

## PREDAVANJE 5

### Karakteristike industrija visoke tehnologije

#### Industrije visoke tehnologije

- Različiti kriteriji definiranja
- EUROSTAT podjela prema NACE (franc. **Nomenclature générale des Activités économiques** dans les Communautés Européennes, engl. Statistical classification of economic activities in the European Communities)
- OECD definira industrije visoke tehnologije na bazi usporedbe R&D intenziteta, izračuna koji predstavlja omjer troškova R&D i prodaje
- zrakoplovna i svemirska, farmaceutika, IT oprema i uredski strojevi, elektronički materijali, komunikacijska oprema i znanstveni instrumenti (medicinski, precizni i optički)
- U razdoblju 1980.-2003.
- **proizvodnja u industrijama visokih tehnologija rasla 6,4% godišnje**
- za ostale industrijske proizvode po stopi od 2,4%

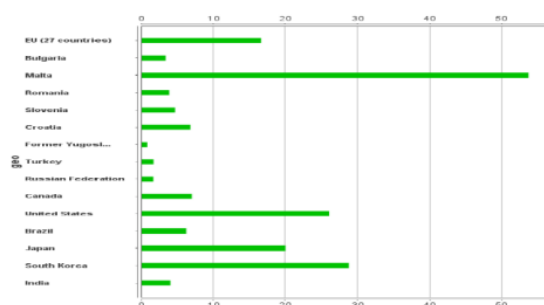
EUROSTAT podjela proizvodnih industrija prema tehnološkom intenzitetu  
EUROSTAT podjela proizvodnih industrija prema tehnološkom intenzitetu

| Proizvodne industrije                           | NACE 2  |
|---|---|
| <b>High-technology</b>                          | 21: proizvodnja osnovnih farmaceutskih proizvoda i preparata<br>26: proizvodnja računalnih, elektroničkih i optičkih proizvoda<br>30.3: proizvodnja zračnih, svemirskih i povezanih uređaja   |
| <b>Medium-high technology</b>                   | 20: proizvodnja kemikalija i kemijskih proizvoda<br>25.4: proizvodnja oružja i municije<br>27-29: proizvodnja električne opreme, proizvodnja strojeva i opreme, proizvodnja motornih vozila, prikolica i poluprikolica<br>30: proizvodnja druge transportne opreme isključujući 30.1: izgradnja brodova i čamaca i 30.3: proizvodnja zračnih, svemirskih i povezanih uređaja<br>32.5: proizvodnja medicinskih i stomatoloških instrumenata i zaliha   |
| <b>Medium-low technology</b>                    | 18.2: umnažanje medija za snimanje<br>19: proizvodnja koksra rafiniranih naftnih proizvoda<br>22-24: proizvodnja gume i plastičnih proizvoda, proizvodnja nemetalnih mineralnih proizvoda, proizvodnja osnovnih metala<br>25: proizvodnja metalnih proizvoda osim strojeva i opreme isključujući 25.4: proizvodnja oružja i municije<br>30.1: izgradnja brodova i čamaca<br>33: popravak i instalacija strojeva i opreme  |
| <b>Low technology</b>                           | 10-17: proizvodnja prehrambenih proizvoda, duhanskih proizvoda, tekstila, kože i vezanih proizvoda, drva i proizvoda od drva, papira i proizvoda od papira<br>18: ispis i umnažanje medija za snimanje isključujući 18.2: umnažanje medija za snimanje<br>31: proizvodnja namještaja<br>32: ostala proizvodnja isključujući 32.5: proizvodnja medicinskih i stomatoloških instrumenata i zaliha   |
| Usluge  | NACE 2  |
| <b>Knowledge-intensive services (KIS)</b>       | 50-51: vodeni transport, zračni transport<br>58-63: aktivnosti izdavaštva, proizvodnja pokretnih slika, video i televizijskih programa, aktivnosti izdavanja zvučnih publikacija i glazbe, aktivnosti programiranja i emitiranja, telekomunikacije, aktivnosti kompjuterskog programiranja, konzultiranja i povezanih aktivnosti, aktivnosti informacijskih usluga (dio J)<br>64-66: financijske i aktivnosti osiguranja (dio K)<br>69-75: pravne i računovodstvene aktivnosti, aktivnosti upravnice, aktivnosti menadžmenta i konzultiranja, arhitektonske i inženjerske aktivnosti, tehničko inženjering i analiza; znanstveno istraživanje i razvoj; marketinška i tražna istraživanja, druge profesionalne, znanstvene i tehničke aktivnosti, veterinarske aktivnosti (dio M)<br>78: aktivnosti zapošljavanja<br>80: sigurnosne i istraživačke aktivnosti<br>84-93: javna administracija i obrana, obvezna socijalna sigurnost (dio O), obrazovanje (dio P), ljudsko zdravlje i aktivnosti socijalnog rada (dio Q), umjetnost, zabava i rekreacija (dio R)<br>45-47: veleprodaja i maloprodaja, popravak motornih vozila i motocikala (dio G)<br>49: transport zemljišnim i putem cijevovoda<br>52-53: skladištenje i aktivnosti potpore transportu, poštanske i kurirske aktivnosti<br>55-56: usluge pružanja smještaja i hrane (dio I)<br>68: aktivnosti vezane uz nekretnine (dio L)<br>77: aktivnosti iznajmljivanja i leasinga<br>79: aktivnosti putničkih agencija, turoperatora i povezane aktivnosti<br>81: aktivnosti vezane uz usluge na održavanju zgrada i krajolika<br>82: uredske administrativne, potporne i druge poslovne potporne aktivnosti<br>94-96: aktivnosti članstva u organizacijama, popravak kompjutera, osobnih i kućanskih dobara, druge osobne uslužne aktivnosti (dio S)<br>97-99: aktivnosti kucanstva kao poslodavca domaćeg osoblja, aktivnosti proizvodnje dobara i usluga kucanstva za vlastitu uporabu, (dio T), aktivnosti izvan teritorijalnih organizacija i tijela (dio U) |
| <b>Less knowledge-intensive services (LKIS)</b> |   |
| Usluge  | NACE 2  |
| <b>High-tech knowledge-intensive services</b>   | 59-63: proizvodnja pokretnih slika, video i televizijskih programa, aktivnosti izdavanja zvučnih publikacija i glazbe, aktivnosti programiranja i emitiranja, telekomunikacije, aktivnosti kompjuterskog programiranja, konzultiranja i povezanih aktivnosti, aktivnosti informacijskih usluga<br>72: znanstveno istraživanje i razvoj  |

#### Izvoz proizvoda visokih tehnologija

Udjel u ukupnom izvozu 2006. (%), odabrane zemlje

Udjel u ukupnom izvozu 2006. (%), odabrane zemlje



## Internacionalizacija poslovanja

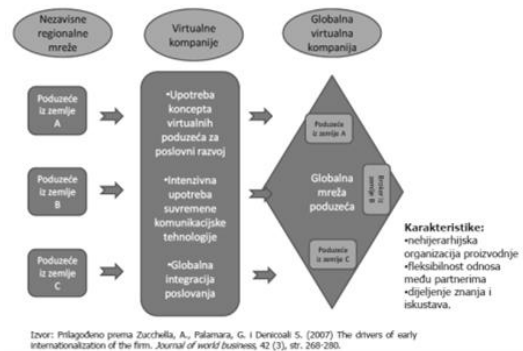
**Globalizacija** - mreža veza i odnosa između zemalja,

društava i organizacija koji tvore današnji globalni ekonomski sustav

#### Proces globalizacije rezultirao je

- smanjenjem ili ukidanjem barijera kretanju ljudi, roba i kapitala među zemljama
- većim stupnjem integracije zemalja
- jačom konkurencijom na tržištu
- novim načinima poslovanja, novim običajima i tržišnim uvjetima, strukturama i vezama među globalnim igračima
- Mala i srednja poduzeća & globalizacija
- Važnost odabira odgovarajuće strategije poslovanja:
- Specijalizacija
- Suradnja s malim poduzećima
- Suradnja s velikim organizacijama
- Mreže malih poduzeća
- Virtualna globalna poduzeća

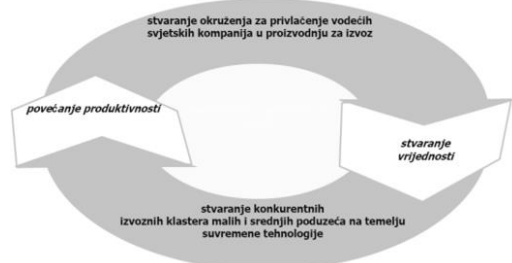
#### Virtualna globalna kompanija



#### Karakteristike:

- nehierarhijska organizacija proizvodnje
- fleksibilnost odnosa među partnerima
- dijeljenje znanja i iskustava.
- **Potencijalne prednosti:**
- diljenje troškova istraživanja i razvoja te troškova infrastrukture
- povezivanje komplementarnih ključnih sposobnosti
- skraćivanje vremena potrebnog za obavljanje poslova
- smanjivanje vremena potrebnog za izlazak novog proizvoda
- povećanje mogućnosti i prilika
- lakši pristup tržištima.
- **Potencijalni nedostaci:**
- gubitak kontrole nad procesima i dijelom poslovanja
- gubitak know-howa kao potencijalne konkurentske prednosti
- smanjivanje profita kroz eksternalizaciju aktivnosti.

