Vanjska trgovina i investicije

Vidak, Edita

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:
Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Agrobiotechical Sciences Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:151:764006

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek

Repository / Repozitorij:

Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek - Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK

Edita Vidak, apsolvent
Diplomski studij smjer Agroekonimika

VANJSKA TRGOVINA I INVESTICIJE

Diplomski rad

Osijek, 2019.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK

Edita Vidak, apsolvent
Diplomski studij smjer Agroekonomika

VANJSKA TRGOVINA I INVESTICIJE

Diplomski rad

Osijek, 2019.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK

Edita Vidak, apsolvent
Diplomski studij smjer Agroekonimika

VANJSKA TRGOVINA I INVESTICIJE

Diplomski rad

Povjerenstvo za ocjenu i obranu diplomskog rada:
1. izv. prof. dr. sc. Igor Kralik, predsjednik
2. izv. prof. dr. sc. Tihana Sudarić, mentor
3. prof. dr. sc. Ružica Lončarić, član

Osijek, 2019.

Sadržaj:

1. UVOD 1
2. PREGLED LITERATURE 3
   2.1. Pojam i vrste vanjske trgovine 3
   2.2. Značaj vanjske trgovine 7
   2.3. Teorije vanjske trgovine 9
      2.3.1. Klasične teorije vanjske trgovine 9
      2.3.2. Suvremene teorije vanjske trgovine 13
3. MATERIJALI I METODE 16
   3.1. Ciljevi istraživanja 16
   3.2. Hipoteze istraživanja 16
   3.3. Problem istraživanja 16
4. MEĐUNARODNO TRŽIŠTE 17
   4.1. Oblici nastupa na međunarodnom tržištu 19
      4.1.1. Neizravan pristup međunarodnom tržištu 20
      4.1.2. Izravan pristup međunarodnom tržištu 21
5. STRANA ULAGANJA - INVESTICIJE 24
   5.1. Greenfield investicije 30
   5.2. Brownfield investicije 32
   5.3. FDI investicije na području RH 33
   5.4. Prednosti i nedostaci greenfield i brownfield investicija 34
6. ZAKLJUČAK 36
7. POPIS LITERATURE 37
8. SAŽETAK 38
9. SUMMARY 39
10. POPIS SLIKA 40
11. POPIS TABLICA 41

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARICA 42

BASIC DOCUMENTATION CARD 43

POPIS KORIŠTENIH KRATICA I NJIHOVO OBJAŠNJENJE

dr. - drugi/o;

engl. – engleski;

FDI - izravna strana ulaganja (engl. Foreign Direct Investment);

lat. - latinski;

M&A - mergers/acquisitions;

MMF - Međunarodni monetarni fond;

sl. - slično;

st. - stoljeće;

tj. - to jeste;

tzv. - takozvani;

VT - vanjska trgovina.

1. UVOD

Globalno trgovanje daje potrošačima i zemljama priliku da budu izloženi novim tržištima i proizvodima. Gotovo svaka vrsta proizvoda može se naći na međunarodnom tržištu: hrana, odjeća, rezervni dijelovi, ulje, nakit, vino, valute i voda. Trgovan su i usluge: turizam, bankarstvo, savjetovanje i transport. Proizvod koji se prodaje na svjetsko tržište je izvoz, a proizvod koji se kupuje s globalnog tržišta predstavlja uvoz. Uvoz i izvoz obračunavaju se na tekućem računu zemlje u platnoj bilanci.

Industralizacija, napredna tehnologija, uključujući transport, globalizaciju, multinacionalne korporacije imaju sve veći utjecaj na međunarodni trgovinski sustav. Povećanje vanjske trgovine ključno je za nastavak globalizacije. Nacije bi bile ograničene na robu i usluge proizvedene unutar vlastitih granica bez međunarodne trgovine. Vanjska trgovina u načelu se ne razlikuje od unutarnje trgovine, jer motivacija i ponašanje stranaka uključenih u trgovinu ne mijenjaju se u osnovi bez obzira na to je li trgovina preko granice ili ne. Glavna je razlika u tome što je vanjska trgovina obično skuplja od trgovine unutar granica jedne zemlje. To je zbog činjenice da granica obično nameće dodatne troškove, kao što su takse, troškovi vremena zbog zadržavanja na granici i troškovi povezani s različitim zemljama, kao što su jezik, pravni sustav ili kultura.

