

Maciej Stalmaszczyk*

RYNEK PRZEDSIĘBIORSTW
W STRATEGII WIELKICH KORPORACJI PONADNARODOWYCH

Celem artykułu jest wykazanie, że prawa rynkowe charakterystyczne dla wymiany towarowej w kapitalizmie odnoszą się również do szczególnego towaru, jakim stały się przedsiębiorstwa, oraz że międzynarodowy obrót nimi jest realizowany głównie przez wielkie korporacje ponadnarodowe w ramach realizowanej przez siebie strategii globalizacji procesów gospodarczych.

Określenie "rynek przedsiębiorstw" traktuję w podobny sposób jak zwykło się mówić np. o rynku metali kolorowych, międzynarodowym rynku samochodów osobowych itd.

I. Przedsiębiorstwo jako towar - geneza zjawiska

Przedsiębiorstwa w kapitalizmie podlegają nieustannemu ruchowi: jedne rozwijają swój potencjał produkcyjny, powiększają udział w rynku, realizują na większą skalę masę zysku - inne tracą zdobytą pozycję rynkową, zmniejszają swój potencjał ekonomiczny i techniczny, ich sytuacja finansowa ulega pogorszeniu. Te pierwsze podlegają stałemu wzrostowi - procesowi, który wydaje się nie mieć ograniczeń - te drugie zmierzają ku niechybnemu bankructwu lub przejęciu przez inną, bardziej prężną organizację. Stagnacja w życiu firmy jest stanem krótkotrwałym; firma musi rosnąć lub zginąć¹.

Wzrost firmy odbywa się poprzez:

- wewnętrzny rozwój przedsiębiorstwa z własnej akumulacji,

* Dr, adiunkt w Instytucie Handlu Zagranicznego UŁ.

¹ Szerzej na ten temat: M. S t a l m a s z c z y k, Wielkie korporacje ponadnarodowe jako konsekwencja kapitalistycznego procesu rozwoju przedsiębiorstw, "Studia Prawno-Ekonomiczne" 1981, t. XXVII, s. 113-127.

- łączenie się z inną niezależną firmą,
- przejęcie innej firmy w wyniku zawartej transakcji z byłymi właścicielami.

Jednak akumulacja zysku jako źródło koncentracji kapitału okazała się - na określonym etapie rozwoju sił wytwórczych - nie wystarczająca do zmobilizowania środków, umożliwiających powstawanie coraz większych jednostek produkcyjnych i przedsięwzięć gospodarczych. Te ograniczenia usunięte zostały dzięki centralizacji kapitału za pomocą spółek akcyjnych. Ale dopiero powstanie i funkcjonowanie mechanizmów, pozwalających na łączenie się firm zarówno na drodze dobrowolnej umowy partnerów, jak i poprzez transakcje kupna-sprzedaży, przyspieszyło obserwowane tempo wzrostu przedsiębiorstw kapitalistycznych.

Ołatego badając historię największych współczesnych korporacji kapitalistycznych wydaje się, że dwie ostatnie z wymienionych są najczęściej używane w ekspansji firm jako środek prowadzący do wzrostu. Przykładowo: w okresie 1950-1962 200 największych korporacji amerykańskich przeprowadziło negocjacje zakończone wykupieniem ok. 1900 niezależnych firm o łącznej wartości aktywów 14 mld dol. Natomiast w okresie 1953-1968 dokonano w USA łącznie ponad 14 000 operacji dotyczących nabycia przedsiębiorstw za kwotę 66 mld dol. Podobnie sytuacja przedstawiała się w tym czasie na rynku międzynarodowym. W okresie 1946-1957 tj. w ciągu 12 lat, korporacje USA utworzyły 2246 zagranicznych afiliacji, z czego 635 (28,2%) poprzez wykupienie istniejących firm, natomiast w ciągu następnych 10 lat (1958-1967) utworzono za granicą 5898 afiliacji, z czego 2442, czyli już 41,4%, na drodze wykupienia obcych przedsiębiorstw².