#### Uključivanje u globalno tržište



#### E-poslovanje i e-trgovina

- **E-poslovanje** - obavljanje poslovnih procesa kroz elektroničke mreže (sama prodaja proizvoda preko interneta do bar-kodiranja u trgovinama, interaktivna televizija te veliki raspon drugih tehnologija)
- treba voditi boljim rezultatima poslovanja poduzeća i snižavanju troškova
- **E-trgovina**
- brzo se razvija i utječe na cijene i konvencionalni način trgovanja
- uštede određenih transakcijskih troškova na strani prodavatelja i na strani kupaca

## Integracija poslovnih funkcija u uvjetima elektroničkoga i globalnog poslovanja



## Globalne ekonomske institucije i poduzetništvo

□ **Svjetska trgovinska organizacija** (eng. World Trade Organization

WTO)

□ **Svjetska banka** (eng. World bank – WB)

• Međunarodna banka za obnovu i razvoj (engl. International Bank for Reconstruction and Development – IBRD)

• Međunarodno udruženje za razvoj (engl. International Development Association – IDA)

• Međunarodna financijska korporacija (engl. International Finance Corporation – IFC)

• Multilateralna agencija za garanciju investicija (engl. Multilateral Investment Guarantee Agency – MIGA)

• Međunarodni centar za rješavanje investicijskih sporova (engl. International Center for Settlement of Investment Disputes – ICSID)

□ **Međunarodni monetarni fond**

eng. International Monetary Fund – IMF

□ **Ujedinjeni narodi** (eng. United Nations – UN)

## Međunarodna financijska korporacija (IFC)

□ Ciljevi:

• poslovno okruženje: pomaže u stvaranju poduzetničke i investicijske klime

• mobiliziranje investicija: povećanje domaćih i stranih investicija

• poticaj malim i srednjim poduzećima: unapređenje konkurentnosti MSP-a mjereno osnivanjem MSP-a, rastom, zapošljavanjem i mogućnošću financiranja

• partnerstvo: kako bi dizajnirala i implementirala programe, razvija partnerstvo s donatorima, fondovima, korporacijama i drugim institucijama

□ **3 stupa strategije:**

1. poboljšanje poslovnog okruženja

2. mobiliziranje investicija

3. potpora malim i srednjim poduzećima.

□ **Programi:**

1. poboljšanja poslovnog okruženja

2. razvoja financijskog tržišta

3. javno-privatni infrastrukturni

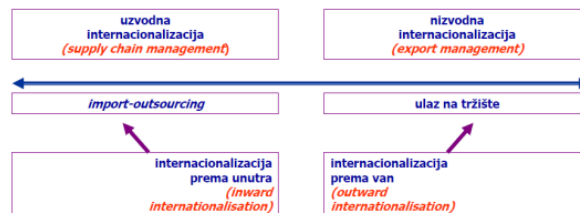
4. rasta investicija u specifičnim sektorima

5. razvoja poduzetništva i konkurentnosti malih i srednjih poduzeća.

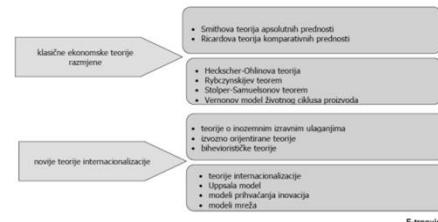
## Poticanje poduzetništva i lokalnog razvoja



## Tipovi internacionalizacije



## Teorije o procesu internacionalizacije

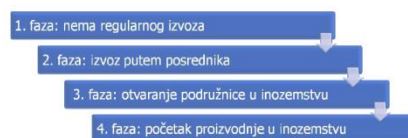


## Noviji modeli proučavanja internacionalizacije

□ Uppsala stage model

□ Johanson i Wiedersheim-Paul, 1975.g.

## 4. faze procesa internacionalizacije



## Inovacijski modeli internacionalizacije

□ Baziraju se na pionirskom radu Rogersa (1962.g.)

□ Glavni doprinosi modela vezani su uz mala i srednja poduzeća i početne faze njihovog međunarodnog širenja putem izvoza sve dok ne prihvate inozemna izravna ulaganja kao alternativan način internacionalizacije

## Modeli mreža

□ Osnovna ideja leži u izgradnji nehijerarhijskih sustava koji omogućuju poduzećima bolju i tješnju suradnju

□ u konačnici rezultira boljom i jačom tržišnom pozicijom

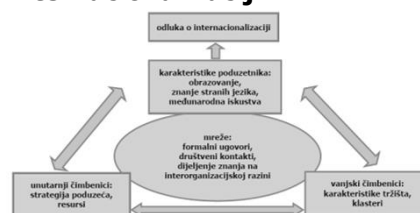
## Čimbenici internacionalizacije poduzeća

### Unutarnji & vanjski čimbenici

□ **Unutarnji čimbenici:** organizacijske i upravljačke sposobnosti, akumulacija znanja, interni resursi poduzeća

□ **Vanjski čimbenici:** tržišni uvjeti, veličina tržišta i potražnja, postojanje trgovinskih udruga, klastera i sličnih mreža, politički i ekonomski uvjeti zemlje

## Odluka o internacionalizaciji



## Razlozi izlaska na inozemno tržište

□ **Proaktivni pristup:** dodatni resursi, niži troškovi, poticaji, nova rastuća tržišta, iskorištavanje specifičnih prednosti poduzeća, porezi, ekonomija opsega, sinergija, snaga i prestiž

□ **Reaktivni pristup:** trgovinske barijere (zaobilazanje), međunarodni kupci (praćenje), međunarodna konkurencija, promijenjena regulacija, tržišne prilike koje su se pokazale

## Prepreke procesu internacionalizacije

□ **Tri grupe**

1. ograničene informacije o ciljanim tržištima

2. nedovoljna poduzetnička i upravljačka znanja o međunarodnom nastupu

3. nedostatak financijskih resursa i povećan rizik poslovanja

# Uvod u strategije izlaska na inozemna tržišta

## Najvažnije odluke izvoznog menadžmenta



## Definiranje ključnih tržišta

- Uključuje
- prikupljanje informacija o ključnim tržištima
- marketinške postupke i razinu sofisticiranosti
- ekonomske trendove i ključne čimbenike
- uvozu regulaciju i ograničenja (carine i ostalo)
- prodajni potencijal za proizvode
- ključne tržišne pokazatelje

## Ključni tržišni pokazatelji za analizu stranih tržišta

- politička i ekonomska stabilnost
- devizno tržište i raspoloživost deviza
- razina razvoja i industrijalizacije
- infrastruktura
- demografska obilježja
- uvozna ograničenja
- veličina tržišta i dohodak per capita
- veličina javnog sektora i zaduženost
- političko okruženje
- zakoni i regulacija
- zaštita lokalne industrije
- ostalo (jezik, religija, kultura)

## 5 faza procesa internacionalizacije (Kotler)

- 1. faza: odluka o međunarodnom širenju poslovanja
- 2. faza: odluka na koja tržišta ući
- 3. faza: odluka o načinu ulaska na odabrano tržište
- 4. faza: odluka o globalnom marketinškom programu
- 5. faza: odluka o globalnim marketinškim organizacijama

## Strategije izlaska na inozemna tržišta

- Prilikom izlaska na inozemna tržišta može se odlučiti za
- standardizaciju ili prilagodbu proizvoda u smislu prodaje istog proizvoda
- modificiranja proizvoda za druge zemlje
- dizajniranja novog proizvoda za nova tržišta
- uvođenje globalnog proizvoda
- Strategija ulaska na strano tržište ovisi o
- ocjeni spremnosti kompanije i proizvoda
- određenju ključnih tržišta
- odabiru i razvoju strategije ulaza
- implementaciji strategije
- odabiru načina i uvjeta nastupa i prodaje

- Različiti načini ovisno o troškovima, riziku, barijerama, ulasku i sl.
- Čimbenici koji utječu na način ulaska na tržište
- vlasničke prednosti, lokacijske prednosti, internalizacijske prednosti, potreba za kontrolom, raspoloživost resursa i globalna strategija
- Potencijalni načini
- izvoz, međunarodne licence, međunarodne franšize, ugovor o zajedničkoj proizvodnji, upravljanju i izvođenju projekta, zajednička vlasnička ulaganja, strateški savezi, sudjelovanje u klasterima i inozemna izravna ulaganja (FDI)

