

ПИТАЊЕ 47

3. Монопол – специфична тржишна структура

С обзиром на развој производних снага и промене у оквиру капиталистичких продукционих односа разликују се *три етапе* у развоју капитализма:

1. Мануфактурни капитализам – ова етапа је трајала приближно од половине XIV века до последње трећине XVIII века. Мануфактура је била главни облик производне јединице, производња је базирана на ручном раду и алату. Доминирала је појединачна капиталистичка својина и инокосно предузеће, као облик њеног испољавања. У тим условима створене су претпоставке развоја капиталистичких друштвених односа, у класичном облику односа рад-капитал. Институционализује се улога и значај приватне својине, који је основа капиталистичких друштвених односа.

2. Либерални капитализам или *капитализам слободне конкуренције (класични капитализам)* настаје осамдесетих година XVIII века и траје до последње трећине XIX века. Машинска производња и фабрика, као производна јединица заснована на машинском раду, представљају битну одлику производних снага у тој етапи развоја.

Капиталистичка предузећа, као основна производна јединица, базирана су на приватној својини и међусобно су конкурентна. Повезивање међу привредним субјектима врши се посредством *тржишта* и његових закона. Ниједно предузеће није у стању да наметне своју вољу другим предузећима и осталим носиоцима привредне активности, тако да се цене формирају независно од воље и утицаја власника предузећа, тј. објективно су дате и тржишно одређене.

Принципи на којима функционише привреда су *економски либерализам* и *економски индивидуализам*. Производна и тржишна структура омогућавала је **слободну конкуренцију** у великој мери, што је резултирало наглим развојем производних снага.

3. Монополски капитализам – у коме уместо слободне конкуренције долази до превласти монопола. Настаје седамдесетих година XIX века и траје и данас, с тим да се разликује *приватно монополски* и *државно монополски капитализам*. Ову етапу развоја карактерише даљи огроман напредак у развоју производних снага, посебно након друге индустријске револуције – аутоматизације производње. Долази до појаве крупних индустријских предузећа новог типа, непознатог у дотадашњем развоју капитализма. То су и индустријски гиганти (комбинати), који обједињују производњу од добијања сировина до израде најразличитијих финалних производа.

Монополски капитализам карактерише:

- даљи убрзан развој производних снага;
- концентрација и централизација капитала;
- стварање монопола;
- стварање финансијског капитала и нова улога банака;
- извоз капитала;
- економска и територијална подела света.

Развитак капитализма битно карактерише *закон неравномерног развија*. Он се манифестује кроз – неравномеран развој појединих капиталистичких земаља¹, неједнак темпо развоја појединих региона унутар сваке земље, неравномеран развој појединих грана и појединих

¹ Polovinom XIX veka redosled najrazvijenijih kapitalističkih zemalja bio je: Engleska, SAD, Francuska i Nemačka. Krajem XX veka SAD dolazi na prvo mesto, a Nemačka sve više ugrožava poziciju Engleske. Promene u ekonomskoj snazi pojedinih kapitalističkih zemalja dovode i do promena u međunarodnim političkim odnosima.

предузећа у оквиру тих грана. Основу деловања овог закона чини *закон вредности и конкурентска борба*.

3.1. Појам и врсте монопола

Услове *потпуне или савршене конкуренције* карактерише мали обим економских активности привредних субјеката, тако да они сопственим активностима не могу утицати на суштинске догађаје на тржишту. Њихово појединачно учешће је толико мало да не могу битно утицати ни на ниво *продајних цена* нити на *укупну понуду* или *тражњу*. Појединачни продавци су толико мали да не чине битан део укупне понуде на тржишту, па нису у стању да утичу на продајне цене, а појединачни купци су такође мали тако да њихова појединачна тражња не представља битан део укупне тражње, па свако од њих нема могућности да битно утиче на висину продајне цене. Стога су ови учесници присиљени да тржишне цене прихвате као *објективно дате* и да им прилагоде своје понашање. Овим условима су приближни услови *либералног капитализма*.

Развој робне производње, технолошка открића, појава акцијског капитала доводе до нарастања појединих предузећа тако да по обиму капитала и по величини тржишног учешћа имају значајно учешће у укупној тржишној понуди или тражњи. Пословни потези таквих предузећа имају велики утицај на кретање укупне понуде и тражње на тржишту. Појава снажних капиталистичких предузећа у којима је сконцентрисан претежан део друштвеног капитала, производње и запослених, довела је до низа суштинских промена у законитостима функционисања капиталистичке привреде. Односи који се успостављају међу овим снажним предузећима на тржишту, као и према осталом делу привреде, квалитативно се разликују од односа који су раније постојали међу многобројним релативно slabим предузећима. Стварају се услови *непотпуне или ограничене* (монополске) *конкуренције*. Законитости развитка економског система капитализма у условима *слободне конкуренције* довеле су до њене негације, јер одређени релативно *мали број великих предузећа* почиње да контролише тржиште.

Процес концентрације и централизације производње у малом броју великих привредних субјеката је битна карактеристика савремених економских прилика. Резултат тих процеса је стварање услова за настанак *монополистичких тржишних структура*, које карактерише *непотпуна или ограничена, монополска конкуренција*.

Монополска (непотпуна или ограничена) конкуренција је тржишна ситуација супротна стању потпуне или савршене конкуренције. *Услови монопола* постоје када *целокупну понуду неког производа на тржишту обезбеђује једно предузеће*. Монополиста је у позицији да одређује висину продајних цена, јер конкуренција не постоји. Суочени са растом продајних цена, купци се не могу окренути другим произвођачима истог добра, јер они не постоје. На располагању им је одлука да не купују дато добро и да покушају наћи супститут. Велики је број примера монополске тржишне позиције – локална пошта (једина нуди телефонске линије), железничко предузеће, локални водовод, и слично.

Монополи настају уколико у некој грани привреде постоје препреке или онемогућавање појаве нових предузећа конкурената. Те препреке могу бити природне, резултат економских активности или резултат мера државе. Стога постоје *економски* (који настају концентрацијом и централизацијом капитала), *природни* и *законски* монополи.

Природни монополи су резултат ограничености неког природног фактора производње (земљишта посебног квалитета, рудног богатства, енергија ветра и воде и сл.). *Законски монополи* настају државним прописима, којима се производња или продаја неког

производа монополише за нека предузећа. Неки монополи су комбинација природног и економског монопола (железница, електро привреда, водоводи, нафтоводи и сл.). Најзначајнију врсту монопола представљају *економски монополи*.

Термин **монопол** у литератури има различита значења:

У најширем смислу, **монопол** је *превласт у производњи или промету на страни понуде или тражње*. По другом значењу, **монопол** представља *организациони облик повезивања предузећа у сфери производње или промета на страни понуде или тражње*. Треће и најуже значење, **монопол** је ситуација у којој *једно предузеће представља целокупну понуду* (монопол = један продаје).

