

POVEZIVANJE PREDUZEĆA KAO FAKTOR UNAPREĐENJA EFIKASNOSTI POSLOVANJA

CONNECTION OF ENTERPRISES AS A FACTOR OF IMPROVING THE EFFICIENCY OF BUSINESS OPERATIONS

dr Vuk Bevanda, docent²⁷¹
dr Miro Sokić²⁷²
dipl. ecc Danijela Rutović²⁷³

Sadržaj: *U praksi poslovanja i funkcionisanja preduzeća dolazi do njihovog povezivanja i zajedničkog obavljanja određenih poslova i funkcija. Ciljevi tog povezivanja su različiti: stvaranje određene monopolske pozicije na tržištu, kontrola tržišnih tokova, sprečavanje konkurencije, poreske i carinske povlastice, racionalizacija poslovanja, ušteda energije i resursa i slično.*

Povezana privredna društva čine dva ili više društava, odnosno preduzeća koja se međusobno povezuju. Ona se mogu povezivati putem kapitala, ugovora ili mešovito (kapitala i ugovora).

Ključne reči: *Preduzeća, povezivanje, poslovanje*

Abstract: *In business practice and operation of the enterprise comes to their connection and joint performance of certain tasks and functions. The goals of connecting are different: making certain monopoly on the market, control of market flows, preventing competition, tax and customs privileges, business rationalization, saving energy and resources and the like. Affiliated companies consist of two or more companies, apropos companies that are interconnected. It can be connected by capital, contract or joint venture (capital and contracts).*

Key words: *Enterprise, connecting, business operations*

1. UVOD

Preduzeća se svakodnevno nalaze pred izborima i izazovima. Postavlja se pitanje da li samostalno nastupati ili udružiti snage? Samostalni nastup, samostalna penetracija tržišta ili zajednički nastup, zajedničko osvajanje nekih novih tržišta? Analiza troškova i potencijalnih koristi može dati matematički proračunat odgovor i tehničko rešenje, ali stvarnu situaciju i činjenice moguće je sagledati isključivo na tržištu. Na jednoj strani imamo argumente za, na drugoj strani argumente protiv povezivanja preduzeća.

Suštinski, sama misija i vizija jednog preduzeća, kao i cilj postojanja opredeljuju da li se nastupa samostalnom strategijom. Sa druge strane imamo opciju zajedničke, udružene strategije nastupa na postojećim i novim izazovnim tržištima koja se, u savremenim uslovima

²⁷¹ Fakultet za poslovne studije, Goce Delčeva 8

²⁷² Dunav Osiguranje a.d.

²⁷³ Fakultet za poslovne studije, Goce Delčeva 8

poslovanja, nameće čak i kao neophodnost za mnoge kompanije i preduzeća koja žele da zadrže stabilnu poziciju na tržištu.

2. OBLICI POVEZIVANJA PREDUZEĆA

Najčešći oblici povezivanja preduzeća su **fuzije**. Fuzije nastaju pripajanjem manjeg preduzeća većem ili spajanjem više istosrodnih ili raznorodnih preduzeća u jedno preduzeće. U fuzijama preduzeće koje se pripaja drugom preduzeću gubi svoj identitet, pravnu i poslovnu samostalnost.[1]

Postoje i oblici povezivanja u kojima preduzeća zadržavaju svoj pravni i poslovni subjektivitet, ali gube deo svoje ekonomske samostalnosti i funkcija. U tim oblicima povezivanja po pravilu nastaju odnosi dominacije jednog nad drugim preduzećem. U **povezanim preduzećima** dominantno preduzeće ili društvo vrši kontrolu upravljanja u podređenim, odnosno kontrolisanim društvima – preduzećima. Sa sticanjem kontrolnog paketa akcija u zavisnim preduzećima, formiraju se različite **mreže povezanih preduzeća**.

