, 2. dogovora o izvozu, 3. gentlemanskog dogovora, 4. dogovora o zalihama kore. Sporazum, između ostalog, sadrži dogovor da će se "*Nedchem*" jedini natjecati u ime grupe za zalihe u SAD-u, te da će se zalihe, zatim, među njima, proporcionalno raspodijeliti. Određene su cijene i ostala ograničenja na svjetskim tržištima izvan SAD-a, svakome od proizvođača je rezervirano domaće tržište, određene su prodajne kvote za svakog člana, određeni su favorizirani kupci i ograničeno je pravo prerade kinina za njemačke i nizozemske prerađivače. Članice dogovora su dogovorile i postupanje na državnim natjecajima gdje bi među sobom dogovorile člana sporazuma koji bi dao najnižu cijenu i tako pobijedio na pojedinome natjecaju. "Za vrijeme čitavog trajanja sporazuma, nizozemska strategija je bila spriječiti tvornicu u Bandungu da izvozi kinin kao finalni proizvod i tako omogućiti izvoz

⁸⁶ Ibid. str. 351.

⁸⁷ Ibid., str. 352.

⁸⁸ DABIĆ, op. cit. (u bilj. 5), str. 31.

⁸⁹ SAMUELSON; NORDHAUS, op. cit. (u bilj. 43), str. 276.

kore. Da bi se to postiglo, članice sporazuma nisu smjele kupovati kinin od Indonezije.”⁹⁰ Sam sporazum je okončan 02. studenog 1964. g., jednostranom akcijom Nizozemaca, oni napuštaju sporazum, a sami dolaze u isključivi fizički posjed zalih kinina iz SAD-a, pa se to općenito smatra razlogom izlaska iz sporazuma.

Kao dobar primjer ponašanja velikih kompanija, tijekom razdoblja između dvaju svjetskih ratova, je onaj kojega prenosi Burton Kaufman u “*Multinational corporations*” - naftna i petrokemijska industrija su optužene pred američkim Kongresom za dogovor o razmjeni industrijskih tajni s njemačkim kemijskim divom “*I. G. Farbenom*”, te drugim njemačkim kompanijama, a posebice “*Exxonom*” koji je 1929. g. potpisao sporazum s “*I. G. Farbenom*”, priznajući mu “vodeći položaj u kemijskoj industriji”, a zauzvrat mu “*I. G. Farben*” priznaje “vodeći položaj u naftnoj industriji”. Ministarstvo pravosuđa, 1942. g., pokreće građansku antitrust tužbu protiv “*Exxona*”, optužujući ga za odgađanje razvoja visoko kvalitetne sintetičke gume zbog dogovora s “*I. G. Farbenom*”, što je sprečavalo dolazak do tih informacija ostalim američkim proizvođačima.

Nakon Drugog svjetskog rata, “*Exxon*” i “*Mobil*” se povlače iz “*Iraq Petroleum Corporation*”, čiji su bili članovi, jer im je sudjelovanje branilo daljnja ulaganje na Arapskom poluotoku, bez ostalih “*IPC*” partnera i umjesto toga su kupili 40% “*Aramca*”. “*Socal*” i “*Texaco*” su bili obradovani njihovim dolaskom, zbog kapitala kojeg su donijeli i zbog marketinškog potencijala. Multinacionalne naftne kompanije su, također, utemeljile sustav dugoročnih sporazuma o zalihama i povećale broj zajedno vezanih, proizvodnih kompanija u zajedničkom vlasništvu. Time su si osigurale značajnu premoć na naftnom tržištu, ne samo u distribuciji, nego u *core businessu* te grane, eksploataciji i rafiniranju nafte za svjetska tržišta. Utemeljeno na zakonima iz 1978. g. koji su deregulirali većinu američkog domaćeg komercijalnog avio prijevoza, proces kojeg je započeo Alfred Kahn, šef “*Civil Aeronautical Board*”. Osamdesetih godina 20. st., deregulacija je proširena i na međunarodnu civilnu avijaciju. “Do 1997. g., SAD je sklopio sporazume s 24 nacije kojima se omogućuje američkima avio prijevoznicima da uđu u operativne i strateške saveze sa stranim avio prijevoznicima, a u nekim slučajevima i da ih djelomično posjeduju.”⁹¹ Ovime se pokazuje licemjerje američkog državnog vrha koji brani koncentracije i monopole na domaćem tržištu, no kada je to moguće, odobrava takve koncentracije svojih kompanija na međunarodnom tržištu - regulacija kod kuće, deregulacija u inozemstvu.

