

ULOGA CIJENE KOŠTANJA U GLOBALNIM USLOVIMA POSLOVANJA

THE ROLE OF PRICE IN GLOBAL BUSINESS CONDITIONS

mr Jadranka Glomazić, doktorant⁶⁸

Sadržaj: *"Nevidljivi pokazatelj rastuće svjetske ekonomske međuzavisnosti jeste dostupnost stranih proizvoda u našim domaćim okruženjima. To je i blagoslov i prokletstvo. Blagoslov zato što ne morate otići daleko od rodnog doma da biste uživali u različitim poslasticama, a prokletstvo zato što kad putujete možete dobiti utisak da strana mjesta izgledaju previše poznata."⁶⁹ Kako odgovoriti ovim činjenicama? Kako biti dio ovog "blagoslova" i "prokletstva"? U tom kontekstu, radom se istražuje uticaj koji globalizacija ima na cijenu koštanja proizvoda i usluga, kao i šta kompanije i države treba da preduzmu kako bi njihovi proizvodi i usluge bili prepoznatljivi na svjetskom tržištu i tako povećale svoju konkurentsku poziciju u uslovima koje nameću globalni tokovi poslovanja. Da li je cijena koštanja značajna u globalizaciji ili ne? Zašto kompanije sele svoje poslove iz jedne zemlje u drugu? Kakva je tu uloga cijene koštanja? Ovo su neka od pitanja na koje će se pokušati odgovoriti ovim radom.*

Ključne riječi: *cijena koštanja, globalizacija, multinacionalne kompanije, konkurentnost.*

Abstract: *„An invisible indicator of growing global economic interdependence is the availability of foreign products in our domestic environments. It is both a blessing and damnation. The blessing, because you do not have to go far from home to enjoy different delicacies; the damnation, because when you travel you can get the impression that foreign places seem too familiar."⁷⁰ In this context, the paper explores the impact which globalization has on the price of the products and services, and what companies and states should do to make their products and services recognizable on the world market and thus increase its competitive position in the conditions imposed by global flows of business. Is it price important in the globalization or not? Why are companies moving their business from one country to another? What is the role of price? These are some of the questions that we will try to answer in this paper.*

Keywords: *cost price, globalization, multinational companies, competitiveness.*

1. UVOD

Ovaj rad sadrži rezultate istraživanja koji se odnose na ulogu cijene koštanja proizvoda i usluga u savremenim uslovima poslovanja i na utvrđivanje cijene koštanja pod uticajem globalnih ekonomskih trendova. U radu se polazi od pretpostavke da globalizacija doprinosi povećanju značaja cijene koštanja, odnosno da uslovi poslovanja u globalnoj ekonomiji nameću potrebu njene afirmacije, kao važnog indikatora uspješnosti

⁶⁸ Univerzitet Donja Gorica (UDG); Donja Gorica bb, Podgorica

⁶⁹ Harford, Tim (2006) *Ekonomist na tajnom zadatku*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 219

⁷⁰ Isto



poslovanja. Razlog za to je neophodnost da se veća pažnja posveti kontroli troškova i ocjeni isplativosti proizvodnje, tj. da se više vodi računa o svim kategorijama troškova i njihovom uticaju na cijenu koštanja pojedinih proizvoda i usluga. Sve ovo je u funkciji povećanja konkurentnosti pojedinih proizvoda i usluga, ali istovremeno i povećanja konkurentnosti kompanija koje ih proizvode, pa i država u kojima su te kompanije locirane. Drago Gorupić u knjizi *Poslovna politika preduzeća - I i II dio* (1973) navodi da za slabljenje konkurentnosti postoje spoljašnji i unutrašnji razlozi. Prema njemu unutrašnji razlozi se odnose na nepotpuno funkcionisanje tržišnih mehanizama i pritiske koji su doveli do povećanja troškova u cijeni koštanja proizvoda i usluga. Riječ je o troškovima rada i kapitala, kao i o direktnim i indirektnim davanjima državi i lokalnim organima. Tako, prema Gorupiću, da bi se podigao nivo konkurentnosti proizvoda i usluga, potrebno je da napore uloži svako ko se nađe u proizvodnom lancu.

Jadranka Glomazić

Rođena je u Plužinama gdje je završila Gimnaziju. Diplomirala je na Ekonomskom fakultetu u Podgorici na smjeru: „Preduzetništvo i preduzetničke finansije“ sa temom: „O slobodnom tržištu kroz eseje Misesa i Hajeka“, mentor prof. dr Veselin Vukotić.

Završila je dvogodišnje postdiplomske studije „Preduzetnička ekonomija“ u Podgorici i magistrirala 2010. godine na temu „Analiza finansijskih izvještaja u funkciji korporativnog upravljanja“, mentor prof. dr Milan Lakićević.

Školske 2011/2012. godine upisala je doktorske studije "Međunarodna ekonomija" na Fakultetu za međunarodnu ekonomiju, finansije i biznis, Univerziteta Donja Gorica.

Radi na izradi svoje doktorske disertacije: "Značaj cijene koštanja u savremenim uslovima poslovanja", mentor prof. dr Vladimir Poznanić, komentor prof. dr Veselin Vukotić.