Različitim načinima povezivanja preduzeća formiraju se i različiti oblici privredne saradnje i kooperacije. **Horizontalno povezivanje** preduzeća nastaje povezivanjem preduzeća iz iste ili slične delatnosti. **Vertikalno povezivanje** preduzeća vrši se u reprodukcijom lancu. U tom lancu, na primer, povezuju se proizvođač sirovina, finalni proizvođač i trgovac. **Konglomerate** čine različita povezana preduzeća, koja često nisu u direktnoj međusobnoj vezi i poslovnoj međuzavisnosti.[1]

Poseban oblik povezivanja preduzeća ostvaruje se formiranjem tzv. **grupacije preduzeća** u formi holding društava. Holding društvo formira se tako što jedno preduzeće stiče kontrolni paket akcija u drugom ili više zavisnih preduzeća. Na osnovu posedovanja većinskog kapitala u kontrolisanim preduzećima, holding može ostvariti potpunu kontrolu i dominaciju nad upravljanjem zavisnim odnosno kontrolisanim preduzećima. Shodno zakonskim propisima, holding obavlja delatnost upravljanja zavisnim preduzećima. Kontrolisana preduzeća zadržavaju poslovnu samostalnost, dok se upravljačke funkcije koncentrišu i prenose na matično preduzeće.[1]



Doc. dr Vuk Bevanda je 2011. godine odbranio doktorsku disertaciju pod nazivom »Osnivanje poslovnih inkubatora u funkciji podsticanja preduzetničkih aktivnosti i lokalnog ekonomskog razvoja u Republici Srbiji« na Fakultetu za poslovne studije. Od 2005. godine stalno je zaposlen na Univerzitetu „Džon Nezbit“, na istoimenom fakultetu. Tokom 2011. godine bio je angažovan kao predavač u Regionalnoj privrednoj komori Pančevo, na temu „Opšte odlike i značaj slobodnih zona, tehnoloških parkova i poslovnih inkubatora za mala i srednja preduzeća“. Objavio je dva udžbenika i veći broj radova na domaćim i međunarodnim naučnim skupovima i konferencijama, u zbornicima i tematskim zbornicima, časopisima.

Povezana privredna društva se mogu organizovati i kao **koncern**, u slučajevima kada kontrolno preduzeće ima za pretežnu delatnost neku poslovnu delatnost, pored funkcije upravljanja zavisnim preduzećima.

Grupa društava se formira u slučajevima kad kontrolno društvo – preduzeće upravlja zavisnim društvima i istovremeno obavlja neku poslovnu delatnost.

3. SLOŽENI OBLICI POSLOVANJA I ORGANIZOVANJA

U okviru grupe velikih povezanih preduzeća posebno se ističu multinacionalna preduzeća koja imaju lidersku poziciju na međunarodnom tržištu. Ona imaju centralizovano vlasništvo kapitala u matičnoj kompaniji.

Za razliku od ovih preduzeća transnacionalne kompanije imaju centralizovano vlasništvo kapitala u domicilnoj državi i veoma decentralizovanu organizacionu strukturu u većem broju država u kojima se osnivaju preduzeća koja vlasnički pripadaju transnacionalni kompanijama.

Savremeno poslovanje prate sve složeniji oblici organizacije, povezivanja i udruživanja kapitala i resursa. U složene oblike organizacije i udruživanja kapitala spadaju:[1]

- Koncerni,
- Karteli,
- Trustovi,
- Konglomerati.

U okviru koncerna kao složenog preduzeća, udružene kompanije zadržavaju svoju pravnu samostalnost. U okviru koncerna se obično stvara lanac filijala odnosno preduzeća koja zavise od koncerna i koja su kontrolisana u pogledu vođenja poslovne politike, finansija i strategije razvoja. Preduzeće koje je unelo svoj kapital u koncern ima pravo da uloženi kapital vrati iz ostvarenog neto profita koncerna. Koncerni nastaju udruživanjem većeg broja firmi ili preduzeća, obično iste privredne grane poput automobilske ili elektroindustrije, hemijske, prehrambene i druge industrije. Prvi koncerni su nastali okupljanjem određenog broja firmi oko jedne firme i njenog vlasnika, čije ima obično i nosi koncern. U saradnji sa bankama koje



