

MULTINACIONALNE KORPORACIJE I STRANE DIREKTNE INVESTICIJE

MULTINATIONAL CORPORATIONS AND FOREIGN DIRECT INVESTMENTS

Ozren Pilipović, dr.sc., docent¹⁴⁹

Sadržaj: *u ovom radu govori se o multinacionalnim korporacijama kao nositeljima stranih direktnih investicija. Rad propituje različite teorije multinacionalnih korporacija (Hymerovu, Vernonovu i Dunningovu). Jedina ekonomska veličina putem koje možemo mjeriti aktivnost multinacionalnih korporacija su strane direktne investicije. U radu ćemo se pozabaviti i vrstama stranih direktnih investicija te pokušati dati odgovor kakve vrste stranih direktnih investicija i kada prakticiraju multinacionalne korporacije.*

Ključne riječi: *teorija multinacionalnih korporacija, strane direktne investicije, klasifikacija stranih direktnih investicija, ulaganje.*

Abstract: *In this paper we will try to show the Multinational Corporations as the main agents of foreign direct investments. We will show different economic theories of Multinational Corporations (Hymer's, Vernon's and Dunning's). The only way we can measure the activity of Multinational Corporations is by using the data on Foreign Direct Investments. We will also try to classify Foreign Direct Investments and to try and explain which types of foreign direct investments, when and why are practiced by multinational corporations.*

Key words: *theory of Multinational Corporations, Foreign Direct Investments, classification of Foreign Direct Investments, investment decisions.*

1. UVOD

Cilj ovog rada pokazati je motive multinacionalnih korporacija (MNK) pri njihovoj odluci da svoju djelatnost prošire iz matične na strane države putem stranih direktnih investicija (SDI). Najčešća definicija MNK da je to poduzeće koje posluje u više zemalja (najmanje dvije). Ovo je ekonomska i zemljopisna definicija MNK-a, te je ne treba miješati s pravnom. MNK-a se u svakodnevnom pravnom prometu ne bi mogle pojavljivati bez pravne konstrukcije zvane pravna osoba koja im daje mogućnost da budu nosioci prava i obveza[1].

Cohen navodi tri glavna obilježja suvremenih MNK-a. Po njemu to su: 1. Imaju neograničeni život, koji im omogućuje da nastave s poslovanjem, iako njihovi vlasnici i menadžeri dolaze i prolaze. 2. Omogućuju brzi i jednostavni prijenos vlasništva putem trgovine dionicama s

¹⁴⁹ Katedra za ekonomske znanosti Pravnog fakulteta, Sveučilišta u Zagrebu. Trg Maršala Tita 14

jednog vlasnika na drugog. 3. Imaju ograničenu odgovornost. Vlasnički gubitci ograničeni su iznosom njihovog udjela u poduzeću, te se ne mogu prisiliti da pokriju gubitke u poslovanju poduzeća [2]. Različiti pravni sustavi različito uređuju pravne oblike pod kojima se poduzeće javlja u pravnom prometu [3]. *Tres collegium faciunt* rimska je pravna sentenca koja govori kako je potrebno minimalno tri člana kako bi se mogla osnovati korporacija. U današnjim pravnim sustavima to je ipak ponešto pojednostavljeno [4].

Udaljenost od matične zemlje poprilično je bitna u odluci MNK-a da započne djelatnost u određenom području. Što je zemlja udaljenija od matične zemlje MNK-a, traže se veće pogodnosti ali treba biti spreman i na veće teškoće u poslovanju, ne samo zbog fizičke nego i zbog kulturne udaljenosti[5].

2. TEORIJA MULTINACIONALNIH KORPORACIJA

Krugmanu i Obstfeld smatraju: "Multinacionalne kompanije nisu tako važan faktor međunarodne ekonomije, kao što to njihova vidljivost pokazuje; njihova uloga nije važnija od drugih međunarodnih poveznica"[6].

