

Utjecaj COVID-19 na međunarodnu trgovinu

Bašnec, Ines

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:763133>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-26**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN



DIPLOMSKI RAD br. 358/PE/2021

UTJECAJ COVID-19 NA MEĐUNARODNU
TRGOVINU

Ines Bašnec

Varaždin, veljača 2021.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij POSLOVNA EKONOMIJA



DIPLOMSKI RAD br.358/PE/2021

**UTJECAJ COVID-19 NA MEĐUNARODNU
TRGOVINU**

Student:

Ines Bašnec, 0010194612 (1)

Mentor:

izv. prof. dr. sc. Ante Rončević

Varaždin, veljača 2021.

SAŽETAK

Suvremena međunarodna trgovina u stalnom je rastu posebno u razdoblju snažne digitalizacije, tamo iza 2005. godine kada se međunarodno tržište sve više seli na internetske platforme. Razlog tome se može tražiti u potrebama tržišta, jer robu predstavlja hrana, odjeća, lijekovi, gorivo i sl. što predstavlja veliki značaj u egzistenciji ne samo industrije, nego i pojedinca. Ipak pojava Interneta učinila je usluge puno dostupnijima međunarodnom tržištu, a snažan tehnološki rast digitalne industrije učinio je upravo neke internetske usluge i aplikacije svakodnevnicom pojedinca što ujedno čini i usluge koje se razmjenjuju na međunarodnoj razini. Iako međunarodna trgovina pojavom interneta doživljava stalnu ekspanziju, zadnja pandemijska kriza pokazala je da se javljaju novi rizici s kojima se međunarodna trgovina mora nositi, a to su pandemije i ograničavanje kretanja ljudi.

Globalna pandemija COVID-19 utjecala je na svakodnevni život ljudi diljem svijeta, pa tako i na trgovinu, a posebno na međunarodnu trgovinu. Najveći problem pandemije je zatvaranje gospodarstava pa samim time i bilo kakve integracije ljudi. Ne mogućnost izravne komunikacije uveliko je utjecalo na međunarodne razmjene posebno u području turizma i drugih međunarodnih usluga koje primarno ovise o izravnom kontaktu.

U ovom radu prikazani su učinici pandemije COVID-19 na međunarodnu trgovinu. Prema dosadašnjim istraživanjima može se zaključiti da je pandemija imala negativan utjecaj na međunarodnu trgovinu, no isto tako da je pandemija pojačala inovacije trgovine posebice u području primjene suvremenih internetskih tehnologija što je rezultiralo rastom internetske trgovine. Kako se kaže, „svaka kriza može biti i šansa“ tako je i ova kriza pružila šansu svima onima koji su bili spremni na inovacije i jedan novi pristup u međunarodnom trgovanju.

Ključne riječi: COVID-19, kriza, međunarodna trgovina, pandemija

ABSTRACT

Modern international trade is constantly growing, especially in the period of strong digitalization, there after 2005 when the international market is increasingly moving to Internet platforms. The reason for this can be found in the needs of the market, because goods are food, clothing, medicines, fuel, etc., which is of great importance in the existence not only of industry but also of the individual. However, the advent of the Internet has made services much more accessible to the international market, and the strong technological growth of the digital industry has made some Internet services and applications everyday for an individual, which is one of the services exchanged internationally. Although international trade is experiencing constant expansion with the advent of the Internet, the recent pandemic crisis has shown that new risks are emerging that international trade must deal with, namely pandemics and restricting the movement of people.

The global COVID-19 pandemic has affected the daily lives of people around the world, including trade, and especially international trade. The biggest problem of the pandemic is the closure of economies and thus any integration of people. The inability to communicate directly has greatly affected international exchanges, especially in the field of tourism and other international services, which depend primarily on direct contact.

This paper presents the effects of the COVID-19 pandemic on international trade. According to previous research, it can be concluded that the pandemic had a negative impact on international trade, but also that the pandemic has strengthened trade innovations, especially in the application of modern Internet technologies, which has resulted in the growth of e-commerce. As they say, "every crisis can be a chance", so this crisis gave a chance to all those who were ready for innovation and a new approach to international trade.

Keywords: COVID-19, crisis, international trade, pandemic

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za ekonomiju		
STUDIJ	diplomski sveu ilišni studij Poslovna ekonomija <input type="checkbox"/>		
PRISTUPNIK	Ines Bašnec	MATIČNI BROJ	0010194612 (1)
DATUM	26.02.2021.	KOLEGIJ	Međunarodna trgovina
NASLOV RADA	Utjecaj COVID-19 na međunarodnu trgovinu		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Effects of COVID-19 pandemics on international trade		
MENTOR	Ante Rončević	ZVANJE	izv. prof. dr. sc
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. prof.dr.sc. Anica Hunjet, predsjednik		
	2. izv.prof.dr.sc. Petar Kure i , lan		
	3. izv.prof.dr.sc. Ante Ron evi , mentor		
	4. izv.prof.dr.sc. Dinko Primorac, zamj. lan		
	5. _____		

Zadatak diplomskog rada

BROJ 358/PE/2021

OPIS

Globalna pandemija COVID-19 utjecala je na svakodnevni život ljudi diljem svijeta, pa tako i na trgovinu, a posebno na me unarodnu trgovinu. Razlog osjetljivosti me unarodne trgovine na krize u svijetu proizlazi iz injenice da me unarodna trgovina upravo ovisi o uvjetima koji oblikuju razmjenu roba i usluga me u državama diljem svijeta.

U radu je potrebno:

- odrediti odnos me unarodne trgovine i globalizacije,
- prikazati utjecaj kriza na me unarodnu trgovinu kroz povijesni pregled,
- utvrditi koliko je COVID-19 pandemija utjecala na me unarodnu trgovinu,
- utvrditi kako je COVID-19 pandemija promijenila trendove u me unarodnoj trgovini, te
- definirati zaklju ak.

ZADATAK URUČEN

8.3.2021.



POTPIS MENTORA

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Hipoteze.....	1
1.3. Metode istraživanja.....	2
1.4. Struktura rada	2
2. OBILJEŽJA I ZNAČAJKE MEĐUNARODNE TRGOVINE	3
2.1. Pojmovno određenje međunarodne trgovine	3
2.2. Čimbenici međunarodne trgovine	13
2.3. Regulatorno uređenje međunarodne trgovine.....	15
2.4. Međunarodna trgovina i globalizacija	17
3. PREGLED SVIJETSKIH GOSPODARSKIH KRIZA I NJIHOV UTJECAJ NA MEĐUNARODNU TRGOVINU	19
3.1. Velika gospodarska kriza od 1923. do 1930. godine.....	19
3.2. Svjetske naftne krize 1973. i 1979. godine.....	22
3.3. Globalna financijska kriza 2008. godine	24
4. UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA MEĐUNARODNU TRGOVINU	29
4.1. Povezanost Covida-19 i ekonomske kriza.....	29
4.2. Negativni učinak pandemije korona virusa na međunarodnu trgovinu	31
4.3. Pandemijska kriza kao šansa za međunarodnu trgovinu (ekspanzija on-line trgovine)	42
5. ZAKLJUČAK	50
LITERATURA.....	52
POPIS GRAFIKONA	56
POPIS SLIKA	57
POPIS TABLICA.....	58

1. UVOD

Povijest je već više puta pokazala da razne krize od ekonomskih, sigurnosnih do društvenih i zdravstvenih značajno utječu na trend međunarodne trgovine. Razlog osjetljivosti međunarodne trgovine na krize u svijetu proizlazi iz činjenice da međunarodna trgovina upravo ovisi o razmjeni roba i usluga među državama diljem svijeta. Suvremeni globalni trgovinski trendovi, informatizacija te razvoj globalnog tržišta dodatno su osjetljivi ne samo na globalne krize, nego i na lokalne. Pandemija COVID-19 stavila je pred suvremeno društvo dodatni izazov. Nemogućnost predviđanja kretanja pandemije, u njezinim početnim fazama značajno je utjecalo na međunarodnu trgovinu jer je upravo u prvom valu pandemije najviše bila pogođena Kina koja je vodeća suvremena trgovinska sila. Svaka kriza može se gledati i kao šansa što pokazuje i COVID-19 kriza. Dok tradicionalni oblici međunarodne trgovinske razmjene pomalo „izumiru“ jača on-line međunarodna trgovina.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet diplomskog rada je utjecaj COVID-19 na međunarodnu trgovinu.

Glavni ciljevi istraživanja u ovom radu su:

- odrediti odnos međunarodne trgovine i globalizacije
- prikazati utjecaj kriza na međunarodnu trgovinu kroz povijesni pregled
- utvrditi putem statističke analize koliko je COVID-19 utjecao na međunarodnu trgovinu
- utvrditi kako je COVID-19 promijenio trendove u međunarodnoj trgovini

1.2. Hipoteze

Sukladno postavljenim ciljevima istraživanja postavljenu su dvije glavne hipoteze:

H1: Globalne ugroze i krize imaju značajan utjecaj na trendove u međunarodnoj trgovini.

H2: COVID-19 kriza uvela je nove trendove u međunarodnoj trgovini bazirane na razvoju novih informacijskih tehnologija.

1.3. Metode istraživanja

Za izradu rada prikupljeni su sekundarni podaci istraživanjem „za stolom“, potrebni za izradu teorijskih poglavlja. Prikupljeni su podaci dostupni u znanstvenoj i stručnoj literaturi, te podaci iz baza podataka, tj. podaci iz znanstvenih i stručnih radova i internetskih izvora, kao što su: stručne studije te statistički pokazatelji i studije Svjetske banke, Međunarodne trgovinske organizacije, Eurostata, OECD-a. Za izradu teorijskih poglavlja ovog rada korištene su sljedeće metode istraživanja: deskriptivna metoda, metoda klasifikacije, metoda komparacije i metoda analize.

1.4. Struktura rada

Rad započinje uvodom u kojem se predstavljaju: predmet, ciljevi, hipoteze, metode i izvori istraživanja kao polazište za daljnji prikaz istraživanja u radu. U drugom poglavlju rada teorijski se ukazuje na osnovne značajke međunarodne trgovine te utjecaj globalnih ekonomskih i društvenih trendova na međunarodnu trgovinu. Trećim poglavljem rada predstavljen je povijesni presjek i analize utjecaja velikih, svjetskih kriza na međunarodnu trgovinu. Nastavno na povijesni pregled utjecaja velikih kriza na međunarodnu trgovinu u četvrtom poglavlju rad prikazuje se kvalitativnom i kvantitativnom analizom utjecaj COVID-19 pandemije na međunarodnu trgovinu. Rad završava zaključkom u kojem se rezimira istraživanje te daje krajnji osvrt na istraženu temu.

2. OBILJEŽJA I ZNAČAJKE MEĐUNARODNE TRGOVINE

U ovom poglavlju predstavljaju se obilježja i značajke međunarodne trgovine te način na koji funkcionira međunarodna trgovina.

2.1. Pojmovno određenje međunarodne trgovine

Andrijanić i Pavlović međunarodnu trgovinu definiraju kao ukupni opseg razmjene između zemalja cijeloga svijeta, odnosno ukupnost razmjene na globalnom tržištu (Andrijanić, Pavlović, 2012:20). Grgić i Bilas navode da zemlje koje sudjeluju u trgovinskoj razmjeni međusobno se razlikuju po veličini, razini tehnološkog razvoja i nacionalne produktivnosti, u pogledu opskrbljenosti proizvodnim resursima i razine cijena proizvodnih faktora, po vrijednosti njihovih valuta, visini plaća te ukusima i preferencijama potrošača (Andrijanić, Pavlović, 2012:20).

Razvojem potražnje te većom proizvodnom snagom dolazi do povećanja međunarodne razmjene roba i usluga. Do njezina naglog razvoja dolazi pojavom kapitalističkog načina proizvodnje, posebice prelaskom s manufakturne na strojnu proizvodnju, koju prati standardizacija, specijalizacija i proizvodnja u velikim serijama. „Rast međunarodne razmjene ide usporedno s povećanjem opsega robne proizvodnje u svijetu. Međusobnom razmjenom nacionalne se privrede svih zemalja svijeta uklapaju u jedinstven svjetski gospodarski sustav, jer su više ili manje ovisne o razmjeni roba s inozemstvom putem svjetskog tržišta. Tako međunarodna trgovina postaje nositeljem gospodarskog napretka i izrazom zajedničkog interesa svih naroda“ (Andrijanić, 2010:3).

Međunarodna robna razmjena (promet roba između zemlje i inozemstva) u međunarodnoj ekonomiji, jednako kao i cjelina ekonomskih transakcija s inozemstvom ili međunarodna razmjena roba, usluga i kapitala, pokazuje s koliko je više ili manje roba, usluga ili kapitala raspolagalo nacionalno gospodarstvo u određenom razdoblju, nego što je samo proizvelo (Grgić, Bilas, 2008). Najvažniji teorijski pojam međunarodne trgovine leži u ideji obostrane koristi, a najvažnija tema ekonomske politike u pitanju koliki opseg trgovine dopustiti.

Moglo bi se zaključiti da je vjerojatno najvažniji uvid uopće u međunarodnoj trgovini postojanje koristi od trgovine. Pokušaj objašnjenja obrasca međunarodne trgovine (tko s kim

trguje) predstavljao je veliki izazov za ekonomiste međunarodne trgovine (Host i Zaninović, 2018:3). U tom smislu, teorije međunarodne trgovine objašnjavaju korisnost trgovanja među zemljama, koja će se roba izvoziti a koja uvoziti te na koji je način najbolje trgovati. Najstarija gledišta o međunarodnoj trgovini formulirana su još u 16. i 17. st., u doba merkantilizma. Potom je 1776. godine uslijedila tzv. teorija apsolutnih prednosti. Na osnovi te teorije u 19. stoljeću je razvijena teorija komparativnih prednosti koja je i danas teorijska osnovica svih modernih teorija vanjske trgovine. Te dvije teorije, zajedno s dopunama koje su unijeli Heckscher i Ohlin, pripadaju tzv. klasičnim teorijama međunarodne trgovine (Host i Zaninović, 2018:3).

U trenutku povezanosti klasične pretpostavke o slobodnoj trgovini i tržišnom natjecanju i stvarnosti, pojavio se i niz novih teorija koje su težile objasniti tijekove vanjske trgovine između pojedinih zemalja te strukturu i veličinu vanjske trgovine u uvjetima nesavršene konkurencije. Nove teorije oblikuju skupinu suvremenih teorija vanjske trgovine. Jedan od prvih takvih teorija je merkantilizam (Matić, 2016: 22). Merkantilizam korijen u latinskoj riječi mercator što znači trgovac, a cijeli se misaoni sustav naziva tako upravo zbog toga što se najveći broj autora toga doba bavi raspravom o vanjskoj trgovini koju smatraju načinom stjecanja bogatstva i za zemlju i za pojedinca (Host i Zaninović, 2018:3). Merkantilistička shvaćanja prevladavala su od 17. do početka 19. stoljeća. Karakteristično za doba merkantilizma je smatranje zlata mjerom bogatstva i zdravlja nacije, tzv. bulionizam, te da će se zemlja obogatiti ako ima veći izvoz od uvoza, s obzirom na to da višak izvoza nad uvozom dovodi do priljeva zlata. Kako bi se pospješio izvoz i smanjio uvoz, merkantilisti su se zalagali za stimuliranje izvoza i ograničavanje uvoza, odnosno za protekcionizam. Zemlja se mogla obogatiti samo na štetu drugih, odnosno ostvariti korist na teret ostalih. Merkantilizam je bio posebno popularan u trgovačkim nacijama poput Nizozemske, Španjolske, Portugala i Francuske. To je bilo i doba kolonijalizma te je iz tih zemalja dolazilo do velikih priljeva zlata, osobito u Španjolsku (Host i Zaninović, 2018:6).

Merkantilisti smatraju da je svim sredstvima potrebno ostvariti trgovinski suficit u razmjeni s inozemstvom jer se tako povećava bogatstvo zemlje. Teorija apsolutnih prednosti Adama Smitha. „Adam Smith (1723.-1790.) upućuje kritiku dotad popularnomu merkantilističkom pogledu na trgovinu koji se zalagao za stimuliranje izvoza i ograničavanje uvoza (strane robe koja se može proizvesti u zemlji ili raznih proizvoda iz zemalja s kojima je trgovinska bilanca nepovoljna) i propagira slobodnu trgovinu smatrajući da“nevidljiva ruka“ (invisible hand)

tržišnog mehanizma vodi pojedinca k tome da, ostvarujući svoj vlastiti interes, često unaprjeđuje interes društva uspješnije nego kad ga stvarno nastoji unaprjeđivati“ (Host i Zaninović, 2018:4).

„Smith smatra da uvoz zlata i srebra nije glavna, a još manje jedina korist koju neki narod dobiva od svoje vanjske trgovine, već da se vanjskom trgovinom izvozi onaj suvišni dio proizvoda zemlje za kojim ne postoji potražnja, a zauzvrat donosi nešto drugo za čime postoji potražnja. Bogatstvo nacije određeno je nacionalnom produktivnošću, a nacionalna produktivnost određena je podjelom rada i specijalizacijom „(Host i Zaninović, 2018:4).

„Pomoću međunarodne trgovine ograničenost domaćeg tržišta ne sprječava da se podjela rada dovede do savršenstva u bilo kojoj posebnoj grani djelatnosti i tako potiče usavršavanje proizvodne snage i godišnjeg proizvoda, a time dohotka i bogatstva društva „ (Matić, 2016: 28). Dok god jedna zemlja ima prednosti, a drugoj nedostaju, bit će korisnije za ovu drugu da kupuje od prve nego da sama proizvodi. Pritom je svejedno jesu li prednosti prirodne ili stečene. Ako se zemlje specijaliziraju na temelju apsolutnih prednosti tada trgovina nosi koristi za obje zemlje.

„Tvrđnja Adama Smitha da zlato i srebro nisu prava mjera bogatstva već proizvodni i prirodni resursi te sposobnost nacije da se njima efikasno koristi, podrazumijeva da se pri tome efikasnost korištenja raspoloživih resursa mjeri utroškom rada, a zemlja koja može efikasnije proizvesti neku robu od neke druge ima apsolutnu prednost u proizvodnji te robe“ (Host i Zaninović, 2018:5). Stoga zagovara specijalizaciju i međunarodnu podjelu rada, dokazujući kako zemlja ne smije proizvoditi svu robu koja joj je potrebna nego se mora specijalizirati isključivo za proizvodnju one koju može proizvoditi efikasnije od drugih. Međutim, specijalizacija i podjela rada nemaju smisla bez slobodne trgovine jer samo u tim uvjetima zemlja može slobodno izvesti viškove robe u čijoj se proizvodnji specijalizirala te ih na slobodnom tržištu zamijeniti za potrebnu robu koju joj priroda nije podarila ili joj se ne isplati proizvoditi tu robu.

„Drugu teoriju međunarodne trgovine postavio je David Ricardo, tzv.teoriju komparativnih prednosti. David Ricardo (1772.—1823.) autor je teorije komparativnih prednosti. Smatrao je kako je trgovina među zemljama određena onim u čemu je svaka zemlja relativno bolja. Njegovo načelo komparativnih prednosti zasniva se na radnoj teoriji vrijednosti“ (Host i Zaninović, 2018:14). Bez teorije vrijednosti, ekonomist ne bi imao teoriju međunarodne

trgovine, a vjerojatno ni teoriju novca. Ricardo ističe da “isto pravilo, koje ravna relativnom vrijednošću robe u jednoj zemlji, ne ravna relativnom vrijednošću robe, koja se zamjenjuje između dvije zemlje ili više njih. U sistemu potpuno slobodne trgovine svaka zemlja prirodno namjenjuje svoj kapital i rad takvim upotrebama, koje su za svaku najkorisnije“ (Matić, 2016: 30). Razlike između unutarnje i međunarodne trgovine Ricardo objašnjava činjenicom da kapital lako seli iz jedne pokrajine u drugu, a teško iz jedne zemlje u drugu. Ricardo u svojoj analizi u obzir uzima samo jedan proizvodni faktor, a rad, i troškove proizvodnje mjeri utroškom rada u proizvodnji nekog proizvoda (Host i Zaninović, 2018:14).