Miro Sokić je viši savetnik za upravljanje rizicima solventnosti u kompaniji Dunav osiguranje a.d. Pre završetka Ekonomskog fakulteta u Beogradu i odbrane magistarske teze na istom, završio je i tri godine Medicinskog fakulteta Univerziteta u Beogradu. Radeći u delatnosti osiguranja preko 13 godina, odbranio je doktorsku disertaciju iz oblasti upravljanja rizicima u osiguranju na Univerzitetu Singidunum. Prijavio je i doktorsku disertaciju na Ekonomskom fakultetu u Beogradu pod nazivom “Održivi razvoj i mogućnosti njegove primene u Republici Srbiji”. Autor je više članaka, naučnih i stručnih radova iz oblasti osiguranja, održivog razvoja i problematike vezane za način funkcionisanja i perspektive razvoja Evropske unije. Učestvovao je na brojnim domaćim i međunarodnim skupovima iz pomenutih oblasti. Kao polaznik Godišnjeg seminara, vodećeg obrazovnog programa Beogradskog fonda za političku izuzetnost, a u saradnji sa Savetom Evrope, bio je i polaznik Trećeg svetskog forumu demokratije u Strazburu.

takođe postaju članice koncerna i ličnim kapitalom otkupljuju deonice nezavisnih firmi koje ih zanimaju i preuzimaju nadzor nad njihovim poslovanjem dok im se potpuno ne priključe ili postanu članice koncerna.[1]



Slika 1: Primer multinacionalnih preduzeća [2]

Cilj poslovanja koncerna kao i svake druge firme je ostvarivanje dobiti, a svrha udruživanja je postizanje boljeg tržišnog položaja nego što imaju konkurenti. Na taj način koncerni rešavaju i probleme nabave sirovina, energije i drugih resursa za svoje proizvodne procese i plasman svojih proizvoda.

Kartele najčešće formiraju manja preduzeća, kao odbrambeno sredstvo i organizacioni mehanizam zaštite od monopola i konkurencije velikih preduzeća. Karteli su oblik sporazumnog udruživanja istorodnih firmi konkurenata koje udruživanjem postaju monopol. Veći profit ostvaruju diktiranjem uslova prodaje, monopolskim cenama i drugim pogodnostima, a ne smanjenjem troškova i racionalizacijom kako to čine koncerni.

Članice kartela su potpuno samostalne i nezavisne u svom poslovanju ali su obavezne poštovati odredbe sporazuma o kartelu za sve vreme postojanja kartela. Da bi mogao delovati u skladu sa ciljevima udruživanja, kartel treba imati najveći udeo u proizvodnji, potrošnji, trgovini ili drugoj delatnosti ili grani u kojoj se osniva. U protivnom, delovanje kartela na tržištu ne bi bilo delotvorno niti bi njegovo osnivanje bilo opravdano jer bi konkurentne firme koje nisu u kartelu mogle ometati ili sprečavati njegovo delovanje.

Osnovni cilj uklanjanja međusobne konkurencije i stvaranja uslova za monopolski položaj i monopolsko ponašanje može se ostvariti na dva načina:

- Sopstvenim razvojem,
- Potpisivanjem sporazuma o kartelu.

Po osnovu područja prostiranja i delovanja, karteli mogu biti nacionalni i međunarodni. Karteli su često nestabilni i lako se raspadaju, a stoga što svaka firma učesnica ima interes da vara ostale učesnike, bilo kroz veću proizvodnju nego što je kvota dogovorena, bilo kroz efektivno smanjenje cena u odnosu na dogovorene itd.

Trustovi su složeniji oblici udruživanja, uglavnom sa karakteristikama koncerna. Oni su najčešće prisutni u domenu udruživanja i koncentracije finansijskog kapitala. U okviru trustova se vodi jedinstvena politika cena, čime se podstiču produktivniji proizvođači i konkurentnost u okviru članova trusta. Trustovi nastaju povezivanjem većeg broja istorodnih firmi.