Druga razlika između domaće i međunarodne trgovine jest činjenica da su čimbenici proizvodnje, kao što su kapital i rad, tipično mobilniji unutar zemlje nego u drugim zemljama. Tako je međunarodna trgovina uglavnom ograničena na trgovinu robom i uslugama, a samo u manjoj mjeri dolazi do trgovine kapitalom, radom ili drugim čimbenicima proizvodnje. Trgovina robama i uslugama može poslužiti kao zamjena za trgovinu čimbenika proizvodnje. Umjesto uvoza čimbenika proizvodnje, zemlja može uvesti robu koja intenzivno koristi taj čimbenik proizvodnje i tako ga utjelovljuje.

Primjer toga je uvoz radne snage od strane Sjedinjenih Država iz Kine. Umjesto uvoza kineske radne snage, Sjedinjene Države uvoze robu proizvedenu kineskim radom. Jedno izvješće u 2010. sugerira da je međunarodna trgovina povećana kada je zemlja domaćin mreže imigranata, ali je trgovinski učinak bio oslabljen kada su useljenici postali asimilirani u svoju novu zemlju.

2. PREGLED LITERATURE

2.1.Pojam i vrste vanjske trgovine

Andrijanić (2001.) navodi da je vanjska trgovina gospodarska djelatnost koja obuhvaća razmjenu robe i usluga s inozemstvom, odnosno sveukupnu razmjenu materijalnih i nematerijalnih dobara između zemalja. U užem smislu vanjska trgovina obuhvaća samo promet robe između gospodarskih subjekata iz različitih zemalja, pa je predmet vanjskotrgovinske razmjene samo ona roba koja prelazi državnu granicu, odnosno carinsku crtu jedne ili više zemalja.

U širem smislu vanjska trgovina, uz međunarodnu robnu razmjenu, obuhvaća i razmjenu gospodarskih usluga (tzv. "nevidljivi izvoz i uvoz"), promet kapitala, promet ljudi (turistički promet) i prijenos vijesti (telekomunikacijski promet). Dok pod vanjskom trgovinom razumijevamo ukupnost razmjene jedne zemlje s drugim zemljama, međunarodnu trgovinu možemo definirati kao ukupni opseg razmjene između zemalja cijelog svijeta, odnosno ukupnost razmjene na globalnom tržištu (Andrijanić, 2001).

Vanjska trgovina, uz razmjenu materijalnih dobara, obuhvaća i obavljanje različitih usluga prema danom nalogu i za dobit inozemnih klijenata, odnosno gospodarskih subjekata - poslovnih partnera.

To su: transportne usluge, špediterske usluge, skladišne usluge, lučke i aerodromske usluge te usluge ostalih prometnih raskrižja u međunarodnom prometu, usluge osiguranja protiv robnih, financijskih, transportnih i drugih rizika, bankovne usluge, turističke usluge, davanje gospodarskih informacija, propagandne akcije, izdavačke usluge, usluge oplemenjivanja robe (poslovi obrade, dorade i prerade) i usluge popravaka, izvođenje investicijskih radova u inozemstvu, zastupanje stranih poslovnih partnera (agentske usluge), usluge provjere količine i kvalitete robe, tranzitne usluge, usluge međunarodnoga trgovačkog posredovanja i dr (Andrijanić, 2001).

Dakle, mimo trgovine raznovrsnih sirovina i proizvoda, vanjska trgovina omogućuje trgovanje specijaliziranim kadrom i intelektualnim uslugama između zemalja.

Trgovina unutar granica jedne zemlje je potpomogla razvoj proizvodnih pogona u okvirima nacionalne privrede. Također, tim razvojem povećala se i razmjena raznovrsne robe između zemalja. Nagli razvoj međunarodne trgovine uzrokovala je pojava kapitalističkog načina proizvodnje, ponajviše zamjena manifakturne proizvodnje strojnom, te pratećom standardizacijom, specijalizacijom i proizvodnjom velikih serija.