Od 2003-2006. godine je bila angažovana kao saradnik u Savjetu za privatizaciju Vlade Crne i od 2003-2007. godine kao saradnik na smjeru „Preduzetništvo i preduzetničke finansije“ i postdiplomskim studijama „Preduzetnička ekonomija“, Ekonomski fakultet Podgorica.

Od 2003. godine je angažovana na Institutu za strateške studije i projekcije u Podgorici kao istraživač, odnosno analitičar.

Od 2006. godine je zaposlena u kompaniji Univerzitats kao izvršni direktor, a od 2010. i kao finansijski direktor Univerziteta Donja Gorica.

Od 2007. godine je angažovana kao asistent na Fakultetu za međunarodnu ekonomiju finansije i biznis, a kasnije i na Politehnic i Fakultetu za prehrambenu tehnologiju, bezbjednost hrane i ekologiju na Univerzitetu Donja Gorica.

Član je Upravnog odbora Instituta internih revizora u Podgorici i predavač u okviru obuka internih revizora.

Takođe je član Komisije za kotizaciju u Montenegro berzi, Podgorica, Radne grupe za pripremu pregovora o pristupanju CG EU - pregovaračko poglavlje 32: Finansijski nadzor i Udruženja ekonomista Crne Gore.

Učestvovala je na više seminara, ljetnjih školi i konferencija u zemlji i inostranstvu.

Obavila je više radova u domaćim i stranim časopisima.

U radu je prvo data retrospektiva globalizacije u kojoj je razmatrana pojava globalnih tokova i način na koji su oni mijenjali svijet u kojem živimo. Promjene iz 80-tih godina prošlog vijeka značile su kraj epohe koju je karakterisala masovna proizvodnja i početak tzv. informatičkog doba, u kome informacije postaju značajan faktor poslovanja. Naime, u svijetu dolazi do tehnološkog napretka, koji je omogućio prenošenje podataka i generisanje informacija o svim aspektima djelatnosti kompanija, što je doprinijelo razvoju globalne ekonomije. U ovom dijelu rada su detaljnije opisane pomenute pojave i njihov uticaj na privredna kretanja u mnogim zemljama svijeta, koja su dovela do globalizacije ekonomskih aktivnosti.

Nakon opšteg prikaza globalnih tokova, koji su uticali na promjene u svjetskoj ekonomiji, razmatran je njihov uticaj na poslovanje kompanija. Posebna pažnja je posvećena načinu prilagođavanja kompanija zahtijevima globalizovanog tržišta i zauzimanju što povoljnije tržišne pozicije. To podrazumijeva proizvodnju pod uslovima koje nameće globalno tržište, jer se samo na taj način može ostvariti potreban nivo konkurentnosti. Da bi ostvarile ovaj cilj kompanije eksternalizuju svoje poslovanje, odnosno sele proizvodnju u zemlje čiji poslovni ambijent omogućuje ostvarenje konkurentnosti na svjetskom tržištu.

Poseban dio rada posvećen je cijeni koštanja, odnosno njenoj ulozi u prilagođavanju poslovanja kompanija zahtijevima globalnih ekonomskih kretanja. Prvo je analiziran značaj cijene koštanja proizvoda i usluga u procesu odlučivanja i uticaj globalnih tokova na taj proces, koji se ispoljava u sve izraženijoj potrebi da se važne odluke o poslovanju kompanije donose na osnovu relevantnih parametara. Jedan od njih je svakako cijena koštanja proizvoda i usluga, čiji obračun može biti od značaja i za donošenje odluka na makroekonomskom planu. Naime, vrijednost ukupne proizvodnje, koju ostvaruju sve kompanije u jednoj zemlji, predstavlja jedan od indikatora konkurentnost privrede na svjetskom tržištu. Takođe, pokazalo se da globalni tokovi utiču i na promjenu metodologija koje se koriste prilikom donošenja makroekonomskih odluka. U tom kontekstu, poseban značaj ima cijena koštanja, kao parametar neophodan za kvantifikovanje globalnih međuzavisnosti značajnih za odlučivanje na nivou pojedinih privreda. Na kraju ovog dijela, ukazano je i na ulogu transfernih cijena u globalnim uslovima poslovanja. One se koriste za obračune učinaka pojedinih dijelova kompanije, a posebno su značajne za funkcionisanje multinacionalnih kompanija.

2. GLOBALNI TOKOVI I PROMJENE U SVJETSKOJ EKONOMIJI

„Svijet se dramatično mijenja. Oni koji to ne uspiju vidjeti platiće visoku cijenu“⁷¹! Od velikog praska do danas svijet se stalno mijenjao. Sve promjene su se dešavale različitim brzinama, a njihove posljedice su bile kratkoročne ili dugoročne. Kroz istoriju se pokazalo da najbolji odgovor na promjene predstavlja prilagođavanje zahtijevima koje one nameću i to brzinom koja prati brzinu nastajanja promjena. Promjene koje su se dogodile krajem 20. vijeka vezuju se za nastanak ere informatičkog društva i napuštanje ere industrijskog društva. Evidentno je da se ove promjene dešavaju vrlo brzo, a pojedini autori smatraju da za njihovo prilagođavanje imamo najmanje vremena. Jedan od njih je Alvin Tofler koji, u knjizi *Treći talas* (1983), konstatuje da je prvi talas promjena izazvao poljoprivrednu revoluciju i da je trajao hiljadama godina, a da je poslije njega uslijedio drugi talas koji je doveo do industrijske revolucije, a trajao je oko tri stotine godina. Najnoviji, treći talas promjena, pretpostavlja Tofler, prolećeće brzo, odnosno trajaće svega nekoliko decenija.