## Izvoz kao strategija poduzeća

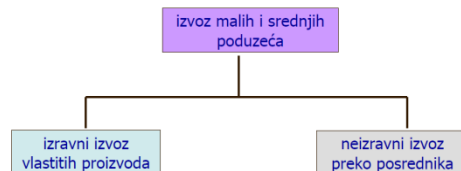
- Najčešće korišten, tradicionalan i etabliran način prodora na strana tržišta
- Prednosti
- niski troškovi, smanjenje rizika djelovanja na stranim tržištima i smanjen rizik proizvodnje budući da se obavlja na lokalnom tržištu,

mogućnost ostvarivanja ekonomije obujma, jačanje tržišne moći

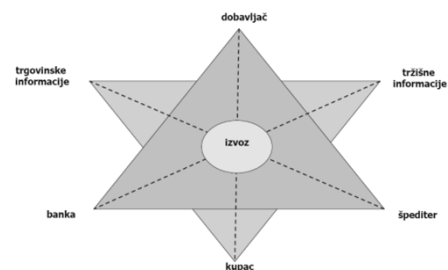
- Nedostaci
- stvaranje ovisnosti poduzeća o inozemnim agentima i njihovoj poslovnoj sposobnosti i korektnosti, opasnost od protekcionizma na pojedinim tržištima i sl.
- Pasivni i agresivni izvoz

- Što želimo postići izvozom?
- Je li izvoz usklađen s ostalim ciljevima kompanije?
- Kako će izvoz utjecati na resurse, menadžment, zaposlenike, proizvodne kapacitete i financije?
- Kako zadovoljiti potražnju za izvoznim proizvodom?
- Kakva je postojeća konkurentnost?
- Koja su specifična obilježja ciljnog tržišta?
- Je li potrebna izmjena proizvoda i je li moguća?
- Kolika je cijena proizvoda i kako je određena?

## Izravni i neizravni izvoz MSP



## Mreža servisiranja izvoza



## Izvozno tržišno orijentirane aktivnosti

- Tri osnovna preduvjeta ili čimbenika utjecaja na izvozno tržišno orijentirane aktivnosti poduzeća

1. Izvozno iskustvo
2. Ovisnost o izvozu
3. Koordinacija izvoza



## Uspješnost izvoza

- Za uspješan nastup na inozemnim tržištima menadžment izvoznog poduzeća mora usmjeriti pozornost na
- fokusiranje na internacionalnu kulturu
- multijezičnu ekipiranost
- poistovjećivanje s inozemnim kupcima
- poznavanje međunarodne regulacije
- kompjutorsku i logističku opremljenost
- sposobnost upravljanja rizicima
- kolaboracijsku umreženost

## Mjerenje uspješnosti izvoza

- **ekonomski aspekt:** profitabilnošću ili obujmom prodaje
- **tržišni aspekt:** veličinom tržišnog udjela, ugledom poduzeća, stupnjem zadovoljstva
- **bihevioralni ili situacijski pristup:** rabi stavove prema izvozu, dihotomiju izvoznika i onih koji ne izvoze
- **strateški aspekt:** stupnjem ostvarenja dugoročnih ciljeva kao što su razvoj sposobnosti, sudjelovanja u poslovnim mrežama i slično
- **aspekt cjelokupnog poslovanja:** percipiranim uspjehom, stupnjem zadovoljstva ostvarenim izvoznim aktivnostima, potvrdom i ostvarenjem očekivanja

## PREDAVANJE 6

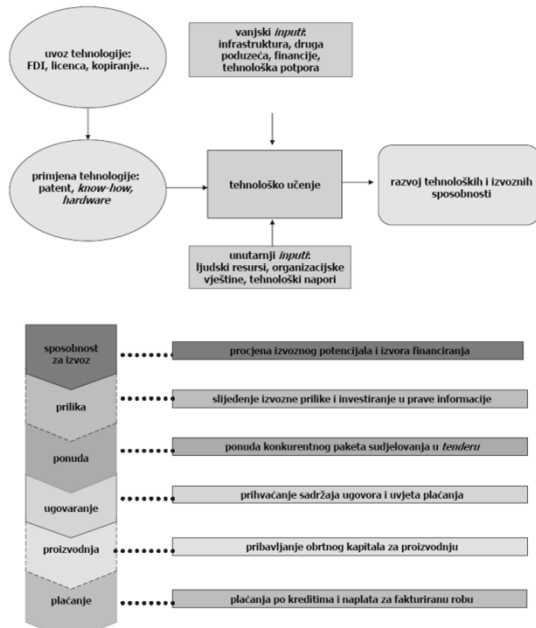
### Strategija nastupa na inozemnim tržištima

MSP – Mala i srednja poduzeća

MSP moraju proći kroz specifičan **proces učenja** za uspješnost izvoznog poduzeća

- započinje shvaćanjem važnosti tehnologije i njezinim uvozom bilo putem inozemnih izravnih ulaganja, licencom ili kopiranjem od drugih
- usvajanje znanja o uporabi tehnologije kojom bi se omogućilo poduzeću stvaranje novih proizvoda/usluga, znanja i vrijednosti angažiranjem unutarnjih i vanjskih inputa poduzeća

#### PROCES UČENJA PODUZEĆA:



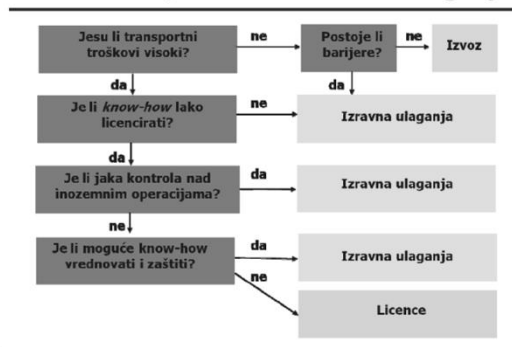
#### Strategije nastupa na stranim tržištima

- **Licenca** - oblik ugovornog posla kojim poduzeće davatelj licence, daje inozemnom poduzeću primatelju dozvolu korištenja proizvodnih procesa, tržišne marke, know-how-a ili drugih vještina prema ugovoru
- **Franšiza** - ugovorni posao kojim davatelj franšize daje pravo korištenja tržišne marke i imena primatelju franšize te pravo obavljanja poslovnih aktivnosti u skladu s navedenim odredbama ugovora
- **Zajedničko ulaganje** kao jedan od oblika inozemnih ulaganja je oblik poduzeća u kojem dva ili više ulagača dijele vlasništvo i kontrolu upravljanja i odlučivanja
- **Inozemna izravna ulaganja** predstavljaju trajan interes i preuzimanje kontrole nad inozemnim poduzećem od strane ulagača
- **Spajanja i pripajanja** predstavljaju osnivanje poduzeća u punom vlasništvu pripajanjem ili spajanjem s postojećim poduzećem u stranoj zemlji

#### Odabir strategije izlaska na strana tržišta

- **Pravilo naivnosti**
  - poduzeće odabire jedan jedinstven način ulaska na sva strana tržišta
  - ne uzimaju se u obzir specifičnosti svakog tržišta i potrebe prilagođivanja tim tržištima kako bi se na najbolji način iskoristile specifične tržišne prilike
- **Pravilo pragmatičnosti**
  - poduzeće može birati različite strategije ulaska za različita strana tržišta
- **Pravilo strategije**
  - poduzeće bira među širokim spektrom mogućih strategija ulaska na strana tržišta
  - nerijetko se događa da poduzeće mora naći trade off između određenih postavljenih ciljeva i odabrane strategije

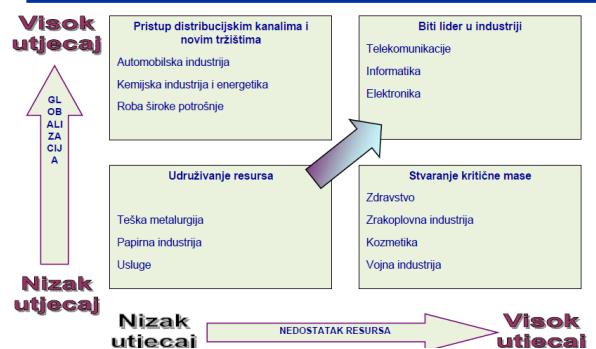
#### Izbor - izvoz, licenca ili izravna ulaganja



**Strateški savezi** predstavljaju najpopularniju strategiju internacionalizacije MSP u industrijama visoke tehnologije

- Savezi su oblici kooperacije između jednog ili više samostalnih poduzeća u kojima dijele rizike i prihode s ciljem zajedničkog postizanja jače konkurentske pozicije

#### Primarni motivi stvaranja strateških saveza prema industrijama



#### Klasteri kao mogućnost nastupa na stranim tržištima

##### Tri ključna obilježja koncepta klastera

1. geografska koncentracija
  2. pružanje niza specijaliziranih i prilagođenih usluga određenim grupama poduzeća,
  3. klaster karakterizira poseban dinamičan društvenoorganizacijski element
- klasteri povezuju različite aktere u zemlji primjerice sveučilišta, poduzeća i regionalne, nacionalne i lokalne vlasti
  - nastoje potaknuti njihovu međusobnu suradnju
  - Stvaranje može biti motivirano:
    - olakšavanjem pristupa posebnim inputima, javnim dobrima i znanju
    - smanjenjem troškova poslovanja, razvoja novih proizvoda i usluga
  - Klasteri potiču povećanje inovacija i produktivnosti