Međutim, za razliku od njih ekonomske teorije od sredine 20 stoljeća bave se vezom između MNK-a i SDI-a. Prvu cjelovitu teoriju MNK-a iznio Hymer 1960ih godina. Hymer je tvrdio da bi se u idealnim uvjetima kapital selio iz zemlje s niskom kamatnom stopom u zemlje s visokom kamatnom stopom, sve dok ne dođe do globalnog izjednačavanja kamatnih stopa. No ovo je samo idealni model, pa do SDI dolazi zbog rizika poslovanja, tečajnih rizika, prepreka trgovini itd. Imperfektnost tržišta je ta koja uzrokuje SDI.

U svojoj doktorskoj disertaciji "*The International Operations of National Firms: A Study of Foreign Direct Investment*" Hymer je pretpostavio da su poduzeća motivirana za investiranja u strane države kada dostignu drugu fazu svoga razvoja, tzv. fazu monopolističke kontrole nad vlastitim proizvodima i proizvodnjom. Hymeru tako smatra da menadžment može računati na prihod od djelatnosti u inozemstvu samo ako poduzeće posjeduje konkurentske prednosti u obliku inovacije, niskih proizvodnih troškova, dobrog menadžmenta, itd. Vlasničke prednosti tako moraju biti veće od problema natjecanja sa stranim tvrtkama na njihov vlastitom tržištu [7]. Hymer je također smatrao da će do SDI-a doći ako on daje bolje rezultate nego licenciranje, izvoz ili *joint venture*.

U svojoj teoriji MNK-a, Hymer je također pretpostavio da će prednosti vlasništva djelovati za kompaniju na globalnoj razini samo ako ne postoji savršena konkurencija i savršena tržišta.



Ozren Pilipović (1979) diplomirao pravo na Pravnom fakultetu, Sveučilišta u Zagrebu 2002. godine.

Godine 2007., magistrirao ekonomiju na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Ljubljani, 2011 doktorirao na Pravnom fakultetu, Sveučilišta u Zagrebu. Od 2003 godine zaposlen na Katedri za ekonomske znanosti Pravnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. 2011 izabran u znanstveno nastavno zvanje docenta. Područja znanstvenog interesa: Pravo i ekonomija, politička ekonomija, međunarodna ekonomija, gravitacijski trgovinski modeli.

Po njemu: "kako bi SDI-a prosperirao, moraju postojati imperfektna tržišta dobara ili proizvodnih faktora poput tehnoloških različitosti, te nekih narušavanja tržišnog natjecanja od strane vlada i drugih poduzeća. Poslovanje kojim se narušava tržišno natjecanje obuhvaća tehnološki monopol temeljen na patentima, superiorno upravljanje te marketinški *know-how*, diferencijacija proizvoda, koluzija, te preferencijalni pristup zajmovima. vladina politika u obliku tarifa, kvota, te subvencija favoriziranim industrijskim granama također doprinose tržišnim neuspjesima"[8].

Treća i konačna Hymerova pretpostavka o MNK-a bila je smatrana marksističkom od strane kasnijih teoretičara MNK-a. Zakon ekonomije razmjera igra veliku ulogu u vođenju privatnih korporacija. Konstantno povećanje profita moguće je samo kroz konstantnu ekspanziju, prvo na domaćem tržištu, a zatim i na globalnom [9].

Teorija životnog ciklusa Raymonda Vernona druga je teorija MNK-a. Teorija se zasnivala na pretpostavci da američke korporacije imaju komparativnu prednost u inovaciji proizvoda. Vernon je tvrdio da se proizvodi i proizvodni procesi razvijaju u tri faze, te da je konačna faza ulaganje u inozemstvo. U prvoj fazi nakon inovacije i prvih prodaja, proizvod se prodaje u ograničenim serijama, a za to je potrebna kvalificirana radna snaga, koja je poprilično skupa. Prodajna cijena je u ovoj fazi manje bitna, budući da zbog novosti proizvoda proizvođač ima svojevrsan tehnološki monopol, ali je proizvodnja nužno vezana uz domaću bazu poduzeća.