⁷¹ Mostrous, Yiannin G; Gue, Elliott H; Martchev, Ivan D (2009), *Putem svile do bogatstva*”, MATE, Zagreb, 21.

Prelazak u eru informacija i komunikacija doveo je do promjena u svim sferama života, na način i sa posljedicama koje do sada nijesu zabilježene. Najznačajnije su svakako promjene tehnokonomskih paradigmi i nastanak nove ekonomske realnosti koju nazivamo globalna ekonomija. Smatra se da je 1985. bila godina u kojoj se svijet počeo mijenjati. Mnogi autori ovu godinu nazivaju godinom Bill Gatesa, pa tako Kenichi Ohmae, u knjizi *Nova Globalna pozornica, izazovi i prilike u svijetu bez granica* (2007), posmatra vrijeme prije i poslije 1985. godine kao eru prije i poslije Bill Gatesa. Ovo iz razloga što je 1985. godine Gates lansirao prvu verziju novog operativnog sistema Windows, koju smatramo ključnom kompjuterskom platformom globalnog doba. Ova platforma nam je omogućila bržu i efikasniju komunikaciju sa cijelim svijetom. Odnosno, danas funkcionišemo u svijetu u kojem nam ljudi, proizvodi i lokacije postaju sve bliži, svijetu koji je sve više međuzavisan, u kojem smo sve otvoreniji i u kojem su granice između pojedinih država sve slabije izražene. Dakle, "svi smo igrači na globalnoj pozornici i svi osjećamo njene učinke"⁷². Ohmae je posmatrao promjene koje su globalni tokovi izazvali kod četiri najbitnija faktora poslovanja: komunikacija, kapital, korporacije i potrošači, koje je nazvao četiri C⁷³ i zaključio da je svijet već postao mjesto bez granica. Internet, kao jedne od najvažnijih platformi globalnog doba, učinio je komunikaciju bržom i jednostavnijom i omogućio da za nju svijet nema granica. Kapital, takođe, koristi prednosti svijeta bez granica u kojem mu je omogućeno kretanje iz jedne zemlje u drugu, sa jednog kontinenta na drugi, sa jednog na drugi kraj svijeta. Što se tiče korporacija, globalni tokovi su im pružili mogućnost da postanu dio ekonomije u svijetu bez granica. Neke su postale njen dio, tako što su se oslobodile "oklopa" svojih država. Riječ je o kompanijama koje su dio ili gro svojih poslova izmjestile na jednu ili više lokacija u svijetu. Različite platforme globalnog doba omogućile su potrošačima da kupuju proizvode mnogih kompanija koje se nalaze na raznim lokacijama širom svijeta, a savremeni način komuniciranja im pomaže da odluke o kupovini donose lakše i brže.

Dakle, globalni tokovi su učinili svijet otvorenim, međuzavisnim i ujedinjenim u globalnoj ekonomiji bez granica, koja mijenja način i uslove poslovanja u odnosu na one koji su bili prije nastupanja informatičke ere. Naime, prije promjena koje su dovele do globalizacije, ekonomija je bila vezana za pojedine države i svi poslovi su bili skoncentrisani na rezultate koji su bili važni u okvirima državnih granica. Može se reći da su ekonomije funkcionisale u zatvorenim sistemima u odnosu na one koji postoje danas. U takvim sistemima, nacionalne ekonomije su uticale na ekonomske politike pojedinih zemalja. Nasuprot tome, današnja ekonomija se odvija na globalnom nivou i njeni akteri teže da ostvare rezultate koji su konkurentni na svjetskom tržištu, a ne samo na tržištima pojedinih zemalja. Domaće ekonomije su otvorene i pod uticajem spoljašnjeg svijeta, tako da se sve više oslobađaju nacionalnih atributa. Prema tome, globalizaciju karakteriše jačanje ekonomskih međuzavisnosti i stvaranje mogućnosti, kako velikim tako i manjim kompanijama za takmičenje na svjetskom tržištu. Otežavajuća okolnost za poslovanje u globalnim uslovima je visok stepen neizvjesnosti, koji nije bio karakterističan za privredni ambijent koji je prethodio globalizaciji. Tada su se sve ekonomske pojave ograničavale na pojedine zemlje, a za njihovo tumačenje je bilo moguće koristiti makroekonomske modele. Danas, ekonomske pojave se ne mogu objasniti na takav način, jer nije moguće konstruisati model koji bi povezao i objasnio sve međuzavisnosti karakteristične za globalnu ekonomiju. Ovo primjećuje Kenichi Ohmae, a razlog vidi u tome što je "previše varijabli i drugih sila na djelu, od kojih neke nijesu ni prepoznatljive, niti mogu biti zabilježene pouzdanim statističkim pokazateljima"⁷⁴.

⁷² Ohmae, Kenichi (2007) *Nova globalna pozornica, izazovi i prilike u svijetu bez granica*, MATE, Zagreb, 6

⁷³ Faktore je nazvao četiri C po početnim slovima engleskih naziva svakog faktora: communication, caoital, corporations, consumers.