Заједничка карактеристика свих историјских облика робне производње је да је то производња за тржиште (размену). Међутим, конкретни облици размене могу бити различити зависно од обима и структуре понуде и тражње, просторне, временске и институционалне организације робног промета и слично. Стога, постоје различите тржишне структуре и могу се посматрати са разних становишта.

I Различита су **тржишна стања према броју учесника у размени** одређене врсте робе и њихове појединачне економске снаге. Немачки економиста Штакелберг² се бавио испитивањем облика производње и тржишних структура. Посматрајући три основна модалитета на страни понуде и на страни тражње, он је кроз табеларни приказ пружио прегледну слику најзначајнијих тржишних структура:

тражња	много	мало	један
понида			
много	слободна конкуренција	олигопсон	монопсон
мало	олигопол	билатерални олигопол	квази монопсон
један	монопол	квази монопол	билатерални монопол

Табела показује могућност постојања различитих тржишних структура – **слободна конкуренција** (много купаца и много продаваца); **монопол** (један продавац и велики број купаца робе); **монопсон** (један купац и много продаваца исте робе); **олигопол** (мали број продаваца и много купаца исте робе) и слично.

Њих карактеришу различити *облици конкуренције*. Иначе, **конкуренција** у најширем смислу означава надметање или такмичење учесника у робној размени. Одређеније, **конкуренција** је ознака за *укупност фактора и услова који одређују формирање понуде и тражње*, с једне стране, и *начин њиховог испољавања*, с друге стране. На пример, теоријски модел *савршене конкуренције* претпоставља – обиље производних фактора и њихову мобилност, атомизираност понуде и тражње, потпуну еластичност понуде и тражње, одсуство утицаја државе, одсуство субјективних преференција тржишних партнера, потпуна информисаност учесника у размени о могућностима и условима на тржишту. Такви услови у капиталистичкој стварности никад нису постојали (најприближнији су услови либралног капитализма), као ни услови потпуног монопола.

У развијеном капитализму фактички постоје различити облици ограничене или монополске конкуренције, односна конкуренција је увек у мањој или већој мери ограничена. Уколико је конкуренција више ограничена, тржишна структура је више монополског карактера, и обрнуто: ако су могућности конкуренције веће, тржиште је ближе структури коју теорија дефинише као потпуну конкуренцију. *Потпуни монопол* и

² Н. Von Stackelberg, *Marktform und Gleichgewicht*, Wien-Berlin, 1934.

потпуна конкуренција представљају два екстремна тржишна стања, а у стварности најчешће постоји мањи или већи степен ограничене конкуренције, а најчешћи су олигополи и олигопсони.

II Тржишне структуре савременог капитализма карактеришу **различити облици монополских савеза**. Монополски савези настају као последица настојања предузећа да остваре максималне профите. Конкуренција између великих предузећа са великим капиталом и значајним тржишним учешћем представља веома велики ризик за свако од њих. Због тога се она одлучују на различите врсте договора о питањима која су од заједничког интереса. Према дужини трајања њиховог споразума монополски савези могу бити *привремени* (краткотрајни) и *трајни*. *Привремени монополски савези* су они код којих њихови чланови задржавају своју правну и економску самосталност, а на одређено време се договарају о питањима од заједничког интереса. *Трајни монополски савези* настају када чланови савеза имају одређена ограничења или трајно губе своју правну и економску самосталност, спајањем чланова савеза у ново предузеће.

Основни облици монополских савеза су: *картели*, *синдикати*, *трустови* и *концерни*.

Картели су најнижи, али и еластичан и веома распрострањен облик монополског удруживања предузећа (по правилу исте врсте). Картел је уговор између већег броја конкурентских капиталистичких предузећа исте врсте производње. Чланови ових удружења задржавају своју правну и економску самосталност, а споразумом регулишу једно или више питања од заједничког интереса (цене, подела тржишта, квоте производње, услови ангажовања радне снаге). Економска самосталност предузећа делимично је ограничена одредбама картелног уговора. Картелни уговори су најраспрострањенији облик монополских савеза карактеристичан за прву фазу монополског капитализма. Одрживост картелних уговора зависила је од фазе привредног циклуса у којој се налазила привреда. По правилу, ови уговори су опстајали у време просперитета, када су цене имале тенденцију раста. Са уласком у фазу кризе и депресије картели су се разбијали, јер су њихове фиксирани цене постале несразмерно високе у односу на куповну моћ на тржишту. Најчешће, картелне уговоре разбијала су економски снажнија предузећа, чланови картела, која су и после снижавања цена могла још увек да остварују профит.

Синдикати представљају виши облик монополских савеза или виши облик картела. Овде је ограничена економска самосталност удружених предузећа. Предузећа чланови синдиката заједнички организују набавку потребних сировина и продају произведене робе. Они губе комерцијалну самосталност, али обезбеђују повољнији положај и као набављачи сировина (ниже цене) и као продавци одређене врсте робе (више цене). Чланице задржавају своју правну самосталност, а од економске самосталности губе самосталност у прометној сфери. Као и картели, и синдикати су били релативно распрострањен облик монополских савеза у почетним фазама монополизације светске привреде.

Трустови настају спајањем мањег или већег броја крупних капиталистичких предузећа, која тиме потпуно губе своју правну и економску самосталност (фузија). Тако настају крупне капиталистичке корпорације са јединственим програмом производње и јединственом финансијском организацијом, формирајући ново гигантско предузеће. Предузећа чланице потпуно губе економску самосталност, формално не губе правну самосталност, али је њихово пословање потпуно под контролом управе труста, својина је групна, а организација јединствена и управљање заједничко. То су, у ствари, акционарска

друштва, која су настала спајањем већ постојећих капиталистичких предузећа исте гране или различитих делатности које су међусобно технолошки или економски повезане. Карактеристичан облик труста су *холдинг компаније*, које настају када најснажније акционарско друштво купи акције једног или више слабијих акционарских друштава и тако постигне потпуну контролу над њиховим производним и финансијским одлукама.

Труст је облик организације у којем долази до одвајања капита-својине од капитал-функције и дезинтеграције малих инокосних предузећа. Труст може бити *хоризонталан* (хомоген) ако обједињава предузећа исте гране или *вертикалан* (хетероген) ако обједињава предузећа различитих технолошки повезаних грана.