I unutarnja i vanjska trgovina obavljaju istu funkciju, a to je funkcija posrednika između proizvođača i potrošača. Pritom trgovina (unutarnja i vanjska) trostruko posreduje:

a) interpersonalno,
b) interlokalno i
c) intertemporalno (Andrijanić, 2001).

Trgovina posreduje između proizvođača i potrošača, tj. između fizičkih ili pravnih osoba koje se pojavljuju jedanput u proizvodnji u svojstvu organizatora i izvršitelja proizvodnog procesa neke robe, a drugi put kao potrošači na tržištu, u prodavaonicama, na tržnici i sl, koji kupuju robu. Riječ je, dakle, o posredovanju između osoba (lat. persona), pa se u ovom slučaju govori o interpersonalnom posredovanju. Obavljajući tu funkciju, trgovina (unutarnja i vanjska) stvara na tržištu odnos između cjelokupne ponude i cjelokupne potražnje (Andrijanić, 2001).

Pri interlokalnom posredovanju trgovina povezuje mjesta (lat. locus) proizvodnje i mjesta gdje je potražnja za robom. Udaljenost između mjesta proizvodnje robe i mjesta njene potrošnje može biti manja ili veća, ali je uvijek potrebno da se na toj relaciji robom stručno rukuje. To znači da se roba pakira i prepakira, osigura od rasipanja, kvarenja, zaštiti od vanjskih utjecaja, te da se najpogodnijim sredstvima preveze i dopremi na odredište. Trgovina obavlja sve te poslove i uvijek snosi rizik koji se pojavljuje kad se roba prevozi iz jednog mjesta u drugo, bilo u unutarnjem, bilo u međunarodnome robnom prometu (Andrijanić, 2001).

U funkciji intertemporalnog posredovanja (lat. tempus - vrijeme) trgovina preuzima sve poslove koje valja obaviti zbog toga što postoji vremenski razmak od trenutka proizvodnje do trenutka potrošnje. Vrlo je rijedak slučaj da se roba nakon završenog proizvodnog procesa odmah iznosi na tržište i proda potrošaču. To može biti npr. kod lako pokvarljivih roba, prehrambenih artikala kratkog roka trajanja, hitno potrebnih lijekova i preparata. U pravilu robu valja otkupiti onda kad se ona najviše nudi, a prodati je u trenutku kad se najviše traži na tržištu. Suvremena trgovina dobila je na važnosti upravo time što se sve vige osposobljava da u posebno izgrađenim prostorijama (silosi, hladnjače, sušionice, skladišta i dr.) smješta i čuva razne proizvode kako ne bi izgubili svoju uporabnu i prometnu vrijednost. Usklađivanjem vremenskih razlika, od završetka proizvodnje robe do njene prodaje na tržištu, trgovina omogućuje da se u pravom trenutku s potrebnim količinama roba izađe na tržište, bilo na domaće ili na strano (Andrijanić, 2001).

Prema Andrijaniću (2001.), glavne značajke vanjske trgovine su:

- vanjska se trgovina proteže na različite vanjskotrgovinske i monetarne sustave, što uvjetuje njeno reguliranje međunarodnim trgovinskim i platnim sporazumima;
- vanjska trgovina u svim zemljama nailazi na razna ekonomsko-politička ograničenja koja se provode kontrolom vanjskotrgovinske razmjene, carinskim režimom (carinama i carinskim barijerama), uvođenjem tzv. kontingenata kojima se ograničuje količina ili vrijednost robe koja se smije uvoziti u zemlju ili izvoziti iz zemlje, obvezom prodaje ostvarenih deviza nadležnoj domaćoj banci, mjerama državnih tijela kojima se često pretjerano štiti domaća proizvodnja i sl., čime svaka zemlja regulira ukupan promet roba i usluga s inozemstvom i štiti interese vlastitoga gospodarstva;
- vlastitim deviznim sustavom svaka zemlja regulira platni promet i kreditne odnose s inozemstvom sprječavajući tako nekontroliran odljev i korištenje konvertibilnih deviznih sredstava;
- vanjsku trgovinu prate mnogobrojne međunarodne konvencije, običaji i pravila, nakon šio ih je pojedina zemlja ratificirala i lako se ravnopravno uključila u međunarodnu razmjenu;
- vanjsku trgovinu karakteriziraju složene tehnike plaćanja (različiti načini i instrumenti međunarodnoga platnog prometa) i osiguranja plaćanja i naplate ugovorenih vanjskotrgovinskih poslova;