Obrót przedsiębiorstwami był przez wiele lat domeną rynku wewnętrznego. Zwiększenie liczby fuzji na początku XX w. wynikało z konieczności zapewnienia wzrostu rozmiarów kapitału, co było konieczne w związku z przechodzeniem do nowych metod produkcji. Natomiast fala fuzji, jaka przetoczyła się przez kraje Europy Zachodniej w latach 1950-1975, oraz fuzje z wewnętrznego rynku amerykańskiego miały inny cel bezpośredni, przy czym dominującą rolę odegrał nowy etap w rozwoju kapitalizmu, charakteryzujący się wywozem kapitału na cele produkcyjne oraz internacjonalizacją handlu i

² K. P. S a u v a n t, F. G. L a v i p o u r, Controlling Multinational Enterprises, Wilton House Publ., London 1976, s. 77-285.

produkcji w wyniku powstania i rozwoju wielkich korporacji ponadnarodowych. Motywy łączenia się przedsiębiorstw zarówno o równorzędnym potencjale produkcyjnym i finansowym, jak i partnerów o nierównej wielkości, zostały szczegółowo omówione w pracy pt. "Wielkie korporacje - analiza ekonomiczna"³. Tamże zanalizowano motywy finansowe, o charakterze spekulacyjnym, skłaniające duże firmy akcyjne do dokonywania fuzji w celu osiągnięcia tzw. darmowych zysków, powstających z łączenia się firm o różnym poziomie dochodów przypadających na jedną akcję.

Wielkość popytu i podaży na rynku przedsiębiorstw w Europie Zachodniej wynika z następujących okoliczności:

- 1) łączenia się małych firm dla zwiększenia efektywności działania na rynku (głównie w Wielkiej Brytanii),
- 2) łączenia się firm w celu stworzenia jednostek organizacyjnych zdolnych do przeciwstawiania się penetracji korporacji amerykańskich (we wszystkich krajach Europy Zachodniej),
- 3) penetracji kapitału amerykańskiego wykupującego istniejące firmy europejskie w ramach nowej strategii rynkowej korporacji amerykańskich⁴,
- 4) łączenia się dużych firm narodowych o charakterze monopolistycznym z podobnymi firmami w innych krajach w celu wspólnej eksploatacji poszerzonego rynku w ramach integracji zachodnioeuropejskiej oraz skuteczniejszego przeciwstawienia się korporacjom ponadnarodowym spoza Europy, do tego typu transakcji należą fuzje: Agfa-Gevaert (materiały światłoczułe), Philips-Siemens (płyty i taśmy muzyczne), VFW-Fokker (sprzęt samolotowy) i inne.

Natomiast w USA rynek, o którym mowa, kształtuje się pod wpływem następujących tendencji:

- 1) normalnego procesu koncentracji pionowej, nierozłącznie związanej z prawami rozwoju gospodarki kapitalistycznej, występującymi ze szczególnym nasileniem w gospodarce amerykańskiej;
- 2) powstawania konglomeratów, które stają się dominującym narzędziem ekspansji wielkich korporacji na rynku wewnętrznym i międzynarodowym;

³ Wielkie korporacje - analiza ekonomiczna, Warszawa 1972, s. 38-45.

⁴ R. H e l l m a n n, The Challenge to U.S. Dominance of International Corporation, Dunellen Publishing Comp. Inc., New York 1970, s. 270.

3) wykupywania przedsiębiorstw amerykańskich przez kapitał europejski i japoński.

Szereg wymienionych okoliczności związany jest ze sferą obrotu przedsiębiorstwami w skali międzynarodowej. W okresie największego nasilenia zewnętrznej ekspansji kapitałowej korporacji amerykańskich (lata sześćdziesiąte), dostępne dane pozwalają na ustalenie następujących tendencji⁵.