Концерни су најобухватнији и најмоћнији облик монополских савеза, а оснивају се ради трајне надмоћи у привреди, како у производној, тако и у прометној сфери. Чланице концерна припадају различитим привредним гранама, од индустрије и трговине, до банкарства и осигуравајућих компанија. Комбиновање монопола у производњи и промету утиче на снижавање производних и прометних трошкова, што су предуслови за остваривање стабилних профита. Предузећа која припадају концерну само формално задржавају своју и правну и економску самосталност, али је остварују у оквиру јединствене финансијске контроле и заједничке управе. Концерн фактички делује као јединствена економска целина, у смислу јединствене финансијске повезаности и јединствене заједничке управе, координације и усмеравања. Савези овог облика омогућују ангажовање капитала код оне чланице која тренутно остварује највећу профитну стопу. Како се прилике на тржишту мењају, тако се капитал концерна сели у ону чланицу која тренутно остварује највећу профитну стопу. То је могуће захваљујући јединственој финансијској функцији, коју концерни подразумевају.

Када размере производње и потрошње превазиђу могућности националног тржишта и потенцијала природних извора, монополи почињу да извозе робу и капитал у иностранство. Монополски споразуми често прелазе границе националних привреда. У почетној фази монополизације капитализма најраспрострањенији облик међународних монопола били су *међународни картели*, базирани на монополским споразумима о набавним и продајним ценама сировина. На вишем степену монополизације, међународни монополи се јављају у облику трустова и концерна, као ***транснационалних*** и ***мултинационалних компанија***.

Национални монополи који извозом капитала оснивају своје филијале у иностранству, постају облик међународних монопола који се називају *транснационалне компаније*. Њихов капитал потиче из једне земље, а делатност имају у више земаља света.

Монополи нису мотивисани нужношћу извоза капитала, већ могућношћу остваривања *виших профита*, него у границама националне привреде. Овај мотив нарочито долази до изражаја при извозу капитала у мање развијене земље, у којима извозници налазе јефтину радну снагу, обиље природних извора, нижи органски састав капитала. Уласком на тржиште стране земље, извозом робе и капитала, монопол се на том тржишту сукобљава са конкуренцијом монопола из трећих земаља. У тој конкуренцији монополи су некад принуђени да склапају монополске савезе. Монополски савези између монопола различитих земаља формирају *мултинационалне компаније*. То су међународни монополи чији капитал потиче из различитих земаља и има делатности у више земаља света.

Деловањем међународних монопола врши се економска подела света у сфери политике цена, извора енергије и сировина, тржишта.

3.2. Конкуренција у монополском капитализму

Промена тржишне структуре укључује и одговарајуће **промене у области конкуренције**. Наиме, плурализам својинских облика и мотива производње прати и *плурализам различитих облика конкуренције*. Савремени процеси доводе до интернационализације и производног и прометног процеса, а стварају се нове савремене монополске производне и тржишне структуре. Оне су у функцији економског репродуковања различитих облика монополског капитала на основу присвајања монополског екстрапрофита.

Савремене монополске и тржишне структуре обухватају најзначајније гране данашње тржишне привреде, контролишу највећи део производње низа производа, а имају највећи утицај на репродукцију целокупног друштвеног капитала.

Имајући у виду такве токове и промене, у литератури се поставља питање – да ли се и даље може говорити о цени производње као облику испољавања закона вредности? Ни о овом питању у економској теорији не постоји јединствен став.

По једнима, у условима монополске конкуренције није могуће успоставити узрочно последичне односе између *монополских цена и цене производње*, као што је то био случај у условима слободне конкуренције између *вредности и цене производње*. Сматра се да теорија радне вредности у таквим условима губи своје значење, као теорија релативних цена (квантитативни аспект), а као теорија о друштвеним односима у робној производњи (квалитативни аспект) и даље има важност³.

По другима, у савременим условима закон просечног профита и даље остаје основни регулатор крупне робне производње. Мењају се само *облици и механизми конкуренције*, али улога тржишта као кључне полуге тржишног механизма добија још више на значају.

Један од кључних мотива настанка монопола јесте *укидање конкуренције*, међутим промене настале у производњи и тржишној структури, формирањем монопола, нису укинуле конкуренцију, већ су наметнуле потребу да се *измене садржај, облици и методе конкуренције*.

Конкуренција рађа монополе, али *монополи такође конкуришу један другом*. За разлику од конкуренције између великог броја учесника мале економске снаге, сада се главна конкурентска борба води између мањег броја великих предузећа (монопола). Супротности између тежње ка *све широј монополизацији и конкурентске борбе*, јављају се као кретања која представљају једну од најзначајнијих супротности монополског капитализма.

Конкурентска борба се води и *у оквиру монополистичких организација*. Чланови картела и синдиката се боре око квота производње, око расподеле интересних сфера, око нивоа цена. У оквиру трустова и концерна води се борба око контролних пакета акција, око најважнијих места у органима управљања, око расподеле профита. Изменом односа снага распадају се поједини монополистички савези и поново долази до конкурентске борбе.

Када у једној грани постоји *олигопол*, води се *борба за превласт у грани*, борба за потискивање конкурената. Међусобно се боре и *монополи различитих грана* (произвођачи сировина, горива, електричне енергије) и *монополи купци тих производа*. Борба се води око висине цена, а завршава се губљењем самосталности једних или других.

Конкуренција се јавља и *између монопола који производе робе супституте* – природни и синтетички каучук, бакар и алуминијум, вуну и памук, природну свилу и вештачка влакна, челик и пластичне масе, угаљ и нафту и електричну енергију и слично.

³ P. Sweezy, *Teorija kapitalističkog razvitka*

Борба се води *између монопола који производе сасвим различите робе* – борба за потрошачев новац.

Конкуренцију између монопола подстиче неравномерна примена техничког прогреса, који стално нарушава међусобне односе снага. Монополи су *конкурентни око наруџбина које се финансирају из државног буџета*, затим око структуре војних издатака, јер од тога зависи структура тражње.

Постоји и конкуренција *између монопола и аутсајдера* (предузећа која нису учлањена у монополске савезе). Монополи се претежно оријентишу на стандардну тражњу, тражњу која постоји у свим фазама циклуса, док се аутсајдери оријентишу на коњуктурну тражњу, која долази до изражаја у фази оживљавања и просперитета. Аутсајдери се могу одржати и због високих монополских цена, јер нуде робе по нижим ценама и уз нижи профит.

Слободна конкуренција долази до изражаја код *ситних предузимача и ситних робних произвођача*. Они су под великим притиском монопола, а њихова конкуренција је врло жестока.

С обзиром на снагу и последице конкуренције у монополским условима, често борба између монопола прелази из сфере економије у *сферу политике*, из националних у *светске размере*.

Због тога се мењају *облици и методе конкуренције*.

Монополи не могу спречити конкуренцију, већ стварају нове облике конкуренције. Пре свега, ***неценовна конкуренција*** постаје најзначајнији облик конкуренције. То је конкуренција путем диверсификације производа, квалитета производа, услова продаје, увођења нових техничко-технолошких открића и слично.