Pretpostavke na kojima se temelji njegov klasični model jesu: dvije zemlje i dva proizvoda, perfektna konkurencija, nepostojanje transportnih troškova, mobilnost faktora proizvodnje unutar zemlje, imobilnost faktora proizvodnje međunarodno, konstantni troškovi proizvodnje, fiksna tehnologija za svaku zemlju, potpuna zaposlenost svih resursa te već navedena radna teorija vrijednosti, odnosno vrednovanje svih proizvoda prema količini utrošenog rada za njihovu proizvodnju.

„Treća teorija koja je postavljena je tzv. Heckscher-Ohlinova teorija. Heckscher-Ohlinova teorija međunarodne ekonomske razmjene temelji se na teoriji komparativnih troškova, ali ide korak dalje objašnjavajući da komparativne prednosti potječu od razlika u količini proizvodnih faktora kojima pojedini partneri u međunarodnoj razmjeni raspolažu“ (Host i Zaninović, 2018:71). Razlog obostrano probitačne razmjene je razlika u odnosima cijena roba u pojedinim zemljama, a koja potječe iz razlike u uvjetima ponude i/ili potražnje. Razlike u uvjetima ponude potječu od razlika u uvjetima proizvodnje. Razlike u uvjetima proizvodnje posljedica su razlike u količini i kvaliteti proizvodnih faktora s kojima zemlje raspolažu i u tehnologiji proizvodnje. „Razlike u uvjetima potražnje potječu od razlika u ukusima (preferencijama) i dohotku potrošača u pojedinim zemljama. Pretpostavka jednakosti ukusa u zemlji A i B, tj. njihovih krivulja indiferencije, i tehnologije proizvodnje, utječe na to da razlog za međunarodnu razmjenu leži u razlici veličine i kvalitete proizvodnih faktora kojima svaka od tih zemalja raspolaže“ (Host i Zaninović, 2018:71).

„Pretpostavka pak jednake kvalitete proizvodnih faktora u zemlji A i B implicira razliku u odnosima cijena dobra X i Y u tim zemljama koja dalje potječe iz razlike u odnosima cijena proizvodnih faktora. Koliko god neka zemlja raspolaže s većom količinom nekog proizvodnog faktora, to je cijena tog faktora relativno niža, pa je i proizvodnja onog dobra

koja se temelji na intenzivnoj upotrebi relativno jeftinijeg proizvodnog faktora relativno jeftinija. Zbog toga zemlja ima komparativnu prednost u proizvodnji dobra koja se temelji na intenzivnoj uporabi njezinog obilnijeg (a to znači i relativno jeftinijeg) proizvodnog faktora. To je bit Heckscher-Ohlinove teorije međunarodne razmjene“ (Host i Zaninović, 2018: 71).

„Prema toj teoriji svaka će zemlja izvoziti ono dobro u čijoj se proizvodnji intenzivnije koristi onaj proizvodni faktor kojega ta zemlja ima u većoj količini. Prema tome, struktura međunarodne trgovine među zemljama određena je strukturom homogenih proizvodnih faktora kojima svaka od njih raspolaže“ (Matić, 2016: 30). Svaka će zemlja izvoziti robu koja sadrži više njezinog relativno obilnog(jeftinijeg) proizvodnog faktora, a uvozi će ono dobro u čijoj se proizvodnji intenzivnije koristi relativno oskudni (skupi) proizvodni faktor te zemlje.

Sve suvremene teorije vanjske trgovine prihvaćaju načelo komparativnih troškova jednostavno zato što je to načelo logično, konzistentno i neoborivo. Zbunjujuća je činjenica da se trgovina u stvarnosti nije odvijala u skladu sa zaključcima tradicionalnih teorija, jer sve te teorije tvrde da se komparativne prednosti temelje na razlikama u troškovima proizvodnje. Kako se pak troškovi proizvodnje temelje na razlikama u cijenama faktora proizvodnje (rada i kapitala), onda bi međusobno trebale najviše trgovati one zemlje između kojih su i te razlike najviše, dakle razvijene i nerazvijene zemlje. U stvarnosti je bilo upravo obrnuto te je daljnji razvitak suvremenih teorija morao pokušati obuhvatiti što više stvarnih čimbenika koji određuju bitne uvjete proizvodnje i razmjene.

Među važnije suvremene teorije ubrajaju se one koje su u svoje modele dodale ekonomiju opsega, ukuse potrošača i životni vijek proizvoda. Paul R. Krugman postavio je teoriju ekonomskog opsega proizvodnje. „Krajem 1970-ih predložio je novu teoriju koja je osigurala bolje objašnjenje stvarnih kretanja, odnosno, trebala je objasniti zbog čega dolazi do intraindustrijske trgovine i temeljila se na pretpostavci o ekonomijama obujma na temelju koje masovna proizvodnja smanjuje trošak po jedinici proizvodnje. Krugman je pokazao da se model koji je razvio za međunarodnu trgovinu može iskoristiti za objašnjavanje ključnih pitanja ekonomske geografije“ (Host i Zaninović, 2018:117). U kontekstu međunarodne razmjene i ekonomske geografije cilj je objasniti koja se dobra gdje proizvode.

Teorije ekonomske geografije također pokušavaju odrediti sile kojima se rad i kapital lociraju na točno određenim mjestima. Uz ekonomije obujma u proizvodnji, Krugmanova se nova

teorija temeljila na pretpostavci da potrošači cijene raznolikost u potrošnji (Krugman, Melitz, Obstfeld, 2012).

Do sada poznati modeli komparativne prednosti temelje se na pretpostavci konstantnih prinosa na obujam. Pritom je naglasak na pretpostavci: ako se količina faktora proizvodnje u industriji udvostruči, udvostručit će se i industrijska proizvodnja (Krugman, Melitz, Obstfeld, 2012). S druge strane, u praksi mnoge industrije karakteriziraju ekonomije obujma tako da je proizvodnja učinkovitija što je njezin obujam veći. Kad već postoji ekonomija obujma, udvostručenje faktora proizvodnje povećat će industrijsku proizvodnju za više nego dvostruko. S povećanjem opsega proizvodnje dolazi i do smanjenja postojećih troškova proizvodnje, u ekonomiji se ta pojava naziva ekonomijom opsega proizvodnje, zakonom rastućih prinosa odnosno zakonom opadajućih troškova (Krugman, Melitz, Obstfeld, 2012). Prirodno je da će svi proizvođači težiti povećanju svojih profita. Ako se bave proizvodnjom u kojoj vrijedi zakon rastućih prinosa, nastojat će povećavati svoju proizvodnju sve dotle dok to povećanje smanjuje prosječne troškove (Host i Zaninović, 2018: 118).

Povećavat će svoju proizvodnju sve dok ne zaposle raspoložive kapacitete i na taj način postignu najniže prosječne troškove. U tom se trenutku najčešće susretnu s problemom prodaje jer je domaće tržište maleno i ne može iskoristiti tako velike količine robe. Očit izlaz i rješenje problema je u plasmanu robe na tržišta drugih zemalja koja su velika i koja mogu apsorbirati i te povećane količine robe (Krugman, Melitz, Obstfeld, 2012). Isplatiće se međusobno trgovati i zemljama koje raspoložuju sličnim proizvodnim resursima i koje proizvode s istom produktivnošću ali pod uvjetom da jedna od njih ima prednost ekonomije opsega, odnosno da ima veće proizvodne kapacitete i veće unutarnje tržište. Zato će ona proizvoditi jeftinije pa je i opravdano da se specijalizira za proizvodnju i izvoz te robe. Model koji se temelji na ekonomiji obujma nije jednostavan zato što ekonomija obujma često rezultira tržišnom strukturom drukčijom od savršene konkurencije te je stoga nužno detaljno analizirati takvu tržišnu strukturu (Host i Zaninović, 2018: 119).

Linderova teorija međunarodne trgovine temelji se na činjenici da trgovinu među državama diktiraju ne samo troškovi u proizvodnji danih roba, nego sličnost u preferencijama potrošača, tj. sličnosti potražnje u zemljama približno iste razine razvijenosti, odnosno iste razine dohotka per capita (Host i Zaninović, 2018: 102). Linder radi razliku između trgovine primarnih i industrijskih proizvoda. Heckscher-Ohlinova teorija objašnjava razmjenu

primarnih proizvoda na osnovi njihove raspoloživosti, ali ne objašnjava razmjenu industrijskih proizvoda.

Ustrojstvo međunarodne trgovine industrijskim proizvodima funkcija je brojnih čimbenika od kojih su najvažniji:

- tehnološka nadmoć
- menadžerska vještina i
- ekonomija obujma.

Tehnološka nadmoć posljedica je tehničkog napretka i razvoja pronalazaka. Menadžerska se vještina stječe školovanjem i praksom. Ekonomija obujma počiva na velikom tržištu i zakonu proizvodnje u masi. Tu se objašnjava relativna veličina vanjske razmjene. Pod relativnom veličinom vanjske razmjene podrazumijeva se udio razmjene u narodnom dohotku: relativna veličina razmjene = (vrijednost uvoza + vrijednost izvoza) / nacionalni dohodak. Linderova je teza da je veličina trgovine industrijskim proizvodima zemlje A s njezinim međunarodnim partnerima, definirana udjelom međunarodne trgovine u nacionalnom dohotku tih zemalja, tim veća što je veća sličnost ustrojstva potražnje para zemalja. Veličina nacionalnog dohotka po glavi stanovnika određuje i ustrojstvo potražnje (Engelov zakon potražnje). Što je nacionalni dohodak po glavi stanovnika dviju zemalja bliži, to je intenzitet njihove razmjene industrijskih proizvoda veći (Host i Zaninović, 2018: 103).

Teorija životnog vijeka proizvoda je koncept međunarodnog životnog ciklusa proizvoda svojevrsna je modifikacija tradicionalne teorije komparativnih prednosti i od pomoći je međunarodnim poduzećima, posebice u procesima planiranja proizvodnje u inozemstvu. Američki ekonomist Vernon 1966. godine predstavio je, a 1979. godine dopunio svoju teoriju koja je odražavala kretanja međunarodne trgovine unatrag nekoliko desetljeća. U prvoj se fazi na osnovi tehnološkog otkrića stvara novi proizvod koji je prilagođen obilježjima potražnje na domaćem tržištu (Host i Zaninović, 2018: 88).

Njegova će proizvodnja redovito započeti u određenoj visoko razvijenoj zemlji jer je tako proizvod lakše uvesti na tržište, lakše je održavati kontakte s potrošačima, detektirati njihove zahtjeve i proizvod sustavno prilagođavati njihovim željama. U toj fazi domaća proizvodnja i potrošnja stalno rastu, proizvod se lako standardizira i započinje i izvoz. U toj fazi proizvodni

proces je uglavnom intenzivniji u radnoj snazi nego što će to biti u sljedećim fazama, zbog to, što proizvodnja još nije dosegla visoke serije.

U drugoj fazi, (fazi rasta) domaća i inozemna potražnja utječe na povećanje razine proizvodnje. Poduzeće-inovator započinje sa serijskom proizvodnjom i uključuje novu opremu koja omogućuje prijelaz na kapitalno intenzivniju proizvodnju. Potražnja postaje cjenovno sve elastičnija zbog sve većeg broja konkurenata u sektoru (Andrijanić, Pavlović, 2012: 25). Smanjuju se monopolistički profiti poduzeća koje je uvelo proizvod, pa čak može doći i do rata cijenama. Zemlje uvoznice polako se familijariziraju s novim proizvodom. Kako se inozemna izvozna tržišta proširuju na manje razvijene zemlje, proizvođači u ekonomski razvijenim zemljama započinju proizvodnju na vlastitom tržištu. Ta proizvodnja smanjuje izvoz poduzeća-inovatora u te zemlje i usmjerava se na zemlje u razvoju i one razvijene zemlje u kojima još nije pokrenuta lokalna proizvodnja. Poduzeće-inovator prenosi proizvodnju na vlastite podružnice u razvijenim zemljama, a u onim zemljama gdje nema podružnica, prodaje lokalnim proizvođačima licencu ili s njima zasniva kooperaciju (Host i Zaninović, 2018: 88).

U trećoj fazi, (fazi zrelosti) proizvod se pretvara u dobro opće potrošnje zbog povećanja potražnje i broja proizvođača. Dolazi do usavršavanja proizvodnje u inozemstvu, a kao posljedica toga smanjuju se troškovi proizvodnje. Ako su oni niži od troškova poduzeća iz zemlje inovatora (a obično jesu), onda poduzeća iz razvijenih zemalja počinju izvoziti u tzv. zemlje Trećega svijeta, zamjenjujući tamo izvoz podrijetlom iz zemlje inovatora (Andrijanić, Pavlović, 2012:30). Smanjenje profita kao posljedica veće konkurencije uvjetuje da poduzeća modificiraju svoje marketinške strategije, bilo na temelju nižih cijena (koje su moguće zahvaljujući nižim troškovima proizvodnje), bilo na temelju diferencijacije proizvoda i usluga. Kako ta faza napreduje, neka poduzeća ne mogu održavati svoje proizvodne troškove s tako niskim cijenama, te zbog toga nestaju iz djelatnosti. Kod nekih proizvoda dolazi do realokacije proizvodnje u zemlje u razvoju u kojima je radna snaga brojna i jeftina, čime se postižu troškovne prednosti te smanjuju cijenu proizvodu i omogućuju poduzeću opstanak na tržištu.

U četvrtoj fazi (fazi opadanja), proizvod više nije privlačan jer su na tržište uvedeni drugi slični proizvodi, inovativniji ili bolje kvalitete (Host i Zaninović, 2018: 88).

Nastavno na analizirane teorije međunarodne trgovine Andrijanić (2010) ističe da u teoriji međunarodne trgovine ekonomska su shvaćanja usko povezana sa stvarnim ekonomskim problemima vremena u kojemu su nastali, a s druge strane dolazi do razvoja ekonomske znanosti pa tako i teorije međunarodne trgovine koja preispituje dosadašnja shvaćanja i otkriva istine i zablude o međunarodnoj trgovini.

Koren (2019) navodi da teorije međunarodne trgovine pokušavaju objasniti zašto zemlje međusobno trguju, koju vrstu proizvoda i usluga razmjenjuju, po kojoj cijeni i pod kojim uvjetima. U objašnjavanju međunarodne trgovine posebnu važnost i ulogu imaju faktori koji utječu na međunarodnu trgovinu pa se može govoriti o različitim teorijama i modelima te trgovine (Andrijanić, Pavlović, 2012:25). Andrijanić i Pavlović navode da suvremene teorije međunarodne trgovine prihvaćaju načelo komparativnih troškova jednostavno zato što je to načelo logično, konzistentno i neoborivo. Pomalo je neshvatljiva činjenica da se trgovina u stvarnosti nije odvijala u skladu sa zaključcima tradicionalnih teorija, jer sve te teorije tvrde da se komparativne prednosti temelje na razlikama u troškovima proizvodnje (Andrijanić, Pavlović, 2012:25).

Kako se troškovi proizvodnje temelje na razlikama u cijenama faktora proizvodnje (rada i kapitala), onda bi međusobno trebale najviše trgovati one zemlje između kojih su i te razlike najviše, dakle razvijene i nerazvijene zemlje. „U stvarnosti je bilo upravo obrnuto te je daljnji razvitak suvremenih teorija morao pokušati obuhvatiti što više stvarnih čimbenika koji određuju bitne uvjete proizvodnje i razmjene. Među važnije suvremene teorije ubrajaju se one koje su u svoje modele dodale ekonomiju opsega, ukuse potrošača i životni vijek proizvoda (kao što su: Linderova, Krugmanova i Vernonova teorija“ (Grgić, Bilas, 2008:112). Analiza međunarodne trgovine Ujedinjenih Naroda ističe da je prirodno kako će svi proizvođači težiti povećanju svojih profita. Ako se bave proizvodnjom u kojoj vrijedi zakon rastućih prinosa, nastojat će povećavati svoju proizvodnju sve dotle dok to povećanje smanjuje prosječne troškove (Ujedinjeni Narodi, 2019:50). Povećavat će svoju proizvodnju sve dok ne zaposle raspoložive kapacitete i na taj način postignu najniže prosječne troškove. U tom se trenutku najčešće susretnu s problemom prodaje jer je domaće tržište maleno i ne može “progutati“ tako velike količine robe. Očit izlaz i rješenje problema je u plasmanu robe na tržišta drugih zemalja koja su golemo i koja mogu apsorbirati i te povećane količine robe

(strane zemlje moraju dopuštati slobodan uvoz ili makar ne poduzimati neka drastična ograničenja uvoza) (Ujedinjeni Narodi, 2019:50).

Isplatit će se međusobno trgovati i zemljama koje raspolažu sličnim proizvodnim resursima i koje proizvode s istom produktivnošću, ali pod uvjetom da jedna od njih ima prednost ekonomije opsega, odnosno da ima veće proizvodne kapacitete i veće unutarnje tržište. Zato će ona proizvoditi jeftinije pa je i opravdano da se specijalizira za proizvodnju i izvoz te robe. Prema Samuelsonu i Nordhausu tri su razloga (vanjskotrgovački impuls) međunarodne razmjene (Babić, Babić, 2003:62):

- različitost u uvjetima proizvodnje nacionalnih gospodarstava,
- opadajući troškovi i
- različitost u ukusima potrošača.

Matić ističe da razlike u prirodnim uvjetima, klimi i drugim čimbenicima proizvodnje određuju različitost vrsta proizvodnje pojedinih nacionalnih gospodarstava. Zbog toga među njima dolazi do međunarodne razmjene. Opadajući troškovi posljedica su veće (masovne i serijske) proizvodnje. Veću proizvodnju između ostalog omogućuje veliko (svjetsko) tržište (Matić, 2004:25). „Pojedina nacionalna gospodarstva i njihovi gospodarski subjekti zalažu se za veća tržišta kako bi imali padajuće troškove i veću konkurentsku sposobnost na međunarodnom tržištu“ (Matić, 2004:25). Različitost u ukusima potrošača na svjetskoj razini velika je. Ona je posljedica brojnih ekonomskih, povijesnih i vjerskih čimbenika. Ti i drugi čimbenici utječu na segmentaciju svjetskog tržišta na manji ili veći broj sličnih odnosno različitih dijelova tržišta. Proizvedene robe imaju smjer kretanja na svjetskom tržištu prema ukusima potrošača (potrošači koji preferiraju ribu, proizvođači koji preferiraju svinjsko meso itd.).

„ Keynes smatra da je profit glavna pokretačka snaga međunarodne trgovine i njegove teorije su temeljene na stavovima raznih vidova ravnoteže s naglaskom na punoj zaposlenosti. Tumači razinu međunarodne trgovine ovisnošću razine zaposlenosti o investicijama u zemlji i inozemstvu.