T a b e l a 1

Tendencje w obrocie przedsiębiorstwami w latach 1963-1968

Rok	Europa			Świat		
	zakup	sprzedaż	saldo	zakup	sprzedaż	saldo
1963	147	7	140	228	52	176
1964	321	3	318	429	166	263
1965	258	2	256	369	90	279
1966	433	4	429	591	29	562
1967	312	75	237	508	318	190
1968	511	145	366	765	196	569
Razem	1 982	236	1 746	2 890	851	2 039

Ź r ó d ł o: "Survey of Current Business" (U.S. Dept. of Commerce), różne lata.

Okolicznością ułatwiającą do niedawna firmom amerykańskim nabywanie przedsiębiorstw europejskich była zaniżona wartość aktywów tych ostatnich, co na tle wysrubowanych cen rynku papierów wartościowych w USA czyniło z Europy atrakcyjny rynek. Sytuacja taka trwająca do końca lat sześćdziesiątych ułatwiała wykupywanie firm europejskich, tym bardziej że wspomagana była dwoma dodatkowymi czynnikami: nadwyżkami kapitałowymi w dyspozycji korporacji amerykańskich nie znajdującymi lokat na rynku miejscowym oraz wysokim kursem waluty amerykańskiej, co umożliwiało dokonywanie tanich zakupów za granicą wszystkich towarów, także zakupu przedsiębiorstw.

Obok tradycyjnych form wiodących do koncentracji siły ekonomicznej w coraz mniejszej ilości przedsiębiorstw, jakimi są integracja pionowa i pozioma, tworzenie przedsiębiorstw o charakterze konglomeratów staje się dominującym zjawiskiem na rynkach najbar-

⁵"Survey of Current Business" (U.S. Dept. of Commerce), różne lata.

dziej uprzemysłowionych krajów kapitalistycznych. Cechą charakterystyczną konglomeratów jest dążenie do maksymalnie korzystnych lokat dla nadwyżek akumulacji poprzez dywersyfikację produkcji, rynków i ryzyka. W tym przypadku dywersyfikacja produkcji nie odbywa się w skali jednego zakładu czy przedsiębiorstwa, ale oznacza łączenie przedsiębiorstw wyraźnie różniących się charakterem produkcji, nie mających ze sobą żadnych powiązań technologicznych ani rynkowych.

Celso Furtado obliczył⁶, iż w początkach lat sześćdziesiątych zmalała w USA liczba wielkich korporacji wytwarzających bardzo ograniczoną liczbę produktów, natomiast zwiększyła się grupa korporacji, reprezentujących zdywersyfikowany profil produkcji. W ujęciu syntetycznym przedstawił to następująco.

T a b e l a 2
Dywersyfikacja produkcji wielkich korporacji w USA

Dywersyfikacja produkcji	1950	1962
1 rodzaj produktu	78	49
2-15 rodzajów produktów	354	233
16-50 rodzajów produktów	128	236
Więcej niż 50 rodzajów produktów	8	15

Ź r ó d ł o: O. S u n k e l, Capitalismo Transnacional y desintegración nacional en América Latina, Ediciones Nueva Vision, Buenos Aires 1972, s. 57-58.

Warto zauważyć, że o ile w dwóch pierwszych grupach producentów (do 15 rodzajów produktów) liczba wielkich firm zmalała w podanym przedziale czasu o 34,7%, to równocześnie liczba korporacji produkujących powyżej 15 rodzajów produktów zwiększyła się o 84,5%.

Konglomeraty nie ograniczają swojej działalności jedynie do rynku wewnętrznego. Są one ze względu na strategię rozwoju (dywersyfikacja produkcji, rynków i ryzyka) - najbardziej dynamicznym czynnikiem światowego handlu przedsiębiorstwami. Właśnie konglomeraty są najczęściej "klientami", pojawiającymi się na rynku przedsiębiorstw i szukającymi interesujących lokat. Ekspansja zewnętrzna odpowiada ich potrzebom wzrostu, w szczególności kiedy osiągnięcie

⁶ O. S u n k e l, Capitalismo Transnacional y desintegración nacional en América Latina, Ediciones Nueva Vision, Buenos Aires 1972, s. 57-58.

stanu sytuacji monopolistycznej lub oligopolistycznej ogranicza dalszą możliwość rozwoju. "... Wymagania wzrostu pchają przedsiębiorstwa do zainteresowania się rynkami, na których te możliwości nie zostały wyczerpane z uwagi na brak produkcji miejscowej lub dlatego, że znajdują się one w rękach przedsiębiorstw nie mogących stanowić przeszkody w inwazji, ponieważ są zbyt słabe technicznie lub finansowo"⁷.