У условима монополисане привреде трошковна дисциплина, која се намеће чланицама, није ништа мање строга од претходних конкурентских услова. Напротив, у монополским условима трошкови производње имају тренд опадања, па су знатно веће могућности за *конкуренцију ценама*. *Испреплетаност ценовне и неценовне конкуренције* значајна је карактеристика конкурентске борбе данас, при чему елементи неценовне конкуренције све више добијају на значају. Ниже продајне цене се све мање користе као метод и средство конкуренције између произвођача исте врсте робе, што не значи да се уопште не користе.

Диференцијација производа постаје врло распрострањен облик неценовне конкуренције између произвођача истих врста производа. Састоји се у томе да се сопственим специјалним моделом, дизајном, паковањем и сл. обезбеди потребна наклоност купаца, па отуд повољнији положај на тржишту.

Услови продаје, као што су изглед продавнице, квалитет услуге, начин отпреме купљене робе, гаранције за квалитет и слично, такође су предмет надметања капиталиста у савременим условима, јер се и тиме може обезбедити значајна конкурентска предност.

Реклама постаје значајно средство неценовне конкуренције. Првобитно она је коришћена као начин информисања потцејалних купаца, али се функција рекламе постепено мењала. Реклама се по облику и садржини прилагођавала објективно насталој потреби да понуђачи робе активно утичу на опредељење купаца. Пропагандне поруке утичу на ставове, укус, преференције и потрошачке навике. Тако је реклама постала средство врбовања купаца и потрошача. Значајно средство притиска за куповину неких роба јесу и сталне *измене у моди*, тј. лансирање нових модела неких производа, често без њиховог стварног усавршавања. Користе се и разни методи дискредитовања конкурентске робе.

Једно од обележја савремене пословне политике тржишних субјеката је да се темељи на *маркетинг концепту*. То је таква производно-пословна концепција предузећа која полази од могућности и захтева тржишта (потенцијалних потрошача, њихових потреба, начина живота, преференција, платежних могућности), које тако имају активан утицај на савремена тржишна збивања.

ПИТАЊЕ 48

3.3. Концентрација и централизација капитала

Једна од основних карактеристика тржишне структуре савременог капитализма је изражена *концентрација и централизација капитала*. То су два основна начина увећања капитала.

Концентрација капитала значи увећавање капитала капитализацијом дела вишка вредности (акумулација), као последица конкурентске борбе и жеље капиталиста за богаћењем. Извор увећања капитала је *вишак вредности*. Концентрација капитала изражава односе између радника и капиталиста, а увећава се индивидуални, али и укупан друштвени капитал.

Акумулација капитала уз пораст органског састава капитала током XIX и XX века довела је до наглог проширења капиталистичке производње, али до укрупњавања појединачних капитала. У условима слободне конкуренције, конкуренцију на тржишту могла су да издрже само она појединачна предузећа која су успевала да повећају продуктивност рада и ефикасност коришћења средстава за рад, односно применом техничко-технолошких иновација у производњи. Техничко-технолошке иновације су захтевале све веће суме капитала у новчаном и у производном облику, што је подстицало процес акумулације капитала и довело до његове *концентрације* – укрупњавања индивидуалних капитала, ширења обима производње, повећања броја запослених, и уопште до повећања друштвеног производа и националног дохотка капиталистичких земаља.

Дакле, *концентрација капитала је процес нарастања обима појединачних капитала, који се одвија кроз процес акумулације*.

Централизација капитала представља увећавање капитала појединаца или групе капиталиста апсорбовањем или присвајањем других капитала. Извор увећања капитала је већ *постојећи капитал*. Централизација капитала изражава односе између самих капиталиста, јер се један капитал увећава на рачун других капитала, односно врши се само другачија расподела капитала између појединаца, а друштвени капитал се не увећава.

Централизација капитала је процес којим од већег броја мањих капитала настаје мањи број већих. Централизација може бити *присилна* и *добровољна*.

Присилна централизација се одвија када неко неуспешно предузеће буде преузето од стране предузећа које је успешније на тржишту у које остварује боље економске резултате. Предузећа која нису била у стању да довољно брзо снижавају трошкове производње по јединици робе, пропадала су у конкурентској борби на тржишту. Капитале ових предузећа гутала су јача и продуктивнија предузећа, која су на тај начин обезбеђивала услове за додатно проширење процеса акумулације капитала. Слабија предузећа престала су физички и правно да егзистирају, а њихов капитал је принудно припајан конкурентно јачим предузећима. Тако, централизација капитала, као процес укрупњавања појединачних капитала, мења размештај појединачних капитала и својинску структуру предузећа у оквиру укупне масе друштвеног капитала.

Добровољна централизација се одвија када се договором између два или више предузећа формира једно ново предузеће (акционарско друштво или савез капитала).

Резултат тог процеса је да релативно *велики број мањих предузећа* бива замењен релативно *малим бројем великих предузећа*, која имају значајно учешће на тржишту и велику економску снагу.

Концентрација и централизација капитала су тесно међусобно повезане. С једне стране, концентрација капитала представља основу за централизацију капитала, јер што је већи капитал он успешније потискује мање капиталисте и брже се врши централизација капитала. С друге стране, централизација капитала омогућава бржу концентрацију капитала, јер су размере акумулације веће код крупних капиталиста него код ситнијих, па се акумулација капитала убрзава при његовој централизацији.

Централизација капитала се испољава кроз експлоатацију малих капиталиста од стране крупних, у конкурентској борби. Основу за то представљају бројне предности које крупна производња има над ситном. Што је предузеће веће оно може имати виши ниво технике и јефтинују продукцију (боља организација производње, јефтинуји транспорт, мањи трошкови чувања и продаје, куповина сировина и материјала на велико, боље могућности коришћења кредита), робе могу продавати јефтинује и истискивати лошије произвођаче са тржишта.

Увећавање капитала кроз концентрацију одвија се релативно споро, а централизација капитала (кроз стварање акционарских друштава) је много бржа. Размере концентрације капитала су знатно шире. Доминирају врло крупна предузећа с огромним капиталом и с огромном акумулацијом. Све већа експлоатација још више увећава размере вишка вредности и концентрације капитала.

И централизација капитала се убрзава. Убрзавању централизације производње много доприносе економске кризе, при којима пропада мноштво малих предузећа, па се у производњи повећава удео крупних предузећа. Долази до брзих промена у техници што иде у прилог крупним предузећима, јер она могу брже уводити нову технику. Ситнија предузећа брже пропадају и капитал се брже централизује. Акционарска друштва се обједињавају и врши се све већа централизација капитала.