Pozitivan saldo trgovinske bilance implicira smanjenje kamatne stope, potiče investicijsku aktivnost i veći priljev novčanih sredstava iz inozemstva „ (Andrijanić, Pavlović, 2012: 35). Na kraju se može zaključiti da međunarodna trgovina u svakoj teoriji ima uporište u

jačanju gospodarstva i širenju i mogućnosti konkurentnosti domaćih proizvoda na globalnom tržištu.

2.2. Čimbenici međunarodne trgovine

Kako navodi Andrijanić u većini zemalja postoje tri čimbenika koji utječu na međunarodno poslovanje, a to su:

- državna tijela,
- ustanove i zajednice koje unaprjeđuju međunarodnu trgovinu,
- trgovačka društva (Andrijanić, 2010:88).

Državna tijela su obično političko-pravno ustrojena tijela koja su nadležna za međunarodnu trgovinu. To su obično ministarstva i njihove agencije. Uloga državnih tijela je regulatorna osnova, te predlaganje mjera politike međunarodnog poslovanja kao i provođenje inspeksijskih nadzora i druge savjetodavne usluge kako bi se međunarodna trgovina odvijala u skladu sa zakonom i ekonomskim strategijama države“ (Andrijanić, 2010:89).

Druga kategorija čimbenika su ustanove i zajednice kojima je zadaća unaprijediti međunarodnu trgovinu, analizirati međunarodnu trgovinu i odnos, utvrđivanje rezultata mjera i regulative te poboljšanja mogućnosti izvoza domaćih poduzetnika. Jedno od najpoznatijih udruženja koje djeluje na ovom planu u Republici Hrvatskoj je Hrvatska gospodarska komora (HGK).

Treću kategoriju čimbenika čine trgovačka društva (poduzetnici) koji se bave izvozom i uvozom roba i usluga. Poduzetnici predstavljaju najširu grupu čimbenika. Oni utječu na ponudu na tržištu, cjenovnu politiku te način na koji će se razvijati poslovanje u međunarodnom okruženju. Realno poduzeća su ta koja kreiraju trendove u međunarodnim odnosima i uvode dinamiku poslovanja kroz inovacije koje implementiraju u svakodnevnom poslovanju. Kako se može vidjeti iz postojećih iskustava pojedina poduzeća čak diktiraju i promjene na međunarodnom tržištu.

Primjerice, pojava informacijskih tehnologija, aplikacija i posrednika kao što su Google, Facebook, E-buy uvelike su utjecale na mogućnosti razvoja novih trendova na međunarodnom tržištu. Inovacije „poslovanja u oblaku“ učinile su trgovinu globalnom što

znači da je ona izašla iz okvira međunarodnog poslovanja i postala je dostupna u cijelom svijetu (Andrijanić, 2010:88).

Danas, mala poduzeća mogu prodavati svoje proizvode diljem cijele Zemlje s niskim ulaganjima i dobro razvijenom distributivnom mrežom. Takav inovativni pristup trgovini svakako da je pomogao poduzećima i prilagodbi tijekom pandemije korona virusom, jer je upravo Internet trgovina bila ta koja je u jeku zatvaranja svih objekata i karantena jedina bila raspoloživa i imala kontinuirano poslovanje. U kontekstu interentske trgovine najviše su rasle vrste internetske trgovine:

- B2B (Business –to- Business) te
- B2C (Business-to-Consumer).

B2B trgovina temelji se na prodaji između pravnih subjekata dok B2C trgovina predstavlja trgovinu između pravnog subjekta i fizičkog subjekta (krajnjeg kupca). U elektroničkoj trgovini postoji još jedna vrsta e-trgovine, a to je Customer to Customer (C2C) trgovina, putem koje potrošači mogu kupiti ili razmjenjivati robu ili informacije izravno jedni s drugima. Također postoji i dodatni model e-trgovine pod nazivom Consumer to Business (C2B) u kojem potrošači mogu ponuditi proizvode i usluge tvrtkama.

Slika 1. područja E-trgovine



Izvor: Babić, R., Krajinović, A., Radman Peša, 2011., prema: Barkley, 2007.

Zatvaranje tzv. lockdown doveo je do smanjene ili nikakve mogućnosti fizičke prodaje pri čemu je Internet dao mjesto fizičkom prostoru u prodaji roba i usluga. Poduzeća su putem internetskih stranica i aplikacija internetske prodaje omogućavaju kupvinu roba i usluga bez da imaju doticaj s korisnikom. Kada je riječ o uslužnim poduzećima ona su još fleksibilnija

na međunarodnom tržištu, jer upravo je informatizacija omogućila brzo prezentiranje usluga i njihovu kupovinu (npr. Booking.com- rezervacija smještaja).

Učinak inozemnog ulaganja također predstavlja jedan od čimbenika, ali i razloga jačanja međunarodne trgovine. Inozemna ulaganja povećavaju mogućnost zaposlenosti, razmjene dobrih iskustava, jačanje nacionalnog gospodarstva te potiču javne strukture poput obrazovnih ustanova koje moraju svoje programe prilagoditi radnoj snazi novog tržišta. Inozemna ulaganja utječu i na organizacijsku strukturu te kulturu (Douglas, 2001). Organizacije ulaskom inozemnog kapitala imaju veću tendenciju rasta i internacionalizacije što zahtjeva stalnu prilagodbu poduzeća i razvoj novih oblika organizacijske strukture (npr. procesne ili virtualne organizacije). Inozemna ulaganja utječu na organizacijsku kulturu, spajanjem vrijednosti različitih kultura stvaraju se i nove organizacijske vrijednosti, dijeli se znanje što značajno razvija potencijal poduzeća na međunarodnom tržištu (Douglas, 2001).

2.3. Regulatorno uređenje međunarodne trgovine

Regulatorno uređenje međunarodne trgovine seže daleko u povijest, još od običajnog prava kada su se dogovorom dviju ili više država prevozile robe iz jednog područja u drugo. Ipak za današnje uvjete razumijevanja međunarodne trgovine važno je razumjeti suvremena prava i norme, pa tako države na nacionalnoj razini u suglasnosti s međunarodnim regulatornim tijelima donose standarde, tarife i procedure međunarodne trgovine.

Za stabilnost međunarodne trgovine zadužene su međunarodne institucije. Vodeće trgovinske nacije ušle su tako u međunarodnu trgovinsku organizaciju (WTO, od 1947. godine-GATT) kako bi osigurale svakodnevnu poštenu i transparentnu trgovinu. Godine 2000. Republika Hrvatska postala je članica WTO-a. "Pristupivši u članstvo WTO, u RH su prosječne carinske stope na industrijske proizvode smanjene sa 9,7 % na 6,5 %, te nakon prijelaznih razdoblja od 2-5 godina na 5,34%. Za poljoprivredne proizvode prosječne carinske stope smanjene su sa 33,7 % na 25 %, dok će nakon prijelaznih razdoblja do 7 godina biti smanjene na 16,4 %, uključujući i carine na uvoz ribe i ribljih proizvoda, koje će biti smanjene sa 32,1 % na 15,5 %". (Ministrastvo vanjskih poslova, 2020, [http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi-staro-ijvhj/svjetska-trgovinska-organizacija-\(wto\)/](http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi-staro-ijvhj/svjetska-trgovinska-organizacija-(wto)/)).

Prihvatanjem Hrvatske Srednjoeuropskog ugovora o slobodnoj trgovini (CEFTA) i do ulaska hrvatske u članstvo u EU hrvatsko gospodarstvo je bilo u usponu. To je jednim djelom razlog

liberalizacije tržište, odnosno smanjenjem kvota za hrvatske proizvode na tržištu Europske unije. Na tržište zemalja CEFTA do 2012. godine Hrvatska je plasirala oko 20% ukupnog izvoza i 5% uvoza. Priključenjem Europskoj uniji Hrvatska je pristupila u potpunosti slobodnom tržištu Europske unije što je povećalo izvoz Hrvatske za 9% već u prvoj godini (2014) nakon ulaska u EU (Turčić, 2015).

Međunarodna trgovinska organizacija je globalna internacionalna organizacija koja se bavi regulacijom trgovine između nacija. Cilj joj je pomoći i potaknuti proizvodnju dobara i usluga, uvoz i izvoz te jačanje nadzora fer međunarodnog poslovanja. Osim navedenog, Međunarodna trgovinska organizacija ima važan cilj osigurati stalni tijek međunarodne trgovine. Kupci i proizvođači moraju znati da imaju pravo na kupovinu i prodaju svi legalnih proizvoda te da njihova prava moraju biti jednaka ili barem uravnotežena u svim uvjetima (Justin, 2011). Ugovori Međunarodne trgovinske organizacije temeljna su pravila kojih se moraju pridržavati svi sudionici u međunarodnoj trgovini.

Potreba za proizvodnjom velike količine proizvoda se smanjuje, s druge strane povećava se potreba za kvalitetom proizvoda. Razlog takvog trenda u međunarodnoj trgovini je sve veća osviještenost kupaca. Komparativna prednost predstavlja ekonomski zakon koji se odnosi na sposobnost bilo kojeg ekonomskog subjekta za proizvodom dobara ili usluga po nižoj cijeni. Kako ne bi došlo do nelojalnog smanjivanja cijena i time stvaranja nelojalne konkurencije na razini država i međunarodnim sporazumom utvrđene su kvote kojima se ograničava uvoz roba ili usluga iz drugih zemalja.

Te kvote čuvaju nacionalno tržište, ali i sprječavaju veliku proizvodnju bez poštovanja kvalitete. Kada je riječ o regulatornim mjerama međunarodne trgovine veliki značaj u regulaciji iste imaju i nacionalni zakoni država kojima se uvjetuje uvoz i izvoz roba, posebni porezi te zdravstveni i sigurnosni principi po kojima je dopušteno na tržištu trgovati. Sve regulatorne mjere imaju zadatak osigurati sigurnu i transparentnu međunarodnu trgovinu.

2.4. Međunarodna trgovina i globalizacija

Međunarodno trgovanje nije novi pojam, može se reći da čovjek poznaje međunarodnu trgovinu i teži istoj od početka prvih civilizacija. Opće je poznato da su Feničani plovili Sredozemljem do novih država (Babilona, Egipta) kako bi im prodali svoje proizvode koji u tim državama nisu bili dostupni, a s druge strane kupovali su za sebe ono što oni u svojoj državi nisu imali. Upravo taj resursni deficit je temeljni pokretač međunarodne trgovine, ono što potrošač ne može pronaći na domaćem tržištu potražiti će kod „susjeda“. Međunarodna trgovina nije bila samo pokretač ekonomskih i političkih odnosa, nego i znanosti pa i kako je poznato i velikih geografskih otkrića.

„U želji za kupovinom mirodija i začina Europljani su krenuli u potragu za novim putovima do Indije i na tom putovanju pronašli novi kontinent. Porast broja stanovnika rezultirao je porastom potražnje za svjetskim resursima. U dvadesetom stoljeću jedan od najvažnijih resursa postala je nafta, a potom i plin“ (Jurčić, Bilas, Franc, 2015:31). Stalnim napretkom razvitka svijeta međunarodna trgovina postaje temelj za razmjenu dobara i usluga. Međuovisnost zemalja postaje sve veća jer se pojedina dobra teže nabavljaju i postaje sve veća potražnja za njima (npr. fosilna goriva).

U 21. stoljeću zemlje su sve više povezale razmjenu roba, usluga i kapitala, ali i ljudi. Sredinom 20. stoljeća dolazi do razvoja turizma koji kao usluga predstavlja jednu od najvažnijih uslužnih razmjena u međunarodnoj trgovini. Suvremeni razvoj tehnologija usluge je postavio u puno bržu dimenziju razmjene pa tako obrazovanje, kultura, film, IT usluga postaju neke od najvažnijih usluga u međunarodnoj trgovini.

Razvijene zemlje koje su ovisne o resursima i energije slabije razvijenih zemalja namiruju se tim resursima te povećaju mogućnost uvoza slabije razvijenih zemalja robama i uslugama koje one nemaju. Na ovaj način se stvara međuovisnost zemalja pri čemu ekonomija ima izravan utjecaj na potrošače iz razloga jer oni mogu biti u doticaju s različitim uslugama i proizvodima. Osnova suvremenog međunarodnog tržišta je njegova sloboda kretanja roba i usluga pa se tako i veliki broj političkih odluka povezuje s neoliberalističkom idejom međunarodnog tržišta. Politički pregovori zemalja nemalo puta jačaju ili slabe upravo zbog interesa na međunarodnom tržištu. Takav primjer se 2019. i 2020. mogao vidjeti u odnosima

SAD-a i Kine, kada je SAD blokirao uvoz proizvoda iz Kine kako bi osigurao svoje izvozne interese u toj državi i obrnuto (Douglas, 2001). Može se stoga reći da međunarodna trgovina ima veliki utjecaj ne samo na ekonomske perspektivne, nego i na političko – društvene odnose. Ona kreira društvene trendove, upoznaje kulture i narode te (ne) izravno diktira političke interese i odnose. Sve veća globalizacija društva dovela je do toga da je gotovo nemoguće zamisliti tržište bez međunarodne razmjene. Više nije pitanje hoće li se odvijati međunarodna trgovina, nego je sada pitanje kako, na koji način i kojom brzinom s obzirom na globalnu potražnju i nove tehnologije.

3. PREGLED SVIJETSKIH GOSPODARSKIH KRIZA I NJIHOV UTJECAJ NA MEĐUNARODNU TRGOVINU

U ovom poglavlju će se predstaviti dinamike i utjecaji velikih svijetskih, ekonomskih kriza na promjene u društvu, ekonomiji pa čak i u političkim odnosima. Krize su uvijek bile sastavni dio poslovanja, no 20. stoljeće obilježilo je više većih kriza koja su uvjetovale promjeni u poslovanju kako na mikro tako i na makro razini.

3.1. Velika gospodarska kriza od 1923. do 1930. godine

Financijska kriza ili popularno zvana recesija je pad bruto domaćeg proizvoda (BDP), odnosno negativni realni gospodarski rast, dva ili više uzastopna kvartala u godini. Kao dodatni uvjet ponekad se uzima porast nezaposlenosti od najmanje 15 % unutar 12 mjeseci. Pad poslovne aktivnosti u gospodarstvu na osnovi stvari kao što su zapošljavanje, industrijske proizvodnje, stvarnih prihoda, veleprodaje i maloprodaje. Kao početak krize, uzima se vrijeme vrhunca poslovne aktivnosti i početka usporavanja. Ekspanzija poslovne aktivnosti s novo ostvarenih minimuma, označava kraj razdoblja krize. Goldsmith definira financijsku krizu kao oštro, kratko i ultra-cikličko pogoršanje svih ili većine parametara: kamatnih stopa, cijena dionica i nekretnina što vodi komercijalnoj insolventnosti i stečajevima financijskih institucija (Prga, 2006: 141-156).

Schwartz navodi da se prave financijske krize dešavaju samo onda kada je ugrožen bankovni sustav. Krize monetarne pojave, koje se očituju utjecajima monetarnoga multiplikatora. Do smanjenja monetarnoga multiplikatora dolazi zbog rasta gotovinsko-depozitnog omjera u korist gotovine. To dovodi do rasta kamatnih stopa i širenja financijske panike. Kad se definira u tom kontekstu, financijska se kriza može pratiti i analizirati s pomoću pokazatelja koji su u korelaciji s monetarnim multiplikatorom (Šonje, 2000:2). Na primjer, treba promatrati broj propalih banaka, omjer neto vrijednosti banaka i BDP-a, ili količinu likvidnosti koju je trebalo nadoknaditi u sustavu da bi se izbjegao potpuni kolaps. Mishkin ne pravi velike razlike između bankovne i financijske krize on smatra da je temeljna zadaća makroekonomista i gospodarskog sustava prepoznati krizu i kada ona dolazi.

Financijskom krizom se u znanosti o gospodarstvu još naziva razdoblje značajnog negativnog razvoja u gospodarstvu. Osim toga, gospodarskom krizom se naziva i postojanje negativnog razvoja i drugih makroekonomskih pokazatelja (npr. razina cijena, zaposlenost,

tokovi kapitala). Ovakva kriza može zahvatiti privredu jedne države ili više njih, može zahvatiti jednu gospodarsku granu širom svijeta, gospodarstvo više država ili cjelokupno svjetsko gospodarstvo.

Najozloglašeniji primjer svjetske krize je Velika depresija koja se dogodila u razdoblju 30-ih godina prošlog stoljeća. Nezaposlenost u SAD-u 1929. godine bila je 3,2%, a do 1933. godine povećala se na 24,9%. Ova velika kriza pogodila je čitav svijet, prosječna stopa nezaposlenosti bila je 15,4%. Velika depresija bila je uzrokovana krahom burze 1929. godine, no recesija je započela točnije i prije pada burze. Spoznaja da predstoji velika depresija potaknula je masovnu prodaju dionica što je rezultiralo velikim padom cijena. Taj krah nije samo smanjio bogatstvo potrošača, što je rezultiralo padom industrijske proizvodnje za 24%. Velika depresija bila je posljedica pada burze 1929. godine, a najveći uzroci bili su propasti banaka, velika zaduženost potrošača i ograničena međunarodna trgovina. Neki od ovih uzroka slični su današnjoj situaciji, ali najvažniji faktor nije (Šonje, 2000:2).

Slom tržišta označio je početak desetljeća velike krize, nezaposlenosti i potom novog velikog rata. Velika depresija dovela je do potpunog kolapsa tada poznatih tržišnih načela, načina upravljanja, poslovanja, trgovanja, proizvodnje, ekonomskih tokova i politika. Sve što je do 1929. godine bilo primjenjivo pokazalo se krhkim i neispravnim. Masovna proizvodnja, više nije mogla pronaći kupce jer je kupovna moć bila izuzetno niska, pad proizvodnje dovodi do otpuštanja radnika i još veće nezaposlenosti, te pada kupovne moći. Nevjerojatno je da u razdoblju visoke industrijalizacije, kada je bilo sve lakše proizvesti hranu, obuću i odjeću, veliki broj stanovnika gladije. Najveći problem bio je u tome što tadašnje politike koje su se još uvijek borile sa sanacijama iza Prvog svjetskog rata nisu uspijevale pronaći model kojim bi riješile krize. Dodatan problem stvara sve veći jaz između siromašnih i bogatih, što dovodi do jačanja kriminala te poticanja političkog ekstremizma u Europi (Hitler, Mussolini, Franco).

SAD koji je do tada bio vodeća ekonomija svijeta, ujedno je bio i koljevka velike krize. Posljedice su se osjetile u svim zemljama svijeta, a najteže je bilo upravo industrijski razvijenim državama koje su gubile tržište, a imale velike troškove proizvodnje i skladištenja proizvedene robe. U ekonomskim analizama često se postavlja pitanje što je stvarno dovelo do Velike depresije s početka 20. stoljeća.

Krajem Prvog svjetskog rata SAD je imao želju za povratkom u svakodnevni život, no dugi rat i pomoć Europi, državu je koštao preko 22 milijarde USD. Kako bi stvorili privid normalnost politika SAD-a počinje pogodovati industriji te dolazi do hiperprodukcije. Tako zvane „Zlatne dvadesete“, bile su posljednja faza represivnog kapitalizma i jačanja potrošačkog društva. Obilje tijekom 20. stoljeća, nije bilo u skladu s kupovnim moćima potrošača. Sve veći broj stanovnika mogao si je priuštiti automobil, hladnjak, radio. U SAD-u jača filmska i zabavna industrija. Od 1920. do 1929. godine industrijska se proizvodnja udvostručuje, pri čemu najviše dolazi do rasta proizvodnje robe široke potrošnje i građevinskog materijala. To razdoblje je obilježeno kao razdoblje snažne koncentracije poduzeća, naročito automobilske industrije, banaka, trgovačkih kuća (Šonje, 2000:4).