Poza konglomeratami amerykańskimi operującymi w Europie Zachodniej i pozostałych krajach kapitalistycznych uprzemysłowionych, jak również w niektórych zaawansowanych w rozwoju krajach rozwijających się, dużą aktywność wykazują korporacje europejskie i japońskie o wyspecjalizowanym profilu produkcji (a więc nie typu konglomerat), wykupując na obcych rynkach istniejące już przedsiębiorstwa w celu włączenia ich we własną strategię działania w skali międzynarodowej. Dotyczy to przenikania jednych partnerów europejskich ugrupowań integracyjnych na rynki pozostałych państw, jak również wykupywania na terenie USA istniejących firm amerykańskich dla wzmocnienia pozycji na tym największym współczesnym rynku zbytu. Ta tendencja przybiera na sile, mimo że ustawodawstwo amerykańskie okazuje się w tym względzie znacznie mniej łagodne dla inwestycji obcego kapitału niż w krajach, w których kapitał amerykański przywykł operować.

Do grona potencjalnych nabywców firm europejskich i amerykańskich doszły ostatnio organizacje rządowe oraz prywatne wspierane funduszami rządowymi. Dotyczy to głównie niektórych krajów rozwijających się, dysponujących dużymi wpływami z tytułu eksportu (np OPEC). Pierwsze zrealizowane transakcje zdają się świadczyć raczej o chęci lokat kapitałowych w istniejących i dobrze prosperujących przedsiębiorstwach niż uzyskiwania tą drogą instrumentów polityki marketingowej.

II. Podstawowe cechy towaru i rynku w przypadku obrotu przedsiębiorstwami

Przedsiębiorstwa w gospodarce kapitalistycznej, niezależnie od swej wielkości i form, służą do wytwarzania produktów i usług przeznaczonych do wymiany. Same mogą stać się również towarami wówczas,

⁷ F. E g u i d a z u, *Las Causas de la Inversion Directa*, [w:] *Política Económica de las Corporaciones Multinacionales*, Buenos Aires 1975, s. 158.

kiedy ich dotychczasowi właściciele zdecydują się na transakcję wymienną, której przedmiotem w ofercie jednej ze stron będzie przedsiębiorstwo. Warunkiem kupna towaru jest posiadanie przez niego cechy wartości użytkowej. Przedsiębiorstwo jako towar spełnia tę cechę, ponieważ:

- służy do osiągnięcia zysków, staje się szczególnym narzędziem, od którego sprawności, nowoczesności, rentowności w działaniu zależy skala i masa zysku;
- zapewnia dalszą ekspansję, pozwala na poszerzenie udziału w rynku;
- wzmacnia pozycję wobec konkurencji, służy do osłabienia lub wyeliminowania konkurencji;
- pozwala urzeczywistnić dążenie do zmonopolizowania rynku.