Primjer monopolnog položaja nekoliko kompanija⁹²- grupa “*Mellon*” kontrolira crnu metalurgiju (“*Armco Steel - Jones&Laughlin*”), naftu (“*Gulf Oil*”), obojene metale (“*Alcoa*”), električna i elektronska (“*Westinghouse*”), mehanička (“*Pullman*”) i aeronautička postrojenja (T.R.W.), te različite industrije (“*Kappens*”). Grupa “*Rockefeller*” kontrolira crnu metalurgiju (“*Inland Steel*”), mehanička (“*Caterpillar*”, “*National Cash Register*”), električna i elektronska (I.T.T.), obojene metale (“*Anacanda*”), kemijska industrija (“*Allied Chemical*”, “*Colgate Palmolive*”), prehrambenu industriju (“*International Packers, General Mills*”), tekstilnu industriju (“*Burlington Industries*”), naftu (“*Standard Oil of Indiana*”). “Između 200 najvećih industrijskih kompanija najmanje 25 kompanija nadziru 4 grupe: “*Mellon*”, “*Morgan*”, “*Rockefeller*” i “*Hanna - Cleveland*” i više od 50 kompanija podliježu utjecaju ovih 4 kompanija.”⁹³ Ovi primjeri grupa kompanija koja su međusobno različita pokazuju kako potraga za profitom kroz razvoj konglomerata nije bila isključivo vezana za jednu granu industrije, nego se grana tamo gdje su profitne stope velike ili veće, ne obazirući se na *core business*. A time se i olakšava poslovanje ostalim članovima grupe spajajući manje dobavljače sa većim proizvođačima gotovih složenih proizvoda. Jedna od posljedica je i reduci-

⁹⁰ Ibid., str. 281.

⁹¹ KAUFFMAN BURTON, op. cit. (u bilj. 1)

⁹² PALLOIX, op. cit. (u bilj. 6), str. 122.

⁹³ Ibid.

ranje krajnjih troškova proizvoda. ◊ *M. A. Hanna Company* je tipičan primjer financijskog i industrijskog carstva vertikalnog tipa koje se oslanja na osobne i financijske veze. G. W. Humphrey, predsjednik upravnog odbora "*M. A. Hanna Co*" je predsjednik financijskog odbora "*National Steel*"; G. H. Love, bivši predsjednik upravnog odbora "*M. A. Hanna*" je predsjednik upravnog odbora "*Consolidation Coala*" i direktor u "*National Steel*", postao je predsjednik "*Chryslera*" nakon što je kompanija došla pod kontrolu "*Consolidation Coala*". J. H. Thompson, potpredsjednik upravnog odbora "*M. A. Hanna*" je direktor "*National Steela*", G. W. Humphrey i G. Love se nalaze u upravnom odboru "*National City Bank of Cleveland*" i "*General Electric*" iz grupe Morgan; G. Love je direktor "*Mellon National Bank & Trust*", itd...⁹⁴

Da američki korporativni svijet nije izliječen od nepotizma i nasljeđivanja visokih korporativnih položaja s oca na sina, govore i sljedeće činjenice; "David Rockefeller, čije su šanse da će postati predsjednikom obiteljske banke, "*Chase Manhattan*", uvijek prilično dobro stajale bez obzira na to kakav je bio na svom prvom poslu pomoćnog menadžera u inozemnom odjelu. Robert Sarnoff je također naslijedio položaj menadžera globalnog poduzeća, "*Radio Corporation of America*", Brooks McCormick, predsjednik "*International Harvester*", praunuk je Williama Deeringa, koji je osnovao kompaniju za proizvodnju kombajna i Williama S. McCormicka koji je osnovao drugu."⁹⁵