Као резултат концентрације и централизације капитала јавља се концентрација производње, која постаје све крупнија. То резултира смањењем трошкова производње по јединици производа, као резултат пораста капацитета предузећа. Значајну улогу у економији трошкова производње има настанак и развитак *комбината*, у којима се обједињавају разне врсте производње по основу узастопних фаза обраде. Комбинати омогућују да се у оквиру крупних предузећа остварује најјекономичнија производња. Компанија која има више крупних предузећа по правилу је ефективнија од компаније која обухвата само једно предузеће, због могућности маневрисања производним и финансијским ресурсима, бољег коришћења предности специјализације и кооперације, уштеда у трошковима управе и рекламе и друго.

Резултат концентрације и централизације капитала јесте и појава монопола. У циљу избегавања конкуренције, формирања што већих цена и максимизације профита, крупна капиталистичка предузећа формирају *монополистичке савезе* (картели, синдикати, концерни и трустови). Централизација капитала на нивоу компаније изражава се у три узајамно повезана процеса: *хоризонтална интеграција*, *вертикална интеграција* и *диверзификација*.

Хоризонтална интеграција подразумева апсолутно проширење размера производње компанија (лидера) и повећање њиховог удела у производњи гране; *вертикална интеграција* изражава продирање крупних компанија у друге гране које су повезане (на пример, металушке компаније стављају под своју контролу руднике угља); *диверзификација* се остварује кроз продор крупних компанија у друге сфере привреде које непосредно нису повезане са производним профилем дате компаније.

Висока централизација на нивоу компанија испољава се и у већини неиндустријских грана привреде – у области транспорта, трговине на велико, финансија и других.

3.4. Монополске цене

Монополске цене су најважније средство економске реализације превласти монопола. Преко њих се остварују *монополски екстрапрофити*. Монополска цена је, по правилу, далеко изнад цене производње. *Разлика између монополске цене и цене производње представља монополски екстрапрофит*.

У условима *слободне конкуренције* екстрапрофит се може остварити (присвојити) само путем веће продуктивности рада од просечне.

У условима *савременог капитализма* могућности присвајања екстрапрофита су веће и надпросечан профит се може остварити и на основу *монополског положаја*. Монопол стварно постоји само онда када се превласт економски реализује кроз монополски екстрапрофит. Наиме, у условима монополске производне и тржишне структуре робе се могу продавати и куповати по монополским ценама, које доносе монополски екстрапрофит.

Монополски екстрапрофит у условима империјализма се разликује од монополског екстрапрофита који се јавља у *првој етапи* развитка капитализма, када су производне снаге биле још неразвијене. У *империјализму*, монополске цене су главни метод присвајања профита, а у мануфактурном капитализму он има само споредан значај. У првој етапи развоја капитализма монополски екстрапрофит је резултат *неразвијене* слободне конкуренције, а у империјализму је резултат *превазилажења* слободне конкуренције либералног капитализма.

Основна карактеристика монополских цена јесте у томе да оне нису резултат слободног сучељавања понуде и тражње. То су цене које одређују појединачни монополи или монополски савези, а њихова економска суштина је у томе да се увек остварује екстрапрофит. При том, монополске цене значе озбиљно нарушавање пропорција, које би захтевао закон вредности, односно закон просечног профита. То нарушавање пропорција се одвија у корист монопола, а на штету свих оних који су предмет монополистичке експлоатације. Ако се неке робе продају по ценама које су *изнад вредности* и *изнад цене производње*, друге робе се морају продавати *испод* тих граница. Сума цена одређена је сумом вредности, али се кроз монополске цене врши другачија расподела вредности, која монополима обезбеђује огромне профите.

Монополска цена представља облик цене који се формира у условима огромне концентрације и централизације капитала, а обезбеђују расподелу и прерасподелу националног дохотка унутар једне земље, али и у међународним размерама у корист монополског капитала.

Зависно од тога да ли монопол постоји на страни *понуде* или *тражње* (монопсон), треба разликовати *монополску продајну* и *монополску набавну цену*, као и два начина остваривања монополског екстрапрофита:

Када су **продавци роба монополисти**, остварују екстрапрофит тако што своју робу продају по цени која је *већа* од цене производње ($MC_p > c + v + ppf$). Тако присвојени профит (монополски) састоји се од *просечног профита* и *монополског екстрапрофита* ($MPf = ppf + MEpf$). **Структура монополске продајне цене** је: $MC_p = c + v + ppf + MEpf$, и разликује се од структуре цене производње.

Монополска продајна цена је увек *већа* од цене производње за износ монополског екстрапрофита. Међутим, продајне цене робе могу бити веће од цене производње уколико је тражња за одређеном врстом робе *већа* од њене понуде (у условима слободне конкуренције) и тада произвођачу обезбеђује екстрапрофит. Ипак, постоји разлика између ове *продајне цене* и *монополске продајне цене*, које су **увек веће** од цене производње, због монополског положаја понуђача робе. Стога је и монополски екстрапрофит *трајнијег* карактера од екстрапрофита који се присваја у условима када је тражња *већа* од понуде.

Када су **купци роба монополисти (монопсон)**, као једини купци или набављачи роба они диктирају купопродајне услове, тј. купују робу по цени нижој од цене производње, по монополској набавној цени. *Монополска набавна цена* је увек *мања* од цене производње ($MC_n < c + v + ppf$). То је тржишна ситуација у којој се понуђачи робе налазе у подређеном положају, а продајом своје робе они остварују профит мањи од просечног профита. **Структура монополске набавне цене** је: $MC_n = c + v + ppf - MEpf$. Тако формиране купопродајне цене треба разликовати од оних цена нижих од цене производње, које се формирају као резултат слободног сучељавања понуде и тражње (које су ниже јер је понуда *већа* од тражње).

Дакле, *монополски екстрапрофит* не треба поистовећивати са *екстрапрофитом* који у условима слободне конкуренције остварују поједина индивидуална капиталистичка предузећа захваљујући техничко-технолошком унапређењу производње. Наиме, екстрапрофит настаје искључиво као резултат унапређења производње, док је монополски екстрапрофит могуће остварити независно од тога да ли се производни процес унапређује у техничко-технолошком смислу или не. Због тога је *монополски екстрапрофит* могуће остваривати у релативно дугом периоду, за разлику од *екстрапрофита* који је релативно краткотрајна појава, везана искључиво за време у коме су трошкови производње по јединици произведене робе нижи од просечних, друштвено признатих трошкова.

Извори монополског екстрапрофита су бројни:

- део профита немонополизованих предузећа;
- део профита ситних робних произвођача;
- најамнине радника;
- државни буџет;
- део националног дохотка неразвијених земаља, који се присваја кроз маказе цена на светском тржишту.

Немонополизована предузећа монопол експлоатише, пре свега, продајући им средства за производњу по монополски високим ценама, а купујући њихове производе по нижим ценама. Међутим, монопол им не може узети цео профит, јер би отишла под стечај. Мора им оставити профита бар нешто више од каматне стопе, да би њихова егзистенција била могућа.