W przedsiębiorstwie występującym jako towar znajduje się wartość wynikająca z nakładów pracy ludzkiej. Każde przedsiębiorstwo jest bowiem wynikiem określonej pracy ludzkiej: zarówno abstrakcyjnej według pojęć Marksa, jak i konkretnej, specjalistycznej określonych fachowców. I chociaż praca konkretna nie może określać wartości towaru, w tym szczególnym przypadku, jakim jest przedsiębiorstwo, decyduje o wartości użytkowej i - w efekcie - o cenie rynkowej. Często o wartości przedsiębiorstwa (wyrażonej w cenie i zniekształconej przez charakter wartości użytkowej, tkwiącej w przedsiębiorstwie jako towarze) decyduje zasób wiedzy reprezentowanej przez określonych fachowców. Jako przykład może posłużyć sprawa z końca 1966 r., w której amerykańska firma Varian Associates z Kalifornii zamierzała wykupić brytyjską firmę Edwards' High Vacuum Ltd., produkującą urządzenia próżniowe. Cena rynkowa przedsiębiorstwa brytyjskiego według notowań giełdy (ceny akcji) wynosiła ok. 10 mln dol. Firma amerykańska w toku bezpośrednich negocjacji z głównymi akcjonariuszami i zarządem gotowa była zapłacić cenę o 53% wyższą, co podnosiło wartość transakcji do 15 mld dol. Jednak personel techniczny i naukowo-badawczy złożył oświadczenie o rezygnacji z pracy, jeżeli firma przejdzie pod zarząd amerykański, co uczyniłoby tę transakcję nierentowną dla nabywców amerykańskich. Zależało im bowiem nie tyle na urządzeniach technicznych fabryki, ile na jej pozycji na rynku międzynarodowym, z uwagi na wysokie kwalifikacje personelu technicznego⁸.

⁸ J. Mc Millan, B. Harris, *The American Take-Over of Britain*, Leslie Frewin Publishers Ltd., London 1968, s. 94-99.

Popyt na przedsiębiorstwa, podobnie jak na inne towary występujące na rynku kapitalistycznym, kształtowany jest przez następujące czynniki:

- konkretne wymogi nabywcy, wynikające z przyjętej strategii (czynnik ten można przyrównać w przypadku innych towarów do gustu konsumentów w kształtowaniu popytu);

- środki finansowe będące w dyspozycji nabywcy;

- poziom ceny.

Spośród szeregu czynników określających wielkość podaży tego specyficznego towaru wymienić można:

- poziom kosztów prowadzenia działalności gospodarczej w ramach przedsiębiorstwa, wynikający z dostępności środków produkcji, siły roboczej, środków finansowych, systemu podatkowego, obciążeń na cele socjalne itp.;

- przepisy dotyczące obcych kapitałów, możliwości inwestowania przez cudzoziemców, osiągania i wywozu zysków, repatriacji kapitału, zatrudnienia cudzoziemców, zakresu ingerencji państwa w sferę polityki finansowej nabywcy itd.;

- poziom cen;

- szereg innych czynników, stanowiących motywację do podejmowania bezpośrednich inwestycji przez korporacje ponadnarodowe.

Rynek przedsiębiorstw z uwagi na wielkość w wartościach bezwzględnych, trudności w określeniu rzeczywistej ceny nabywanego przedsiębiorstwa, wielopłaszczyznowe i długookresowe konsekwencje rynkowe i finansowe dla nabywcy wyłonił potrzebę opracowania odpowiednich metod postępowania nabywcy dla zminimalizowania ryzyka. Plan działania powinien obejmować szereg czynności, zmierzających do:⁹

- identyfikacji celu transakcji wraz z określeniem swoich mocnych i słabych stron, które w wyniku transakcji mogłyby ulec przewartościowaniu;

- określenia cech charakterystycznych przyszłej firmy (np. rozmiar, typ nieruchomości i jej lokalizacja, główne asortymenty produkowanych towarów, sprawy badań i rozwoju, jakie elementy ze sfery marketingu będą najbardziej przydatne, czy zarząd oraz wyższe kierownictwo techniczne pozostanie na miejscu po zmianie właści-

⁹ D. J. E l l i s, P. P. P e k a r, Market Expansion Through Acquisition - A Planned Approach, "Industrial Marketing Management" 1977, Vol. 6, No 6, s. 446-450.

cieli, perspektywy rozwoju - czy firma jest statyczna czy rozwojowa, czy rozwój jest trwały czy przypadkowy, sprawy własności - filia czy joint venture itp.);

- znalezienia kandydatów i ich weryfikacja¹⁰ (źródła informacji o firmach, które mogą trafić na rynek, kryteria minimalne, ustalenie kolejności według przyjętych kryteriów);

- określenia form i zakresu pierwszych kontaktów, eliminacji firm nie spełniających wymogów strategii firmy nabywającej;

- ustalenia techniki negocjacji, głównych zasad transakcji i zebrania ostatecznych informacji;

- określenia ostatecznych formalności związanych z zakupem.