Konglomerati su složeni oblici organizovanja preduzeća formirani na osnovu koncentracije kapitala i proizvodnje. Konglomerati objedinjuju različite vrste delatnosti i funkcije. Veliki konglomerati, koji objedinjuju različite delatnosti po pravilu imaju monopolski položaj. Poseban organizacioni oblik savremenog kapitalizma su konglomerati. Stvoreni kao rezultat koncentracije kapitala i proizvodnje, oni predstavljaju specifičnu organizacionu formu koja u sebi objedinjuje različite privredne aktivnosti. Konglomerati su organizaciona forma u kojoj se nalaze privredne aktivnosti među kojima nema odgovarajuće sličnosti.[3]

Konglomerat kao jedinstveno preduzeće različitih aktivnosti ima specifične karakteristike, koje proizilaze iz same njegove prirode. Pre svega je nastao kao rezultat ekonomskih interesa, on pokazuje određene prednosti u odnosu na druge organizacione oblike i konkurente. S obzirom na činjenicu da obuhvata više različitih privrednih delatnosti, konglomerat može da u različitim situacijama ostvari odgovarajuće prednosti čak i odnosu na specijalizovana preduzeća konkurente. Konglomerat može nastojati da eliminiše određene konkurente tako što će neke proizvode prodavati po ceni koja uništava specijalizovana preduzeća. Specijalizovani konkurenti neće biti u mogućnosti da svoju robu prodaju po ceni konglomeratskog tipa preduzeća, koji niže cene može nadoknaditi zaradom od drugih proizvoda.[4]



Danijela Rutović završila je Fakultet za poslovne studije, Megatrend univerziteta, Beograd, Smer/modul: Međunarodno poslovanje, 2014. godine. Tokom oktobra 2014. godine bila je honorarno angažovana u udruženju “Koncepti za život“, Beograd; te volontirala u knjigovodstvenoj agenciji “BOXAL”, Beograd u periodu decembar 2013 – maj 2014 godine.

Objavljeni radovi: (1) *Supporting models for SMEs in Serbia*, koautor, International may conference on strategic management, University of Belgrade, Technical faculty in Bor – Management department, 24-26. May 2013, Bor, str. 1103-1109, ISBN: 978-86-6305-006-8; (2) *Possibilities of improving business environment in Serbia*, koautor, International May Conference on Strategic Management - IMKSM2014, University of Belgrade, Technical faculty in Bor – Management department, 23-25 May 2014, Bor, Serbia, str. 1055-1064, ISBN: 978-86-6305-019-8

Jasno je da konglomerat ima značajne mogućnosti za ostvarivanje tzv. sistema diferenciranja prodajnih cena, koji mu objektivno, omogućava eliminisanje specijalizovanih konkurenata, odnosno onih preduzeća koja se bave jednom vrstom privredne delatnosti.

4. MERDŽERI I AKVIZICIJE

Merdžer predstavlja spajanje najmanje dve kompanije, pri čemu nastaje jedna kompanija pod imenom spojenih kompanija. Akvizicija može biti ispoljena u kupovini paketa akcija jedne kompanije od strane druge kompanije, s tim što je u praksi teško diferencirati merdžer od akvizicija. Vidljivo diferenciranje merdžera od akvizicija može se obaviti po osnovu imena kompanije, jer se akvizicijom gubi ime preuzete kompanije i ostaje ime kompanije koja je obavila akviziciju.[5]

U situaciji posredne kontrole menadžera i oštre tržišne borbe neminovno dolazi do koncentracije i ukрупnjavanja kapitala odnosno do voljnog i nevoljnog preuzimanja i udruživanja. Kapital se udružuje radi proširivanja tržišnog udela, da bi se ostvarila veća efikasnost ili da bi se nastavilo poslovanje uz jakog partnera. Udruživanje je vođeno pravilom da jedan plus jedan daju tri, što predstavlja osnovu svih merdžera i akvizicija. Ovim se želi postići sinergetski efekat, a u osnovi sinergije je da dve kompanije, udružene, vrede više nego dve odvojene, odnosno njihov prost zbir. Velike i jake kompanije kupuju manje (akvizicija) radi konkurentnosti i smanjenja troškova, a male i slabe se udružuju (merdžer) da bi parirali velikima i opstali na tržištu.[6]

Iz gore navedenog vidimo razliku između merdžera i akvizicija. Kada određena kompanija preuzme drugu i proglasi sebe novim vlasnikom, takvu kupovinu nazivamo akvizicijom. Preuzimanjem akcija kupac preuzima i njen posao, što sa pravne tačke govori da preuzeta kompanija prestaje da postoji. Međutim, kada su dve kompanije, obično iste tržišne veličine, dogovore da udruže svoje snage i nastave svoje poslovanje kao jedna, nova firma, tada govorimo o merdžeru.[7]