⁷⁴ Ohmae, Kenichi (2007), n.d, 49

3. UTICAJ GLOBALNIH TOKOVA NA POSLOVANJE KOMPANIJA

Cilj poslovanja svake kompanije je da svoje proizvode i usluge prodaje po što većoj cijeni, uz što manje troškove potrebne za njihovo stvaranje. Iz tog razloga kompanije nastoje da proizvode i usluge plasiraju na tržištima koja će prihvatiti veću prodajnu cijenu, a istovremeno pronalaze tržišta na kojima će faktore proizvodnje nabaviti po što nižim cijenama. U globalnim uslovima poslovanja, svjetsko tržište je lakše dostupno nego ranije. Tako su globalni tokovi doprinijeli da kompanije ne moraju da posluju samo u granicama jedne zemlje, već to mogu da čine i u drugim zemljama. Na taj način su nastale mnoge multinacionalne kompanije koje svoj kapital prenose iz zemlje u zemlju i nastoje da postignu konkurentsku prednost na svjetskom tržištu. Drugim riječima, one koriste sve prednosti geografskog područja na kome posluju.

Seljenje poslova sa jedne lokacije na drugu i odvajanje pojedinih organizacionih djelova kompanije od njenog matičnog jezgra nije vezano isključivo za globalizaciju. Ovakav način poslovanja je postojao još mnogo ranije kada su kompanije izmještale dio svojih poslova iz jednog mjesta u drugo, ali u okvirima jedne države. Samo je mali broj kompanija selio svoje poslove van granica. Cilj im je bio da svoje proizvode i usluge prodaju što skuplje, a proizvedu što jeftinije i tako ostvare što veću zaradu. Globalni tokovi su proširili tržišta, a samim tim i izbor kompanijama prilikom odabira lokacije za svoje poslove.

Kako kompanije izmještaju svoje poslovanje i na koji način biraju nove lokacije? Prije svega, nastoje da svoje proizvode i usluge proizvedu uz što manje troškove, a da pri tom ne naruše njihov kvalitet. Iz tog razloga, one će svoje poslove eksternalizovati u okruženja koja omogućuju proizvodnju istog kvaliteta proizvoda i usluge kao što bi to bilo u matičnom okruženju, ali za nižu cijenu koštanja. Dakle, kompanije izmještaju one poslove koji će se obavljati uz niže troškove na drugoj lokaciji. Kako troškovi proizvodnje obično čine najveći dio njihove cijene koštanja, kompanije obično izmještaju svoje proizvodne pogone. Međutim, danas se sve više eksternalizuju i druge poslovne funkcije, a ne samo proizvodnja, jer se i na taj način ostvaruju značajne uštede.

Koje lokacije su najprivlačnije multinacionalnim kompanijama? Nastankom globalnih promjena na svjetskom nivou, od kraja 20. vijeka, vidljivo je da mnoge svjetske kompanije svoje poslove izmještaju u azijske zemlje, kao područja jeftinih resursa, prije svega radne snage. Tako Mostrous, Gue i Martchev ističu da je "Azija postala neophodan dio složene globalne ekonomije. Ona zadovoljava potražnju svjetskog finansijskog sistema za izvorom jeftinog rada za razvijene privrede"⁷⁵. Ovi autori smatraju da će Azija postati lider globalnog ekonomskog rasta, dok Zapad ulazi u ciklus ograničenog rasta.⁷⁶ Od azijskih zemalja Kina se izdvojila kao najprivlačnija teritorija na kojoj kompanije izmještaju svoje poslovanje. Mnogi autori Kinu vide kao najvažnijeg igrača globalizacije, jer je imala najviše koristi od globalnih tokova i na neki način je smatraju zemljom koja diktira tempo globalne ekonomije. Kompanije su birale teritoriju Kine koja je nudila jeftinu radnu snagu, kao najvažniji input posebno u procesu proizvodnje. Na taj način su izbjegavale lokacije sa tradicionalno skupom radnom snagom ili lokacije na kojima su procesi proizvodnje automatizovani i skuplji.

⁷⁵ Mostrous, Yiannin G; Gue, Elliott H; Martchev, Ivan D (2009), n.d, 7

⁷⁶ Autori objašnjavaju da se kroz istoriju pokazalo kako je promjena svjetskog ekonomskog vodstva konstantna. Tako su tokom 14. i 15. vijeka Italijani imali vodstvo (Venecija, Đenova, Firenca), a nakon toga su uslijedile Španija i Portugalija. U 16. vijeku dominaciju preuzima Amsterdam kao središte svjetskog bankarstva i trgovine. U 18. vijeku sa industrijskom revolucijom vodstvo preuzima London, dok se nakon toga moć preselila u SAD.

Imajući ovo u vidu, smatralo se da je jeftina radna snaga opredjeljujući razlog zbog kojeg kompanije izmještaju svoje poslove u zemlje sa jeftinom radnom snagom. Međutim, to nije presudan faktor kod donošenja odluke o eksternizaciji poslova na druge teritorije. Ovo potvrđuje primjer Irske, kao zemlje privlačne za američke kompanije koje nastoje da u svom poslovanju iskoriste vremenske razlike između Evrope i Sjeverne Amerike. U ovom slučaju, troškovi rada nijesu faktor koji utiče na odluku o izmještanju proizvodnje.