Włączenie nowej firmy do organizacji nabywcy wymaga pewnego czasu. Często w pierwszej fazie pozostawia się nabytemu przedsiębiorstwu możliwość kontynuowania dotychczasowej działalności, a firma nabywająca ogranicza się jedynie do zarządzania sprawami finansowymi, księgowymi i kadrowymi. Stopniowo przejęta firma realizuje nowe funkcje wyznaczone jej w ramach ogólnej strategii nabywców. Jednakże nabywcy amerykańscy w mniejszym stopniu niż europejscy przywiązują wagę do aktualnej rentowności kupowanej firmy lub jej bezpośrednich perspektyw rozwoju. Nabyty obiekt traktują raczej jako fizyczną bazę do działania w ramach ogólnej strategii korporacji. Z reguły oznacza to szybkie wprowadzenie własnych koncepcji kierowania przedsiębiorstwem, stosowania marketingu, transferu nowych technologii itp.

Wszechstronna wycena nabywanej firmy jest konieczna dla uniknięcia strat związanych z zakupem. W tym celu - dla zyskania czasu na analizę - rezerwuje się opcję zawarcia transakcji w określonym terminie. W dokumencie dotyczącym opcji zamieszcza się uwagę, że będzie tylko wówczas skuteczna, jeśli w przyjętym terminie ceny akcji nabywanej nie spadną na miejscowej giełdzie poniżej określonego minimum.

Niewątpliwie jednym z trudniejszych problemów jest ustalenie ceny przedsiębiorstwa. W kategoriach teoretycznych cena będzie funkcją szeregu czynników, z których najważniejszy jest stopień zwiększenia udziału w rynku - wyrażony w rentowności - dzięki wykupieniu konkurencyjnego przedsiębiorstwa. Jak wynika ze specjalnych

¹⁰ C. Davis Fogg, New Business Planning: The Acquisition Process, "Industrial Marketing Management" 1976, Vol. 5, No 2/3, s. 95-113.

studiów podjętych przez Strategic Planning Institut (wyodrębniony w 1975 r. z Harvard Business School), czynnikiem, który w decydujący sposób wpływa na rentowność przedsiębiorstwa, jest udział w rynku¹¹. Przedstawia to następująca tab. 3.

T a b e l a 3

Związek pomiędzy udziałem w rynku
a rentownością mierzona w odsetkach
od wyłożonego kapitału

Udział w rynku	Rentowność
Poniżej - 7	9,6
7 - 14	12,0
14 - 22	13,5
22 - 36	17,9
Powyżej - 36	30,2

Ź r ó d ł o: D. S. H o p k i n s,
New Emphases in Product Planning and
Strategy Development, "Harvard Business
Review" 1977, Vol. 6, No 6, s. 410-419.

Do bardziej pragmatycznych czynników kształtujących cenę przedsiębiorstwa należy zaliczyć:

1. Rodzaj dotychczasowej produkcji nabywanego przedsiębiorstwa - na ile zbieżny z istniejącym profilem produkcji pozostałych przedsiębiorstw korporacji. Zbieżność może spowodować naruszenie ustaw antymonopolowych, ale równocześnie może oznaczać eliminację lub ograniczenie konkurencji. Obydwa czynniki mają wpływ - aczkolwiek różny - na cenę firmy, której aktywami zamierza się zawładnąć. Jeśli strategia przedsiębiorstwa wymaga łączenia się przedsiębiorstw w układzie pionowym lub poziomym dla zapewnienia skuteczniejszego działania na rynkach - wówczas główne zainteresowanie nabywcy skieruje się ku tym przedsiębiorstwom, które mogą służyć takiej strategii.