- vanjska je trgovina podvrgnuta posebnom sustavu nadzora nad kretanjem robe i usluga u međunarodnoj razmjeni i o njoj se vodi zasebna vanjskotrgovinska statistika, koja daje podatke za praćenje i uspoređivanje razmjene robe i usluga zemlje s inozemstvom (prema robnim skupinama, gospodarskim uslugama, vrijednostima, količinama, zemljama izvoza i uvoza i dr.);
- vanjsku trgovinu prati posebna dokumentacija, poseban način izračunavanja cijene različitim metodama vanjskotrgovinskih kalkulacija, posebni troškovi (npr. carinske i ostale uvozne pristojbe, posebne takse i dr.) i posebne procedure;
- izvoz robe u inozemstvo ima za posljedicu da se unutarnja (domaća) cijena robe mora preoblikovati na cijenu koja se formira na svjetskom tržištu, a svjetska cijena nastaje pod djelovanjem tržišnih zakona ponude i potražnje između sudionika iz raznih zemalja u njihovoj međusobnoj konkurenciji, s time da su zemlje u čijim je proizvodima sadržana manja količina utrošenoga društvenog rada, konkurentnije u odnosu na druge zemlje (pri tome valja naglasiti da se, sa stajališta pojedine zemlje, svjetska cijena povećava u slučaju slabljenja njezine valute ili jačanja strane valute u kojoj se kupljena roba ili usluga plaća i obrnuto);
- poslovni su rizici u vanjskoj trgovini mnogo izraženiji nego u unutarnjoj trgovini i postoje u svim vrstama i oblicima vanjskotrgovinskog prometa, stoga je politika osiguranja od robnih i financijskih rizika u vanjskoj trgovini sastavni i osobito važan dio poslovne politike poduzeća koja se bave djelatnošću vanjskotrgovinskog prometa;
- uspostavljanje poslovnih dodira i trajnih poslovnih veza u vanjskoj trgovini vezano je uz dobru poslovnu informiranost vanjskotrgovinskih poduzetnika, kojima na raspolaganju stoje različiti izvori poslovnih informacija iz čitava svijeta o ponudi, potražnji, uvjetima kupoprodaje, o komercijalnim i nekomercijalnim rizicima, bonitetu poslovnih partnera, gospodarskim i političkim predviđanjima o određenom inozemnom tržištu, mogućnostima financiranja i kreditiranja vanjskotrgovinskih poslova, objavljenim međunarodnim licitacijama, o kretanju cijena na međunarodnim burzama i međunarodnim aukcijama i dr.;

- uspješnost poslovanja u vanjskoj trgovini vezana je uz posebna znanja i umješnosti poduzetnika i vanjskotrgovinskih djelatnika (znanje stranih jezika, stručno vladanje tehnikom vanjskotrgovinskog poslovanja, poznavanje poslovne kombinatorike u pripremi i ostvarenju vanjskotrgovinskih poslovnih transakcija, poznavanje međunarodnih trgovačkih običaja i pravila te domaćih i stranih vanjskotrgovinskih, deviznih i carinskih propisa, sposobnost kulturnoga i stručnoga poslovnoga komuniciranja u inozemstvu i vođenja trgovačkih pregovora, odlično poznavanje roba ili gospodarskih usluga s kojima se u vanjskoj trgovini posluje pri njihovu izvozu ili uvozu, umješnost zatvaranja financijskih konstrukcija u svezi s plaćanjem i naplatom u poslovanju s inozemstvom, sposobnost brzog reagiranja na tržišne promjene i "tržišne signale" i osiguranja od mogućih robnih i financijskih rizika, razumna poduzetnička odvažnost u prihvaćanju izazova što ih nudi međunarodno tržište uz zaštitu vlastitog interesa, ali i interesa i ugleda vlastite zemlje u svijetu, itd.) (Andrijanić, 2001).