Eksternalizacija poslova nije isključivo vezana za azijske zemlje, pa multinacionalne kompanije osnivaju svoje filijale i u drugim dijelovima svijeta. Međutim, Azija je ipak područje za kojim još uvijek vlada najveće interesovanje. Kako je pomenuto, dominantnu ulogu ima Kina, a smatra se da će Indija, na dugi rok, preuzeti tu ulogu iz dva razloga. Prvo, Indija je zemlja koja je najbliža zapadnim idejama i institucijama, pa bi mogla biti privlačna zapadnom kapitalu. Drugo, Indija postaje područje koje je sve interesantnije za kompanije iz uslužne djelatnosti, dok je proizvodnja manje zastupljena nego u Kini. Indiju karakteriše slabo razvijena infrastruktura, visoki porezi i nešto veći troškovi rada, pa proizvodna preduzeća radije ostaju u Kini. S druge strane, kompanije koje se bave uslugama svoje poslove eksternalizuju u Indiju, čija je prednost visokoobrazovna populacija. Indijski stručnjaci, odnosno visokokvalifikovana radna snaga, mogu se angažovati po cijenama koje su niske prema zapadnim standardima. Sve to ukazuje na činjenicu da se, nakon povećane tražnje za industrijskim resursima, koja je bila aktuelna u drugoj polovini 20. vijeka, danas sve više traže ljudski resursi.

4. ULOGA CIJENE KOŠTANJA I TRANSFERNIH CIJENA U GLOBALNOJ EKONOMIJI

U ovom dijelu rada prvo se razmatra uloga cijene koštanja u procesu donošenja odluka na nivou pojedinih kompanija i privrede u cjelini, a zatim i uloga transfernih cijena koje su postale posebno važan parametar za ocjenu uspješnosti poslovanja multinacionalnih kompanija i njihovih filijala.

4.1. Cijena koštanja kao parametar za odlučivanje u kompanijama

Cijena koštanja je informacija o troškovima proizvodnje (stvaranja⁷⁷) proizvoda i usluga i predstavlja jedan od najvažnijih parametara na osnovu kojih se donose poslovne odluke u kompanijama. Drugim riječima informacije o troškovima su potrebne za utvrđivanje prodajnih cijena proizvoda i usluga, za utvrđivanje uspješnosti tekućeg poslovanja, kao i uspješnosti svakog proizvoda i usluge, te planiranja budućih aktivnosti kompanija. Međutim, ako je konkurencija na tržištu vrlo izražena, onda su informacije o ciljnim prodajnim cijenama, ili cijenama koje se mogu postići na tržištu, potrebne za utvrđivanje ciljne cijene koštanja. Ova cijena predstavlja ukupne troškove proizvodnje koje bi kompanija trebalo da ostvari da bi imala profitabilnost na planiranom nivou. U slučaju da se utvrdi da je neki proizvod ili usluga neprofitabilan, odnosno neisplativ u poslovanju neke kompanije, informacija o cijeni koštanja je parametar na osnovu kojeg se može odlučiti o prestanku proizvodnje tog proizvoda ili usluge i prelazak na alternativnu proizvodnju. Prema tome, cijena koštanja ima vrlo važnu ulogu u procesu donošenja odluka o obimu i strukturi proizvodnje, posebno u kompanijama koje posluju na međunarodnom tržištu.

⁷⁷ "Stvaranje" ne podrazumijeva samo neposrednu proizvodnju, već i sve druge aktivnosti koje se moraju sprovesti da bi proizvodi i usluge nastali i da bi mogli biti isporučeni kupcima.

Globalna ekonomija nameće uslove koji podrazumijevaju poslovanje na međunarodnom planu, tj. zadovoljavanje potreba potrošača iz cijelog svijeta. Brz tehnološki razvoj i nove informacione tehnologije stvaraju uslove da proizvodi i usluge budu lako dostupni potrošačima širom svijeta, kao i lakšu odluku o izboru, a sve zbog mogućnosti jednostavnog poređenja proizvoda i usluga različitih svjetskih kompanija. Imajući ovo u vidu, kompanije su prinuđene da brinu o svakom svom proizvodu i usluzi više nego što su to činile ranije. Ovo, prije svega, znači da moraju voditi računa o troškovima, jer povećanje cijene koštanja dovodi do povećanja prodajne cijene, što može ugroziti konkurentnost. Iz tog razloga, menadžment kompanija bi trebalo da raspolaže pouzdanim informacijama o cijeni koštanja, što zahtijeva uspostavljanje sistema obračuna troškova koji je prilagođen potrebama kompanije.