Osobit utjecaj na bankarski sustav, u svijetu, imaju podružnice američkih banaka, koje prikupljaju značajan međunarodni novčani kapital. Palloix C.: (*Svjetska kapitalistička privreda i multinacionalne kompanije*) prenosi da američki bankarski sustav kontrolira 44 podružnih banaka u inozemstvu s time da one samo izgledaju kao nezavisne banke. "Takva je "*Banca d'America e d'Italia*" iz Milana koja je pomoćna banka "*The Bank of America*"⁹⁶. Utjecaj američkih banaka je osobito narastao djelovanjem banke "*Chase Manhattan Bank*" koja je od pedesetih godina 20. st. do sada postala bankarska sila svjetskih razmjera. "*Chase Manhattan Bank*" drži 15% "*London's Standard Bank*", šeste po veličini britanske banke. "*First National City Bank of New York*", posredstvom svoje holding kompanije "*International Banking Corporation*", drži 44% kapitala "*Banque francaise internationale de l'Afrique Occidentale*" koja sa svoje strane ima, u Zapadnoj Africi mrežu od 40 banaka, itd."⁹⁷ Ovo je dobar primjer kako kupnjom inozemne banke dolazi do povećanja utjecaja i bankarskih udjela na tržištima gdje do sada banka investitor nije imala utjecaja, niti tržišnog udjela. "Najveća banka na svijetu, "*First National City Bank of New York*" nudi svojim komitentima, neovisno o njihovim bankovnim mrežama - 633 banaka u 80 zemalja."⁹⁸ Najveća dva rivala su joj "*The Bank of America*" i "*The Chase Manhattan Bank*". "Velika tradicionalna kemijska poduzeća ("*Du Pont*", "*Union Carbide*", "*Dow Chemical*", "*Allied Chemical*", "*Grace*", "*Celanese*", "*American Cyanamid*", "*P. P. G.*", "*Hercules*") zadržavaju prvenstvo u organskoj kemiji s proizvodnjom sintetičkih vlakana za tekstilnu industriju i mineralnu kemiju."⁹⁹ Najbolji primjeri koncentracija, vezanih za pojedinu industrijsku granu, u ovome slučaju, kemijsku industriju. "U Japanu, devet najvećih trgovačkih poduzeća, najvećim dijelom podružnice velikih multinacionalnih kompanija kao što su "*Mitsui*", "*Mitsubishi*" i "*Sumimoto*" osiguravaju u 1970. g. 46,4% izvoza i 59,7% uvoza dok su ti postotci 1960. g. bili 41,4% i 52,6%."¹⁰⁰ U Japanu je osobito nazočna integracija različitih grana industrije pod jednom kapom, jednom velikom korporacijom koja kontrolira velik broj poduzeća s

⁹⁴ Ibid. str. 124

⁹⁵ BARNET; MULLER, op. cit. (u bilj. 9), str. 49.

⁹⁶ PALLOIX, op. cit. (u bilj. 6), str. 140

⁹⁷ Ibid.

⁹⁸ Ibid., str. 141.

⁹⁹ Ibid., str. 160.

¹⁰⁰ Ibid., str. 278.

raznovrsnom djelatnošću, od bankarstva do automobilske industrije, kemijske industrije i brodogradnje. Primjer vodećih svjetskih rejting agencija "Fitch", "Standard & Poor's", "Moody's" koje zajedno drže većinu rejting tržišta i koje su isključivo američke kompanije s golemim utjecajem na svjetsko tržište kapitala, a gotovo da i nemaju konkurenciju na svom poslovnom polju. Unatoč tome što postoji desetak sličnih agencija diljem svijeta, ove tri, svojim položajem na tržištu, imaju faktični oligopol. Drugi problem je osobito velika zastupljenost Amerikanaca u upravnim odborima američkih multinacionalnih korporacija, a to je trend koji mnogi žele promijeniti kako bi ojačali multinacionalnu dimenziju korporacija.

6. Način promjene svjetske gospodarske neravnopravnosti

U radu smo, do sada, pokazali koliki su mehanizmi i razmjeri funkcioniranja i utjecaja korporacija, koncentracija i monopola na svjetsko tržište. Suočeni s velikom moći i utjecajem na tržište, gospodarstva, ali najviše pojedince koji su žrtve ili korisnici njihova djelovanja, pitamo se, kako to promijeniti i da li je promjena potrebna? "George Ball konačno rješenje vidi u nadnacionalnoj kompaniji koja neće biti osnovana ni u kojoj nacionalnoj državi i koja će jednako pripadati - i jednako neće pripadati bilo kojoj državi u kojoj posluje."¹⁰¹ Time se želi riješiti pravno - političke poteškoće s kojima se svaka korporacija suočava, ali i koje u mnogome oblikuju poslovanje korporacije. "Druga polazna premisa Stiglitzova traganja za novim modelom globalizacije jest stajalište da je postojeći sustav svjetske trgovine i financija prilagođen interesima bogatih zemalja i međunarodnog financijskog i korporacijskog kapitala. Tim interesima služe vodeće međunarodne ekonomske institucije; Svjetska banka, Međunarodni monetarni fond, i Svjetska trgovinska organizacija."¹⁰² Nadalje, ove institucije kritičari često optužuju za primjenu konzervativne ekonomske politike kojoj je cilj najveća moguća ekonomska efikasnost bez obzira na socijalne i ekološke posljedice. "MMF je odbacio Keynesovu premisu da država može povećanjem budžetskih rashoda kao i snižavanjem kamata izvući svoje gospodarstvo iz stagnacije ili recesije."¹⁰³ MMF se vratio na ranija stajališta ekonomske teorije i stavio je težište na budžetsku ravnotežu smanjenjem rashoda čak i u vrijeme stagnacije ili recesije. Rezultat takve politike država koje ih provode je nastavak stagnacije i recesije, te povećanje vanjskoga duga.