2. Podatność nabywanego przedsiębiorstwa na zmianę profilu produkcji, gdyby ze strategii produktu stosowanej przez nabywcę wynikała taka konieczność. Duża elastyczność w "przeprofilowaniu"

¹¹ D. S. H o p k i n s, New Emphases in Product Planning and Strategy Development, "Harvard Business Review" 1977, Vol. 6, No 6, s. 410-419.

świadcząca o odpowiednim poziomie wyposażenia technicznego i kadrowego ma wyraźny wpływ na cenę.

3. Ocena kadry produkcyjnej i inżynierskiej, jej wiek, struktura zatrudnienia, wykształcenie, zaplecze naukowe, osiągnięcia we wdrożeniach innowacji itp. Bardzo istotny czynnik: czy kadra inżyniersko-badawcza pozostanie w przedsiębiorstwie po zmianie właściciela.

4. Dotychczasowa i spodziewana rentowność w długim okresie (w zależności od strategii nowych właścicieli). Bardzo często stosuje się sprawdzenie przez niezależnego biegłego bilansów firmy za co najmniej pięć lat, żąda się szczegółowych danych dotyczących sprzedaży w podziale na grupy towarowe i regiony geograficzne wraz z przewidywaniami na przyszłość.

5. Reakcja społeczeństwa na wiadomość o fuzji, ryzyko powstania nacjonalistycznych ruchów, protestów itp. manifestacji, osłabiających dotychczasowy prestiż firmy nabywającej.

III. Rola państwa kapitalistycznego w obrocie przedsiębiorstwami

Powstawanie coraz większych jednostek gospodarczych nie może pozostawać bez wpływu na rynek. Chociaż zmniejszenie liczby konkurentów przyczynia się do intensyfikacji walki konkurencyjnej, to równocześnie jeszcze bardziej przyspiesza możliwość zawierania umów o charakterze monopolistycznym. Stąd niemal we wszystkich krajach kapitalistycznych rozwinęło się ustawodawstwo wymierzone przeciwko powstawaniu monopolu, karteli i innych form ograniczenia konkurencji. Okazało się jednak mało przydatne wobec nowego zjawiska w życiu gospodarczym krajów wysoko uprzemysłowionych, jakim są konglomeraty. Wykupywanie przedsiębiorstw, których produkcja nie uzupełniała koncentracji pionowej ani poziomej, nie naruszało ustaw antymonopolowych, jednakże ich absolutny wzrost, odbywający się kosztem likwidowania samodzielności prawnej i ekonomicznej innych uczestników rynku, prowadzący do skupienia coraz większej potęgi ekonomicznej w niewielkiej grupie przedsiębiorstw, budził niepokój. Doprowadziło to do opracowania szeregu aktów prawnych regulujących obrót przedsiębiorstwami.

W USA już w końcu lat sześćdziesiątych opracowano projekty odpowiednich przepisów (Concentrated Industries Act) w odniesieniu do

pewnych kluczowych dziedzin przemysłu oraz zaproponowano tzw. Merger Act, którego celem było ustalenie kryteriów dopuszczających obrót przedsiębiorstwami. Po wielu dyskusjach i "okrojeniach" dokonanych w wyniku nacisków przedstawicieli wielkiego biznesu ustawy te zostały uchwalone, dając Sądowi Najwyższemu prawo do badania okoliczności proponowanych fuzji oraz do wyrażenia na nie zgody. Również w Wielkiej Brytanii, gdzie nie ma istotnych ograniczeń w obrocie przedsiębiorstwami, większe transakcje wymagają jednak pewnego uzasadnienia. Na przykład tak duże transakcje, jak wykupienie firmy Rootes przez Chrysler w 1967 r. lub F. Pye przez Phillips wymagały przyjęcia zobowiązania przez nabywców, że utrzymany zostanie eksport w nie mniejszych proporcjach niż przed zmianą właścicieli.