Akvizicija je opravdana u situaciji kada su iskustvo kompanije, izvori kojima raspolaže i tržišne performanse nedovoljni za njen dalji rast. Kompanija koja akvizira drugu kompaniju očekuje da akvizirana kompanija ima informacije, imovinu, distributivnu mrežu ili stručan menadžment koji može poslužiti kompaniji da obezbedi sopstvene poslovne performanse. Akvizicijom se brzo stiče vođstvo, upravljanje svetski poznatim markama. Razlozi za akviziciju mogu biti: racionalizacija proizvodnje na različitim prostorima, restrukturiranje industrije i dostizanje komplementarnosti poslovnih operacija, tržišna ekspanzija i jačanje tržišne pozicije.

Prednosti akvizicije u odnosu na druge forme su: brži povraćaj kapitala u odnosu na investicije, jer je imovina već upotrebljena, obezbeđenje tržišnog učešća bez rasta kapaciteta, brzina ulaska je veća što je posebno značajno ako kompanija ulazi na novo tržište i kada želi da prva iskoristi prednosti u odnosu na konkurenciju. Akvizicija je veoma važna za nacionalnu ekonomiju jer podiže efikasnost industrijskog sektora, odnosno obezbeđuje povoljne uslove za rast efikasnosti.[8]

Za sva preduzeća, bez obzira u kojoj se ulozi našla, kao jedna od vrhovnih ciljnih funkcija se uzima maksimiziranje vrednosti za vlasnike. U ostvarenju tog cilja preduzeća mogu koristiti različite vrste strategija. Jednu od najznačajnijih predstavljaju strategije rasta. Za one subjekte koji se nalaze u ulozi ponuđača ostvarivanje merdžera i akvizicija ustvari predstavlja

realizaciju rasta, pošto time oni povećavaju svoju veličinu. Tri važna cilja koja preduzeća žele da ostvare su sinergija, poreski efekti i korišćenje povoljnih poslovnih prilika. Sinergijski efekti se javljaju u slučaju kada je ukupna vrednost dve kompanije koje se povezuju veća od prostog zbira njihovih pojedinačnih vrednosti. Postoje rani izvori sinergije kao što su ostvarivanje efekata ekonomije obima, eliminisanje slabosti, smanjenje administrativnih troškova, tehničko tehnološke inovacije i slično. Sa druge strane one mogu doneti poreske efekte, odnosno uštede i smanjivanje stepena poreskog opterećenja. Još jedan od ciljeva je korišćenje povoljnih poslovnih prilika koje se odnose na situaciju kada su tržišne cene akcija ciljnih preduzeća na relativno niskom nivou, daleko ispod njihove realne vrednosti. Tada su akvizicije i preuzimanja jedan od sigurnih načina da se kreira blagostanje za vlasnike.[7]

5. STRATEGIJSKE ALIJANSE

Strategijske alijanse predstavljaju sve oblike saradnje među preduzećima u međunarodnoj ekonomiji koji su nešto više od uobičajenih tržišnih transakcija, a manje od spajanja i pripajanja preduzeća (merđeri i akvizicije). Cilj ulaska u strategijske alijanse je jačanje konkurentske prednosti na celini globalnog tržišta ili na segmentima tog tržišta. Ukoliko strategijska alijansa ne daje očekivane rezultate, bolje za preduzeće je da samostalno nastupa na tržištu. Ipak za veliki broj preduzeća strategijske alijanse su jedini način da uspešno posluju na globalnom tržištu, s obzirom na raspoložive izvore, stručnosti i sposobnosti kojima raspolažu.

U većini slučajeva se pokazalo da su glavni razlozi za ulazak nekog preduzeća u strategijske alijanse sledeći:

- Smanjivanje troškova razvoja novih proizvoda,
- Pribavljanje kapitala za nove investicije,
- Pribavljanje tehnologije,
- Lakši ulazak na nova tržišta,
- Pribavljanje marketing know-how.

Može se reći da su strategijske alijanse sistem koji dobija za preduzeća koja nemaju velikog iskustva u internacionalnom poslovanju. Strategijske alijanse sa sobom nose određene prednosti, ali i opasnosti za preduzeće.