Rast inovacija na području proizvodnje omogućio je bržu i lakšu proizvodnju velikog broja proizvoda tako da je proizvodnja počela nadmašivati kupovnu moć farmera i običnih ljudi. S druge strane povećale su se ušteđevine bogate i srednje klase pa su se povećala i njihova ulaganja te špekulacije dionicima i nekretninama. Do ukupnog kolapsa dolazi slomom burze kada su se nerealne špekulacije na burzi u potpunosti raspale.

Čak i nakon sloma tržišta vrijednosnih papira političari nastoje zadržati optimizam jačajući industrijski sektor. No, takvu super proizvodnju nije mogao više podnositi mali kupac, pa proizvodnja postaje sama sebi svrha. Depresija se još više produbljuje i postaje sve snažnija. Kada je SAD konačno shvatio da više nema izlaza, već je bilo prekasno. Kriza se počela prelijevati u Europu koja se još uvijek obnavljala od Prvog svjetskog rata. Raspon krize i njezina brzina je bila toliko jaka da su poduzeća propadala svaki dan, a tvornice su u potpunosti prestale s radom. Dohodak farmera pao je za 50%, a 1932. godine svaki četvrti stanovnik Amerike bio je nezaposlen. Političari i ekonomisti nisu vidjeli rješenje za krizu, sve do dolaska Roosevelta na vlast 1933. godine s programom „New Deal“ (novo poslovanje).

Ideja „Novog poslovanja“ u Europi je već bila odavno poznata, a to je bilo riješiti nezaposlenost. Roosevelt pokreće inicijativu zapošljavanja mladih, a u okviru „Novog poslovanja“ donesen je i zakon o prilagodbi poljoprivrede kako bi se olakšala gospodarska situacija farmera (Šonje, 2000:3).

Od 1932. do 1935. godine dohoci farmera povećani su za više od 50%, što je stvorilo novu potrošačku snagu. U okviru nove političke strategije kreirani su brojni zakoni o obnovi industrije, ali zakoni kojima se jačaju radnička prava i ostavlja se „stari“ oblik kapitalizma

koji narušava blagostanje radnika. Amerika je tom krizom shvatila da su radna mjesta generator potražnje, kao što se nezaposlenost generator siromaštva i propasti gospodarstva.

3.2. Svjetske naftne krize 1973. i 1979. godine

Po završetku Velike ekonomske depresije ekonomski stručnjaci su smatrali da se takvo stanje više neće ponoviti no, prevarili su se. Stagflacija koje se pojavila 1970. godine uzrokovana je visokim cijenama goriva zbog embarga Organizacije zemalja izvoznica nafte (Organization of the Petroleum Exporting Countries - OPEC). Kada se uzme u obzir inflacija, današnje cijene nafte visoke su kao i 70-ih. No, američka ekonomija je dvostruko energetski učinkovitija nego prije 40 godina, kažu analitičari jer danas tržište podnosi visoke cijene nafte. Nafta je bila temeljni čimbenik i motivator za brzo rastuće američko gospodarstvo koje se od sredine 20. stoljeća sve više počelo oslanjati na uvozne izvore nafte (Klare, 2005:46).

Šezdesetih godina 20.-og stoljeća uvozna nafta obuhvaćala je 10% od ukupne nacionalne potrošnje, 70-ih godina taj iznos se povećao na 18% dok je devedesetih ukupna potrošnja uvoznih resursa nafte porasla i do 40%. Ovisnost o nafti stvorila je zabrinjavajuće okolnosti za američke lidere. Naftno obilje dovelo je SAD na tron svjetskog gospodarstva i da bi se potaknuo daljnji rast države trošili su se sve veći resursi nafte i počelo se maksimalno posezati za uvoznim resursima. Upravo to je glavni problem energetske politike SAD-a. Budući da upravo nafta čini SAD snažnom zemljom, sve veća ovisnost o uvoznim izvorima čini ju ranjivom.

Ovisnost nameće prenošenje ekonomskih sredstava iz SAD-a na strane dobavljače što direktno osnažuje ekonomiju dobavljača. U najgorem slučaju ta ovisnost može ugroziti SAD uvlačeći ga u prekomorske ratove oko nafte i vodeći beskonačne borbe sa ideološkim i vjerskim fanaticima trećeg svijeta (Klare, 2005:47).

„Stagnacija kasnih '80-ih uzrokovao je 'boom' nekretnina u Japanu. Kada je došlo do porasta, financijski autoriteti pokušali su poduprijeti cijene kako bi kompanije izbjegle krah.“(Klare, 2005:46).

Dok se uspoređuju sličnosti triju velikih kriza u proteklih 80 godina sa današnjom situacijom, nitko ne analizira okolnosti koje su dovele do toga, smatraju analitičari. No paralela se može povući u sljedećim argumentima i pretpostavka nastanka i refleksije na aktualno stanje.

Kriza je počela velikom ekspanzijom nekretnina, čime se pojavio niz navodno sigurnih kredita, koji su se ispostavili kobnima. Banke i institucije koje su izdavale kredite, zatekle su se u velikim gubicima za koje nitko ne zna koliko iznose.

Opreznost koja se potom pojavila rezultirala je pažljivijim izdavanjem kredita, što je naškodilo kompanijama koje ovise o kratkoročnim kreditima (Zemlje u razvoju na opasnom 2020). „Tijekom 1994. i 1995. godine financijska kriza u Meksiku, poznatija i kao „Tekila kriza“, započela je uslijed naglog odljeva kapitala zbog povećanog političkog rizika, ali i rasta kamatnih stopa u SAD-u (Tequila-kriza' prošlost, izvozni Meksiko spreman za oporavak, 2020). Bez obzira na relativno dobro stanje javnih financija, Meksiko je imao strukturni deficit tekućeg računa platne bilance, što je ovo gospodarstvo učinilo izuzetno ovisnim o stranom kapitalu. Iako su se problemi proširili i na ostale zemlje Latinske Amerike te dovelo do promjene tečajne politike u Meksiku, gospodarstvo se relativno brzo oporavilo i to prvenstveno uslijed značajne pomoći MMF-a i „Bradyevog plana“ američke vlade.“ (Finacijska 2020).

„Ubrzo, odnosno 1997. godine, uslijedila je i financijska kriza u gospodarstvima takozvanih „Azijskih tigrova“ odnosno u zemljama Jugoistočne Azije. Najznačajniji uzroci ove krize bili su: neadekvatni tečajni režim, rizična struktura financijske imovine, visok priljev špekulativnog i kratkoročnog kapitala te nedostatak supervizije i regulacije financijskog tržišta.

Kao najznačajnija posljedica krize uslijedila je značajna deprecijacija nacionalnih valuta u promatranoj regiji u prosjeku od oko 45% naprema američkom dolaru, a u pojedinim zemljama valute su izgubile i do 80% svoje vrijednosti. Većini zemalja pogođenih krizom MMF je pružio značajnu financijsku pomoć te pomogao njihovom izlasku iz krize, iako su pojedini ekonomisti kritizirali reakcije ove međunarodne institucije.

Bez obzira na relativno brz oporavak gospodarstava „Azijskih tigrova“ ova kriza potencirala je i izbijanje financijske krize u Rusiji godinu dana kasnije, koja je dovela do snažnog pada vrijednosti ruske valute, stečajeva banaka i poduzeća te potrebe za restrukturiranjem inozemnog duga. Međutim, uzrok krize nije bio isključivo prelijevanje problema iz zemalja Jugoistočne Azije, već su značajnu ulogu imali i određeni domaći čimbenici.“

„Tako je u razdoblju prije izbivanja krize rusko gospodarstvo stagniralo uslijed izostanka reformi, a bio je prisutan i višegodišnji proračunski deficit. Također, i fiksni tečajni režim pridonio je značajnom izbivanju krize, koja je potrajala nekoliko godina i prenijela se i na zemlje u bliskom okruženju, pa čak u slabijem intenzitetu i na pojedine zemlje u Srednjeistočnoj Europi.“ (Jurčić, 2010:317).

3.3. Globalna financijska kriza 2008. godine

„Financijska kriza koja je pogodila svijet u godini 2008. izazvala je najveću globalnu gospodarsku krizu nakon Drugoga svjetskoga rata. Ta je kriza nastala poslije dugoga razdoblja (2002. – 2007.) brzoga kreditnoga rasta, malih premija za rizik, velike likvidnosti, rasta cijena imovine i „napuhavanja“ cijena nekretnina. U ljudskoj su povijesti tako velike krize nastajale zbog nestanka resursa, nestanka energije, prirodnih katastrofa ili zbog velikih nejednakosti u društvu. No, ova se kriza nije morala dogoditi“ (Cotte, 2008). Ona je proizišla iz sustava koji proizvodi dugoročno neodržive nejednakosti u društvu, a samim time i sprečava dugoročno održiv, stabilan rast gospodarstva. Visoke stope globalnoga gospodarskoga rasta od 2002. godine „Od 2002. do godine 2007. nisu bile u skladu s povećanjem plaća. U tome su razdoblju plaće stagnirale i smanjivao se njihov udio u nacionalnome dohotku. Plaće nisu stagnirale samo u zemljama u razvoju nego i u Americi. To je povećavalo nesigurnost i nejednakost na globalnom i regionalnim tržištima rada.“ (Jurčić, 2010:318).

„Sa makroekonomskog gledišta, većina stanovnika Sjedinjenih država bila je dužna bankama skoro 50% više novca nego što su imali ga u njima. Istovremeno kamata na kredit je i dalje bila 2 ili 3 puta veća od kamate na depozit, a novi novac u opticaj je ulazio samo kao dug. Potpuno je jasno da ako je dug u samom početku 50% „(Jurčić, 2010:320). više od depozita, a kamata na dug 2 ili 3 puta veća od kamate na depozit, da u budućnosti ta situacija može biti samo gora jer će razlika između duga i depozita biti sve veća.

Zbog te razlike – između ukupnog iznosa duga i depozita došlo je do kreditne krize, koja je prvenstveno nuspojava nepromišljenog kreditnog djelovanja i davanja bezjamstvenih kredita. Naime, poslovne banke do novca dolaze posudbom od centralne banke (Cotte, 2008).

„Primjerice, kreditna kriza i deflacijski pritisak na cijene nekretnina mogu se razumjeti kao neposredan rezultat pretjeranog stvaranja kredita u prethodnim razdobljima. Također, pojava

moralnog rizika i postojanje središnjih banaka, kao „prve pomoći” koji je bankama dao novac uz 1% provizije bankarstva s djelomičnim pokrićem što znači da emisija novca ima djelomično pokriće u zlatu, odnosno u deviznim rezervama stvorili su optimalnu strukturu u bankarskoj industriji. Osim procesa kreiranja kredita, moderna shvaćanja uloge središnje banke ogledaju se i u tome da središnje banke moraju upravljati potražnjom. Podupiranje potražnje podrazumijeva snižavanje kamatnih stopa kako bi se potaknulo novo uzimanje kredita. Što u osnovi dovodi do nastanka mjehura cijena imovine, a pucanje mjehura dovodi do financijske krize i kreditne kontrakcije te dugovno-deflatorne krize. Aktualna svjetska financijska kriza započeta polovinom 2007. godine koja prerasta u ekonomsku krizu najbolji je pokazatelj koliko smo malo naučili iz kriza koje su se događale u bliskoj povijesti.“(Jurčić, 2010:320).

Uvjeti nastanka krize bili su plodno tlo potrošačkog mentaliteta prožetog pohlepom, gdje čovjek teži životu iznad svojih mogućnosti. Posljedica toga je velika potražnja za novcem odnosno kreditima koji nemaju realno utočište, tj. nemaju pokrića u tekućim dohodcima. U cijeloj toj priči kreditne institucije u borbi za tržišni udio snižavaju standarde kreditne sposobnosti čime olakšavaju dostupnost novca bez realnog pokrića i stvaraju potencijalno veću rizičnu skupinu od one koja može pokrивati obveze. Sve većom pojavom ovakvih kredita, model spojenih posuda počinje trpiti, što znači da nisko rizični krediti, tj. obveznice nisu mogle nadoknaditi deficit koji su stvorile sve veći broj rizičnih obveza (Cotte, 2008).

Dostupnost novca za kratkoročnim kapitalnim dobitcima, a ne investicijskim dohotkom temeljenim na produktivnoj uporabi imovine, vodi nerealnom povećanju imovinskih cijena te se najprije stvaraju mjehuri cijena nekretnina i dionica koji uvijek na kraju eksplodiraju i slijedi kolaps.

„Prema tome jasno se može utvrditi kako uzrok kreditne krize leži u klasičnoj kreditnoj krizi koju su izazvale kreditne institucije u SAD-u, u okruženju ekspanzije fiskalne i monetarne politike. Panika zbog sumnjivih, nelikvidnih američkih hipotekarnih zajmova narušila je povjerenje u financijske institucije, i povjerenje na međubankarskom tržištu.“(Jarvis, 2020).

Problem kreditne krize vrlo brzo se proširio. Redom su počeli problemi poznatijih svjetskih banaka čije su bilance stanja bile ugrožene rizičnim kreditima koji se objektivno ne mogu naplatiti. Najveće svjetske banke ostvarile su gubitke u svom poslovanju dok su neke doživjele bankrot npr. Loehman Brothers (Finacijska kriza ponovno probuđena opasnost,

2020). Kako bi se banke ipak održale u sustavu počele su otpuštati velik broj zaposlenih. Što znači da je kreditna kriza dovela i do sloma kompletnog gospodarskog sustava, te je nastao pravi „domino efekt“. Kako je među brojnim otpuštenim ljudima bilo i netom otpuštenih zaposlenika, kriza plaćanja kredita još više je porasla.

Stoga kada se govori o postojećoj kreditnoj krizi, njene razloge treba tražiti u:

- kolateraliziranim dužničkim obvezama,
- podprimjene hipotekarnih kredita,
- zamrznutim kreditnim tržištima (Jarvis, 2020).

Kreditna kriza zapravo svoju srž ima u Credit Default Swaps (CDS), odnosno kupoprodaji rizika nekog izdavatelja za određenu premiju. To je Swap dizajniran kako bi transferirao kreditnu izloženost instrumenata fiksnog prinosa između ugovornih stranaka, vrlo je sličan tradicionalnoj polici osiguranja, no u slučaju CDS-a davatelj zajma prima novac (obično nominalne vrijednosti zajma), a prodavatelj CDS-a u ovom slučaju banka, drži kredit.

Na neki način to se još može nazvati osiguranje kredita. Što znači banka da nekom kredit i strah ju je da joj ga netko ne će otplaćivati, banka isti kredit osigura. Ako taj netko ne vrati kredit tj. svotu na koju je banka osigurala taj kredit, novac isplati onaj tko je prodao takvo osiguranje tj. CDS. Primjenom CDS modela u cijelu priču su se uključili investitori kojima su banke ponudile dobre provizije za ovakve vrste investicija, tj. osiguranja (Cotte, 2008).

Investicije koje su se nalazile u sferi sigurnih donosile su 4% dobiti, a one rizične čak 10% dobiti investitorima. Budući da je centralna banka državna institucija bilo bi suludo da država preko centralne banke posudi novac poslovnim bankama po kamatnoj stopi od 1%, a potom od istih tih banaka posudi taj isti novac po stopi od 6%, drugim riječima komercijalne banke više bi državi naplaćivali kamate nego ona njima (Jarvis, 2020).

Odnosno posuđivale joj isti onaj novac koji je država stvorila i pustila u opticaj putem centralne banke. Zajedno sa tim dolazilo bi do akumulacije državnog duga, budući da bi se deficit iz svake proračunske godine preljevao u iduću uvećan za deficit od prethodnih godina i iznos pripadajućih kamata. Upravo ta situacija dogodila se u Sjedinjenim državama. Glavni elementi krize su hipotekarni krediti i investitori te sam bankarski sustav. Predstavnici hipoteka su tražitelji kredita, a predstavnici novca, tj. kredita su banke dok su osiguravatelji kredita investitori (Jarvis, 2020).

Na primjer ako u normalnim uvjetima netko kupi za 10.000 USD kutije za tu istu cijenu i proda ih za 11.000,00 USD u ovim uvjetima pomoći trgovci za te iste kutije otiđu posuditi 999.000 USD i dobiju kredit na 1 milijun USD čime kupe 1. milijun kutija te ih prodaju nekom drugom za 1.100.000. dolara, nakon to ga vrata banki njenih 1. milijun USD, plus 1.000,00 drugim sudionicima u financijskom prometu i zarada 90.000 dolara ostane bankama. Na ovaj način su se banke dosjetile da bi mogle prodavati kredit, tj. hipoteke na način da povežu investitore i korisnike hipoteka (Jarvis, 2020). Npr. obitelj želi kuću, ali nemaju dovoljno novca i kontaktiraju hipotekarnog savjetnika, on povezuje obitelj sa hipotekarnim vjerovnikom, koji odobrava isti, svi su zadovoljni, obitelj ima kuću.

Jednog dana hipotekarni vjerovnik prodaje svoju hipotekarnu tražbinu banci i na taj način ubrzo u banke počinje pristizati puno novca od hipotekarnog kredita. Nakon toga su bankari podijelili klijente u tri grupe sigurne, zadovoljavajuće i rizične. Putem modela spojenih posuda novac se preljeva iz davanja onih sigurnih u zadovoljavajuće, a iz njih u rizične iz čega se još uvijek pokriva tražbina banke, što nazivaju kolateralizirane dužničke vrijednosnice Collateralized debt obligation (CDO) (Jarvis, 2020).

Generičko ime za takve instrumente je vrijednosnica podržana imovinom (*asset-backed securities* - ABS), dok se transakcije sekuritizacije podržane hipotekarnim kreditima (stambenim ili komercijalnim) nazivaju vrijednosnice podržane hipotekom. Drugi oblik je kolateralizirana dužnička obveza (CDO) koja koristi istu tehnologiju strukturiranja kao i ABS, ali uključuje širi i raznolikiji asortiman imovine. Prema standardnoj proceduri društvo će uzeti kredit ili prodati obveznicu. Hipotekarne vrijednosnice predstavljaju skup hipoteka složenih u redove ili tranše s obzirom na pretpostavljeni rizik.

Najbolja tranša nominalno nosi najmanji rizik, dok se rizik povećava kako ide do najniže tranše. Najveći prinos nose najveće rizične vrijednosti. U tom slučaju su investitori puno više zaradili nego što im je bilo ponuđeno prije od strane banaka jer su mahom ulagali u rizične tranše. Dakle, upotrebom tog derivata bilo je ne moguće razdvojiti likvidnost od rizika. Nakon svega banke su shvatile da treba napraviti još više obveznika što je dovelo do izdavanja još većeg broja hipotekarnih kredita. No, nije bilo tolike potražnje za nekretninama, pa su se banke sjetile da bi trebalo graditi i prodavati kuće po nižoj cijeni bez dodatne dokumentacije jamstva za kredit. Takvi hipotekarni krediti nazvani su povlaštenim hipotekama (Cotte, 2008).

I tako je započeta propast. No, budući da su hipotekarni krediti davani osobama koje nisu imali jamstva da će isti moći otplaćivati u vrlo kratkom vremenu lanac je prekinut upravo na izvoru dotoka financijskih sredstava, tj. kod korisnika kredita. Hipotekarni krediti se nisu mogli plaćati na vrijeme i banke su dobivale sve manje novaca, koje nisu mogle isplatiti svojim investitorima. Umjesto novca banke su počele plijeniti nekretnine što je i sredstvo osiguranja kod hipotekarnog kredita i tako su banke ubrzo imale puno nekretnina koje nisu mogle naplatiti, a nisu ih mogli niti prodati.