Druga faza Vernonovog ciklusa je faza sazrijevanja proizvoda gdje postoji pritisak na snižavanje cijene proizvoda, zbog imitacije proizvoda od strane konkurenata. Poduzeće koje inovira, prisiljeno je poboljšati originalni proizvod te smanjiti troškove proizvodnje. Poduzeća se više ne mogu oslanjati samo na izvoz, budući da postoji pritisak na poduzeća ili da napuste tržište ili da počnu proizvoditi svoje proizvode na tom tržištu. Standardizacija proizvoda posljednja je faza Vernonovog ciklusa. Tehnologija proizvodnje dosegla je vrhunac, te se ne mogu očekivati promjene u dizajnu ili proizvodnji proizvoda. Inženjeri i znanstvenici više nisu najvažniji u proizvodnom procesu. Manje obrazovani radnici sada dolaze do izražaja, ili u matičnoj zemlji ili u stranim podružnicama. Njih se može obučiti i postaviti da rade na pokretnoj traci, proizvod postaje roba, a kupcima je bitnija cijena od brenda.

Motiv internalizacije objašnjen je upotrebom rastuće unutrašnje efikasnosti. Coaseova teorija tvrtke je glavni princip na kojem se zasniva ovaj motiv. Prema Coaseu: "Internalizacijski motiv objašnjava se tako što se internalizacija zbiva onda kada su transakcijski troškovi otvaranja podružnica manji od transakcijskih troškova poslovanja s poslovnim partnerima"[10].

Eklektička paradigma Johna Dunninga najpoznatija je teorija MNK i SDI te je razvijena 1977 godine. Temelj ove teorije je OLI paradigma (*ownership, location, internalization*) [11]. Cantwell i Narula smatraju: "Eklektična paradigma najviše je korištena u objašnjavanju aktivnosti multinacionalnih korporacija u posljednja dva desetljeća. Njezina sveobuhvatnost učinila ju je prihvaćenom teorijom objašnjavanja različitih aktivnosti MNK. Njezina jednostavnost i općenitost učinila su je prihvatljivim većini ekonomskih i menadžerskih škola. Primjenjivali su je ekonomisti, ekonomski geografi, evolucionarni ekonomisti, razvojni ekonomisti itd. No također bila je i predmet mnogih kritika"[12].

Dunning je u svojoj eklektičkoj paradigmi uspio sjediniti elemente teorije industrijske organizacije (kako poduzeće može steći konkurentske prednosti); teoriju tvrtke ili zašto poduzeće odabire baš taj oblik organizacije kako bi stvorilo, upotrijebilo i poboljšalo svoje

konkurentne prednosti; te teoriju lokacije, koja objašnjava zašto poduzeća odabiru baš određenu lokaciju u inozemstvu. “*Extent, ownership, and pattern*” aktivnosti MNK ovisi o tome da se sve tri varijable zadovoljene istovremeno [12]-[13].

Prednosti vlasništva su prava industrijskog vlasništva i druga slična prava, koje se mogu prenijeti iz središnjice u podružnice. Ove prednosti su: a) proizvodi i proizvodni proces su zaštićeni patentima; b) marketinške i organizacione vještine te prednost središnjeg upravljanja. Prema Dunningu prednost središnjeg upravljanja čine veličina poduzeća te njegov ugled. Svi ovi faktori omogućuju poduzeću povoljniji pristup finansijskim tržištima, tržištu rada, prirodnim resursima itd. Prednosti vlasništva, koji god bio njihov omjer, omogućuju poduzeću tržišnu moć te troškovne prednosti, koje su dovoljno velike da bi bile bolje od osnivanja podružnica u stranim zemljama [14].

Cohen smatra da „internalizacijske prednosti postoje kada management poduzeća smatra da ne treba poslovati s vanjskim partnerima u obliku *joint ventura*, ili licenciranja proizvoda, te se umjesto toga odlučuje na osnivanje podružnice u stranoj državi” [15].

Prednosti lokacije uzimaju se u obzir samo ako su već ostvarene vlasničke prednosti i prednosti internalizacije. One su omogućene političkim faktorima kao što su: carinske stope koje smanjuju uvoz (pristup lokalnom i regionalnom tržištu), ili zbog geografskih faktora koji čine transportne troškove vrlo visokim, ili vrijeme dostave vrlo dugim. mogu poprimiti oblik tzv. “*pull*” faktora poput jeftinog zemljišta, niske cijene obrazovanog i neobrazovanog rada (Indija), finansijske prednosti za SDI-a (izuzeće od poreza), te prirodni faktori poput nafte, zemnog plina, obojenih metala. Lokacija postaje važna zato što veliki dio ovih faktora nije mobilan.