Jedna od reakcija na sve veću neravnopravnost između razvijenih i nerazvijenih je porast nacionalizma koji osobito šteti rastu i razvoju korporacija. "Iracionalni nacionalizam uključuje bilo kojeg službenika, zakon ili tradiciju koja onemogućava slobodan tok financijskog kapitala, tehnologije i robe na svjetskoj razini."¹⁰⁴

Nedostaci međunarodne povezanosti i globalizacije su izraženi kroz kritike protivnika međunarodnog kapitalizma. Seljaci u zemljama Trećeg svijeta se bune protiv subvencioniranja izvoza jeftinijih poljoprivrednih proizvoda iz industrijskih zemalja, europski radnici prosvjeduju protiv gubitka radnih mjesta zbog premještanja industrijskih pogona u zemlje s jeftinijom radnom snagom, ekološki pokreti prosvjeduju zbog devastacije prirode, borci protiv AIDS-a se protive poskupljenju lijekova zbog monopolnog položaja proizvođača lijekova. Globalizacija sama po sebi, a čiji je ekonomski efekt najvidljiviji dio, nije ispunila svoja očekivanja; veliki broj ljudi i dalje živi rubu egzistencijalnog minimuma, a zemlje Trećeg svijeta i dalje muku muče s neimaštinom i ogromnim siromaštvom svojih stanovnika. Čak i razvijene zemlje osjećaju loše efekte globalizacije pa tako plaće u posljednjih 25 godina u SAD-u stagniraju, usprkos povećanju rasta dohotka po stanovniku za više od 50%¹⁰⁵.

¹⁰¹ BARNET; MULLER, op. cit. (u bilj. 9), str 57.

¹⁰² MESARIĆ, op. cit. (u bilj. 61), str. 349.

¹⁰³ Ibid.

¹⁰⁴ BARNET; MULLER, op. cit. (u bilj. 9), str 59.

¹⁰⁵ MESARIĆ, op. cit. (u bilj. 61), str. 349.

U svim područjima svijeta, osim u Sjevernoj Americi, zapadnoj Europi i jugoistočnoj Aziji, između 1992. g. i 2002. g., povećana je nezaposlenost.”¹⁰⁶

Sve veći problem nisu samo svjetske dohodovne, već i razlike u pojedinim državama gdje bogati postaju sve bogatiji, a siromašni sve siromašniji. Pozitivan efekt globalizacije je povećanje interakcije robe i kapitala, od kojega su prvenstveno multinacionalne korporacije imale velike koristi. Uloga multinacionalnih korporacija ipak nije do kraja crno obojena budući da čak i sebične pobude istih mogu imati pozitivne efekte. “Globalna korporacija, također, mora uložiti goleme napore da školuje ljude kojima bi bilo draže da ostanu neobrazovani i koji vrlo duboko osjećaju da im je nacionalna država prijeko potrebna da bi bili sretni.”¹⁰⁷ Iznimka koja potvrđuje pravilo je Kina koja je u svega nekoliko desetljeća uspjela izaći iz kruga siromaštva i statusa zemlje Trećeg svijeta i postati brzo rastuća ekonomija s velikim rastom i razvojem. No, Kina je u manjini, većina zemalja Trećeg svijeta, sudjelujući u međunarodnim ekonomskim odnosima, zadržale su svoj status nerazvijenih, siromašnih i prezaduženih, a neke su čak i produbile svoje siromaštvo, umjesto da ga uklone. Posebne okolnosti koje su utjecale na razvoj u Kini su “golema veličina te zemlje i njezinog tržišta, odlučnost i sposobnost njezine političke elite u pokretanju i upravljanju ubrzanim gospodarskim razvitkom, pomna i postepena liberalizacija i privatizacija gospodarskog života uz državno usmjeravanje i reguliranje, otvaranje vrata stranom kapitalu uz zabranu priljeva spekulativnog kapitala i uz učinkovitu kontrolu financijskih i monetarnih tokova; zadržavanje glavnih poluga razvitka u državnim i paradržavnim rukama (banke i ključne korporacije ostale su u javnom vlasništvu).”¹⁰⁸ U svim ostalim zemljama Trećeg svijeta, siromaštvo je povećano u posljednja dva desetljeća i od šest i pol milijardi stanovnika našeg planeta njih 40%, tj. 2,6 milijardi, žive u siromaštvu, a to je 36% više, nego 1981. g.¹⁰⁹ “Poseban je gubitnik Afrika južno od Sahare, najveći gubitnik globalizacije, gdje se broj siromašnih stanovnika u razdoblju 1980. - 2000. udvostručio.”¹¹⁰