Ситни робни произвођачи у условима превласти монопола у све већем броју постају најамни радници, чак и кад то формално не изгледа, они то фактички јесу.

Радници плаћају робу по монополској цени, што смањује њихове реалне најамнине, а то значи да се њихова радна снага продаје испод вредности.

Државни буџет је значајан извор монополског екстрапрофита, кроз огромне набавке државе за своје инвестиционе подухвате, за потребе армије, милитаризацију привреде и сл. Поред тога, монополи настоје прикрити укупно остварени профит, као основу опорезовања и битан буџетски приход. Најчешће преувеличавају амортизационе отписе, који су некад и три пута већи од стварног материјалног и моралног рабаћења.

Маказе цена на светском тржишту повећавају јаз између развијених и неразвијених земаља. Монополи продају своје робе на светском тржишту по ценама које су далеко изнад вредности, а сировине и прехрамбене производе купују од неразвијених земаља по ценама далеко испод вредности. Тако неразвијене земље постају аграрно-сировински привезак малог броја развијених земаља.

При одређивању цена монополи се руководе начелом *максимизације профита*. При том, монополске цене се не могу произвољно одређивати, односно монополисти не могу бити потпуно слободни у одређивању њихове висине. *Објективне економске законитости* онемогућавају монолисе да у недоглед повећавају цене изнад цене производње, мада им монополски положај омогућава да у великој мери контролишу услове продаје и набавке робе.

Прва граница монополских цена је законитост да *укупна сума монополских цена* не може да превазиђе *укупну* превазиђену *вредност*, као што је случај и са укупном сумом цена производње. Општи ниво монополских цена може одступити од вредности произведене робе монополисте онолико колико је у обрнутом правцу одступање нивоа цена робе немонополисаних предузећа од њене вредности.

Висином монополских цена не сме се угрозити нормална репродукција немонополисаних капиталистичких предузећа, јер је то извор екстрапрофита оних који се налазе у монополском положају.

Друга граница монополским ценама је куповна моћ на тржишту, односно величина тражње за производима монопола. Маса профита који ће се присвојити зависи од величине *обима* и *трошкова производње*, с једне стране, али и *цена* и *величине тражње*, с друге стране. При том, виша цена утиче на смањивање обима продаје (тражње), и обрнуто, *нижа цена* омогућује продају *веће количине* робе. И продајна *цена* и *количина* управо сразмерно утичу на *масу профита*, а међузависност њихових промена дефинише ***кофицијент ценовне еластичности тражње***. Висина цена тих роба зависи од карактера еластичности тражње за појединим врстама добара. Конкретни прорачуни или процене овог коефицијента треба да покажу која цена је са становишта максимизације профита за монопол оптимална у датим условима. Снага монопола у подизању цена је утолико већа уколико је *тражња* за неком робом *чвршћа*, а *понуда еластичнија*.

Када се ниво монополских цена судари са горњом границом издржљивости куповне моћи, нагло *расте* ценовна еластичност тражње. Тада се тражња за датим робама *више смањује* него што *расту* њихове цене, па се смањује укупан приход од продатих роба, а тиме и остварени профит.

Монополи некада своје робе продају и по врло ниским ценама (тзв. *демпинг цене*), које могу бити чак и испод цене коштања. Ово се чини онда када се жели освојити неко страно тржиште или потући конкурент. То што се изгуби док се конкурент не елиминише касније се вишеструко враћа, јер се тада цене битно повећавају.

Трећу границу одређују услови конкуренције. Наиме, и на овом тржишту постоји конкуренција између неколико снажних монопола. Ретке су тржишне ситуације у којима једно монополско предузеће у потпуности контролише продају и набавку робе.

Високе монополске цене одређених врста производа некада знатно утичу на *стандард најамних радника*. У таквим случајевима синдикати се могу организовано супротставити нивоу цена које доводе до пада реалних цена најамнина. Те активности имају за циљ очување животног стандарда радника, а представљају ограничавајући фактор висине монополских продајних цена оних производа који улазе у структуру потрошње радника.

Монополске цене које утврђује *држава*, као законски монополиста, могу бити *монополски високе* и *монополски ниске*. На пример, цене дувана и жестоких пића када их утврђује држава некад су врло *високе* – ради прибављања већих средстава за државни буџет и ради сузбијања њихове потрошње. Цене вештачких ђубрива у земљама где их утврђује држава, врло су *ниске* – ради стимулса њихове употребе, од чега ће пољопривреда имати велику корист, а тиме државни буџет.

Дакле, *монополске цене нису резултат слободног сучељавања понуде и тражње*, али се при одређивању њихове висине морају уважавати *стварне економске могућности и понуде и тражње*. Када на страни понуде или тражње постоји олигополска тржишна структура, начин формирања монополских цена се мења. Олигополисти морају узимати у обзир и могућности конкуренције, понашање својих конкурената, па је неизвесност њихових појединачних акција већа. Услови савремене конкуренције све више укључују неценовне елементе – квалитет производа, рекламу, дизајн и слично.

Монополске цене, у извесном смислу, *успоравају* технички напредак. До превласти монопола, покретач техничког прогреса била је борба за већи профит, а кроз снижавање трошкова производње. Међутим, ако се профит може повећати кроз подизање цена, онда слабе стимули за техничке иновације, једноставније је присвојити већи профит подизањем цена него кроз увођење нове технике. У мери у којој слаби конкурентска борба, смањују се стимули за примену техничких достигнућа.

Поред тога, монополске цене осетно поскупљују средства за рад (најпогоднија за монополисање), чиме се вештачки умањује ефективност њихове примене.

Присвојени *монополски екстрапрофит* остаје основни *разлог* монополских цена, али и *показатељ* пословног успеха свих капиталиста који се налазе у монополском положају. При том, монополске цене су најважнији фактор који делује *насупрот* паду опште профитне стопе.

ПИТАЊЕ 49

3.5. Финансијски капитал

Концентрација и централизација капитала се не одвијају само у индустрији, већ и у банкарству. У периоду кризе и депресије мање банке пропадају и постају филијале крупних банака. До монополског капитализма банке су представљале само посредника у промету новца. Процес концентрације и централизације капитала у индустрији и банкарству доводи до нове улоге банака. Та нова улога састоји се у контроли привредног живота од стране банака.

Крупна предузећа траже велике зајмове. Кроз могућност враћања зајмова, банке су битно зависне од успешности предузећа којима дају кредите. Документа која предузећа подносе при тражењу кредита, могу бити фиктивна. У послове предузећа банке ће бити најбоље упућене ако се њихови представници налазе у управним одборима индустријских

компанија. Тако банке купују акције индустријских предузећа и доспевају у њихове управне одборе, па се могу упознати са њиховом стварном пословном ситуацијом и будућим изгледима. Банке од скромних посредника постају моћна новчана предузећа и сувласници индустријских акционарских друштава. Тако, интереси најкрупнијих предузећа постају и интереси крупних банака.