6. VELIKA PREDUZEĆA I POSLOVNI SISTEMI

Najčešći oblici organizovanja velikih poslovnih sistema u svetu su *korporacije*. U privredama razvijenih zemalja one su dominantni oblik i forma organizovanja preduzeća. Korporacije su preovlađujuće po vrednosti proizvodnje i prodaje u okviru razvijene nacionalne privrede. Korporacije najčešće čine velika preduzeća (kompanije), ali i multinacionalne i transnacionalne kompanije. Američke multinacionalne korporacije se javljaju i kao najveća globalna preduzeća u svetskoj privredi.

Osnovni cilj korporacija je tržišno poslovanje i ostvarivanje profita. Većina korporacija je u privatnom vlasništvu. U praksi razvijenih tržišnih zemalja korporacije funkcionišu kao dugotrajna i stabilna preduzeća.[1]

U korporacijama je razgraničeno vlasništvo nad kapitalom od upravljanja preduzećem. Korporacije vode dobro plaćeni menadžeri i eksperti, motivisani visokim zaradama. U korporaci-

jama je vlasništvo lako prenosivo, što im daje prednost u odnosu na inokosna i partnerska preduzeća.

Masovnost savremenih korporacija kao oblika organizovanja privrednih delatnosti rezultat je prednosti koje one imaju nad drugim oblicima obavljanja privrednih delatnosti. Prednosti korporacija su veoma značajne. U jednu od njih spada to što vlasnici korporacije, koji poseduju njene akcije, imaju ograničenu odgovornost. Oni nisu lično odgovorni za poslovanje, obaveze i dugove korporacije. Za to je odgovorna sama korporacija, jer se ona predstavlja kao subjekt poslovanja. Vlasnici akcija odgovornost i uticaj za njeno poslovanje snose samo u visini vrednosti akcija koje poseduju. U toj meri oni snose i rizik za poslovanje korporacije. Ako korporacija padne pod stečaj, vlasnici gube samo vrednost kapitala uložen u akcije.[1]

Najveća prednost savremenih korporacija je što omogućava prikupljanje finansijskih sredstava velikog obima od raznih vrsta posednika, pa i sitnih štediša. Time se omogućuje obavljanje krupnih poslovnih i investicionih poduhvata, kao što su izgradnja železnica, auto-puteva, elektrana. Da bi se ta kapitalna sredstva pribavila, potrebno je da se emituju i puste u prodaju akcije pristupačne i malim vlasnicima finansijskih sredstava, odnosno kapitala. Otkupom tako emitovanih akcija stvaraju se velike, finansijski moćne korporacije, sa često milionskim brojem akcionara.

Pored korporacija, *holding* takođe predstavlja složeni oblik organizovanja velikih poslovnih sistema. U svom sastavu on ima više preduzeća, od kojih jedno predstavlja matično ili upravljačko preduzeće, a ostala su zavisna ili kontrolisana preduzeća.

U savremenoj praksi holding ne predstavlja, niti funkcioniše kao jedinstveno preduzeće, što je slučaj sa korporacijom. U okviru holdinga sva preduzeća članice su potpuno autonomne u poslovanju. Njihov rad se ne koordinira i ne usmerava upravljanjem iz holdinga. Holding karakteriše vlasnička objedinjenost preduzeća članica. Kao matično preduzeće holding ima svoj udeo, odnosno sopstveni kapital u osnovnoj glavnici svih preduzeća članica (zavisnih preduzeća). Taj udeo se može kretati od 51 do 100% ukupne osnovne glavnice preduzeća, članica holdinga.[1]

Holding ima upravljačku dominaciju nad preduzećima-kćerkama i nad sistemom kao celinom. Ona se ostvaruje preko predstavnika holdinga u upravljačkim organima zavisnih preduzeća i u skladu je sa visinom učešća kapitala u tim preduzećima. Kao oblik organizovanja velikih poslovnih sistema, holding se zasniva na vlasničkoj povezanosti matičnog preduzeća i preduzeća-kćerki na vlasničkoj, odnosno upravljačkoj supremaciji matičnog preduzeća nad ovim preduzećima. U tržišnoj privredi holding se i osniva sa tim ciljevima. Formiranje holdinga se ne vrši da bi se fuzijom, pripajanjem ili kupovinom zavisnih preduzeća stvorio jedinstven sistem, kao što je to slučaj sa obrazovanjem korporacije.