Pored toga što je globalizacija omogućila prodaju proizvoda i usluga širom svijeta, ona je stvorila i poslovni ambijent u kome se može smanjiti cijena koštanja, ukoliko se proizvodnja izmjesti u regione sa nižom cijenom proizvodnih resursa. Na taj način je proširena mogućnost izbora, pa kompanije mogu da biraju tržišta na kojima će postići najpovoljniju prodajnu cijenu, a isto tako i teritorije na koje će izmjestiti svoju proizvodnju, radi postizanja najpovoljnije cijene koštanja. Ovo se pozitivno odražava na konkurentnost, ali zahtijeva od menadžmenta znatno veći stepen angažovanja, od onoga koji je bio karakterističan za poslovanje u uslovima slabe konkurencije, odnosno u periodu koji je prethodio globalizaciji. Drugim riječima, od menadžera se danas očekuje da se brzo prilagođavaju uslovima na svjetskom tržištu koji postaju sve komplikovaniji i zahtjevniji. Oni moraju u potpunosti kontrolisati sve ključne procese koji se odvijaju u kompaniji, tj. moraju "osjećati"⁷⁸ kompaniju i globalna kretanja na tržištu, kako bi bili spremni za brzo donošenje strateških odluka. Da bi u tome imali uspjeha, neophodno je da se u kompaniji uspostavi i stalno ažurira kvalitetna informaciona osnova i da se ona koristi u procesu odlučivanja. U njoj su, svakako, najvažnije informacije o cijeni koštanja, pa je zato potrebno razviti efikasan sistem za njeno utvrđivanje, kojim će se, što preciznije, ukupni troškovi alocirati na pojedine proizvode i usluge. Ukoliko izostane primjena ovakvog sistema u potpunosti ili ako se on koristi ali na neadekvatan način, onda su moguće greške u alociranju troškova, koje mogu rezultirati pogrešnim odlukama menadžmenta. Naime, neki proizvod ili usluga mogu biti nerealno opterećeni troškovima, što povećava njihove cijene koštanja i daje menadžmentu pogrešan signal, da se prestane sa njihovom proizvodnjom.

4.2. Cijena koštanja kao parametar odlučivanja na nivou privrede

Cijena koštanja predstavlja vrijednost svakog proizvoda i usluge, kao i ukupnu vrijednost svih proizvoda i usluga koje kompanija proizvodi. Na osnovu informacija o vrijednosti proizvodnje pojedinih kompanija dobija se ukupna vrijednost proizvodnje u privredi kao cjelini. Imajući to u vidu, može se konstatovati da se informacija o cijeni koštanja proizvoda i usluga ne koristi samo za donošenje odluka na nivou kompanija, već i za odlučivanja na nivou privrede.

Na osnovu finansijskih izvještaja, koje kompanije pripremaju za potrebe eksternih korisnika, mogu se dobiti informacije o vrijednosti proizvoda i usluga proizvedenih u određenom periodu. Ovo se odnosi na prodane proizvode, ali i na neprodane proizvode koji se nalaze u zalihama kompanija. Na taj način se dobijaju informacije na osnovu kojih se donose makroekonomske odluke i vodi ekonomska politika na nivou privrede jedne zemlje. Vlada i drugi državni organi koriste informacije, sadržane u izvještajima kompanija, za utvrđivanje

⁷⁸ Moraju "osjećati" kompaniju baš onako kao što skijaš zatvorenih očiju "vidi" padinu osjećajući je skijama.

poreskih obaveza kompanija, ali i za obračun društvenog proizvoda zemlje. Te informacije su, takođe, osnova i za izračunavanje različitih makroekonomskih pokazatelja, a koriste se i za statističke analize. Prema tome, one bi trebalo da budu realne i precizne, u mjeri u kojoj to mogu da obezbijede mehanizmi za njihovo generisanje, prikupljanje i obradu. Takođe, eksterni izvještaji kompanija, u kojima su sadržani podaci o cijeni koštanja, trebalo bi da budu koncipirani tako, da njihov sadržaj i forma, doprinose kvalitetu makroekonomskih odluka.

Istraživanja mnogih autora pokazuju da makroekonomski pokazatelji jedne zemlje, korišćeni u “svijetu nacija-država” nijesu dobra osnova za donošenje odluka u nepredvidljivoj i promjenljivoj globalnoj ekonomiji. Tako, na primjer, bruto domaći proizvod, kao značajan makroekonomski pokazatelj u svakoj zemlji, obuhvata samo informaciju o završenim proizvodima i uslugama. Šta je sa proizvodima i uslugama čija je proizvodnja počela u jednoj zemlji, a završena u drugoj? Da li je, na primjer, doprinos ljudi iz drugih zemalja adekvatno evidentiran? Dakle, bruto domaći proizvod je pokazatelj koji ukazuje samo na stanje u jednoj zemlji, bez vidljive međuzavisnosti sa ekonomijama drugih zemalja. Imajući ovo u vidu, može se zaključiti da su ovakvi makroekonomski pokazatelji bili korisni za donošenje odluka u zatvorenim ekonomskim sistemima. Međutim, u uslovima koje nameću globalni tokovi i kada nije moguće poslovati u zatvorenom ekonomskom sistemu, odluke se moraju zasnivati na pokazateljima koji će uzimati u obzir promijenjene okolnosti i novu ekonomsku realnost u svijetu.