Такође, индустријска предузећа битно зависе од тога да ли ће добити банкарски кредит. Да би на то могла утицати, потребно је да су крупни индустријалци чланови управних одбора банака, које доносе одлуке о кредитима. Стога они купују акције банака и учествују у њиховим управним одборима. Тако индустријски капиталисти често поседују контролни пакет акција у области банкарства.

Због релативно великог сувласништва банака у индустрији и индустрије у банкама долази до брисања граница између индустријског и банковног капитала. *Индустријски и банковни капитал се сливају у јединствен облик капитала – финансијски капитал.* Финансијски капитал представља *највиши, најјединственији и најапстрактнији облик капитала.*

На тај начин стварају се *персоналне уније*, иста лица (најкрупнији капиталисти) су у управним одборима банака и индустријских предузећа. Финансијским капиталом располажу и руководе власници контролних пакета акција у индустријским предузећима и банкама и називају се *финансијска олигархија*. *Финансијска олигархија* представља персонификацију финансијског капитала и користи разне методе за обезбеђивање све већег сопственог богаћења и превласти. Група крупних капиталиста господари привредним и политичким животом целе земље. Систем учешћа омогућује да контролишу капитале огромних размера. Бизнис сваке такве групе по правилу превазилази границе једне земље. У њеном центру је једно главно предузеће, које може бити крупна банка, индустријски труст, осигуравајућа или друга компанија.

У домонополистичком капитализму индустријски и банковни капитал су били одвојени – индустријска предузећа се нису бавила банкарским пословима, а банке се нису бавиле пословима индустријалаца. Концентрација и централизација капитала доводи до развоја *индустријских монопола*, а концентрација банкарских послова доводи до стварња *банкарских монопола*. Једни и други се преплићу и међусобно срастају.

Финансијски капитал има огроман значај за убрзано богаћење монопола. Магнати финансијског капитала присвајају *монополски профит у индустрији*, али и *банкарски монополски профит*. Они монополизују и оснивање нових акционарских друштава и добијају огромне оснивачке профите.

Финансијски капитал постаје моторна снага даље монополизације капиталистичке привреде. Овај капитал користи монополистичку својину за појачавање експлоатације и обезбеђивање све већих профита.

3.6. Глобализација светске привреде и међународни монополи

Савремену светску привреду карактерише интернационализација капитала и производње, кроз доминацију транснационалних и мултинационалних компанија, као и снажно присуство државе у привреди, односно **глобализација светске привреде**. Научно технолошка револуција јача међународну поделу рада и ствара све већу међузависности појединих земаља, што доводи до тога да светска трговина и међународно кретање капитала и радне снаге постану све важнији фактори привредног развоја. Ови процеси су посебно интензивни након 70-их година XX века.

Процес економске интеграције у светској привреди замењује процес *глобализације светске привреде*. Формира се *Северно-америчка унија* (САД, Канада и Мексико, са тежњом да се прошири на земље Латинске Америке и Африке), *Европска унија* (земље западне Европе, са тежњом да се прошири на земље Источне Европе и Северне Африке) и *Источно-азијска унија* (Јапан и мале азијске земље, са тежњом да се прошири на земље Азије). Између ових Унија се одвија борба за доминацију у светској привреди и на светском тржишту, а кроз процес интернационализације капитала и производње. Тежиште интересовања готово свих земаља света пребацује се са идеолошко-политичког и војног комплекса на економско-технолошки развој. Савремена светска привреда се креће у троуглу – Запад-Исток-Југ. Промене су евидентне и брзе по својим ефектима, али праћене и процесима транзиције у земљама источне Европе. Зависност у светској привреди се све више успоставља преко нових технологија и финансија. Императив напретка је развој науке и технологије, који убрзава процес глобализације светске привреде, али доводи и до јачања међузависности у светској привреди и на светском тржишту.

Природно својство капитала је ширење, превазилажење националних оквира («свет без граница») и тежња ка светској доминацији. Јављају се нови односи у светској привреди. С једне стране се стварају и јачају развијени «центри», а с друге стране, постоји неразвијена «периферија» светске привреде. Финансијски капитал водећих капиталистичких земаља постаје транснационалан и способан да повеже сваку тачку света («свет постаје глобално село»). Кључне међузависности се различито одражавају на поједине земље. Развијене земље, које су се издвојиле снагом својих технолошких достигнућа и расположивог финансијског капитала, фактички управљају укупним развојним процесима у свету. Оне одређују темпо и процесе развоја земаља у развоју и земаља у транзицији. Развијене земље остварују различиту сарадњу са осталим земљама, са неким од њих та сарадња је интензивнија – јефтина радна снага, снабдевање сировинама, коришћење апсорпционих могућности тржишта неразвијених земаља и сл., што има за последицу повећање јаза у развијености земаља у светској привреди⁴. Земље у развоју карактерише презадуженост, висока незапосленост, демографска експлозија, нагомилани еколошки проблеми.

Функционисање савремене светске привреде карактерише да се, с једне стране, националне привреде понашају у складу са логиком свог успешног територијалног функционисања и развоја; с друге стране, транснационалне компаније теже за доминацијом и почињеношћу осталих на светском тржишту. На бази прве логике светска привреда се интегрише по *територијалном* пресеку, и то приближавањем и уклањањем институционалних препрека међу националним привредама. Други, *функционални* тип светске интеграције делује дезинтегративно на већину националних привреда (посебно на оне које нису матичне привреде транснационалних корпорација). Наиме, ове интеграције делују супротно тенденцијама јачања саморазвијености, аутономије и идентитета националних привреда. Тиме се сужава маневарски простор кретања и реализације аутентичног развоја ширих друштвених заједница. То има битног утицаја и на национални суверенитет појединих привреда (у економском, друштвеном и политичком смислу).

⁴ Pre 100 godina raspon između najbogatijih i najsiromašnijih zemalja iznosio je 6:1, pedestih godina XX veka povećao se na 18:1, a 1992. godine je 72:1 (S. Aleksandrić, *Posao bogatih je da se bogate*, Politika, 2000, str.4.) «Trojica najbogatijih ljudi na svetu imaju bogatstvo koje je veće od nacionalnog bruto proizvoda 26 najsiromašnijih zemalja sveta, uzetih zajedno. Radi ilustracije tog trenda, može se navesti i prognoza da će se 2000. godine svetsko bogatstvo utrostručiti, ali će se povećati nejednakost u svetu (broj siromašnih sa 3.700 na 3.900 milijardi)» M. Ranković, Sociologija i futurologija, Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta, Beograd, 1998, str. 34.