Nakon toga cijene nekretnina su počele padati i korisnici su se počeli pitati zašto bi banci plaćali kredit od 300.000,00 USD kada kuće dođe 90.000, 00 USD i prodali su kuću. Rezultat cijele situacije bio je taj da investitori više nisu željeli sudjelovati u kupnji dužničkih obveznica i bankama su ostale brojne nekretnine koje više nisu mogli prodati (Jarvis, 2020). Ključni akteri odnosno lideri velikih financijskih kuća i regulatori, predugo su ignorirali krizne signale. Premda je 2010. godine velik iznos gubitaka već razotkriven i prikazan u financijskim izvještajima banaka, nad tržištem i dalje visi mač zbog straha od objave novih gubitaka i loših reakcija regulatora (Dužnička kriza, 2020).

4. UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA MEĐUNARODNU TRGOVINU

U ovom poglavlju se predstavlja kronološki slijed nastanka krize uvjetovane virusom COVID-19. Na početku poglavlja predstavljen je kronološki tijek širenja virusa, a potom i njegov utjecaj na gospodarstvo.

4.1. Povezanost Covida-19 i ekonomske krize

Postojeća ekonomska kriza potaknuta je medicinskim čimbenikom, pojavom virusa COVID-19 tzv. korona virusa, pa je po tome i sama kriza nazvana korona kriza ili pandemijska kriza. Krivulja pandemijskog šoka obično obuhvaća šest faza koje se međusobno izmjenjuju, a imaju svoje pravilnosti i odgovarajuće faze snažnijeg, tj. slabijeg rasta. Postojeća ekonomska kriza uvjetovana medicinskim/biološkim čimbenikom Koronarnim virusom do siječnja 2021. godine prošla je kod dvije pa čak i tri faze (vala) (Baldwin, Tomiura, 2020). COVID-19 je utjecao na pad potražnje zbog smanjivanja obima poslovanja uslijed tzv. lockdowna (izolacije), što je dovelo i do smanjenja uvoza barem u prvom valu pandemije kada su njome bile pogođene najveće idustrijske sile Kina, Njemačka, Italija i SAD. Budući da u cijelom svijetu pandemija nema istu dinamiku zbog različitih klimatskih uvjeta, u nastavku će se analizirati utjecaj korona pandemije na ekonomiju Europe i Hrvatske. U Europi prvi oboljeli od virusa COVID-19 zabilježeni su u siječnju 2020. godine u Italiji, Austriji, Španjolskoj i Njemačkoj, da bi do ožujka 2020. broj oboljelih diljem Europe porastao, a gotovo da nije bilo zemlje koja nije zabilježila zarazu. Kriza i pandemija su se razvijale u šest faza (Čavrak, 2020:15):

- „ispitivanje prvih slučajeva- snažna izolacija oboljelih
- ubrzavanje pandemijskog vala- ograničenje kretanja osoba i smanjivanje gužve
- iniciranje pandemijskog vala- proglašenje pandemije (WTO ožujak 2020.),
- ubrzavanje pandemijskog vala- zatvaranje velikog broja gospodarskih objekata, ograničavanje kretanja, zatvaranje obrazovnih i kulturno-umjetničkih ustanova, zatvaranje sportskih događanja,
- usporavanje vala - bilo je zabilježeno u Europi tijekom srpnja i kolovoza 2020. godine
- priprema za buduće pandemijske valove- u rujnu 2020. godine Europa postupno opet zatvara gospodarstva i donosi mjere zabrane kretanja.“

Kako se može vidjeti iz ovog tijeka slijeda događaja, prve tri mjere su mjere koje u fokus stavljaju medicinsku struku dok ostale četiri mjere u fokus stavljaju ekonomsku i pravnu struku, jer se njima snažno utječe na gospodarska kretanja i prava ljudi. „Tijek pandemije u Hrvatskoj je pratio europske i svjetske trendove. U Hrvatskoj je prvi slučaj oboljenja objavljen 25. veljače 2020. godine, skoro dva mjeseca kasnije u odnosu na pojavu oboljenja u Kini. Na dan početka pisanja teksta pandemijska krivulja u Hrvatskoj imala je uzlazni oblik uz procjenu da rast neće biti eksponencijalan nego linearan (657 osoba oboljelih, pet preminulih i 49 izliječenih) (Čavrak, 2020: 2).

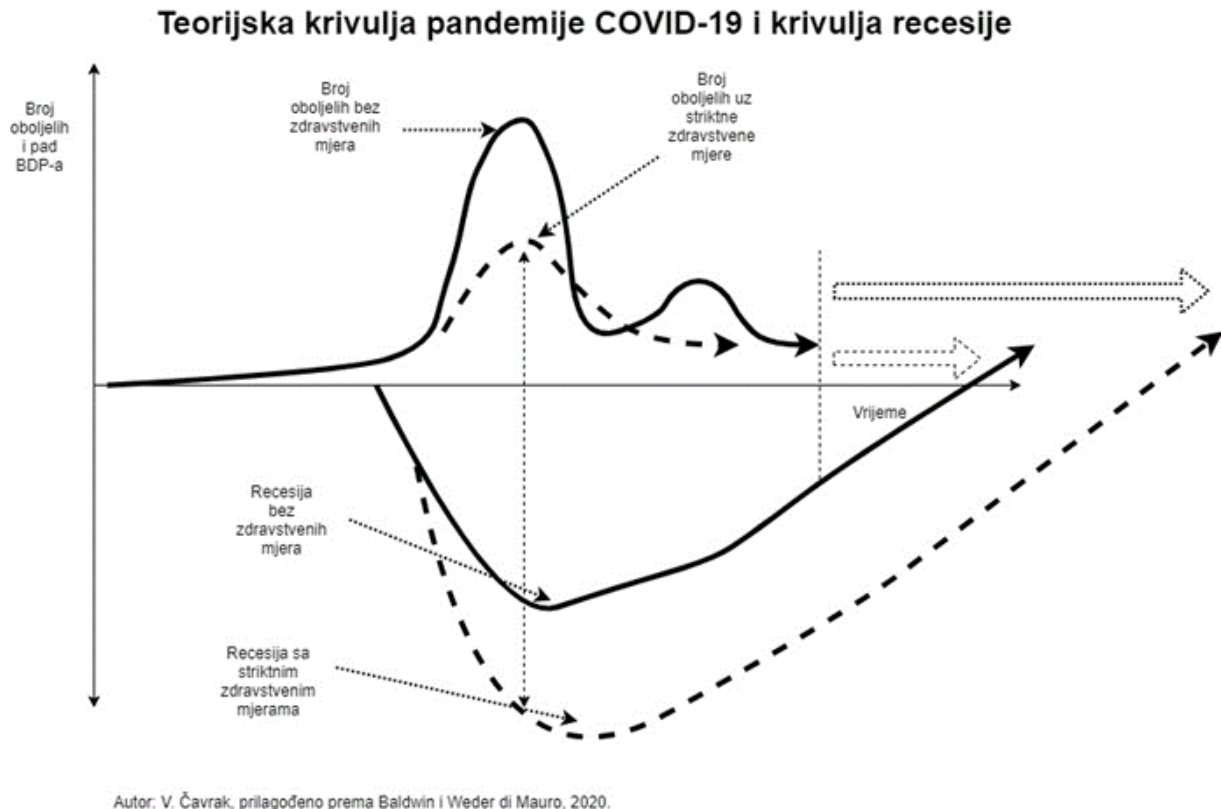
„Zbog zaštite zdravlja i poduzimanja neophodnih mjera zdravstvene zaštite na vrijeme je aktiviran Stožer civilne zaštite koji aktivno prati razvoj situacije i poduzima mjere iz svoje nadležnosti. Vlada RH na 214. sjednici održanoj 17. ožujka 2020. usvaja 63 mjere za pomoć gospodarstvu (od toga 31 mjera su različite odgode plaćanja, 15 se odnose na zajmove i olakšavanje zajmova i garancija a ostale su uglavnom anegdotalnog karaktera). Sadržaj i struktura mjera, unatoč vjerojatno dobroj namjeri, ubrzo izazivaju nezadovoljstvo poslodavaca i sindikata pa dodatno povećavaju neizvjesnost.“ (Čavrak, 2020:3).

„Trenutak usvajanja mjera je bio dobar jer je Vlada reagirala u fazi iniciranja pandemijskog vala (tjedan dana nakon proglašenja pandemije i tri tjedna nakon objave prvog oboljelog) ali je sadržaj mjera bio relativno neuvjerljiv i neadekvatan jer su svi akteri u toj fazi, s obzirom na poznata iskustva Kine i drugih zemalja, sasvim jasno mogli predvidjeti da Hrvatska ulazi u neizvjesnu fazu ubrzavanja pandemijskog vala te da će ekonomske štete biti nesagledive pa su stoga imali opravdano veća očekivanja. Prethodna razmatranja su važna najmanje zbog dva razloga a oba se tiču vremenskog profila i snage utjecaja zdravstvenog šoka na gospodarstvo. Prvo, vremenska dinamika zdravstvenog šoka prethodi gospodarskim šokovima a drugo, profil gospodarskog šoka je inverzan u odnosu na intenzitet zdravstvenog šoka odnosno mjera zdravstvene zaštite (Gruszczynski, 2020).

Uvođenje uvjeta karantene (zaustavljanje proizvodnje i kretanja ljudi, zaustavljanje robnih i financijskih tokova, zatvaranje trgovina, obrta, javnih ustanova i službi, zatvaranje škola, vrtića, fakulteta i sl.) znači potpuno zaustavljanje nekih djelatnosti ili njihovo smanjenje na minimum.“ (Čavrak, 2020:15). U ljeti 2020. Hrvatska je otvorila gospodarstvo što je omogućilo turističku aktivnosti. Iako je broj dolazaka turista bio ne mjerljivo manji u odnosu na 2019. godinu.

Veći intenzitet mjera zdravstvene zaštite (gornja krivulja s crtkanom linijom) s ciljem poravnavanja krivulje pandemije više opterećuje zdravstveni sustav (i naglo povećava njegove troškove) te generira veću negativnu amplitudu gospodarskih šokova i dublju ekonomsku krizu (donja krivulja s crtkanom linijom) (Baldwin, Tomiura, 2020). (slika 2)

Slika 2. Prikaz teorijske krivulje pandemije COVID-19 i krivulje recesije 2020. godine



Izvor: Čavrak, V. (2020). Makroekonomija krize COVID-19 i kako pristupiti njenom rješavanju. *EFZG working paper series* (3), URL: <https://hrcak.srce.hr/236781>, pristupljeno 20.01.2021.

4.2. Negativni učinak pandemije korona virusa na međunarodnu trgovinu

Budući da pandemija COVID-19 još uvijek nije gotova te dolazi do pojave novih sojeva virusa jako je teško prognozirati potpuni učinak pandemije korona virusa na međunarodnu trgovinu.

Prva procjena izvoza robe iz eurozone u ostatak svijeta u prosincu 2020. bila je 190,7 milijardi eura, na porast od 2,3% u odnosu na prosinac 2019. (186,4 milijarde eura). Ovo je prvo povećanje od veljače 2020. Uvoz iz ostatka svijeta iznosio je 161,5 milijardi eura, što je

pad za 1,3% u odnosu na prosinac 2019. (163,7 milijardi EUR). Kao rezultat toga je da je euro područje u prosincu 2020. zabilježilo 29,2 milijarde eura viška u robnoj razmjeni s ostatkom svijeta, u usporedbi s + 22,6 milijardi eura u prosincu 2019. Trgovina unutar europodručja porasla je na 148,7 milijardi eura u prosincu 2020., 0,9% u odnosu na prosinac 2019 (slika 3).

Slika 3. Usporedba uvoza i izvoza robe drugo polugodište 2019 i 2020. u Europskoj uniji

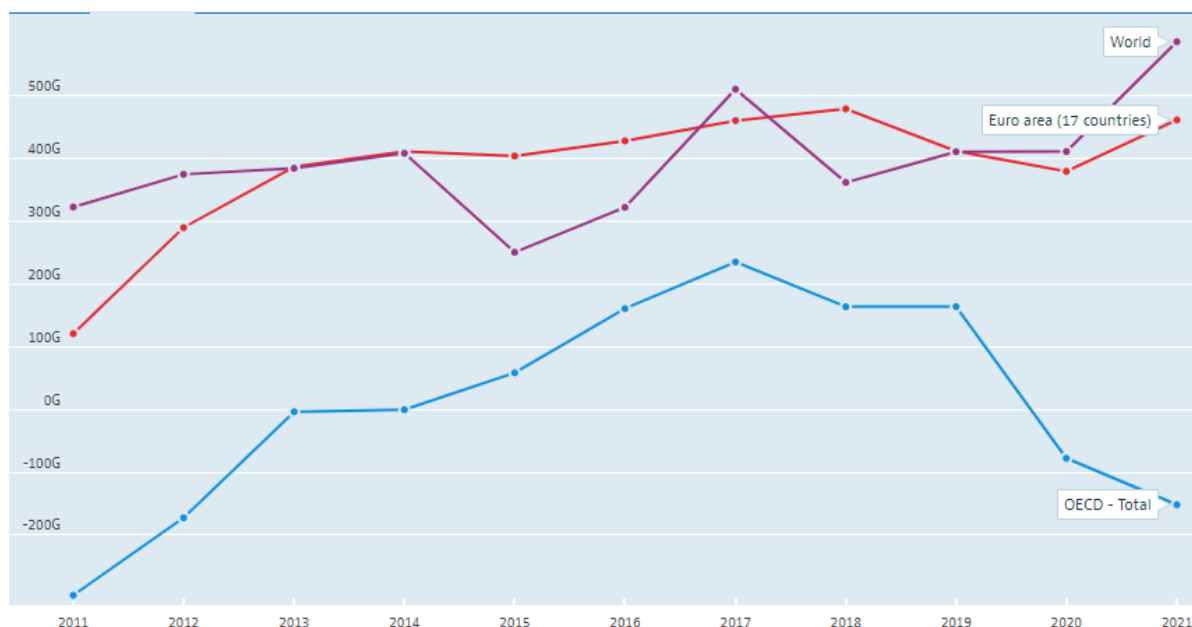


Izvor: Eurostat (2021). Euro area international trade in goods surplus €29.2 Bn, https://ec.europa.eu/eurostat/documents/portlet_file_entry/2995521/6-15022021-BP-EN.pdf/e8b971dd-7b51-752b-2253-7fdb1786f4d9, pristupljeno 20.02. 2021.

Od siječnja do prosinca 2020. izvoz robe iz europodručja u ostatak svijeta pao je na 2.131,4 milijarde eura (smanjenje za 9,2% u odnosu na siječanj-prosinac 2019.), a uvoz je pao na 1.897,0 milijardi eura (pad od 10,8% u usporedbi sa siječnjem-prosincom 2019.). Kao rezultat toga, euro područje zabilježilo je suficit od 234,5 milijardi eura, u usporedbi s + 221,0 milijarde eura u siječnju-prosinicu 2019. Trgovina unutar europodručja pala je na 1.797,0 milijardi eura u siječnju-prosinicu 2020, što je pad za 8,9% u odnosu na siječanj-prosinac 2019. godine (Eurostat, 2021).

Jednostavno teško je predvidjeti u kojem će se smjeru kretati jačanje ili smanjivanje pandemije. Ipak dosadašnje analize pokazale su da je pandemija korona virusa imala određeni učinak na pad međunarodne trgovine, ali isto tako da je imala utjecaj na promjene strategije u međunarodnoj trgovini što je amortiziralo pad posebno roba. S jedne strane svakako se vidi pad turističkih usluga u međunarodnoj trgovini dok s druge strane ne bilježi se značajan pad roba i IT usluga (slika 4).

Slika 4. Prikaz međunarodne trgovine u Europi, svijetu i državama OECD-a od 2011. do 2021. godine

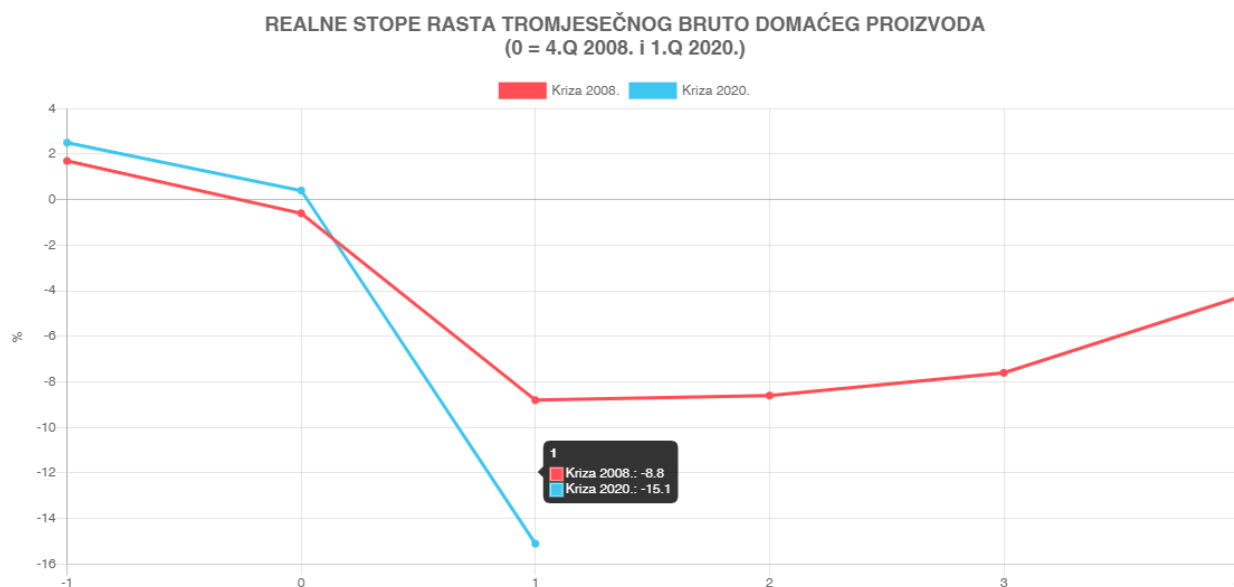


Izvor: OECD (2021). Current account balance forecast, URL: <https://data.oecd.org/trade/current-account-balance-forecast.htm>, pristupljeno 20.01.2021.

Što se tiče uvoza izvan EU, u prosincu 2020. u odnosu na prosinac 2019., dvanaest država članica zabilježio je porast, dok je petnaest država članica zabilježilo padove, a najveći pad zabilježen je u Luksemburgu (-30,9%) i Finske (-22,3%). Najveći porast zabilježen je u Hrvatskoj (+ 59,1%), Malti i Mađarskoj(oba + 20,5%). Empirijski podaci i procjene medicinske struke zaključili su da bi razne faze pandemije u Hrvatskoj mogle trajati do 2 godine, naravno sve dodatno ovisi o mogućnostima slabljenja virusa i vjerojatnosti bržeg procjepljivanja. Što se tiče ekonomskih procjena, ekonomska kriza uzrokovana pandemijom mogla bi potrajati od 2 do 5 godina (Eurostat, 2021).

Usporedi li se utjecaj korona krize i krize 2008. godine na pokazateljima za Hrvatsku može se zaključiti da je korona kriza već u prvoj fazi imala značajan utjecaj na pad BDP-a, a procjenjuje se da bi se u 2021. godini taj pad mogao nastaviti.

Slika 5. Usporedba rasta BDP-a u krizi 2008 i krizi 2020. godine



Izvor: Državni zavod za statistiku (2020). Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje, URL: https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/bdp_2_q.html, pristupljeno 20.12. 2020.