Na osnovu prethodnih razmatranja, moguće je konstatovati da su se ekonomske aktivnosti danas globalizovale u tolikoj mjeri da se svijet može posmatrati kao jedinstven ekonomski prostor. U takvim okolnostima, ograničavanje privrednog života na ekonomski prostor pojedinih zemalja, odnosno ignorisanje međuzavisnosti privreda na međunarodnom nivou, može imati vrlo negativne posljedice na nacionalne ekonomije. Imajući to u vidu, mnogi autori smatraju da informacije koje se dobijaju pomoću međusektorskih analiza mogu uticati na tokove i stvaranje povoljnog poslovnog ambijenta jedne privrede, odnosno da su pomenute informacije pogodnije za donošenje odluka u globalnim uslovima poslovanja od onih koje se dobiju primjenom makroekonomskih modela. Međusektorska analiza koristi međusektorske modele pomoću kojih se mjeri zavisnost između pojedinih sektora. Drugim, riječima, modeli omogućavaju “da se izvrši kvantifikacija zavisnosti unutar proizvodnog sistema jedne privrede”⁷⁹. Dakle, u privredi postoji zavisnost između njenih sektora, jer gotov proizvod jednog sektora predstavlja sirovinu za drugi sektor, dok njegovi gotovi proizvodi čine sirovine nekog trećeg sektora i tako redom. Imajući u vidu da se cijeli svijet može posmatrati kao globalna privreda i da sektori prelaze državne granice, međuzavisnosti su znatno složenije u odnosu na međuzavisnosti karakteristične samo za jednu nacionalnu ekonomiju. Iz tog razloga međusektorska analiza i njeni modeli mogu biti od značaja za mjerenje međuzavisnosti sektora na globalnom nivou.

U primjeni modela međusektorske analize, cijena koštanja ima značajniju ulogu nego kada se koristi za izračunavanje makroekonomskih pokazatelja. “Svaka promjena cijena u bilo kom preduzeću se preko lanca tehnoloških veza, prenosi, posredno i neposredno, na sva preduzeća koja su sa tim preduzećem u tehnološkoj vezi”⁸⁰. Uticaj koji neka promjena ima na ostale kompanije kvantifikuje se pomoću međusektorskih modela. Dakle, cijena koštanja gotovog proizvoda jedne kompanije utiče na cijenu koštanja gotovog proizvoda koji se proizvodi u drugoj kompaniji. U globalnim uslovima poslovanja ovo znači da cijena koštanja sirovine, koja se proizvodi u jednoj zemlji, utiče na cijenu koštanja proizvoda i usluga koji se

⁷⁹ Vukotić, Veselin (2001) *Makroekonomski računi i modeli*, CID, Podgorica, 639

⁸⁰ Isto, 715

proizvode na drugom kraju svijeta. Dakle, da bi se preciznije utvrdila međuzavisnost pojedinih sektora na nivou globalne privrede, potrebno je više afirmisati ulogu cijenu koštanja proizvoda i usluge, jer svaka promjena vrijednosti ili neadekvatan obračun cijene koštanja prenosi se, kao eho, na druge učesnike u tehnološkom lancu.

4.3 Uloga transfernih cijena u multinacionalnim kompanijama

U globalizovanom poslovnom okruženju, kada kompanije svoje poslovanje izmještaju na druge lokacije širom svijeta, značajnu ulogu imaju transferne cijene, kao poseban oblik cijene koštanja. Ove cijene su karakteristične po tome što se koriste u okviru iste kompanije, ili u okviru matične kompanije i njenih zavisnih djelova (filijala). One pokazuju koliko jedan organizacioni dio kompanije košta isporuka dijelova, poluproizvoda, gotovih proizvoda ili usluga drugom organizacionom dijelu kompanije ili nekoj od njenih filijala. Iz tog razloga se ove cijene često nazivaju i interne cijene. Dakle, transferne cijene predstavljaju "instrument koji služi kao osnov za razmjenu učinaka i usluga između organizacionih djelova preduzeća i "reprezentuju" njihovu vrijednost"⁸¹. Slično kao kod utvrđivanja zavisnosti između pojedinih sektora privrede, što je ranije razmatrano, ove cijene kvantifikuju zavisnost pojedinih organizacionih djelova od drugih organizacionih djelova u okviru iste kompanije ili zavisnost pojedinih filijala u okviru grupe kompanija. Kako je izmještanje poslova kompanija na druge teritorije postojalo i prije globalizacije, tako su transferne cijene imale svoju ulogu i u tom vremenu. Međutim, globalizacija je uzrokovala znatno veću primjenu ovih cijena, jer se, paralelno sa povećanjem broja multinacionalnih kompanija, povećala i potreba za obračunom troškova njihovih filijala u raznim djelovima svijeta.

Svrha transfernih cijena je dvojaka. One se koriste u kompanijama koje su decentralizovale svoje poslovanje i obuhvataju više organizacionih djelova, a takođe i u složenim kompanijama koje, pored matične kompanije, obuhvataju i više zavisnih kompanija ili filijala. U prvom slučaju organizacioni djelovi kompanije mogu se posmatrati kao posebni privredni subjekti čiji je cilj stvaranje što većeg profita. Veći profit svakog organizacionog dijela rezultira ostvarenjem većeg profita kompanije u cjelini. U ovom slučaju transferne cijene predstavljaju cijene po kojima jedan organizacioni dio zadužuje neki drugi organizacioni dio za poluproizvode, proizvode ili usluge koje mu je isporučio. Dakle, transferna cijena učinka prvog organizacionog dijela je za njega output (konačan učinak poslovanja), a za drugi organizacioni dio je to input, koji će se dalje koristiti u njegovom poslovanju. Prema tome, interne cijene utiču na profitabilnost djelova kompanije, jer utiču istovremeno na prihode isporučioaca i na rashode primaoca. Kao što je cijena koštanja proizvoda i usluga, na nivou kompanije, indikator koji može da ukaže na potrebu smanjenja ukupnih troškova u procesu njihovog stvaranja, tako i transferne cijene utiču na smanjenje troškova u pojedinim djelovima tog procesa. Dakle, i transferne cijene pojedinih organizacionih djelova kompanije, mogu da ukazuju na potrebu stalne kontrole troškova, kako organizacionih djelova, tako i cijele kompanije.