Основне *тенденције* у савременој светској привреди су:

- продубљивање међународне поделе рада;
- снажни процеси спољнотрговинске размене;
- убрзање кретања капитала;
- продор транснационалног капитала у нове секторе материјалне и ван материјалне производње;
- растућа међународна специјализација и кооперација;
- трансфер знања и технологије;
- снажна међународна експанзија банака.

Продубљивањем међународне поделе рада, настанком светске привреде и светског тржишта настају *међународни монополи*. Ови монополи су резултат јачања монопола унутар националних привреда, али и извоза капитала са циљем остваривања монополског екстрапрофита. Међународни монополи доводе до *интернационализације капитала*, који представља пласман капитала у међународним размерама. У тежњи да остваре монополски екстрапрофит крупни монополи запоседају изворе јефтених сировина, енергије и радне снаге (путем поделе светског тржишта), а изложени су оштрој конкуренцији, што заједно доводи до настанка *међународних монопола*. Реч је о монополима који представљају савез крупних националних предузећа, која се удружују у циљу монополисања производње и продаје одређене робе, експлоатације енергије и сировина и увећања капитала на светском нивоу. Током XX века међународни монополи прерастају у *међународне концерне* и *мултинационалне компаније*, са циљем доминације на што већем делу света, а што доводи до *трансационализације* светског тржишта и светске привреде⁵. Удео трансационалних компанија у светској привреди непрекидно расте. Под њиховом контролом је око 4/5 светске трговине, 4/5 патената, 1/3 светске индустријске производње, па се говори и о светској привреди као *привреди трансационалних компанија*.

У тим условима, националне државе постају регије унутар глобалне економије, а грађани - радници и потрошачи на глобалном тржишту. Наиме, тренд *глобализације* се остварује упоредо с трендом *регионализације* и *локализације*, што резултира плурализмом вредности локалних, регионалних и глобалних заједница. У глобалној економији улога државе огледа се у томе да својим грађанима омогући најбоље и најјефтиније производе и услуге, али и да обезбеди лоцирање погона глобалних компанија.

Између трансационалних компанија и капиталистичке државе постоји чврста веза. У основи, национална држава подржава интерес трансационалног капитала у његовом глобалном наступању. Поред тога, могуће је да дође до сукоба интереса између матичне државе и трансационалних компанија, јер ове компаније настоје задржати и очувати своју аутономност. Управо због тога постоје веома противречна мишљења о улози трансационалних компанија у развоју националне економије, од оних да трансационалне компаније представљају «локомотиву развоја», до оних о «изузетно драматичним последицама њиховог пословања».

У процесу формирања⁶ трансационалне компаније пролазе више фаза. *Прву фазу* карактеришу извозне активности претежно домаћих предузећа, освајање нових тржишта у

⁵ На пример, нафтна компанија «Ekson» има предузећа у 100 земаља, IBM послује у 124 земље, «Pepsi Cola» производи у преко 500 погона смешених у преко 100 земаља, швајцарска фирма «Nestle» 97% доhotka остварује изван Швајцарске, холандска фирма «Filips» има 225.000 запослених, од којих 167.000 изван Холандије и сл.

⁶ К. Ohmae, *The Borderless World*, London, 1992.

свету и то повезивањем са локалним дистрибутерима; у *другој фази* компанија преузима те активности, да би у *трећој фази* самостално обављала и послове продаје, маркетинга и остале функције и на светским тржиштима; у *четвртој фази* компанија доминира на страном тржишту, а у *петој фази* компаније нису више везане за земљу порекла, запослени су углавном локално становништво, а менаџери компаније послују у целом свету. Производи или услуге компаније постају анационални, а глобални потрошачи их прихватају или одбацују. То значи да је неопходно добро познавати пословну културу земље и локално тржиште на коме се послује.

Транснационалне компаније се јављају у три основна организациона облика:

- *Вертикално интегрисане* (у рударству, индустрији нафте, прерађивачкој индустрији и сл.);
- *Хоризонтално интегрисане* (исте врсте погона у различитим земљама);
- *Конгломерати* (диверсификовани послови у различитим делатностима, гранама производње и земљама).

Глобалне компаније нису везане за националне државе, а и за потрошаче постаје све битније да ли је производ квалитетан и јефтин и да ли задовољава њихове потребе. Моћ тих компанија је велика и превазилази националне границе. Оне имају готово одлучујући утицај на запосленост и незапосленост милиона људи, као и на економске активности у појединим земљама. Ако се у некој земљи погоршају услови инвестирања, ове компаније затварају своје погоне и реалочирају их у друге земље, где су услови повољнији.

Чињеница је да су производи глобалних компанија засновани на различитим знањима, истраживањима и технологијама, а ниједна од тих компанија не концентрише те потенцијале ослањањем искључиво на сопствене потенцијале. Ниједна не производи све технологије сама, па је основно развојно питање глобализације – *стратегија развоја заједно са партнерима*. Сматра се да управо *глобализација партнерстава и савеза* међу компанијама има одлучујући значај за њихову развојну стратегију. Глобалне компаније све мање учествују у међународној трговини, претежно тргују међусобно, лиценцирају технологију, заједнички улажу капитал, стварају стратешке савезе у производњи и сл. Истовремено, очигледна је бесперспективност илузије о самодовољности развоја националне економије.

Данашњу светску привреду карактеришу бројне *противречности* – незапосленост, презадуженост, немогућност отплате дугова, монетарни проблеми, милитаризам, тероризам и сл. Све то намеће потребу стварања светског економског система на *новој уравнотеженој основи*. То подразумева, пре свега, убрзани развоја неразвијених земаља и прилагођавање привредних структура развијених и неразвијених земаља, али и да неразвијене земље производе и финалне производе за извоз и супституцију увоза. Такав развоја се мора заснивати на селективном и комплексном начину укључивања неразвијених земаља у међународну поделу рада. Светска заједница треба да буде иницијатор, покретач и координатор активности које ће обезбедити изградњу таквог *новог економског јединства света*, светског тржишта на новим праведнијим основама. Тиме се ствара равнотежа у светској привреди и на светском тржишту, у погледу развијености, економске структуре, али и веће могућности коришћења светског капитала у убрзаног економског развоја. Овакав развој у светским размерама претпоставља битан утицај субјективног, свесног људског фактора, који тежи да мења светску привреду на новим основама.

Суштина новог економског јединства света требало би да буде интензивнији економски развој неразвијених земаља, а тиме и светске привреде у целини, што би допринело унапређењу међународних економских и друштвених односа у целини. Такав развој представља *историјску нужност*.

Глобализација светске привреде битно мења економске трендове у свету, а тиме мења и класичне теоријске поставке, обрасце и парадигме, подразумева производњу у светским размерама и светско саобраћање људи, капитала и роба.