Ključ uspjeha nekih azijskih zemalja, kao što su Kina i Vijetnam, mnogi vide u ulozi države kao glavnog pokretača i usmjeritelja razvitka, a istovremeno oslobađanje prostora za poduzetništvo, dotok stranog kapitala i tehnologije. Njihova razvojna strategija bila je čista suprotnost preporukama MMF-a.

Da bi se postigao ujednačeni rast i razvoj, potrebna je kombinacija slobodnog tržišta, privatnog poduzetništva, usmjeravajuće, regulativne i korektivne uloge države, kako navodi Mesarić. Fokus istočnoazijskih zemalja, bio je na razvitku prioritetnih smjerova, aktivne politike tehnološke modernizacije, poticanja domaće štednje, stope štednje su iznosile najmanje 25% BDP-a (u Kini 40%)¹¹¹. Ključnu ulogu su dobila domaća državna poduzeća i institucije, a Kina u tome osobito prednjači - “*National Centre for Biotechnology Development*”, državne korporacije “*Shanghai Baosteel*”, “*Autocity*” i druge.

Otpor zemalja prema tzv. neoliberalnoj politici koju provodi MMF, ali i pojedine vlade pokazuje se i kroz djelovanje sudova koji često oslušuju potrebe domaćih gospodarstava i ocjenjuju svrsishodnost novih privatizacija državnih poduzeća. “U Indiji je Vrhovni sud zabranio privatizaciju devet strateški najvažnijih državnih korporacija, u Singapuru je glavna pokretačka snaga dinamične ekonomije državna holding kompanija “*Temasek*”, u sastavu koje se nalazi devet najvećih korporacija, na Tajvanu je država 1954. g. osnovala veoma uspješnu državnu korporaciju “*Formosa Plastic Corporation*” koja je bila osnovica kemijske industrije a Južna Koreja 1966. g., osnovala jednu od svjetski najuspješnijih korporacija u

¹⁰⁶ Ibid.

¹⁰⁷ BARNET, MULLER, op. cit. (u bilj.), str. 60.

¹⁰⁸ MESARIĆ, op. cit. (u bilj. 61), str. 352.

¹⁰⁹ Ibid.

¹¹⁰ Ibid., str. 353.

¹¹¹ Ibid., str. 354.

proizvodnji čelika.”¹¹² Vlade pojedinih država jugoistočne Azije su dobro naučile lekcije iz svoje ekonomski siromašne povijesti i snažno preuzele kontrolu nad svojom ekonomskom budućnošću. No nisu samo one uvidjele pogubne posljedice nerazvijenosti. Već sedamdesetih godina “A. W. Clausen iz “*Bank of America*” vjeruje da se može profitirati izgrađujući i razvijajući Jugoistočnu Aziju”.¹¹³ Danas su te zemlje sinonimi rasta i razvoja. Kina, u periodu 1981. - 2005. g. ostvaruje godišnje stope rasta BDP-a od 9,5%, u Indiji se razvitak ubrzano kreće po stopama od 8%, u Vijetnamu 7%.¹¹⁴ Primjer zemlje koja je slušala preporuke MMF-a je Rusija koja je u periodu 1990.-2000. smanjila dohodak po glavi stanovnika za 40%, a prosječni životni vijek ljudi je smanjen za 4 godine. Istočnoazijske zemlje su razvitak shvatile, ne samo kao rast BDP-a, nego i kao sredstvo za povećanje zaposlenosti, obrazovnog, zdravstvenog i općeg životnog standarda. SAD ima, u periodu 1999. - 2004. g. porast BDP-a za 12% a dohodak prosječne obitelji je pao za 3%.¹¹⁵ Primjer uspješnog državnog poduzeća je malezijski “*Petronas*” koji je svoje poslovanje počeo širiti diljem svijeta. Drugi primjer su državni rudnici bakra u Čileu koji proizvode polovinu ukupne svjetske proizvodnje bakra. “Zbog svoje financijske moći, velikoga pregovaračkoga iskustva i sklonosti suptilnom podmićivanju domaćih političara i državnika, strane korporacije dolaze do kontrole ili vlasništva nad prirodnim bogatstvima nerazvijenih zemalja u pravilu mnogo ispod realne cijene.”¹¹⁶