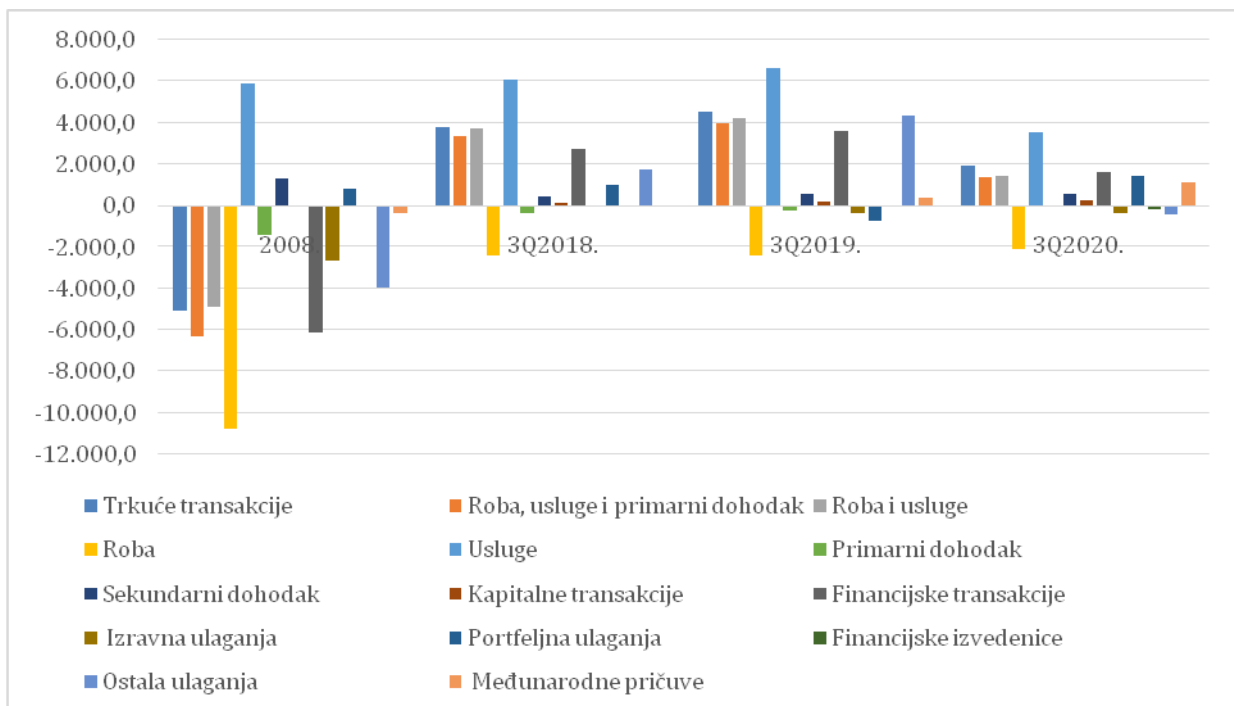
„Zbog djelomičnoga ili potpunog zatvaranja tvornica i poduzeća u ožujku 2020. došlo je do pada industrijske proizvodnje u gotovo svim područjima. Djelatnosti koje su unatoč svemu ostvarile porast u drugom tromjesečju 2020. jesu Proizvodnja kemikalija i kemijskih proizvoda, Proizvodnja osnovnih farmaceutskih proizvoda te Proizvodnja naftnih derivata.“ (Državni zavod za statistiku, 2020).

„Potrošnja kućanstava pala je za 14,0% u drugom tromjesečju 2020., što je najveći tromjesečni pad dosad. Posljednje brojke u trgovini na malo pokazuju pad obujma maloprodaje u svim vrstama trgovina, osim u prodavaonicama hrane, tehničke opreme, ljekarnama te internetskoj prodaji.“ (Državni zavod za statistiku, 2020).

„Utjecaj pandemije bolesti COVID-19 na globalno gospodarstvo doveo je do velikog pada trgovinskih tokova između Republike Hrvatske i drugih država. Izvoz usluga ostvaruje znatan pad putovanja, prometa i ostalih poslovnih usluga. Ograničenja putovanja koja su provedena na globalnoj razini također su znatno smanjila promet turista.“ (Državni zavod za statistiku, 2020).

Zbog zatvaranja svjetskih ekonomija i pada potražnje, uvoz roba ostvaruje znatno smanjenje, osobito od najvažnijih vanjskotrgovinskih partnera iz Europske unije. Padu ukupnih investicija najviše je pridonio pad investicija u poslovnom sektoru, osobito u dijelu investicija u opremu. Promatra li se ipak utjecaj korona krize u 2020. godini i globalne gospodarske krize iz 2008. godine, za sada (podaci do 30.09. 2020), može se utvrditi da je velika gospodarska kriza 2008. godine imala značajniji utjecaj na međunarodno poslovanje Hrvatske nego kovid pandemija (slika 6).

Slika 6. Usporedna analiza platne bilance Hrvatske 2008., 2018, 2019, 03q 2020



Izvor: HNB (2020). Platna bilanca, URL: <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/sektor-inozemstva/platna-bilanca>, pristupljeno 30.12. 2020.

Budući da je Hrvatska dio Europske unije kao i Europska unija teži načelima zajedničkog vanjskotrgovinskog poslovanja i mogućnosti. Pandemija korona virusa uvelike je promijenila i utjecaj te mogućnosti ne samo uvoza nego i izvoza roba i usluga glavnih Europskih partnera.

Europska unija najveći je izvoznik robe i usluga na svijetu, a i sama je najveće izvozno tržište za oko 80 zemalja. Vrijednost trgovine robom između EU-a i ostatka svijeta 2019. iznosila je 4 067 milijardi EUR. Ako se promatraju dostupni podacima prije pandemije, može se vidjeti da su ciljni vanjsko trgovinski partneri bili: Kina, SAD, Ujedinjeno Kraljevstvo pa tek onda ostale države svijeta.

Tablica 1. Glavni trgovinski partneri Europske unije – Trgovina robom 2019. (u milijunima eura)

Zemlja	Izvoz	Uvoz	Ukupno	Trgovinska bilanca
SAD	384 435	231 951	616 386	+152 484
Kina	198 290	361 855	560 146	-163 565
Ujedinjena Kraljevina	318 099	193 698	511 798	+124 401
Švicarska	146 775	110 257 036	257 036	+36 515
Svijet	2 132 015	1 934 944	4 066 959	+197 071

Izvor: Europska komisija, 2020.

„U usporedbi s 2018. porasli su i uvoz i izvoz. Povećanje izvoza (za 72 milijarde EUR) bilo je veće od povećanja uvoza (za 27 milijardi EUR). Suficit u trgovini robom koji je ostvarilo 28 država članica EU-a mijenjao se i iznosio je 11 milijardi EUR 2014., 60 milijardi EUR 2015. i 20,5 milijardi EUR 2017. Tijekom 2018. zabilježen je deficit od 24,6 milijardi EUR. I za izvoz i za uvoz najvažnije kategorije bile su strojevi i prijevozna oprema, a nakon njih slijedili su kemijski proizvodi u slučaju izvoza i mineralna goriva u slučaju uvoza.“ (Eurostat, 2020).

„Ukupni izvoz 2019. porastao je za 3,7% u usporedbi s prethodnom godinom, dok je uvoz porastao za 4,1% te je iznosio 3141 odnosno 2842 milijardi EUR. SAD je 2019. ostao daleko najvažnije tržište za robu izvezenu iz EU-a, a nakon njega slijede Ujedinjena Kraljevina, Kina, Švicarska i Rusija. Europska unija je 2019. i dalje najviše robe uvozila iz Kine, a nakon nje slijedili su SAD i Ujedinjena Kraljevina“ (Eurostat, 2020).

Budući da je korona kriza značajno pogodila tržišta vodećih vanjsko ekonomskih partnera Europa se u 2020. godini našla ne samo pred problemom izvoza vlastitih roba i usluga, nego i potencijalnom prijetnjom namirenja vlastitog tržišta određenim proizvodima.

Velika prednost je bila ta što je Kina vrlo brzo odgovorila na pandemiju pa je mogla i dalje nastaviti s dostavom roba, ponajviše medicinske opreme za kojom je početkom 2020. godine vladala velika potražnja. Ipak za Europu kao tradicionalno turističku destinaciju najveći udarac pandemija je zadala na tržištu usluga i to turističkih i prijevoznih usluga.

Prema tumačenju Eurostat-a i Europske komisije statistika međunarodne trgovine uslugama bilježi transakcije usluga između rezidenata i nerezidenata. Ove statistike razlikuju

transakcije među državama članicama Europske unije (dalje EU) (transakcije unutar EU) i transakcije država članica EU sa zemljama koje nisu članice (transakcije izvan EU, treće zemlje). Za određenu zemlju (ili zemljopisno područje) ukupna trgovina uslugama uključuje međunarodne transakcije sa svim zemljama svijeta i jednaka je zbroju transakcija unutar i izvan EU (Eurostat, 2020).

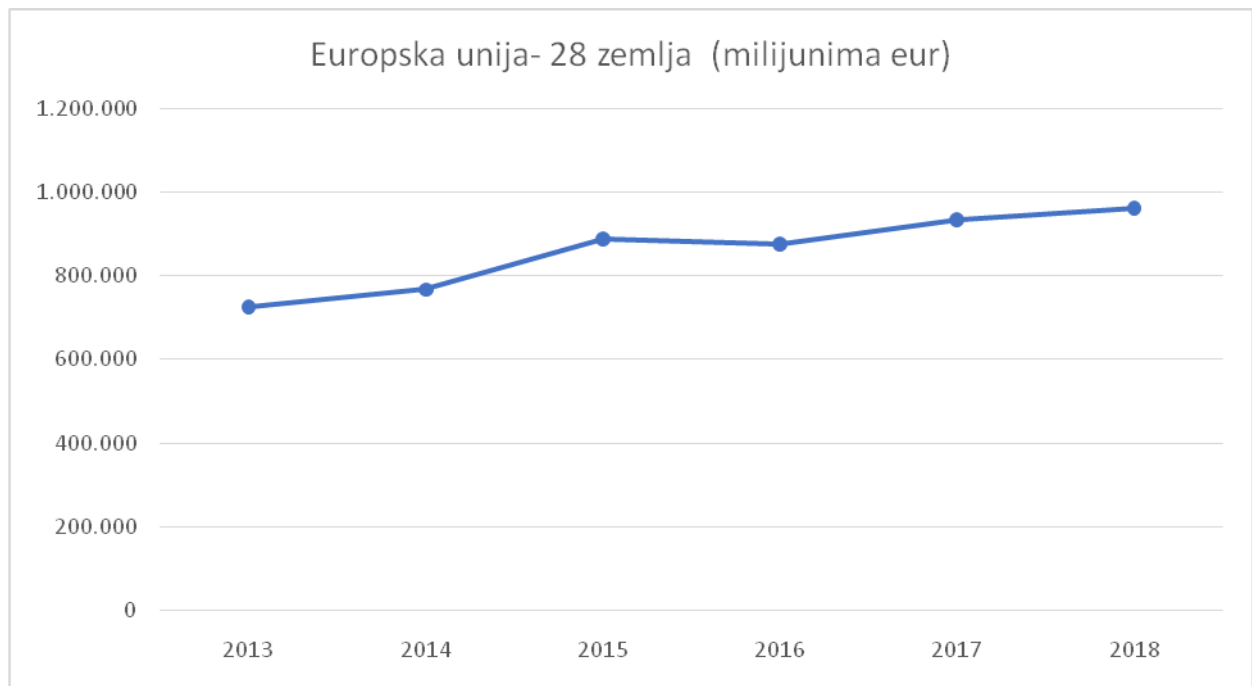
Pojam "usluge" iz konteksta Europske komisije obuhvaća heterogenu paletu nematerijalnih proizvoda i aktivnosti koje je teško uvrstiti u jednostavnu definiciju. Usluge su rezultat proizvodne aktivnosti koja mijenja uvjete potrošačkih jedinica (usluge transformacije) ili olakšava razmjenu proizvoda ili financijske imovine (maržne usluge). Usluge je često teško odvojiti od robe s kojom se mogu povezati u različitom stupnju.

Usluge su klasificirane prema sljedećim glavnim kategorijama:

- Usluge proizvodnje na fizičkim ulazima u vlasništvu drugih,
- Usluge održavanja i popravka, nisu uključene na drugom mjestu,
- Prijevoz,
- Putovanja,
- Izgradnja,
- Osiguravajuće i mirovinske usluge,
- Financijske usluge,
- Naknade za upotrebu intelektualnog vlasništva, nigdje drugdje uključene,
- Telekomunikacijske, računalne i informacijske usluge,
- Ostale poslovne usluge,
- Osobne, kulturne i rekreacijske usluge (Eurostat, 2020).

Statistički podaci o međunarodnoj trgovini uslugama proizlaze iz transakcija evidentiranih u platnoj bilanci zemlje, koje obuhvaćaju sve transakcije koje se odvijaju između rezidenata i nerezidenata gospodarstva, a što će se vidjeti iz sljedećih grafičkih prikaza.

Grafikon 1. Međunarodna razmjena usluga država Europske unije s trećim zemljama od 2013. do 2018. godine (u milijunima eura)



Izvor: Eurostat (2020) International trade in services – Overview, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/international-trade-in-services>, pristupljeno 12.12. 2020.

Kako se može vidjeti, međunarodna razmjena usluga država EU raste iz godine u godinu pri čemu je najveći rast vidljiv u razdoblju od 2013. do 2014. godine. U tablici 2 prikazane su države i regije s kojima države EU ostvaruju najveću međunarodnu trgovinu usluga.

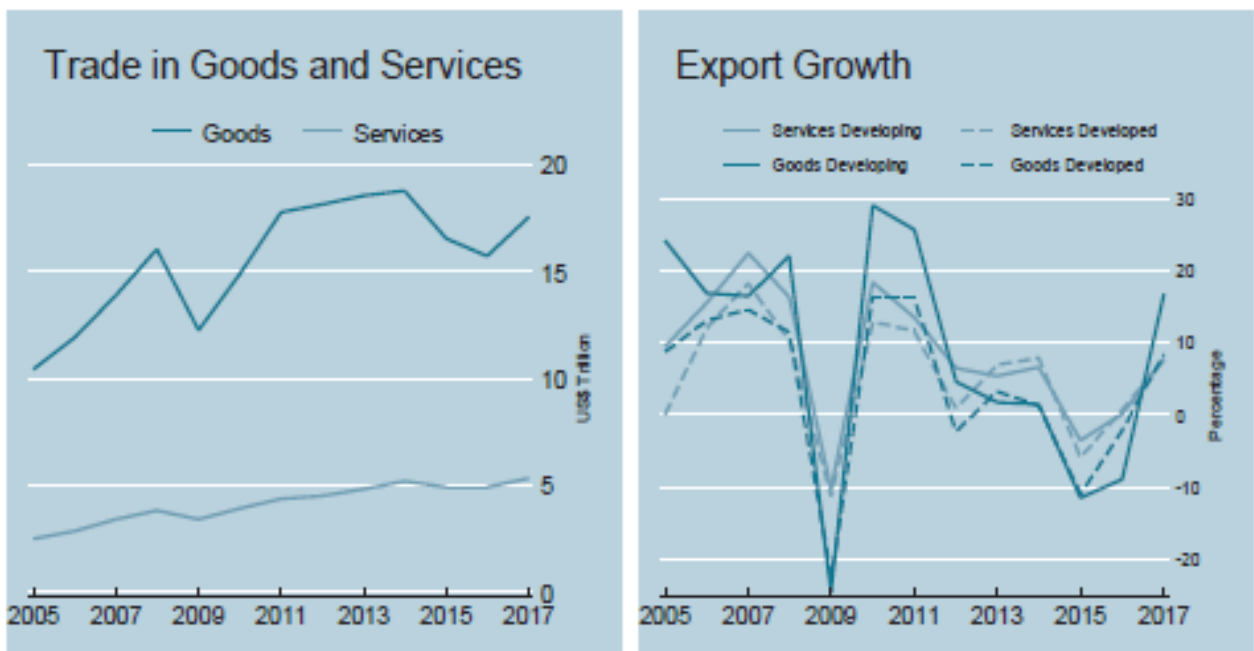
Tablica 2. Međunarodna trgovina uslugu EU prema državama i regijama svijeta od 2014. do 2018. godine

U milijunima eura	2014	2015	2016	2017	2018
Cijeli svijet	260.133	234.975	239.672	274.293	311.323
Australija	10.786	12.088	12.801	14.091	14.253
Meksiko	4.147	4.768	4.802	4.817	5.890
Novi Zeland	864	1.090	1.282	997	1.493
Švicarska	44.418	40.127	21.459	47.841	48.265
Države Europe izvan EU	172.645	164.452	166.844	205.620	207.707
Arapski emirati	19.608	28.090	27.552	25.520	22.060
Bliski Istok	23.716	33.027	31.456	29.018	25.259
Oceania	11.716	11.703	12.928	12.538	12.672
Sjeverna Amerika (Kanada i SAD)	18.084	14.983	14.073	17.651	16.384
Argentina	1.944	2.298	2.259	3.231	3.385
Brazil	7.958	7.538	6.951	7.714	8.125
Kina	7.106	15.167	11.735	14.920	19.985
Saudijska Arabija	9.357	15.627	15.851	14.673	13.266
Južna Afrika	2.704	3.924	3.557	3.344	3.572

Izvor: OECD (2020). EBOPS 2010 - Trade in services by partner economy https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=TISP_EBOPS2010, pristupljeno 12.12. 2020.

Iako usluge u suvremenom globalnom poslovanju imaju sve važniju ulogu na razini EU i svijeta međunarodna trgovina roba i dalje zauzima značajnije mjesto u međunarodnoj razmjeni (slika 7).

Slika 7. Usporedni prikaz vrijednosti trgovine roba i usluga u međunarodnoj trgovini na svjetskoj razini od 2005. do 2017. godine (u bilijunima USD)



Izvor: Ujedinjeni Narodi(2019). Key Statistics and Trends in International Trade 2018, United Nations publication issued by the United Nations Conference on Trade and Development, New York, str. 7

Prema analizi Ujedinjenih Naroda (2019) iako je zadnjih godina zamječen značajan rast trgovine usluge, ona i dalje čini znatno niži udio u međunarodnoj trgovini. U 2017. godini svjetska trgovina robom procijenjena je na više od 17 bilijuna USD, dok je trgovina uslugama iznosila nešto više od 5 bilijuna dolara. Nakon svjetske financijske krize, trgovina robom i uslugama odmah se obnovila da bi dosegla razinu prije krize do 2011. Vrijednost međunarodne robne trgovine znatno je pala u 2015. i 2016. prije nego što se oporavila 2017. godine. Unatoč tome, robna trgovina ostaje ispod razine iz 2014. godine.

Trgovina uslugama bila je otpornija tijekom istog razdoblja. Samim time u budućnosti se može nadati još većem rastu međunarodne trgovine usluga, posebno u nestabilnim vremenima kao što su globalne pandemije, kada digitalizacija stvarnosti velikim djelom dolazi od niza digitalnih usluga.

Postojeće stanje Covid-19 pandemije je pokazalo da se usluge puno lakše prilagođavaju novim, rizičnim vremenima, posebno kada je riječ o digitalnim uslugama ili suradnji klasičnih usluga s digitalnim uslugama. Porast korištenja internetskih aplikacija za vrijeme pandemije značajno je utjecao na rast globalne IT industrije što je dodatno globaliziralo potražnju za raznim informacijskih tehnologijama te stalnu inovaciju istih kako bi se zadovoljilo međunarodno tržište (Mikac, 2020.)