Osnovni motiv formiranja holdinga jeste uspostavljanje vlasničke, odnosno upravljačke vlasti nad postojećim i budućim članicama ovog sistema. To se najčešće obezbeđuje kupovinom članica holdinga, otkupom većeg broja akcija (kapitala) u njima, ili ulaganjem novog, dodatnog kapitala u njihovo širenje i razvoj.[1]

7. ZAJEDNIČKO ULAGANJE

Zajedničko ulaganje (*Joint Venture*) predstavlja saradnju između preduzeća iz različitih zemalja, koja se zasniva na zajedničkom ulaganju u određeni projekat, odnosno osnivanje zajednič-

kog preduzeća, zajedničku proizvodnju i nastup na tržištu. Ovaj metod optimalizuje prednosti domaćih i inostranih preduzeća na određenim tržištima.[1]

Zajedničko ulaganje danas koriste uglavnom velike međunarodne korporacije. Na taj način one vrše prodor na tržišta za koja su zainteresovane, obezbeđuju sebi pristup retkim prirodnim resursima, izbegavajući odredbe antimonopolskih zakona zemlje u kojima im se nalazi centrala. One koriste jeftinu radnu snagu zemlje domaćina, kao i njegovo tržište. Putem zajedničkog ulaganja, zemlja domaćin dolazi do potrebnih sredstva za svoj razvoj, povećava svoje prisustvo i učešće na stranom tržištu, obezbeđuje „know-how“ i slično.

Zajednička ulaganja nude značajne prihode po osnovu vlasništva i otvaraju mogućnost bržeg sticanja međunarodnog marketing iskustva, ali traže značajna finansijska sredstva i menadžment resurse za pokretanje proizvodnog procesa u inostranstvu. Pri tome ulaganja u inostranstvu nikada se ne završavaju samo ulaganjem u proizvodnju. Tu slede troškovi ulaganja u marketing, koji se takođe dešava van domaćeg i ciljnog tržišta kompanija koje zajednički ulažu. Opravdanost zajedničkih ulaganja u odnosu na samostalne direktne investicije se obrazlaže manjim rizikom koji može biti posledica političkog, tržišnog i društvenog karaktera.

8. ZAKLJUČAK

Na osnovu prezentovanih podataka i činjenica, može se zaključiti da veliki broj različitih oblika povezivanja preduzeća predstavlja značajnu mogućnost za unapređenje poslovne efikasnosti, kroz korišćenje uzajamnih prednosti povezanih preduzeća. Merdžeri, akvizicije, uvoz, izvoz, strane direktne investicije, holding – samo su potencijalne šanse izbora uspeha u velikoj tržišnoj utakmici. Iako postoje i određeni razlozi protiv, za očekivati je da prevagnu razlozi za ekonomsko udruživanje preduzeća i postizanja sinergije, koju će sigurno pratiti i rast performansi i poslovne efikasnosti.

I dok se udružena preduzeća bave prihodima i rashodima, troškovima, varijabilnim i fiksnim, multiplikatorima i raznim pripadajućim politikama, zajedničkim nastupom savladaće brojne barijere i ostvariti profit koji je, zasigurno veći nego kod preduzeća koja samostalno nastupaju na tržištu.

REFERENCES

- [1] Živković, M., Ilić, S., Bevanda, V., (2014) *Ekonomika poslovanja*, Megatrend Univerzitet, Beograd
- [2] www.99posto.org, datum pristupa 18.05.2015.
- [3] Babić M., Stavrić B., (2003) *Organizacija preduzeća*, KIZ Centar, Beograd
- [4] www.sr.wikipedia.org, datum pristupa 20.05.2015.
- [5] Milisavljević, M., *Savremeni strategijski menadžment*, Megatrend Univerzitet, Beograd
- [6] www.apr.gov.rs, datum pristupa 23.05.2015.
- [7] www.psinvest.rs, datum pristupa 27.05.2015.
- [8] www.sec.gov.rs, datum pristupa 27.05.2015.