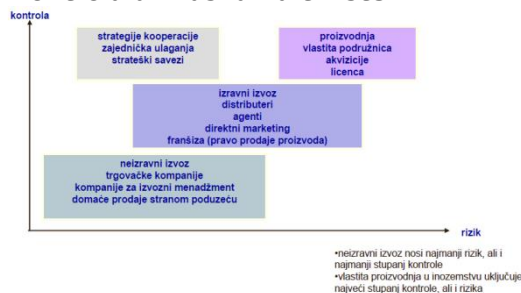




## Ekonomska struktura, produktivnost, regionalni *output* i regionalni uspjeh

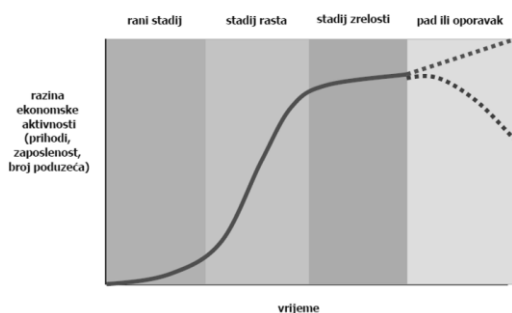


## Rizik i kontrola u izlasku na tržište

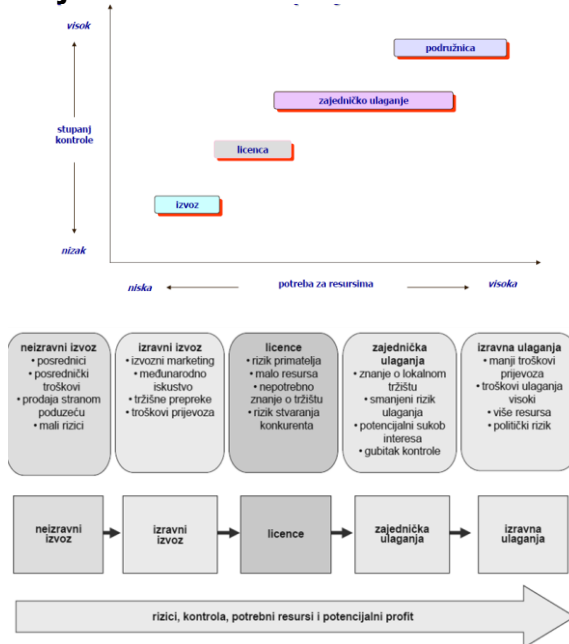


## Životni ciklus klastera

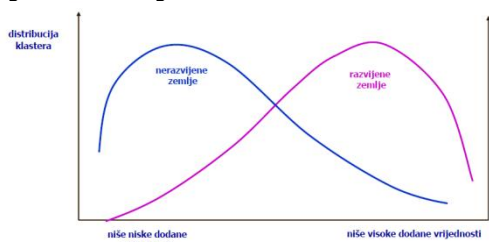
- Klaster ima svoj životni ciklus mjereno razinom ekonomske aktivnosti (prihodi, zaposlenost, broj poduzeća)
- Kad klaster ostari, nastaje rizik stagnacije i gubitka konkurentnosti (faza pada)
- Potrebno poduzeti određene aktivnosti kako bi se klaster transformirao
- proizvodnom diferencijacijom, tržišnim repozicioniranjem ili tehnološkim unapređenjima
- razvojem MSP putem razvijanja poduzetničke kulture, konzistentnosti vladinih politika i instrumenata za poticanje poduzetničkih aktivnosti, uklanjanja administrativnih zapreka
- razvoja tržišta kapitala, razvijanja infrastrukture institucija za podršku malom i srednjemu poduzetništvu, stimuliranja „izvoznog mentaliteta“ MSP te smanjivanja regionalne razvojne neravnoteže



## Stratesije izlaza na inozemno tržište



## Razlika u distribuciji klastera u razvijenim i nerazvijenim zemljama



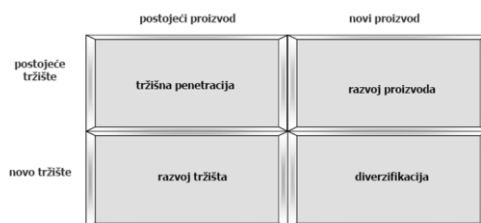
## Načini ulaska na tržište i razina uključenosti u međunarodna tržišta



## Implementacija strategije izlaska na inozemno tržište

- Koje su mogućnosti i koristi upotrebe interneta?
- Je li potreban posjet zemlji?
- Izbor predstavnika, agenata ili distributera?
- Otvaranje ureda ili predstavništva u toj zemlji?
- Početi li sa zajedničkim ulaganjem?
- Treba li obaviti reklamnu kampanju i tiskanje reklamnih materijala na jeziku zemlje?
- Koji su najbolji kanali distribucije?
- Jesu li potrebna odobrenja i garancije?

## Strategije rasta i konkurencija



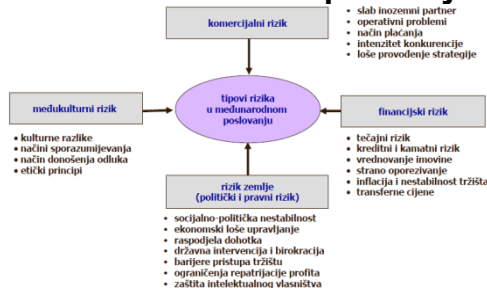
# Globalizacija i rizici poslovanja u međunarodnom poslovanju

- Povećana izloženost raznim rizicima u međunarodnom poslovanju kao i novi zahtjevi za brzim i učinkovitim prilagodbama globalnom okruženju
- Poduzeće može poboljšavati svoj položaj povećavanjem tržišnog udjela na postojećem tržištu i postojećim proizvodima (tržišna penetracija), ali je konkurencijom prisiljeno razvijati nova tržišta i/ili razvijati nove proizvode
- Izbor se u novije doba najčešće svodi na potrebu razvoja novih proizvoda i novih tržišta procesom diverzifikacije

Velike promjene u poslovnim rizicima u uvjetima globalizacije, a koje uvjetuju ovi čimbenici:

- nove tehnologije donose nove rizike
- smanjene su mogućnosti kontrole
- rastu troškovi strateških grešaka
- 'virtualna organizacija' mijenja profil rizika
- konkurencija postaje sve intenzivnija
- povećavaju se mogućnosti poslovnih prijevara
- intenzivniji su globalizacijski i integracijski procesi
- dolazi do promjena regulacije na nacionalnoj i nadnacionalnoj razini
- rastu potrebe za fleksibilnim financiranjem

## Rizici u međunarodnom poslovanju



## Rizik deviznog tečaja

Tri tipa izloženosti:

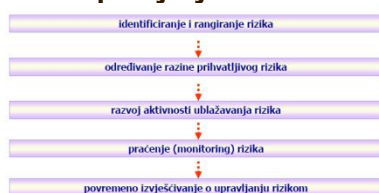
1. transakcijska izloženost
  - nastaje prilikom prodaje ili kupnje robe i usluga ili zaduživanja u stranoj valuti
  - promjene nominalnog tečaja utječu na tok novca denominiran u stranoj valuti
  - može se pokriti na terminskom deviznom tržištu
2. operativna izloženost
  - nastaje zbog utjecaja promjena tečaja na vrijednost budućih prihoda i troškova
3. translacijska izloženost
  - rizici vezani za dobitke ili gubitke koji nastaju zbog preračunavanja vrijednosti aktive i pasive nastale od investiranja u inozemstvu iz jedne valute u drugu (strane valute u domaću)

## Upravljanje rizikom

Mogućnosti izbora

- prihvatanje rizika i održanje postojećeg stanja
- prijenos rizika s jednog posla na drugi ili na osiguravatelja
- uklanjanje rizika napuštanjem poslovne jedinice ili područja djelovanja
- povećano izlaganje za postizanje većih očekivanih povrata
- smanjenje rizika putem poboljšanja kontrole i poslovnih procesa
- poduzimanje akcija za ublažavanje rizika promjenom poslovnog upravljanja

### Proces upravljanja rizikom:



## Osiguranje od rizika

- U svrhu smanjivanja rizika poduzeća pribjegavaju osiguranju projekata, izvoznih kredita i inozemnih izravnih

ulaganja

- Nositelj projekta osigurava se s više vrsta ugovora i sporazuma, o
- financiranju
- nabavi i ugradnji opreme
- djelovanju i održavanju
- opskrbljivanju
- prodaji
- osiguranju
- partnerstvu
- implementaciji/koncesiji