Smanjivanje rizika poslovanja putem diversifikacije djelatnosti u različitim zemljama je važan investicijski faktor za MNK. Mody naglašava: “Lokacijska natjecanja će razočarati sve sudionike, ako smanjivanje rizika dominira u aglomeracijskim prednostima. Teoretski gledano savršeno tržište kapitala eliminira potrebu za geografskom diversifikacijom multinacionalnih korporacija; investitori mogu stvoriti vlastite portfelje, bez da koriste multinacionalne korporacije kao posrednike” [16].

Teorija transakcijskih troškova bavi se tržišnim neuspjesima zbog kojih tržište funkcionira na sub-optimalnoj razini. Tržišni neuspjesi nastaju zbog: a) asimetričnih informacija, koje imaju kupci i prodavači b) tržište ne može uzeti u obzir koristi i trošak od eksternih učinaka na transakcije. Ovakvi faktori prema Wiliamsonu dovode do „povećanja transakcijskih troškova u vidu traženja, ugovaranja, te ispunjavanja ugovora [17]. Tako je u interesu poduzeća da otvori stranu podružnicu te tako snizi transakcijske troškove.

Sve ove teorije imaju jednu zajedničku nit. Poduzeća koja se odluče investirati u inozemstvu imaju konkurentne prednosti pred a) domaćim poduzećima u matičnoj zemlji b) poduzećima koja se nalaze u zemlji investiranja. Kao što smo vidjeli ove konkurentne prednosti mogu imati oblik: bolje organizacijske strukture, boljih proizvoda i procesa proizvodnje, ili samo boljih odnosa s domaćom političkom elitom.

3. KLASIFIKACIJA SDI-a

Gilpin zajedljivo primjećuje da je teorija stranih direktnih investicija zapravo u suprotnosti s neoklasičnom ekonomskom teorijom zato što: "u idealnom svijetu neoklasične ekonomije poduzeća ne bi investirala u inozemstvu. Nadalje ponašanje poduzeća bilo bi određeno tržišnim signalima, te ne bi bilo ni od kakvog značaja posluje li ono na nacionalnoj ili međunarodnoj razini"[18].

Postoje mnogi načini klasifikacije SDI. Prva klasifikacija SDI-a je prema motivima MNK-a za uspostavljanje podružnice u inozemstvu. SDI kojim se osvajaju resursi. Logika ovog tipa SDI-a je uvažavanje klimatskih i lokacijskih faktora. MNK obično ne žele snažno radno zakonodavstvo, te umjesto toga smatraju da je za njih povoljnije malo porezno opterećenje, te što slabija zaštite okoliša, kada se odluče za investicije u strane države, budući da im sve ove stvari povećavaju troškove poslovanja i tako smanjuju profit. Faktori koji utječu na ove investicije pored klime i lokacije su: izobilje i pristupačnost prirodnih bogatstava, kvaliteta infrastrukture (fizičke i pravne), dobra politička klima, te jeftina radna snaga. Pod ovaj oblik SDI-a spada i SDI za osvajanje tržišta. Ovaj oblik SDI postao je popularan nakon Drugog svjetskog rata, te je potpuno u skladu s Vernonovom teorijom. Budući da se izvoz nakon nekog vremena ne isplati, MNK osnivaju podružnice u drugim državama, kako bi bile prisutne i osvojile tržište. Logika na kojoj počiva ovaj oblik SDI-a je da je bolje prodavati proizvode potencijalnim kupcima tako što bi MNK-a bila fizički prisutna u regiji ili u državi, i tako smanjila transportne troškove. Također potrošači na ovaj način dobivaju osjećaj da kupuju "domaće" proizvode, budući da je proizvodnja locirana u njihovoj državi.