Druga namjena transfernih cijena odnosi se na grupu kompanija koju obično čini jedna matična kompanija i više zavisnih kompanija ili filijala, pri čemu cijela grupa može biti u jednoj zemlji ili matična kompanija može biti locirana u jednoj, a zavisne kompanije u drugim zemljama. U oba slučaja transfer proizvoda i usluga između matične kompanije i njenih filijala se odvija po transfernim cijenama. Kao što transferne cijene utiču na profitabilnost svakog organizacionog dijela kompanije, tako utiču i na profitabilnost svakog

⁸¹Bogetić, Pavle (1998) *Transferne cijene u preduzeću*, Kulturno-prosvjetna zajednica, Podgorica; Narodna knjiga, Beograd, 265

privrednog subjekta unutar grupe sa matičnom kompanijom i filijalama. Već je pomenuto da kompanije izmiještaju svoje poslove van granica jedne zemlje kako bi optimizovale svoje poslovanje i tako ostarile veći profit. Odnosno cilj im je da cijena koštanja učinka svake filijale bude što manja. Iz tog razloga matična kompanija će otvarati filijale u zemljama u kojima su cijene proizvodnih faktora niske, a isto tako će "seliti" svoj profit iz zemalja sa visokom stopama poreza na profit u zemlje sa niskim stopama ovog porez. Imajući sve ovu vidu, transferne cijene igraju značajnu ulogu kod transfera učinaka multinacionalnih kompanija iz jedne njihove filijale u drugu, jer doprinose kontroli troškova i ostvarenju većeg profita na nivou cijele grupe. Takođe, one su korisna informacija za planiranje i donošenje strateških odluka, kako u matičnim kompanijama, tako i u njihovim filijalama.

5. ZAKLJUČAK

Na osnovu rezultata istraživanja, sprovedenih za potrebe ovog rada, može se zaključiti da cijena koštanja, kao parametar za odlučivanje na nivou pojedinih kompanija i privrede u cjelini, ima znatno veću ulogu u globalnim uslovima poslovanja nego što je imala u vrijeme koje je prethodilo globalizaciji. Konkurencija na međunarodnom tržištu zahtijeva da se prodajne cijene proizvoda i usluga smanjuju, pa, da bi se to postiglo, svi akteri u proizvodnom lancu moraju preduzimati mjere za smanjenje njihove cijene koštanja. Ovo se prvenstveno odnosi na kompanije koje izvoze svoje proizvode i usluge na svjetsko tržište, ali i na državu koja može da utiče na povećanje konkurentnosti različitim mjerama ekonomske politike.

Da li je nužnost globalizacije individualna odgovornost? Ako jeste i ako globalizacija stavlja akcenat na individualnosti svakog pojedinca, kompanije i države, onda se može zahtijeviti i posvećenost svakom pojedinačnom proizvodu i usluzi. Odnosno, još veća afirmacija cijene koštanja svakog proizvoda i usluge. Kako u informatičkoj eri masovne industrije polako nestaju, proizvodi i usluge se sve više proizvode po narudžbini. S druge strane, sve više su zastupljene online trgovine, pa nas možda očekuje i nestanak kompanija koje se bave veleprodajom i maloprodajom. Da li će do toga doći i da li ćemo ući u eru u kojoj ćemo sve potrebne proizvode i usluge kupovati po narudžbini od individualnih preduzetnika? Da li ćemo od poljoprivrede, preko trgovine, industrije i tehnološkog progresa doći do ere preduzetništva?

REFERENCES

- [1] Bogetić, Pavle (1998) *Transferne cijene u preduzeću*, Kulturno-prosvjetna zajednica, Podgorica; Narodna knjiga, Beograd
- [2] Canton, James (2009) *Ekstremna budućnost: najznačajnije tendencije koje će promeniti svet u narednih pet, deset i dvadeset godina*, Clio, Beograd
- [3] Carroll, K. William (2010) *The Making of a Transnational Capitalist Class: Corporate Power in the 21st Century*, Zed Books, London
- [4] Chadwick, Leslie (2000) *Osnove upravljačkog računovodstva*, MATE, Zagreb
- [5] Denčić-Mihajlov, Ksenija; Trajčevski, Marija (2011) *Transferne cene u teoriji i praksi poslovanja multinacionalnih kompanija*, Ekonomske teme, volume 3, Ekonomski fakultet, Niš (str. 397 - 414)
- [6] Glomazić, Jadranka (2010) *Analiza finansijskih izvještaja u funkciji korporativnog upravljanja*, magistarski rad, Ekonomski fakultet, Podgorica
- [7] Gorupić, Drago (1973) *Poslovna politika preduzeća - I i II dio*, Visoka škola za vanjsku trgovinu i Ekonomski institut, Zagreb
- [8] Gowthorpe, Catherine (2009) *Upravljačko računovodstvo*, Data Status, Beograd