## Born global poduzeća

- Novi ili stari koncept?
- Više različitih definicija...
- Ono što je zajedničko većini autora koji su istraživali ovaj fenomen jest da prilikom definiranja born global poduzeća uzimaju izvozne aktivnosti kao važan čimbenik
- Dva su najvažnija kriterija po kojima se born global poduzeća razlikuju od tradicionalnih međunarodnih poduzeća
- brzina internacionalizacije (vremenski okvir)
- geografski opseg (broj tržišta)
- Born global poduzeća djeluju na pet ili više različitih stranih tržišta, dio su najmanje dva klastera i ostvaruju najmanje 25% udjela inozemne prodaje u ukupnoj prodaji

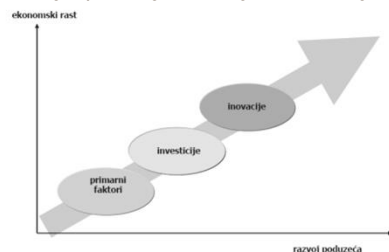
## Konkurentnost zemlje i poduzeća

### GLAVNI FAKTORI KONKURENTNOSTI:



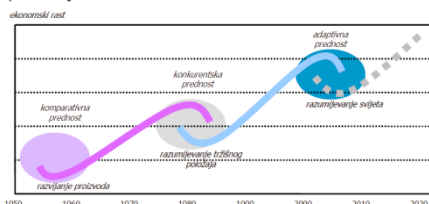
## Konkurentnost nacionalnog gospodarstva

- Nacionalna konkurentnost
- Stanje u kojemu zemlja može, u uvjetima slobodnog tržišta, proizvoditi robu i usluge koje zadovoljavaju zahtjeve svjetskog tržišta, a da istodobno održava ili povećava domaći realni dohodak
- Položaj zemlje na međunarodnom tržištu u usporedbi s položajem drugih zemalja sličnog stupnja ekonomskog razvoja
- Sposobnost neke zemlje da postigne uspjeh na svjetskom tržištu koji tada omogućuje bolji životni standard svima
- Ovisi o
- makroekonomskim karakteristikama poput ekonomske i političke stabilnosti, komunikacijske i institucionalne infrastrukture, pravnog sustava i dr.
- mikroekonomskim karakteristikama poput zdravoga poduzetničkog okruženja, poticanja inovacija, istraživanja i razvoja i drugo



## Trendovi ekonomskog razvoja

- Znatne promjene u čimbenicima ekonomskog rasta i postizanja konkurentnosti



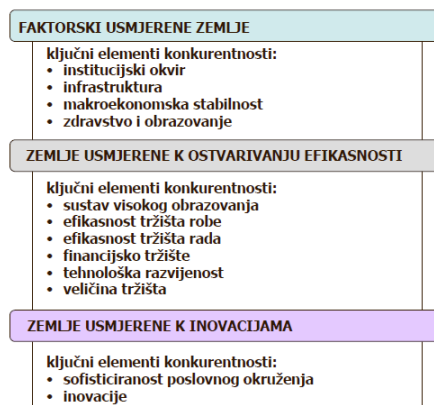
## Deset zlatnih pravila konkurentnosti

1. stvaranje stabilnog i predvidivog zakonskog okvira
2. rad na fleksibilnoj i prilagodljivoj ekonomskoj strukturi
3. investiranje u tradicionalnu i tehnološku infrastrukturu
4. unapređenje privatne štednje i domaćih investicija
5. razvoj agresivnosti na stranim tržištima kao i atraktivnosti za inozemna izravna ulaganja
6. usredotočenost na kvalitetu, brzinu i transparentnost u administraciji
7. uspostavljanje odnosa između razine plaća, produktivnosti i oporezivanja
8. zaštita društvene strukture putem smanjenja dispariteta plaća i jačanja srednje klase
9. jače investiranje u obrazovanje, osobito sekundarnu razinu obrazovanja i u trajno obrazovanje
10. unutarnja i vanjska ravnoteža ekonomije kako bi se osiguralo stvarno blagostanje i željeno očuvanje sustava vrijednosti

## Mjerenje konkurentnosti gospodarstva

- Publikacije s rezultatima mjerenja nacionalne konkurentnosti zemalja na godišnjoj razini
- Svjetski ekonomski forum (engl. World Economic Forum – WEF)
- Institut za razvoj menadžmenta (engl. Institute for Management Development – IMD)

## Dvanaest stupova konkurentnosti (WEF)



## Osnovni faktori i podfaktori konkurentnosti (IMD)

| Faktori konkurentnosti | Podfaktori konkurentnosti  |
|------------------------|--|
| ekonomska učinkovitost | <ul style="list-style-type: none"><li>• domaća ekonomija</li><li>• međunarodna trgovina</li><li>• međunarodne investicije</li><li>• zaposlenost</li><li>• cijene</li></ul>                         |
| državna učinkovitost   | <ul style="list-style-type: none"><li>• javne financije</li><li>• fiskalna politika</li><li>• institucionalni okvir</li><li>• poslovno zakonodavstvo</li><li>• društveni okvir</li></ul>           |
| poslovna efikasnost    | <ul style="list-style-type: none"><li>• produktivnost</li><li>• tržište rada</li><li>• financije</li><li>• menadžment</li><li>• stavovi i vrijednosti</li></ul>                                    |
| infrastruktura         | <ul style="list-style-type: none"><li>• osnovna infrastruktura</li><li>• tehnološka infrastruktura</li><li>• znanstvena infrastruktura</li><li>• zdravlje i okoliš</li><li>• obrazovanje</li></ul> |

## Konkurentne sposobnosti poduzeća

- Unutarnji čimbenici:
  - financijska sredstva
  - opskrbljenost resursima
  - upravljačke vještine
  - znanje i sposobnosti poduzetnika
- Vanjski čimbenici:
  - uvjeti u okruženju koji djeluju na poslovanje poduzeća: veličina tržišta, dostupnost financijskih usluga, opće gospodarsko okruženje u zemlji, itd.

## Konkurentna prednost poduzeća

Dva načina postizanja konkurentne prednosti:

1. Niži troškovi
  - ako su kupci cjenovno osjetljivi i nisu spremni plaćati više cijene za dodatna poboljšanja proizvoda/usluge
  - ako industriju obilježava ekonomija obujma, drugim riječima ako vladaju uvjeti u kojima se povećanjem obujma smanjuju jedinični troškovi
  - ako su mogućnosti poboljšanja industrijskog proizvoda ograničene prirodom samog proizvoda
2. Diferencijacija
  - razlike u: sirovinama i drugim inputima, tehnološkom razvoju, asortimanu proizvoda, proizvodnim procesima, marketingu i prodajnim aktivnostima

## Mjerenje konkurentne sposobnosti poduzeća

1. Pristup usmjeren na analizu potrošača
  - rabi se prilikom analize ključnih elemenata poslovanja i najčešće ga primjenjuju poduzeća koja djeluju ili planiraju djelovati na inozemnim tržištima i u SWOT analizi
2. Pristup usmjeren na analizu konkurencije
  - benchmarking je metoda identificiranja, analize i razumijevanja najboljih poslovnih praksi u određenoj industriji ili tržištu te njihova prihvaćanja i primjene s ciljem poboljšanja poslovnih procesa
  - potrebno: identificirati što se tom analizom želi postići; identificirati koji se procesi mogu analizirati; identificirati potencijalne benchmark organizacije; osigurati radionice i treninge za edukaciju o benchmarkingu; dobivene informacije prevesti u podatke i prijedloge

## Konkurentnost i izvozna orijentacija

- Najvažniji čimbenici konkurentnosti poduzeća i zemalja jesu
  - poticajna ekonomska politika
  - razvijen i međunarodno integriran financijski sektor
  - razvijena infrastruktura
  - menadžerske sposobnosti
  - znanost i tehnologija
  - obrazovani iiskusni radnici
- Ključno za uspjeh u izvozu i podizanje konkurentnosti poduzeća
  - dugoročna nastojanja menadžmenta za izvozom
  - dovoljni kapaciteti za ulaganje resursa u izvoznu proizvodnju
  - raspoloživi financijski resursi za potporu marketinga za ciljna tržišta
  - efikasni unutarnji sustavi za brzo prilagođivanje promjenama
  - kvalitetni proizvodi i usluge koji zadovoljavaju inozemne kupce
  - prodaja proizvoda po konkurentnoj cijeni i isporuka u ugovorenu roku
  - razvoj usluga koje prate proizvod (rezervni dijelovi i servisi)
  - jaka domaća poslovna baza
  - planiranje razvoja ciljnih izvoznih tržišta