Može se zaključiti da usluge u međunarodnoj trgovini neće tako skoro zauzeti poziciju roba, ali sigurno je da će stalno rasti te da će potražnja za njima biti sve veća (Eurostat, 2020).

„Pojava COVID-19 je u početku dovela do poremećaja trgovine putem globalnih lanaca vrijednosti (GVC), ali kombinirani šok potražnje i ponude sada dovodi do snažnijeg utjecaja na trgovinu sveukupnim robama i uslugama. Zatvaranje međunarodnih granica je poremetilo globalne trgovinske tokove, a mjere suzbijanja pandemije su oslabile potražnju – oba razloga su dovela do ogromnih problema u turizmu. Obujam ekonomskog poremećaja, i posljedično usporavanje trgovine, će zavisiti od toga kakvi će biti zdravstveni utjecaj i koliko će biti dobre mjere za izravnavanje krivulje zaraze i koliko će biti efektivne ostale politike odgovora na pandemiju. Na osnovu postojećih informacija i procjena podataka za vanjski sektor za Hrvatsku u 2020., čini se da što zemlja više zavisi od turizma i pratećih usluga, kao što su transport.“ (Svjetska banka, 2020).

„Procjene za Republiku Hrvatsku zasad su, kao što je već rečeno, nepouzdana i kreću se u velikim rasponima. Nažalost, u Hrvatskoj ne postoji sustav koji prikuplja i javno objavljuje sve potrebne ažurne podatke za ove izračune pa se moramo osloniti na aproksimacije. Domaći podaci se objavljuju s velikim vremenskim pomakom u odnosu na stvarne događaje, često i više od šest mjeseci što ih u ovoj situaciji čini neupotrebljivima. (Mikac,2020).

Ako se oslanjamo na inozemne podatke onda nas oni upućuju na drastične činjenice o padu proizvodnje u većini sektora za 35-90% u samo dva tjedna ožujka. Osobito teško stanje će biti u zemljama u kojima u strukturi gospodarstva prevladavaju sektor turizma, zabave i tercijarnih usluga“ (Čavrak, 2020:10).

„(Pre)visoka ovisnost hrvatskoga gospodarstva o turizmu (tzv. „Nizozemska bolest“) bila je predmetom upozorenja, od strane brojnih ekonomista i stručnjaka te institucija poput

njemačkog IFO Instituta. Strukturne reforme i strukturne promjene su izostale, bez obzira na ova upozorenja uglavnom zbog povoljnog učinka turizma na platnu bilancu i rast deviznih rezervi. Međutim sada se pokazala sva ranjivost takve nepovoljne strukture nacionalnog gospodarstva.“ (Mikac, 2020:32).

Vrlo je malo sektora koji povećavaju proizvodnju. To se odnosi uglavnom na sektore koji proizvode medicinsku opremu i materijal koji je potreban u borbi protiv zaraze, sektor hrane, telekomunikacija, lijekova i neki sektori energije i usluga. Zaključno, u našem slučaju od početka krize definiran je apsolutni prioritet mjera zaštite zdravlja što, s druge strane, implicira najdublju recesijsku amplitudu a što se moglo pretpostaviti već sredinom ožujka, dakle, čak prije donošenja prvih vladinih mjera za pomoć gospodarstvu (Čavrak, 2020:15).

„Sve navedeno može dovesti do enormnih gubitaka poduzetnika i povećane opasnosti od stečaja. Poduzeća u Hrvatskoj su prethodno bila suočena s produženom šestogodišnjom krizom i kreditnim slomom što je dugo vremena ograničavalo rast investicija i tehnološku obnovu tako da je gospodarstvo ovu krizu dočekalo sa značajnim tehnološkim zaostacima a ova će kriza te probleme značajno produbiti. Osim toga, hrvatsko gospodarstvo ima nekoliko velikih strukturnih problema. Jedan je nepovoljna struktura u kojoj prevladavaju mala i mikro poduzeća za koja se svojevremeno tvrdilo da su u prednosti što su fleksibilna. Ta će se prednost sada pokazati kao nedostatak jer većina malih i srednjih poduzeća nema financijskog kapaciteta da izdrži dulje razdoblje ovako velikog pada proizvodnje i prometa a prednost fleksibilnosti će u pravilu biti korištena za otpuštanje radne snage i drastično smanjivanje plaća. Zatvaranje poduzeća, prestanak njihovog rada lančano dovodi u pitanje poslovanja onih koji možda imaju i bolju financijsku otpornost.“ (Čavrak, 2020:15).

4.3. Pandemijska kriza kao šansa za međunarodnu trgovinu (ekspanzija on-line trgovine)

Pandemija korona virusa pokrenula je nove trendove u trgovini. Iako je online trgovina prisutna već gotovo 15 godina, pandemija korona virusa još više je ojačala značaj online trgovine u međunarodnom poslovanju. Suvremena informacijsko-telekomunikacijska tehnologija značajno je promijenila odnose kako kupca i prodavača tako i svih subjekata u poslovnom procesu. Ideja o razvoju informacijske tehnologije javlja se još u vrijeme renesanse.

Nova znanja i tehnologije bile su izazov za stvaranje strojeva i alata kojima su si ljudi u početku željeli pomoći obavljajući osnovne matematičke funkcije (Babić, Krajnović, Radman Peša, 2011). Razvoj vojne tehnologije, industrijska revolucija i snažan inovacijski val koji se javlja početkom 20. stoljeća omogućio je stvaranje prvih računala, a samim time i operativnih programa kojima se unapređuje poslovanje i komunikacija. Vrhunac komunikacijske tehnologije javlja se 1990-ih godina razvojem bežične komunikacije koja počinje povezivati razna tržišta i prekida geografska ograničenja (Knežević, 2011.:455).

Lavorgna (2015) ističe da sve veća uporaba osobnog računala dovodi i do razvoja komunikacijske tehnologije pri čemu se teži stvaranju globalnog mrežnog sustava koji će biti prihvatljiv svima i kojim će svi moći komunicirati. Snažan interes za novim tehnologijama pokrenuo je val telekomunikacijskih inovacija, pa je tako početkom 1990-ih stvoren World Wide Web (Knežević, 2011:456). Od tog razdoblje do danas kompletna informacijska tehnologija usmjeravala se povezivanju i stvaranju informacijskih sustava kojima se omogućava brža razmjena podataka i upravljanje njima.

Babić, Krajnović, Radman Peša (2011) ističu da jačanje komunikacijske integracija dovodi do globalizacije koja snažno utječe na stvaranje univerzalnih tržišta te većeg i lakšeg protoka roba. Takvo veliko tržište traži i usmjerenost na potrošača kao glavnog pokretača ponude i potražnje. Lavorgna (2015) analizira sve perspektive razvoja i daljnje ekspanzije online trgovine ponajviše se fokusirajući na Internet trgovinu i njezine perspektive.

Kako bi se mogla predvidjeti daljnja ekspanzija ICT-a posebice u službi poslovanja važno je još detaljnije objasniti kronološki razvoj tehnologija koje su doprinjele postojećoj fazi rasta i primjene ICT-a. Razvojem informacijsko telekomunikacijske tehnologije mijenja se način komunikacije, proizvodnje, poslovanja te općenito i životnih navika. Svaka ova promjena utječe na ponašanje potrošača pa samim time i prilagodbu proizvođača, trgovca da svoju ponudu što više prilagodi potrošaču (Knežević, 2011.:465). Na taj način prodaja postaje multikanalna i višekanalna. Proces širenja putem elektroničkog poslovanja naziva se još i reintegracijom pri čemu poduzeća postaju globalni „igrači“.

Suvremena tehnologija je u mnogo segmenata donijela značajno poboljšanje, poglavito onih vezanih uz Internet i Web tehnologije. Iako je suvremena informacijska tehnologija u odnosu na prije trideset godina dostigla iznimno visoku fleksibilnost primjene i nevjerojatnu učinkovitost, razvoj informacijske tehnologije zapravo se može smatrati iznimno mladom, ali

izuzetno brzo-rastućom znanosti (Knežević, 2011.:465). Kada se uzme u obzir da je prva, prava primjena računala započela svega prije pedesetak godina, a da se personalizirana, mobilna telefonija počela intenzivno razvijati prije tridesetak godina, onda se može reći da je područje informacijske tehnologije momentalno najbrže rastuće područje znanosti u kojoj se gotovo na dnevnoj razini dolazi do novih tehnoloških i programskih dostignuća značajnih za primjenu informacijskih sustava (Knežević, 2011.:465).

S obzirom na analize Knežević (2011) koje se vežu na podatke do 2009. godine, u osvrtu aktualnog stanja online trgovine preuzeti su aktualniji podaci iz drugih izvora. No, u analizi preuzetih statističkih podataka, preuzeti su komentari autorice o značaju i jačanju online trgovine što ona predviđa 2011. godine već na rezultatima iz 2009. godine. Prema dostupnim podacima agencije IDC Adriatics proizlazi da je online trgovina u Hrvatskoj u stalnom rastu. Samo 2007. godine ista je premašila 700 milijuna dolara prometa (Babić, 2011.:57).

Iako je rast od 30% u 2006. godini tada bio najmanji, razlog tome su visoki postoci rasta proteklih godina kao rezultat vrlo niske baze, odnosno male nominalne vrijednosti online trgovanja. Za godinu 2008. predviđalo se da će cjelokupna online trgovina u hrvatskoj iznositi 900 milijuna dolara. Uz takav rast, 2010. domaća online trgovina trebala je "probiti" iznos od milijardu dolara i iznositi otprilike 1,2 milijarde dolara kako je predviđala agencija IDC Adriatics (Babić, 2011.:57).

Gledajući veleprodaju B2B online trgovinu ona je u 2007. godini iznosila približno 655 milijuna dolara te je znatno premašila ukupnu vrijednost on-line veleprodaje iz prethodne godine, koja je u tom segmentu iznosila 509 milijuna dolara. Za razliku od veleprodaje, on-line maloprodaja je u 2007. iznosila 95 milijuna dolara (Babić, 2011.:57 i Knežević, 2011.:468).

Konstantan rast online trgovine u Hrvatskoj rezultat je i rasta svijesti gospodarstvenika o svim prednostima trgovanja preko Interneta i poslovanja na takozvanim virtualnim tržištima. Premda velika većina trgovaca u Hrvatskoj još uvijek Internet vidi kao virtualni izlog svoje prodavaonice, polako ali sigurno se sve više poduzetnika odlučuje za otvaranje web trgovina, prije svega zbog njihovih prednosti u odnosu na klasično trgovanje. Hrvatski poduzetnici su uvidjeli da održavanje trgovine preko Interneta je mnogo jeftinije i praktičnije od klasične trgovine jer nema troškova prostora, radno vrijeme je od 0 do 24, a prodavače zamjenjuje računalo (Knežević, 2011.:471).

Još je veća prednost i činjenica da online trgovine nisu geografski ograničene, tako da kupce mogu imati iz cijelog svijeta. Osim toga, online trgovinu je danas relativno lako i pokrenuti, s obzirom na broj gotovih web-shop aplikacija na tržištu. Možemo zaključiti da unatoč rastu tržišta i svijesti o prednostima online trgovine, još uvijek ima veliki prostor za napredak.

To se posebno odnosi na segment B2C online trgovine na koju otpada oko 13% ukupne online trgovine u Hrvatskoj, dok ostatak od 86,9% otpada na trgovanje među tvrtkama. Prema poslovnom dnevniku, online trgovina u Hrvatskoj će i dalje bilježiti stabilan rast, kako u maloprodaji tako i u veleprodaji. Knežević (2011), ističe da online trgovina ima snažne posredničke funkcije. E-trgovinu potiču tri glavne sile, ekonomske, tržišne i interakcijske, i naravno tehnologija, pogotovo integracija multimedije.

Online trgovina je u Europskoj uniji od 2006. godine do 2013. godine doživljavala stalan rast. U tom razdoblju online trgovina je rasla na razini 27 država Europske unije za prosječnih 30%. „Prema indeksu koji govori o zadovoljstvu potrošača svojim položajem na tržištu, Hrvatska je na dnu ljestvice s 50 bodova, a iza nje su samo Cipar (49 bodova) i Grčka (47). Najviše bodova, 73, imaju Finska i Velika Britanija, čiji se potrošači smatraju najzaštićenijima u području e-trgovine. Finska, Velika Britanija, Francuska, Švedska i Norveška su zemlja koje imaju najveću stopu rasta e- trgovine u 2012. godini u odnosu na 2008. godinu u Europi. Kada je riječ o članicama Europske unije, najviše stope rasta u jačanju e-trgovine imaju Velika Britanija, Francuska, Švedska, Finska, Malta, Nizozemska i Luksemburg“ (Hrvatski potrošači nemaju osjećaj zaštićenosti, 2020). Online još uvijek većinom prodaju usluge te one čine 32% u ukupnoj e- trgovini Unije, dok se najmanje prodaju materijalne robe (hrana i odjeća) koje iznose oko 9% prodaje u e- trgovini.

U državama članicama Europske unije porasla je online trgovina što se najviše može pripisati velikom razvoju internetske tehnologije te raznih aplikacija koje spajaju Internet i mobilnu industriju pa se tako danas veliki broj usluga kupuje i preko pametnih telefona. Ipak kod e-trgovine i dalje vodeću ulogu ima prodaja usluga te digitalnih proizvoda koji se izravno „skidaju“ sa raznih domena i servera pa tako prodavatelji nemaju dodatne troškove dostave, ali time isti proizvodi ulaze u sivo područje praćenja poreza.

Prema podacima platforma Emarsys i GoodData trgovci u Zapadnoj Europi povećali su 2020. godine narudžbe za 59%. Isti podatak rasta online trgovine bilježe i SAD te Kanada. Već prisutni online trgovci, oni koji su i prije 2020. godine imali etablirane online trgovinske

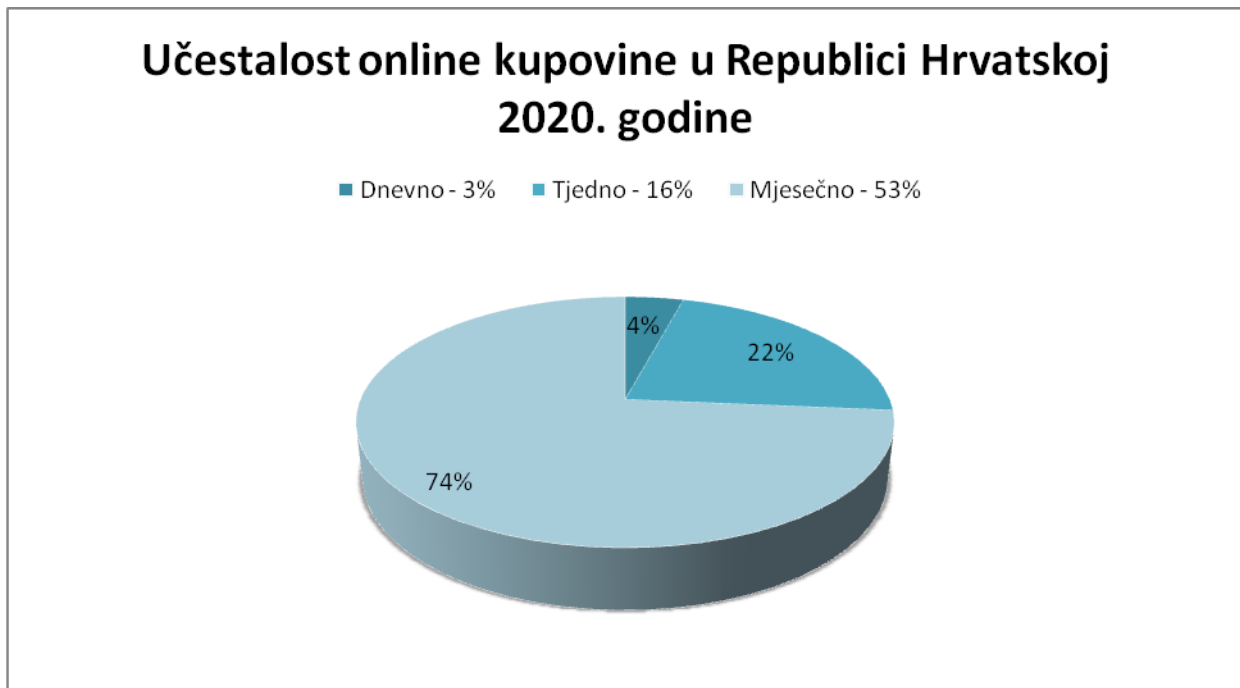
platforme 2020. godine bilježili su rast prodaje za 90% (Morcatty, Feddema, Nekariss, & Nijman, 2021).

Prema podacima konzultantske kompanije Brick Meets Click, online prodaja prehrambenih namirnica u SAD-u porasla je za čak 233% u odnosu na 2019. godinu. Kada je riječ o međunarodnoj trgovini također se bilježi rast od 70% online trgovanja posebno između Europe i azijskih zemalja te Europe i SAD-a (Lider, 2020).

Kada je riječ o Hrvatskoj, IT kompanije koje se bave trgovanjem online i prodajom aplikacija bilježile su rast prometa i do 60% veći nego u razdoblju prije pandemije. Poseban porast bilježe i online usluge dostave kao što su Glovo i Wolt jer su se ljudi okrenuli narudžbama preko online prodaje roba. Razlog ovakve ekspanzije online trgovine leži upravo njezinoj prostornoj i vremenskoj prilagodbi te niskoj potrebi za direktnim kontaktom s krajnjim kupcem.

Može se reći da je pandemijska kriza ojačala važnost inovacije u trgovini te kod onih koji se mogu prilagoditi tehnološkom napretku, krizu pretvorila u šansu. Da su IT tehnologije imale veliki utjecaj na promjenu strategije trgovine, tj. njezinog većeg usmjerenja ka online trgovini pokazuje i istraživanje Hrvatske udruge i banka i agencije EQUESTRIS. Istraživanje provedeno u studenom 2020. godine na uzorku od 320 ispitanika u dobi od 18 do 60 godina pokazalo je da se online trgovina povećala za 15,5% u razdoblju od 3. do 11. mjeseca 2020. godine u odnosu na razdoblje od 9. mjeseca 2019. godine do 3. mjeseca 2020. godine. Čak 67% ispitanika navelo je da online kupuju češće nego što su to činili 2019. godine. Istraživanje je pokazalo da je 53% ispitanika online kupovalo na mjesečnoj razini, 16% njih na tjednoj razini, a 3% na dnevnoj razini (grafikon 2).

Grafikon 2. Učestalost online kupovine u Republici Hrvatskoj 2020. godine



Izvor: HUB (2020). Istraživanje uslijed pandemije online kupovina povećana za 15,5%,
URL: <https://www.hub.hr/hr/hub-istrazivanje-uslijed-pandemije-online-kupovina-povecana-za-155>, pristupljeno 12.01. 2021

Kada je riječ o tržištu kupovine, 72% ispitanika online je kupovalo na međunarodnom i domaćem tržištu, 25% je kupovalo isključivo na međunarodnom tržištu dok je svega 3% kupovalo isključivo na domaćem tržištu.