Glavni argument privatizacije državnih poduzeća koje ističe MMF je taj da su privatna poduzeća efikasnija od državnih, no ulaganjem u nove tehnologije i boljim managementom, ti se nedostaci mogu ukloniti i bez privatizacije. Rusija i Venezuela su pronašle način da ponovno steknu kontrolu nad glavnim prirodnim bogatstvima, kao zalozima budućeg napretka, a djelomično je u tome uspjela i Bocvana, revizijom ugovora s dijamantnim koncernom “*De Beers*” kojim je povećan prihod od eksploatacije dijamanta s 15% na 50%.

6. Zaključak

Tema završnog rada su multinacionalne korporacije, njihov utjecaj na suvremeni ekonomski razvoj i posljedice njihovog djelovanja na tržište. Novim metodama rada, povećanjem efikasnosti, povećavanjem profitnih stopa, ali nadasve novim ulaganjima, učinile su da moderno tržište bude učinkovito za proizvođače i za potrošače. Visoko učinkovito u pogledu proizvodnje i distribucije, a opet osjetljivo na potrebe potrošača.

Kad se u radu analiziralo razvoj korporacija iz prvobitnih instrumenata kolonijalne moći, htjelo se pokazati da su temelji onome što danas smatramo korporacijom postavljeni stoljećima ranije. Međunacionalna komponenta, po kojoj najprije i raspoznamo današnje korporacije, postojala je već u 17. i 18. stoljeću, kad su mjesto stvaranja proizvoda i mjesto njegove konzumacije bila dislocirana, često i na nekoliko kontinenata. Dobar primjer je trgovina krznom u 19. st., gdje su glavna lovišta bila u Americi i Rusiji, a glavna tržišta u Francuskoj i Velikoj Britaniji. Bitne sastavnice korporacije postavili su Amerikanci koji su razvojem korporacije znatno unaprijedili svoj ekonomski položaj na svjetskoj razini i koji su najzaslužniji za njen današnji oblik. No, korporacije kao instrument su, također, dobro iskoristile u tom prvom razdoblju 19. st. i europske države kao Francuska, Velika Britanija, a kasnije osobito Njemačka koja se do kraja tog istog stoljeća pretvorila u gospodarskog diva.

¹¹² Ibid.

¹¹³ BARNET; MULLER, op. cit. (u bilj. 9), str. 66.

¹¹⁴ MESARIĆ, op. cit. (u bilj. 61), str 354.

¹¹⁵ Ibid. str. 355

¹¹⁶ Ibid., str. 368

Na mjestima na kojima se govori o konkurenciji, ističu se najočiglednije pozitivne strane, no, obrazložena je uzaludnost gledišta neoliberalnih ekonomista koji smatraju da bi država trebala zadržati svoj položaj «noćobdije», dok bi se tržištu trebalo prepustiti da ono samo odlučuje tko će preživjeti u tržišnoj utakmici. Koliko god da je takvo gledište teorijski ispravno i ima svoju teoretsku utemeljenost, realnost nas je prečesto u tome gledištu ispravljala jer su često ekonomski jači subjekti ti koji potkopavaju tržišne zakone i koriste svoj premoćni utjecaj na tržištu kako bi uništili konkurenciju, smanjili troškove i povisili cijene na štetu kupaca. U radu je argumentirano slaganje s gledištima teoretičara koji smatraju da je takav neoliberalni stav pogrešan i kako država uvijek i svugdje, što se ekonomije tiče, mora imati utjecaja kako bi mogla ispravljati nepravilnosti i usmjeravati ekonomske trendove u smjeru koji je povoljan za najveći broj ljudi u državi, a ne samo za pojedince. Iako to naizgled izgleda kao jednostavna zadaća, čak i površnim pregledom materije se shvaća koliko je to zapravo teško. Od regulacije do deregulacije postoji velika siva zona u kojoj većina današnjih ekonomija egzistira i koje pokušavaju pronaći najbolji model za olakšavanje poslovanja korporacija, ali i zaštite potrošača i ukupnog gospodarskog interesa.