## Kolaboracijska prednost poduzeća

- Kolaboracijska prednost temeljena je na suradnji, koordinaciji i kreativnosti na razini poduzeća, regije i nacionalne ekonomije
- Potencijalne koristi
  - ušteda troškova putem transfera najbolje prakse
  - uspješnije odlučivanje kao rezultat savjeta kolega iz drugih podružnica/poduzeća
  - povećani prihod nastao zbog dijeljenja stručnosti i proizvoda među podružnicama
  - inovacije kroz kombinaciju ideja i kolektivno djelovanje koje uključuje i disperzirane jedinice

| Teorija                 | Osnovna ideja  | Autori                     |
|-------------------------|--|----------------------------|
| apsolutna prednost      | bogatstvo nacije potječe od specijalizacije u proizvodnji s apsolutno nižim troškovima                             | Adam Smith 1776.           |
| komparativna prednost   | međunarodna specijalizacija i slobodna trgovina u skladu s komparativnim troškovima dovode do kolektivnog optimuma | David Ricardo 1817.        |
| konkurentna prednost    | 'dijamant' konkurentskih prednosti (strategija, konkurencija, potražnja i klasteri)                                | Michael Porter 1985.       |
| kolaboracijska prednost | znanje i informacijska tehnologija promijenili su konkurenciju, proizvodnju i trgovinu                             | razni autori 2005. - 2006. |

## PREDAVANJE 7

# Poduzetnička aktivnost, konkurentnost i ekonomski rast

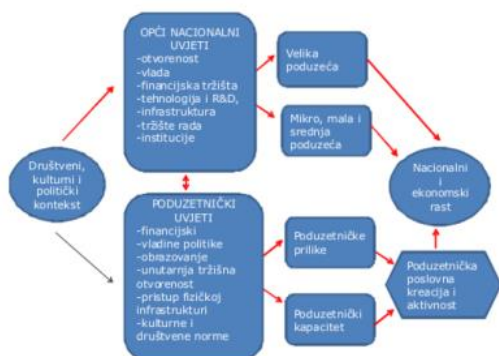
### Zašto poduzetništvo?

- Rast malih, inovativnih poduzeća vodi bržem transferu znanja, razvoju i boljem životnom standardu
- Uspjeh tržišta ovisi o duhu poduzetnika koji će razvijati nove proizvode i tehnologije te smanjivati troškove proizvodnje (Schumpeter)
- MSP su produktivniji, inovativni, fleksibilniji, prilagodljiviji promjenama
- Ekonomije s visokim udjelom MSP su otpornije eksternim šokovima

### Poduzetništvo - povezano s ekonomskim rastom

- Razina poduzetničkih aktivnosti objašnjava 70% razlika u ekonomskom rastu između zemalja
- Većina zemalja s visokom razinom poduzetničkih aktivnosti imaju nadprosječne stope ekonomskog rasta
- MSP i velika poduzeća - za uspjeh malih potrebno postojanje i dobro funkcioniranje velikih: izvori inputa, tržište za output

### Model nacionalnog ekonomskog rasta i uloga poduzetništva



### Visoko razvijene vs. slabije razvijene zemlje

- MSP u razvijenim zemljama
  - oko 99% ukupnog broja poduzeća
  - osiguravaju oko 50% zaposlenja
  - 50% prometa privatnog sektora
- MSP stvaraju
  - 51% BDP-a u visoko razvijenim zemljama
  - 39% u srednje razvijenim zemljama
  - 16% u slabije razvijenim zemljama (Ayyagari i Beck, 2003.)

### Poduzetničko okruženje i infrastruktura

- Ekonomski, institucionalni, politički i društveno-kulturni okvir zemlje utječe na poslovno okruženje, a time i na poduzetničke aktivnosti
- Na poduzetničke aktivnosti utječe trgovinska politika zemlje domaćina, kao i međunarodne trgovinske politike, pravni i administrativni okvir, programi vlade, financijski sustav zemlje, savjetodavne usluge i dr.

### Pristup poticanju poduzetništva



### Poticanje rasta MSP sektora

1. Institucionalni okvir za MSP politiku
  2. Vladavina prava
  3. Porezna politika
  4. Financijski instrumenti
  5. Savjetodavne usluge
  6. Implementacija poslovnih inkubatora
- Poticaji rastu MSP sektora omogućuju nekoj zemlji i stvaranje solidne srednje klase

### Globalni poduzetnički monitor - GEM

#### Global Entrepreneurship Monitor - GEM

2008 Executive Report - uključuje 43 zemlje

### Pitanja i ciljevi

1. Razlikuje li se razina poduzetničkih aktivnosti po zemljama i za koliko?
  2. Utječe li razina poduzetničkih aktivnosti na ekonomski rast?
  3. Koji faktori uvjetuju da zemlja bude poduzetnički aktivnija?
1. Mjeriti razlike u ranim fazama poduzetničkih aktivnosti između zemalja
  2. Otkriti faktore koji određuju razinu poduzetničkih aktivnosti
  3. Identificirati politike koje mogu povećati razinu poduzetničkih aktivnosti

### Tri grupe zemalja – osnova ekonomskog razvoja

1. **prirodni resursi** (engl. Factor Driven Economies): Angola, Bolivija, BiH, Kolumbija, Ekvador, Egipat, Indija, Iran
2. **efikasnost** (engl. Efficiency Driven Economies): Argentina, Brazil, Čile, Hrvatska, Dominikanska Republika, Mađarska, Jamajka, Latvija, Makedonija, Meksiko, Peru, Rumunjska, Rusija, Srbija, Južnoafrička Republika, Turska, Urugvaj
3. **inovacije** (engl. Innovation Driven Economies): Belgija, Danska, Finska, Francuska, Njemačka, Grčka, Island, Irska, Izrael, Italija, Japan, Republika Koreja, Nizozemska, Norveška, Slovenija, Španjolska, Velika Britanija, SAD

### Motiviranost za poduzetništvo

- Dva motiva za poduzetništvo:

  1. Spoznaja prilike za poduzetništvo
  2. Nužda odnosno nedostatak alternative

  - U stvaranju novih poduzeća najaktivnija populacija 25-34 godine
  - Poduzetnicima iz nužde najčešće postaju osobe iz grupe 45-54 godine

### Što znači ekonomska sloboda?

- Ekonomska sloboda je osnovno pravo svakog čovjeka da kontrolira svoj rad ili vlasništvo
- U ekonomski slobodnom društvu, pojedinci su slobodni raditi, proizvoditi, trošiti i investirati na bilo koji način žele, tu im slobodu jamči država
- U ekonomski slobodnom društvu rad, kapital i dobra se kreću slobodno
- Pravo da se poduzimaju dobrovoljni poslovi trgovine i razmjene bez posredovanja države ili druge prisile i prijevare
- Mogućnost pravne zaštite vlasničkih prava
- Pravo građana da raspoložu svojim zarađenim dohotkom

### Ekonomska sloboda - ključ...

- Visoke ekonomske djelotvornosti za progresivni društveni i humani razvoj
- Ekonomska je sloboda pretpostavka za rast i razvoj
- Dokazane su značajne veze između ekonomske slobode i pozitivnih socijalnih i ekonomskih vrijednosti
  - dohodak per capita, ekonomske stope rasta, razvoj ljudskog kapitala, demokracija, eliminacija siromaštva i zaštita okoliša

### Indeks ekonomske slobode (IES)

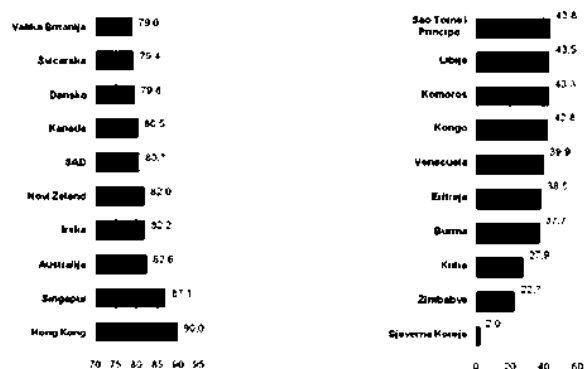
- Pokušaj identificiranja faktora koji čine neku zemlju ekonomski slobodnom
- Sastavljen od pokazatelja ekonomske slobode na temelju objektivnih podataka ili neovisnih istraživanja
- Rangiranje 183 zemlje prema kriteriju ekonomske slobode



## Komponente indeksa ekonomske slobode

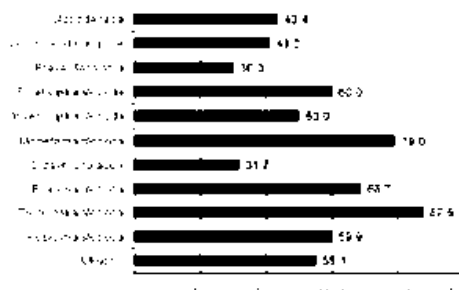
1. Sloboda rada
2. Sloboda od korupcije
3. Prava vlasništva
4. Financijska sloboda
5. Investicijska sloboda
6. Monetarna sloboda
7. Državni proračun
8. Fiskalna sloboda
9. Trgovinska sloboda
10. Poslovna sloboda