Zatim slijedi SDI kojim se povećava efikasnost poslovanja. Prvi razlog za ovu vrstu SDI je izmještanje proizvodnje u države u kojima je cijena radne snage niska. Obično se ovaj oblik SDI-a javlja u industrijama poput tekstilne, gdje se većina proizvodnje seli u države poput Kine, Turske, i Meksika. Neki autori smatraju da je ovo najbolji oblik SDI-a za državu domaćina smatra se da se ovim oblikom SDI-a [19]. Strateška kupovina je oblik SDI-a u kojem MNK žele preuzeti druge tvrtke u stranim državama. Ovaj oblik SDI omogućuje MNK-a da prošire svoju proizvodnju, poboljšaju postojeće te ponude nove proizvode, ili da jednostavno "asimiliraju" konkurentne tvrtke. Te na kraju SDI kojim se poboljšavaju odnosi sa državom domaćinom. Države poput SAD-a, Francuske i Ujedinjenog Kraljevstva potiču svoja poduzeća da ulažu u države, koje one smatraju važnim za svoje globalne političke, vojne i ekonomske pozicije.

Drugi oblik klasifikacije SDI-a je prema ulozi koju podružnica ima u globalnoj poslovnoj strategiji matične kompanije. U ovom slučaju postoje: horizontalni (dupliciranje djelatnosti u više država) i vertikalni (stvaranje produkcijskih lanaca) SDI. Treća klasifikacija SDI-a je ona po metodi osnivanja podružnice u stranim državama; *greenfield* i *brownfield* investicije. Jedan od rijetkih načina mjerenja aktivnosti MNK je putem količine SDI-a u različitim regijama i državama Svijeta.

Godina	Svijet	Zemlje u razvoju	Tranzicijske zemlje	Razvijene zemlje
1970	13256.92	3765.683	0	9491.235
1971	14241.26	3590.66	0	10650.6
1972	14760.75	3251.666	0	11509.08
1973	20377.55	4907.174	0	15470.38
1974	23873.81	2212.758	0	21661.06

1975	26395.75	9538.202	0	16857.55
1976	21934.94	6399.796	0	15535.14
1977	27057.21	6909.55	0	20147.66
1978	34247.04	8879.367	0	25367.68
1979	41906.23	8119.601	0	33786.63
1980	54399.65	7397.549	23.6	46978.5
1981	69614.1	23835.08	12.6	45766.42
1982	58243.59	26474.44	0.3	31768.85
1983	50394.19	17683.01	18	32693.18
1984	56175.46	16977.13	-8	39206.33
1985	55835.03	14072.02	15	41748.01
1986	86696.09	15826.28	-28	70897.81
1987	136884.1	21755.13	7	115121.9
1988	164202.3	30565.86	22.4	133614.1
1989	197598.7	31012.17	18.3	166568.2
1990	204895.9	34607.96	75.2	170212.8
1991	154138.3	39433.37	203.52	114501.4
1992	163007.3	53406.92	1651.081	107949.3
1993	220146	75704.55	3024.709	141416.7
1994	254906.2	102387.3	1934.529	150584.4
1995	341536.9	117766.8	3998.513	219771.6
1996	388737	147071.9	5338.165	236327
1997	481230.1	185720.6	9806.716	285702.7
1998	692336.1	176630.7	7168.481	508536.9
1999	1076313	216178.9	7155.278	852978.5
2000	1363215	232216.1	5772.454	1125227
2001	684070.9	215594.2	7750.781	460725.9
2002	591385.7	166731.8	10083.61	414570.2
2003	551992.6	196307.7	18036.82	337648.1
2004	682749.3	264079.9	29157.6	389511.8
2005	927402.3	330178	31801.1	565423.2
2006	1393034	403881.1	58977.95	930174.6
2007	1871702	528535.5	88177.77	1254988
2008	1489732	585647.3	116324	787760.8
2009	1186513	463637	70569.71	652306.2
2010	1328215	579890.6	75101.29	673223.4
2011	1564935	639135.2	97352.78	828446.7
2012	1403115	639021.5	85133.74	678960.2
2013	1467149	670789.9	99588.67	696770.4
2014	1228283	681386.7	48112.24	498784.4

Tablica 1. Priljev SDI-a u izabrane regije 1971-2014. u milijunima dolara.