Primjeri koji su dani, o međunarodnim monopolima, su oni koji su najbolje obrađeni u dostupnoj literaturi i koji su odraz jednog sistema ovladavanja ili bolje rečeno stjecanja kontrole nad tržištem određenih roba i usluga, kako bi se mogao steći ekstra profit i kako bi se smanjile negativne posljedice jake konkurencije. Istaknuta je uloga korporacije «*Microsoft*» koji, iako je donio revolucionarne promjene na području softwarea, svojim položajem monopolista, uzrokuje velike smetnje daljnjem razvoju te grane.

Na kraju rada, istaknuta su gledišta o tome kako popraviti negativne posljedice rasta globalizacije i kako okrenuti razvoj gospodarstva u smjeru u kojem će najveći broj ljudi imati koristi, te su dani primjeri zemalja koje su u tome u cijelosti ili djelomice uspjele.

Gledajući korporacije, vidimo da su one zapravo motori razvoja i napretka. Njihov razvojni kapacitet je golem jer su uspjele smanjiti neefikasnost i rastrošnost ekonomskih tvorevina prošlosti i usmjeriti energiju u proizvodnost i razvoj. Dokaz tome je i slom planske privrede koja nije mogla konkurirati proizvodnim snagama modernih tržišnih gospodarstava čije su najveće sastavnice baš multinacionalne korporacije. Način, kako pretvoriti korporacije iz sebičnih, poluzatvorenih društava, u pokretačke snage gospodarstava je taj da se one stave pod veći društveni nadzor i da se na svakom koraku njihov rad usmjerava i oblikuje prema potrebama gospodarstva. Kroz rad je prikazano da nacionalizacija i društveno vlasništvo nad korporacijama, a što predlažu mnogi ekonomisti, nije rješenje, no prihvaća se stav o tome da se njihov rad nadzire, usmjerava i, ako treba, ograničava. Nerazvijene zemlje ne bi bile više bespomoćne pred svjetskim korporacijama kad bi se ujedinile i dovoljno vješto iskoristile svoju pregovaračku moć, budući da su razvijene zemlje sve ovisnije o njihovim resursima i tržištima. Položaj svjetskih korporacija u budućnosti uvelike će ovisiti o sposobnosti bogatih zemalja da odbace interese svjetskih korporacija kao svoje i da priznaju potrebu za promjenom međunarodnih ekonomskih i političkih odnosa, u interesu stabilnosti i socijalne pravde. Kohezijom promišljene dugoročne ekonomske politike i davanjem dovoljno slobode za inovaciju i rast, korporacije mogu biti agregat ekonomskih, a time i društvenih promjena svugdje u svijetu.

Summary

Significance of transnational corporations to the world economy is immeasurable, and the power they have on our everyday lives is something not seen in the history of the world. Hundreds thousands of people are employed by them individually, they make most of the international trade, they invest large amounts of money in new technologies and the decisions they make influence the lives of millions of people. Also, they have an impact on the economies of entire nations, which governments are trying to control. Developed in the 19th century, transnational corporations made their mark on the world economy in the 20th century which was marked by the great expansion of the American corporations. Rules of doing business that these corporations made are still respected in the world and a company that aspires to become a transnational corporation has to respect and learn from its American predecessors. Competition is a great factor in the world economy. Only in a healthy competition the companies grow and contribute to the general good. When there is no competition monopolies threaten to harm the market by lowering quality of goods and services and increasing their prices. Outcome is a stagnant market and unhappy customers. Biggest discussion today is where does the market end and where does the government intervention begin? Market and its self-regulation are too often in clash with the interest of the government and the economy as a whole. Government intervention very often leads to monopolies and market irregularities that harm the economy in the long run. Answers to these problems may define the role of the transnational corporations in the future.

Keywords: transnational corporations, monopolies, world economy, market