## IES - 10 naj(ne)slobodnijih zemalja



## Indeksi ekonomske slobode u HR 2009

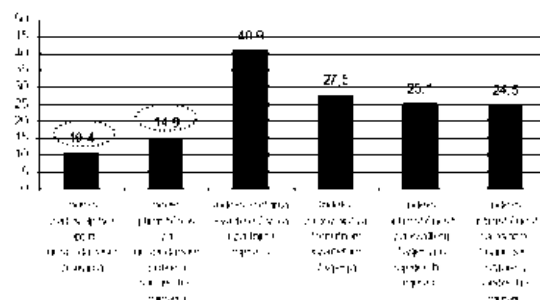
- 80-100 ekonomski slobodne zemlje
- 70-79,9 većinom ekonomski slobodne zemlje
- 60-69,9 umjereno ekonomski slobodne zemlje
- 50-59,9 većinom ekonomski neslobodne zemlje
- 0-50 ekonomski neslobodne zemlje



## Hendalov indeks optimizma građana

- Indeks optimizma važan je čimbenik procesu donošenja poslovnih odluka
- Ispitivanja se provode mjesečno na uzorku od 400 ispitanika starijih od 18 godina, u cijeloj Hrvatskoj
- Indeks je izrađen po uzoru na američki indeks optimizma koji provodi The TechnoMetrica Institute of Policy and Politics
- Indeks se prikazuje na skali od 0 (potpuni pesimizam) do 100 (potpuni optimizam) i označava srednju vrijednost **6 pod-indeksa**:
- Trenutno zadovoljstvo općim gospodarskim prilikama u RH
- Predviđanje gospodarskih prilika u narednih 6 mjeseci
- Zadovoljstvo kvalitetom života u proteklih 6 mjeseci
- Zadovoljstvo trenutnom kvalitetom življenja
- Predviđena stopa promjene kvalitete življenja u idućih 6 mjeseci
- Predviđena stopa promjene osobnog financijskog stanja u idućih 6 mjeseci

Pod-indeksi zadovoljstva životom u Hrvatskoj u srpnju 2009.



Najbliži potpunom pesimizmu

Izvor: Agencija Hendal

## Hendal-Liderov indeks poslovnog optimizma (HLIPO)

- Agencija za istraživanje tržišta Hendal u suradnji s poslovnim tjednikom Lider započeli s praćenjem indeksa u lipnju 2005.
- Uzorak istraživanja uključuje 400 velikih, srednjih i malih poduzeća u Hrvatskoj, a istraživanje se temelji na mjesečnoj anketi poduzeća u proizvodnji, graditeljstvu, trgovini, prijevozu, uslugama te turizmu
- Raste u rujnu (89,9), u odnosu na kolovoz (89,3)

## Konkurentnost gospodarstva

- Konkurentnost neke zemlje može se promatrati kao njen položaj na međunarodnom tržištu u usporedbi s položajem drugih zemalja sličnog stupnja ekonomskog razvoja
- Konkurentnost se može opisati i kao sposobnost neke zemlje da postigne uspjeh na svjetskom tržištu koji tada omogućuje bolji životni standard za sve
- Mogu se razlikovati četiri dimenzije koncepta konkurentnosti:
  - dugoročna orijentiranost
  - kontrola
  - relativnost koncepta
  - dinamičnost
- Makroekonomski & mikroekonomski čimbenici
- Četiri dimenzije određuju konkurentne sposobnosti zemlje:
  - privlačnost nasuprot agresivnosti
  - lokalna orijentacija nasuprot globalnoj
  - sredstva nasuprot procesima
  - individualno preuzimanje rizika nasuprot društvenoj koheziji



## Pokazatelji konkurentnosti na nacionalnoj razini

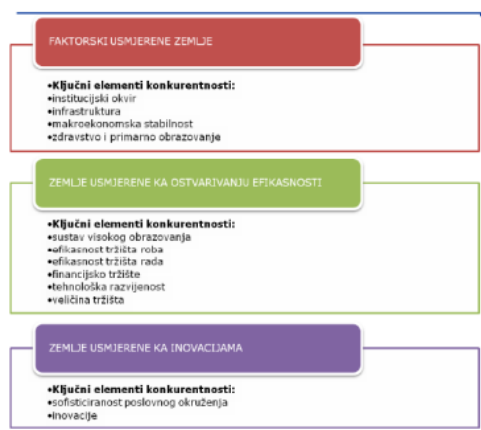
- indeks rasta konkurentnosti** (eng. Growth Competitiveness Index – GCI)
- zemlje se dijele u dvije skupine: ekonomije u kojima su inovacije ključne za postizanje rasta i ekonomije koje ostvaruju rast preuzimajući tehnologiju razvijenu od strane drugih zemalja
- indeks poslovne konkurentnosti** (eng. Business Competitiveness Index – BCI)
- mjeri mogućnosti nacionalnog prosperiteta ovisno o razini BDP per capita
- temeljni fokus je na mikroekonomskom aspektu gospodarstva, jer se na mikrorazini stvara bogatstvo naroda

## Indeks globalne konkurentnosti

- Objedinjuje indekse GCI i BCI
- Temelji se na dvanaest stupova konkurentnosti

1. Institucije
2. Infrastruktura
3. Makroekonomska stabilnost
4. Zdravstvo i primarno obrazovanje
5. Sustav visokog obrazovanja
6. Efikasnost tržišta roba
7. Financijsko tržište
8. Tehnološka opskrbljenost
9. Veličina tržišta
10. Poslovno okruženje
11. Inovacije

- Prema indeksu globalne konkurentnosti postoje tri različite grupe zemalja ovisno o modelu njihova ekonomskog rasta
- zemlje koje temelje ekonomski rast na opskrbljenosti faktorima
- zemlje kojima se ekonomski rast temelji na efikasnosti i
- zemlje kojima se ekonomski rast temelji na inovacijama



## Konkurentnost na razini poduzeća

- Interni & eksterni čimbenici konkurentnosti poduzeća
- Interni čimbenici
  - financijska sredstva, opskrbljenost resursima, upravljačke vještine
- te znanje i sposobnosti poduzetnika
- Eksterni čimbenici
  - veličina tržišta, dostupnost financijskih usluga, opće gospodarsko okruženje u zemlji koje utječe na stvaranje prilika za poduzeće

- Mogu se izdvojiti četiri determinante koje određuju razinu konkurentnosti neke nacije ili poduzeća
  - kvalificirana radna snaga
  - kapital
  - vlada
  - kultura

## Metoda "20 ključeva"

- Metodu je razvio japanski profesor Iwao Kobayashi
- 20 ključeva je zaštićen i licenciran sustav za kontinuirano odnosno neprekidno poboljšanje poslovnih učinaka poduzeća
- Uz pomoć **20 preporuka** lakše je usmjeravanje i upravljanje organizacijom s obzirom na kvalitetu, rokove isporuke i troškove

- Sveobuhvatna i pragmatična metoda, usmjerena na neprekidna unapređenja
- 20 ključeva = 20 poslovnih područja
- Uključuje sve zaposlenike tvrtke
- Primjenjiva u svim djelatnostima

- Glavna područja metode 20 ključeva mogu se svrstati u 5 grupa
  - aktiviranje radnog mjesta (Energizing Workplace)
  - poboljšanje kvalitete
  - smanjenje troškova (poboljšanje produktivnosti)
  - poboljšanje tijeka procesa
  - razvoj tehnologije

## 20 preporuka:

1. Čišćenje i organiziranje
2. Racionalizacija sustava/Usklađivanje ciljeva
3. Aktivnosti u malim grupama
4. Smanjenje međufaznih zaliha/nedovršenih procesa
5. Brza promjena/prilagodba alata
6. Kaizen operacija (neprekidno napredovanje)
7. Proizvodnja bez nadgledanja
8. Spajanje/povezivanje procesa
9. Održavanje strojeva i opreme
10. Radna disciplina
11. Upravljanje kvalitetom
12. Razvijanje dobavljača
13. Eliminiranje gubitaka i rasipnosti
14. Ovlašćivanje zaposlenika – uvođenje poboljšanja
15. Svestranost vještina i međusobna obuka
16. Planiranje i kontrola procesa
17. Kontrola učinkovitosti
18. Upotreba informacijske tehnologije
19. Štednja energije i materijala
20. Vodeća tehnologija i potrebne vještine

- Više od 40 poduzeća u Hrvatskoj primjenjuje metodu 20 ključeva

## Inovacije i konkurentnost

- Inovacije rezultiraju stvaranjem

- novih tržišta
- novih proizvoda ili usluga
- rastom i razvojem malih industrija
- izbacivanjem industrija koje nisu inovativne

- Razvoj i stvaranje inovacija početna su faza inovacijskog procesa, a prihvaćanje tih inovacija je završna faza
- Kako bi inovacije dobile i praktičnu primjenu, osobito ako je riječ o proizvodima i uslugama koje se nude na potrošačkom tržištu, potrošači moraju biti spremni isprobati novitete
- Institut za inovacije i informacijskoj produktivnosti je razvio indeks povjerenja u inovacije (eng. Innovation Confidence Index)

## PREDAVANJE 8

# Ekonomika politika Hrvatske

### HRVATSKO DRUŠTVO EKONOMISTA

Prof.dr.sc. Ljubo Jurčić, Predsjednik

**Ako ne povećamo proizvodnju...**

.... Onda će biti Oče naš ....