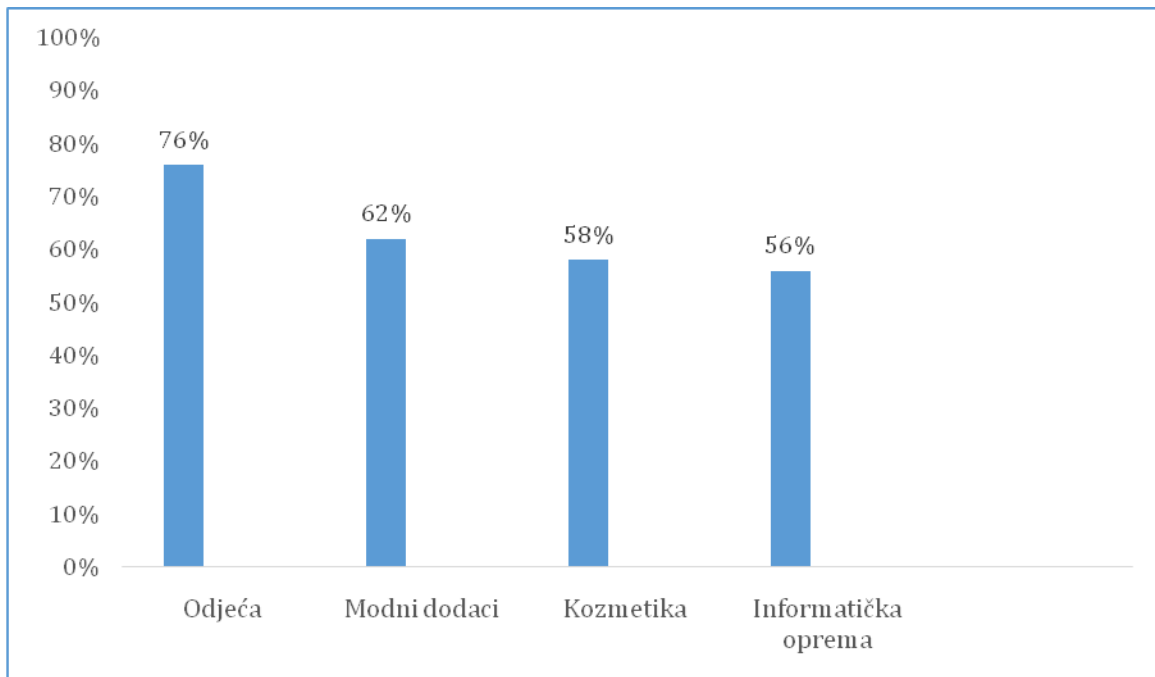
Grafikon 3. Prikaz rezultata istraživanja online kupovine s obzirom na mjesto kupnje



Izvor: HUB (2020). Istraživanje uslijed pandemije online kupovina povećana za 15,5%,
URL: <https://www.hub.hr/hr/hub-istrazivanje-uslijed-pandemije-online-kupovina-povecana-za-155>, pristupljeno 12.01. 2021.

Ispitanici su na međunarodnom tržištu najviše online kupovali: odjeću (76%), modne dodatke (62%) i kozmetiku (58%), informatičku opremu (56%). (grafikon 4).

Grafikon 4. Prikaz rezultata istraživanja online kupovine s obzirom na vrstu robe



Izvor: HUB (2020). Istraživanje uslijed pandemije online kupovina povećana za 15,5%, URL: <https://www.hub.hr/hr/hub-istrazivanje-uslijed-pandemije-online-kupovina-povecana-za-155>, pristupljeno 12.01. 2021.

Kako se može vidjeti iz prikazanih rezultata, međunarodna trgovina je u vrijeme COVID-19 na određeni način kompenzirala fizički pad trgovine kroz uporabu online servisa trgovanja. Sve veći broj kupaca vrlo lako je prihvatio novi način kupovine putem online platformi te je svoje potrošačke potrebe preselio iz fizičkog trgovanja u virtualno. Može se zaključiti da je ova pandemija donijela velike izazove za trgovce posebno u međunarodnom poslovanju jer su svoje online platforme morali prilagoditi jezično, ali i platežno inozemnim tržištima. S druge strane, poduzeća koja su već poslovala na međunarodnom tržištu djelomično i potpuno su bila pripremljena za online trgovinu tako da je veća ekspanzija online trgovanja na međunarodnom tržištu samo ojačala njihovu prisutnost na tržištu. S druge strane, ako se promatraju usluge kao jedan od elemenata međunarodne trgovine, može se vidjeti da su pojedine usluge uslijed krize COVID-19 doživjele drastičan pad na međunarodnom tržištu te da im u njihovoj funkcionalnosti nisu pomogle niti digitalne platforme. U prvom redu to su usluge prijevoz i turizma koje zahtijevaju fizičku prisutnost korisnika jer se njihova konzumentnost ostvaruje u datom trenutku, na datom mjestu.

5. ZAKLJUČAK

Međunarodna trgovina predstavlja važno područje razvoja i rasta ekonomija, ona je već od prvih civilizacija predstavljala i ekonomsku snagu pa čak i političku nadmoć zemalja koje su imale razvijene sustave međunarodnih trgovina te resurse koje su mogli plasirati na međunarodno tržište. Suvremena međunarodna trgovina u stalnom je rastu posebno u razdoblju snažne digitalizacije, tamo iza 2005. godine kada se međunarodno tržište sve više seli na internetske platforme. Razlog tome se može tražiti u potrebama tržišta, jer robu predstavlja hrana, odjeća, lijekovi, gorivo i sl. što predstavlja veliki značaj u egzistenciji ne samo industrije, nego i pojedinca. Ipak pojava Interneta učinila je usluge puno dostupnijima međunarodnom tržištu, a snažan tehnološki rast digitalne industrije učinio je upravo neke internetske usluge i aplikacije svakodnevnicom pojedinca što jedno čini i usluge koje se razmjenjuju na međunarodnoj razini. Iako međunarodna trgovina pojavom interneta doživljava stalnu ekspanziju, zadnja pandemijska kriza pokazala je da se javljaju novi rizici s kojima se međunarodna trgovina mora nositi, a to su pandemije i ograničavanje kretanja ljudi.

Najozloglašeniji primjer svjetske krize je Velika depresija koja se dogodila u razdoblju 30-ih godina prošlog stoljeća. nezaposlenost u SAD-u 1929. godine bila je 3,2%, a do 1933. godine povećala se na 24,9%. Ova velika kriza pogodila je čitav svijet, prosječna stopa nezaposlenosti bila je 15,4%. Velika depresija bila je uzrokovana krahom burze 1929. godine, no recesija je započela točnije i prije pad burze. Stagflacija koje se pojavila 1970. godine uzrokovana je visokim cijenama goriva zbog embarga Organizacije zemalja izvoznica nafte (Organization of the Petroleum Exporting Countries - OPEC). Kada se uzme u obzir inflacija, današnje cijene nafte visoke su kao i 70-ih. No, američka ekonomija je dvostruko energetski učinkovitija nego prije 40 godina, kažu analitičari jer danas tržište podnosi visoke cijene nafte. Nafta je bila temeljni čimbenik i motivator za brzo rastuće američko gospodarstvo koje se o sredine 20. stoljeća sve više počelo oslanjati na uvozne izvore nafte. Ubrzo, odnosno 1997. godine, uslijedila je i financijska kriza u gospodarstvima takozvanih „Azijskih tigrova“ odnosno u zemljama Jugoistočne Azije. Najznačajniji uzroci ove krize bili su: neadekvatni tečajni režim, rizična struktura financijske imovine, visok priljev špekulativnog i kratkoročnog kapitala te nedostatak supervizije i regulacije financijskog tržišta. Kao najznačajnija posljedica krize uslijedila je značajna deprecijacija nacionalnih valuta u promatranoj regiji u prosjeku od oko 45% naprema američkom dolaru, a u pojedinim

zemljama valute su izgubile i do 80% svoje vrijednosti. Financijska kriza koja je pogodila svijet u godini 2008. izazvala je najveću globalnu gospodarsku krizu nakon Drugoga svjetskoga rata. Ta je kriza nastala poslije dugoga razdoblja (2002. – 2007.) brzoga kreditnoga rasta, malih premija za rizik, velike likvidnosti, rasta cijena imovine i „napuhavanja“ cijena nekretnina.

Na početku rada postavljene su dvije hipoteze koje su potvrđene u ovom radu.

H1: Globalne ugroze i krize imaju značajan utjecaj na trendove u međunarodnoj trgovini.

Razmatrajući globalna tržišta i podatke Eurostata može se vidjeti da je pandemija korona virusa imala parcijalni učinak na vanjsku trgovinu. Što znači da poduzeća koja su se uspjela prilagoditi promjenama uz korištenje novih tehnologija, ona su doživjela rast trgovine, dok poduzeća koja primarno ovise o fizičkoj prodaji teško podnose krizu.

Najveći problem svakako ima trgovina uslužnih djelatnosti vezanih za kulturu i turizam koje su usko povezane s prisutnošću ljudi na mjestu usluge.

H2: Covid-19 kriza uvela je nove trendove u međunarodnoj trgovini bazirane na razvoju novih informacijskih tehnologija.

Postojeće stanje Covid-19 pandemije je pokazalo da se pojedine usluge (IT usluge) puno lakše prilagođavaju novim, rizičnim vremenima, posebno kada je riječ o digitalnim uslugama ili suradnji klasičnih usluga s digitalnim uslugama. Porast korištenja internetskih aplikacija za vrijeme pandemije značajno je utjecao na rast globalne IT industrije što je dodatno globaliziralo potražnju za raznim informacijskim tehnologijama te stalnu inovaciju istih kako bi se zadovoljilo međunarodno tržište. Može se zaključiti da usluge u međunarodnoj trgovini neće tako skoro zauzeti poziciju roba, ali sigurno je da će stalno rasti te da će potražnja za njima biti sve veća.

Na kraju ovog istraživanja se može zaključiti da poduzetnici još uvijek nemaju dovoljno analiza kako bi procijenili utjecaj pandemijske krize na svoje poslovanje. Iz prvih rezultata poslovanja može se zaključiti da je pandemija korona virusa imala značajan utjecaj na turističke djelatnosti, usluge i kulturu na međunarodnom tržištu, dok se trgovina roba prilagodila novim tehnologijama i komunikaciju s kupcem preselila u virtualnu sferu.

LITERATURA

Knjige:

1. Andrijanić, I i Pavlović, D. (2012). *Menadžement međunarodne trgovine*, Zagreb: Libertas visoka poslovna škola
2. Andrijanić, I. (2010). *Poslovanje u vanjskoj trgovini*, Zagreb: Mikrorad d.o.o.
3. Babić, A. i Babić M. (2003). *Međunarodna ekonomija*, Zagreb: Mate d.o.o.
4. Cottle, S. (2008). *Global crisis reporting*, London: McGraw-Hill Education
5. Grgić, M. i Bilas, V. (2008). *Međunarodna ekonomija*, Zagreb: Lares Plus, Zagreb
6. Host, A., Zaninović, V. (2018). *Razvoj teorija međunarodne trgovine od Smitha do Melitza*, Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet
7. Jurčić, Lj., Bilas, V., Franc, S. (2015). *Međunarodna trgovina kroz povijest*, Zagreb: Alfa
8. Koren, P. (2019). *Analiza trgovine odabranih usluga u međunarodnoj razmjeni -Doctoral dissertation*, University of Zagreb. Faculty of Organization and Informatics. Department of Economics, Zagreb
9. Klare, M.T. (2005.). *Krv i nafta*, Zagreb: Znanje
10. Knežević, B., Wach, K. (Eds.). (2014). *International Business from the Central European Perspective*. University of Zagreb, Faculty of Economics and Business.
11. Krugman, P., Melitz, M., Obstfeld, M. (2012). *International Economics: Theory and Policy, Global Edition*, New York: Pearson..
12. Matić, B. (2004). *Međunarodno poslovanje*, Zagreb: Sinergija
13. Matić, B. (2016). *Međunarodno poslovanje : institucije, pravila, strategije*, Zagreb : Ekonomski fakultet
14. Šonje, V. (2000). *Financijska kriza: beskonačna priča?*, Zagreb, Hrvatska narodna banka
15. Ujedinjeni Narodi(2019). *Key Statistics and Trends in International Trade 2018*, United Nations publication issued by the United Nations Conference on Trade and Development

Stručni članci:

1. Baldwin, R., & Tomiura, E. (2020). Thinking ahead about the trade impact of COVID-19. *Economics in the Time of COVID-19*, 59.
2. Babić, R., Krajnović, A., Radman Peša, A. (2011). Dosezi elektroničke trgovine u Hrvatskoj i svijetu. *Oeconomica jadertina*, 1(2), 48-68.
3. Čavrak, V. (2020). Makroekonomija krize COVID-19 i kako pristupiti njenom rješavanju." *EFZG working paper series* (3), str. 1-19.
4. Gruszczynski, L. (2020). The COVID-19 pandemic and international trade: Temporary turbulence or paradigm shift?. *European Journal of Risk Regulation*, 11(2), 337-342.
5. Jurčić, Lj. (2010). Financijska kriza i fiskalna politika, *Ekonomski pregled*, 61, (5-6), str. 317-334
6. Kersan-Škabić, I. i ZUBIN, C. (2009.) Utjecaj izravnih inozemnih ulaganja na rast BDP, na zaposlenost i na izvoz u Hrvatskoj, *Ekonomski pregled*, 60 (3-4). str. 119-151.
7. Knežević, B., Delić, M., Knego, N. (2015). Smartphones and mobile applications as shopping tools—attitudes of young retail consumers in Croatia. *Handel wewnątrzny*, 5 (358), 188-202.
8. Knežević, B., Renko, S., Knego, N. (2011). Changes in Retail Industry in the EU. *Business, Management and Education*, 9(1), 34.
9. Knego, N., Knežević, B., (2016). Ekonomika elektroničke trgovine. Zagreb: EFZG
10. Knežević, B., Renko, S., Pejić Bach, M. (2011). Web as a customer communication channel in the confectionery industry in South Eastern European countries. *British food journal*, 113(1), 17-36.
11. Knežević, B., Šipek, Z. P., & Jaković, B. (2017). Internet as a purchasing information source in children's products retailing in Croatia. In *Information and Communication Technology, Electronics and Microelectronics (MIPRO), 2017 40th International Convention*, 1476-1480.
12. Lavorgna, A. (2015). The online trade in counterfeit pharmaceuticals: new criminal opportunities, trends and challenges. *European Journal of Criminology*, 12(2), 226-241.
13. Mikac, R. (2020). Pandemija COVID-19 i upravljanje krizom u Republici Hrvatskoj. *Anali Hrvatskog politološkog društva: časopis za politologiju*, 17(1), 31-55.

14. Morcatty, T. Q., Feddema, K., Nekaris, K. A. I., & Nijman, V. (2021). Online trade in wildlife and the lack of response to COVID-19. *Environmental Research*, 193, 110439.
15. Prga, I. (2006). Stabilnost hrvatskog bankovnog sustava-jesu li bankovne krize prošlost, *Ekonomija*, 13 (1), str. 141-156

Internet:

1. Douglas, A.I. (2001.) A brief History of International Trade Policy, Library Economics and Liberty, URL: <http://www.econlib.org/library/Columns/Irwintrade.html>, pristupljeno: 23.12.2020
2. Državni zavod za statistiku (2020.) Učnici pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomске pokazatelje, URL: https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/bdp_2_q.html, pristupljeno 20.12.2020.
3. HNB (2020). Platna bilanca, URL: <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/sectorinozemstva/platna-bilanca>, pristupljeno 30.12. 2020.
4. Eurostat (2020). Europska unija i trgovinski partneri URL: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/160/europska-unija-i-njezini-trgovinski-partneri>, pristupljeno 20.12. 2020
5. Euroost (2021). Euro area international trade in goods surplus €29.2 Bn, https://ec.europa.eu/eurostat/documents/portlet_file_entry/2995521/6-15022021-BP-EN.pdf/e8b971dd-7b51-752b-2253-7fdb1786f4d9, pristupljeno 20.02. 2021.
6. Finacijska kriza ponovno probuđena opasnost, URL: http://www.splitskabanka.hr/Portals/8/PDF/TrzisneAnalize/Kriza_ponovnoProbu%20C4%91enaOpasnost_100210%20.pdf, pristupljeno 20.12. 2020
7. Jarvis, J.: The Crisis of Credit Visualized, URL: <http://video.google.com/videoplay?docid=4759275362410693117> pristupljeno 20.12. 2020
8. Justin, P. (2011). International business, PHI Learning Private Limited, New Delhi
9. Lider (2020). COVID-19 katapultirao online trgovinu <https://lider.media/poslovna-scena/hrvatska/covid-19-katapultirao-online-trgovinu-131223>, pristupljeno 12.01. 2021
10. Ministarstvo vanjskih poslova, 2020, [http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi-starog-ijvhj/svjetska-trgovinska-organizacija-\(wto\)/](http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi-starog-ijvhj/svjetska-trgovinska-organizacija-(wto)/), pristupljeno 12.01. 2021
11. OECD (2021). Current account balance forecast, URL: <https://data.oecd.org/trade/current-account-balance-forecast.htm>, pristupljeno 20.01.2021.

12. Svjetska banka (2020). Ekonomski i socijalni uticaj COVID-19, URL:
<http://pubdocs.worldbank.org/en/993911588146375878/WB-RER17-The-Economic-and-Social-Impact-of-COVID-19-Country-Notes-Bosnian.pdf>, pristupljeno 25.12. 2020
13. Tequila-kriza' prošlost, izvozni Meksiko spreman za oporavak, URL:
<http://www.liderpress.hr/Default.aspx?sid=61601>, pristupljeno 20.12. 2020
14. Zemlje u razvoju na opasnom rubu, URL:
<http://business.hr/Default2.aspx?ArticleID=dad0c7c1-6392-4464-b3c4-10d569226dad&open=sec>, pristupljeno 20.12. 2020

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Međunarodna razmjena usluga država Europske unije s trećim zemljama od 2013. do 2018. godine (u milijunima eura).....	38
Grafikon 2. Učestalost online kupovine u Republici Hrvatskoj 2020. godine	47
Grafikon 3. Prikaz rezultata istraživanja online kupovine s obzirom na mjesto kupnje.....	48
Grafikon 4. Prikaz rezultata istraživanja online kupovine s obzirom na vrstu robe	49

POPIS SLIKA

Slika 1. Područja E-trgovine	14
Slika 2. Prikaz teorijske krivulje pandemije COVID-19 i krivulje recesije 2020. godine.....	31
Slika 3. Usporedba uvoza i izvoza robe drugo polugodište 2019 i 2020. u Europskoj uniji.....	32
Slika 4. Prikaz međunarodne trgovine u Europi, svijetu i državama OECD-a od 2011. do 2021. godine.....	33
Slika 5. Usporedba rasta BDP-a u krizi 2008 i krizi 2020. godine.....	34
Slika 6. Usporedna analiza platne bilance Hrvatske 2008., 2018, 2019, 03q 2020.....	35
Slika 7. Usporedni prikaz vrijednosti trgovine roba i usluga u međunarodnoj trgovini na svjetskoj razini od 2005. do 2017. godine (u bilijunima USD)	40

POPIS TABLICA

Tablica 1. Glavni trgovinski partneri Europske unije – Trgovina robom 2019. (u milijunima eura)	36
Tablica 2. Međunarodna trgovina uslugama EU prema državama i regijama svijeta od 2014. do 2018. godine.....	39

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navodenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, INES BAŠNEC (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom UTJECAJ COVID-19 NA MEĐUNARODNU TRGOVINU (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

INES BAŠNEC
Ines Bašnec
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, INES BAŠNEC (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom UTJECAJ COVID-19 NA MEĐUNARODNU TRGOVINU (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

INES BAŠNEC
Ines Bašnec
(vlastoručni potpis)