Izvor: Unctad [20]

Iz tablice je vidljivo da su SDI-a izrazito podložne utjecajima ekonomskih kriza budući da imamo značajan pad SDI-a 2008 godine, a isto tako povećanje SDI-a u tranzicijskim zemljama i zemljama u razvoju možemo povezati s liberalizacijom svjetske trgovine koja je omogućila jednostavnije poslovanje MNK-a, kao i uvođenjem kapitalizma u nekadašnja planska gospodarstva.

4. ZAKLJUČAK

MNK igraju veliku ulogu u promicanju SDI-a u svijetu. Razumijevanje motiva međunarodne tržišne moći, ključno je za razumijevanje veze između SDI i MNK-a. Akbar o ovome primjećuje: „MNK postoje kao instrumenti širenja tržišne moći poduzeća. Prema ovom gledištu poduzeća se putem spajanja šire na domaćem tržištu kako bi povećali svoj tržišni udio i svoju tržišnu moć. Povećana tržišna moć dovodi do veće profitabilnosti" [21]. Budući da je domaće tržište ograničene veličine, uspješna poduzeća prisiljena su provoditi širenje na strana tržišta. Tako se proces povećanja tržišnog udjela na nacionalnom tržištu replicira na internacionalnom tržištu. Uspjeh poduzeća na duži rok ogleda se u njegovoj sposobnosti da od nacionalnog postane multinacionalno poduzeće tj. ono koje će ekonomsku aktivnost obavljati u barem dvije države.

REFERENCES

- [1] Bakkan, J., Korporacija, Mirakul, 2006.
- [2] Cohen, S.D., Multi-national Corporation and Foreign direct investment. Oxford University Press, 2007. str. 28.
- [3] O pravnim oblicima u kojima se poduzeća javljaju u pravnom prometu vidjeti više u Barbić, J., Pravo Društava knjiga druga Društva Kapitala svezak I i II, 2013, Organizator, Zagreb.
- [4] ibid. Danas je moguće da i jedna osoba bude vlasnik korporacije pogotova ako se radi o društvu ograničene odgovornosti d.o.o.
- [5] Dunning, John H., Multinational Corporation and the Global Economy. Addison –Wesely, 1993.
- [6] Krugman, P R. Obstfeld, M., The International economics: Theory and Policy, sixth edition. The Addison-Wesley Series in Economics, 2003. str.175.
- [7] Hymer, S.H., *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, PhD thesis, MIT.
- [8] Hymer citiran prema Cohen, S.D., Multi-national Corporation and Foreign direct investment. Oxford University Press, 2007 str. 122.
- [9] ibid, str. 123
- [10] Coase citiran prema Akbar, Y. A., The Multinational Enterprise, EU Enlargement and Central Europe. Palgrave Macmillan, 2003. str. 17.
- [11] Dunning, John H., Multinational Corporation and the Global Economy. Addison –Wesely, 1993
- [12] Cantwell J., Narula R., 2001. "The Eclectic Paradigm in the Global Economy," *International Journal of the Economics of Business*, Taylor and Francis Journals, vol. 8(2), pages 155-172, July. str.1.
- [13] ibid.
- [14] Narula u Dunning, John H., Global Capitalism, FDI and Competitiveness Essay Selections. Edward Elgar Publishing, Inc. 2002.

- [15] Cohen, S.D., Multi-national Corporation and Foreign direct investment. Oxford University Press, 2007. str. 146.
- [16] Mody, A., Foreign Direct Investment and the World Economy. Routledge, 2007. str. 34.
- [17] Williamson, O. E., The Economics of Organisation: The Transaction Cost Approach, American Journal of Sociology, Volume 87, Issue 3. (Nov.1981). str. 548-577.
- [18] Gilpin, R., Global Political Economy. Princeton University Press, 2001, str.279.
- [19] Cohen, S.D., Multi-national Corporation and Foreign direct investment. Oxford University Press, 2007.
- [20] Unctad, <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=96740>, posjećeno 1.5.2016.
- [21] Akbar, Y. A., The Multinational Enterprise, EU Enlargement and Central Europe. Palgrave Macmillan, 2003. str. 16.