...Otpusti nam duge naše kako i mi otpuštamo dužnicima našim ...!

### IZVOR HRVATSKE GOSPODARSKE KRIZE

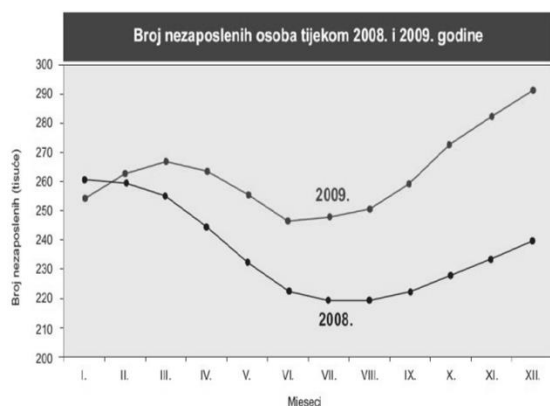
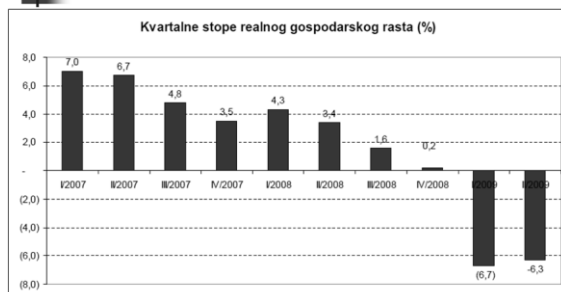
Preljevanje svjetske financijske i gospodarske krize ?

Rezultat vlastite ekonomske politike?

### MAKROEKONOMSKI INDEKSI 1996 -2009

|                  |              |
|------------------|--------------|
| BDP              | Indeks 147   |
| Osobna potrošnja | Indeks 192,4 |
| Javna potrošnja  | Indeks 214,6 |
| Uvoz             | Indeks 272,4 |
| Izvoz            | Indeks 225,6 |

### Kvartalni BDP (%) I/2007 - II/2009

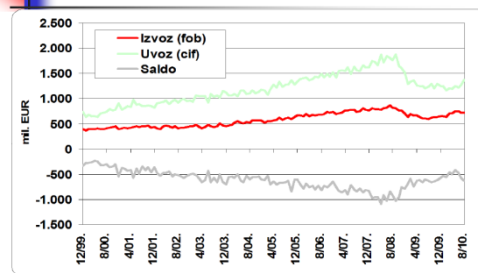


### Aktivno stanovništvo prema Anketi o radnoj snazi (godišnji prosjek 2008. i 2009.)

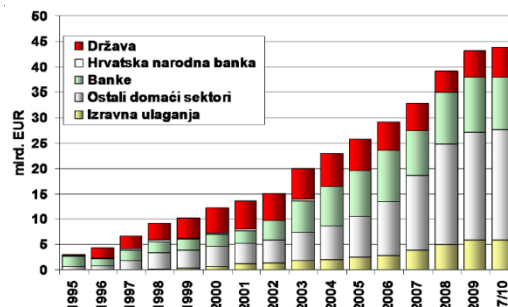
|                              | 2008.     | 2009.     | Indeks |
|------------------------------|-----------|-----------|--------|
| Aktivno stanovništvo         | 1.785.000 | 1.765.000 | 98,9   |
| Zaposleni                    | 1.636.000 | 1.605.000 | 98,1   |
| Stopa zaposlenosti (15-64)   | 57,8      | 56,6      | -      |
| Nezaposleni                  | 149.000   | 160.000   | 107,0  |
| Stopa anketne nezaposlenosti | 8,4       | 9,1       | -      |

Izvor: Državni zavod za statistiku RH

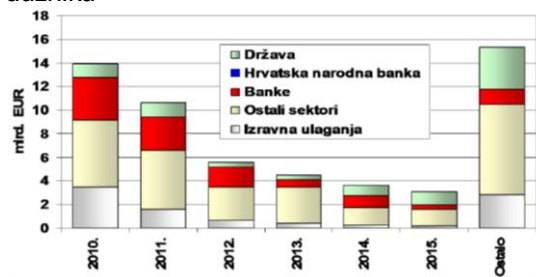
### Robna razmjena



### Inozemni dug RH prema sektoru dužnika



### Projekcija otplate glavnica i kamata prema sektoru dužnika



### IZVOR HRVATSKE GOSPODARSKE KRIZE

Industrijska revolucija zaobišla Hrvatsku

Kratko razdoblje industrijalizacije (1950–1975)

Stalni nedostatak radnih mjesta oko 500.000

Pogrešna politika tranzicije

- liberalizacija,
- privatizacija,
- deregulacija,
- neovisnost centralne banke

### Bez restrukturiranja poduzeća i države

Izostala tranzicija iz regionalnog u nacionalno gospodarstvo

### Pogrešan gospodarski model

- temeljen na liberalističkoj ideologiji
- sve rješava "nevidljiva ruka" i tržište
- državu, "vidljivu ruku" odmaknuti od gospodarstva

### ATIPIČNI MODEL GOSPODARSKOG RAZVOJA

Trgovina – Zaduženje - Potrošnja - Uvoz

### TIPIČNI MODEL GOSPODARSKOG RAZVOJA

Proizvodnja – Investicije – Zapošljavanje – Izvoz

### Pogrešna monetarna politika

- fiksni tečaj, (upravljano plivajući)
- devizna klauzula
- zaduženje u devizama
- novčana masa ne veže se na domaću proizvodnju

### MONETARNI SUVERENITET ? KONKURENTNOST ?

## Pogrešna fiskalna politika

### -alokativna uloga ?

promjena strukture gospodarstva

### -redistributivna uloga ?

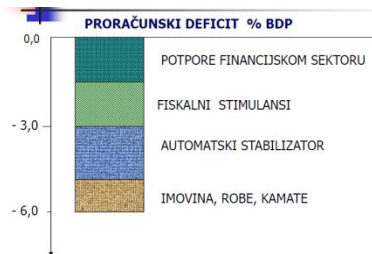
ravnomjerna raspodjela nacionalnog dohotka

### -stabilizacijska uloga ?

čuvanje domaće proizvodnje, radnih mjesta

## UTJECAJ KRIZE

### -na proračun G20



## OPTIMALNOST INVESTICIJA ?

### STRUKTURA INVESTICIJA

#### -Industrija

#### -Infrastruktura

Gospodarska

Socijalna

#### -Javna uprava

#### -Umjetnost, zabava rekreacija

## Investicije

|                         | 2007 | 2008 |
|-------------------------|------|------|
| Prerađivačka industrija | 11 % | 15%  |
| Trgovina                | 11%  | 11%  |

## DEINDUSTRIJALIZACIJA

## IZVOR HRVATSKE GOSPODARSKE KRIZE

- Nedostatak Strategije razvoja industrijske proizvodnje
- Nedostatak Strategije ravnomjernog regionalnog razvoja
- Nedostatak potpornih institucija za gospodarski rast
- Smanjivanje ljudskog kapitala

## NEKE OD ZABLUDA EKONOMSKE POLITIKE

1. Direktne strane investicije razviti će zemlju
2. Potreban je uvoz radne snage
3. Ulaskom u EU svi naši problemi biti će riješeni i bolje ćemo živjeti
4. Smanjivanjem proračuna ostvarit će se gospodarski rast
5. Otpuštanjem zaposlenika iz javne uprave povećat će se domaća proizvodnja

Izlaz iz recesije ... VELIKA TRANSFORMACIJA

od postojećeg **Atipičnog** modela

ka provjerenom **Tipičnom** modelu gospodarenja

## Ciljevi:

1. Društvo blagostanja
2. Povećanje domaće proizvodnje (Visoke održive stope rasta)
3. Visoka zaposlenost
4. Izvoz

## Politike:

1. Industrijska (strukturna) politika proizvodi, tehnologije, obrazovanje, institucije
2. Regionalna politika, gospodarska i socijalna infrastruktura
3. Fiskalna i politika javne potrošnje subvencije, javne nabavke, porezi,
4. Monetarna politika tečaj, kamatnjak, monetarni nominalizam

## STRATEGIJU INDUSTRIJSKOG RAZVOJA ?

Sve razvijene zemlje imaju Strategiju

Složenost industrijskog proizvoda

Globalizacija

Konkurencija

Hrvatska je "mala zemlja"

Interes Hrvatskog društva

Trenutne dileme ...

**"Rezati" Proračun za 2011.? Odgovor je NE !**

**Pozvati u pomoć MMF ? Odgovor je DA** ali samo za potporu Hrvatske strategije razvoja

Sve politike, instrumenti, organizacija države trebaju biti podređeni povećanju domaće proizvodnje, zaposlenosti i izvoza.