W większości państw ograniczenia w nabywaniu miejscowych przedsiębiorstw przez firmy obce pokrywają się z ograniczeniami wobec inwestorów i dotyczą głównie dziedzin zarezerwowanych dla państwa. Przykładowo: w Szwecji i w Norwegii obca firma nie może uzyskać zgody na wykupienie (ani na nową inwestycję) przedsiębiorstw działających w przemyśle leśnym i fabrykach papieru, ponieważ dziedziny te traktuje się jako dobro narodowe. W Szwajcarii ustawodawstwo przewiduje, że firmy przejęte przez obce przedsiębiorstwo muszą mieć obywateli szwajcarskich w radach dyrekcyjnych, mają ograniczenia w zakresie zgody na zatrudnianie cudzoziemców, dzierżawienia nieruchomości itp.

Najpopularniejszym ograniczeniem jest wysokość udziału cudzoziemców w zarządzaniu firmą, co bardzo skutecznie ogranicza kontrolę nad firmą i niejednokrotnie zapobiega wykupywaniu przedsiębiorstw miejscowych.

Ustawy antymonopolowe oraz inne ograniczenia w nabywaniu przedsiębiorstw inicjowane i nadzorowane przez rządy poszczególnych państw wynikają z ochrony interesów konsumentów oraz z chęci zapobiegania powstawaniu zbyt dużych jednostek gospodarczych, z którymi rząd nie mógłby sobie poradzić w toku pełnienia funkcji. Podobny charakter mają ograniczenia wobec obcych przedsiębiorstw. Ale istnieją sytuacje, w których danemu państwu zależy na ułatwieniu własnym przedsiębiorstwom łączenia się w jednostki większe. Tak np. w Wielkiej Brytanii i we Francji w latach 1950-1965 państwo stymulowało fuzje firm w celu wzmocnienia gospodarki narodowej przed penetracją kapitału amerykańskiego. W Wielkiej Brytanii pod au-

spicjami National Economic Development Council podjęto kampanię na rzecz popularyzacji idei łączenia się firm na rynku wewnętrznym oraz na skalę międzynarodową¹², a władze EWG opracowały nawet statut tzw. Spółki Europejskiej w celu przyspieszenia fuzji przedsiębiorstw należących do właścicieli różnych krajów Wspólnoty. Również ustawodawstwo w krajach Paktu Andyjskiego na temat przedsiębiorstw wielonarodowych jest przykładem dążności państw rozwijających się do powstawania jednostek gospodarczych zdolnych do działania na skalę poszerzonych zintegrowanych rynków i do prób przeciwstawienia się korporacjom ponadnarodowym pochodzenia amerykańskiego i innych rozwiniętych krajów kapitalistycznych.

Maciej Stalmaszczyk

MARKET FOR COMPANIES IN STRATEGY OF BIG MULTINATIONALS

The article deals with international transactions whose object are companies. Acquisition of companies is a form of growth of capitalist firms. The author treats a company as a special commodity in the capitalist market conditions and he enumerates a number of characteristics, which are to justify this analogy. There are also listed seven factors determining the size of supply and demand on this market, as well as factors affecting the company price directly. The performed analysis has also encompassed technical elements of these specific transactions and constraints imposed on trade in companies by some capitalist states.

¹² Ostatnio podnoszą się jednak w Wielkiej Brytanii głosy, ostrzegające przed dalszym wzrostem wielkości przedsiębiorstw oraz sugerujące, że fuzje firm winny być utrudnione, a w każdym razie szczegółowo uzasadniane merytorycznie. Asumptem do tych obaw było stwierdzenie, iż 100 największych brytyjskich przedsiębiorstw przemysłowych zwielokrotniło swój udział w produkcji netto kraju (w 1909 - 16%, 1953 - 27%, 1963 - 37%, 1970 - 39%, 1972 - 41%). Vide: D. F r o s t, A Critical Approach to Mergers, "The Journal of the London Chamber of Commerce and Industry", Jan-Feb. 1979, s. 7.