2.2.Značaj vanjske trgovine

Uloga i značenje vanjske trgovine u gospodarskom životu zemlje ogleda se u sljedećem:

- u opskrbi gospodarstva zemlje proizvodima koje ne može proizvoditi, ili ih ne proizvodi u količinama dovoljnim za zadovoljenje domaće potrošnje;
- u doprinosu svjetskoj podjeli rada, pa time i smanjenju proizvodnih troškova;
- u omogućavanju konkurencije između kupaca i proizvođača, sprečavajući stvaranje monopola i prenagle promjene cijena robe;
- u olakšavanju izvoza kapitala (Andrijanić, 2001).

Potreba za sirovinama ili poluproizvodima, uređajima, strojevima, aparatima, te gotovim proizvodima investicijske (proizvodne) ili široke (osobne) potrošnje. Svojom djelatnošću vanjska trgovina usklađuje potrebe potrošnje zemlje i materijalni sastav društvenog proizvoda.

Vanjskotrgovinska razmjena ubrzava razvitak načina proizvodnje i proizvodnosti rada na razinu suvremenih dostignuća razvijenih zemalja, jača konkurentnu sposobnost domaćih

proizvođača na međunarodnom tržištu, uspostavlja i unapređuje ekonomske odnose s mnogim zemljama, podiže međunarodni ugled zemlje i dr. Svoju ulogu i značenje u nacionalnom gospodarstvu vanjska trgovina ostvaruje redovnim obavljanjem niza poslova u vanjskotrgovinskim poduzećima (Andrijanić, 2001).

Značenje i uloga vanjske trgovine dakako ovisi o stupnju postojeće otvorenosti gospodarstva zemlje prema svjetskom tržištu. Ako je domaće gospodarstvo otvorenije, vanjska trgovina ostvaruje veći utjecaj svjetskog trgovanja na uvjete privređivanja te zemlje.

Zadatak je vanjskotrgovinskog poduzeća da u neposrednoj suradnji sa svim sudionicima u proizvodnji, razmjeni i potrošnji robe i usluga, omogući skladan gospodarski razvoj zemlje, da utječe na razvoj i unapređenje proizvodnje te da zadovolji stvarne potrebe domaćeg tržišta i osigura plasman proizvedenih viškova robe i ponuđenih usluga na stranim tržištima (Andrijanić, 2001).

Stupanj razvoja proizvodnih snaga zemlje osobito je važan čimbenik koji utječe na njen položaj u međunarodnoj trgovini. U svezi s tim nerazvijene su zemlje u nepovoljnijem položaju nego razvijene zemlje na svjetskom tržištu. Naime, u nerazvijenim je zemljama mahom niska proizvodnost rada, ograničen asortiman i nedovoljno izražena raznovrsnost roba za izvoz. One uglavnom izvoze artikle nižeg stupnja obrade, poljoprivredne proizvode, sirovine i repromaterijal, čije su cijene na svjetskom tržištu vrlo promjenjive i znatno niže nego cijene proizvoda s višim stupnjem obrade (npr. strojeva, uređaja, instrumenata, visokokvalitetne opreme i sl.) (Andrijanić, 2001).

2.3.Teorije vanjske trgovine

Krajnji cilj svake zemlje je da se njezina raspoloživa bogatstva iskorištavaju što uspješnije te da se tako poveća o proizvodnja, zaposlenost i ukupan standard stanovnika. Jednostavnije, uključivanjem u vanjsku trgovinu želi se postići da država i svi njezini stanovnici imaju veći životni standard nego što bi ga imali bez te trgovine. To je moguće ostvariti onda kada se cijeli gospodarski sustav postavi tako da trgovina sa svijetom dovodi do specijalizacije u proizvodnji i izvozu robe te pružanju usluga koje zemlja proizvodi relativno jeftinije od drugih (Matić, 2004).

2.3.1. Klasične teorije vanjske trgovine

Teorije vanjske trgovine objašnjavaju zašto je korisno trgovati s drugim zemljama, koja će se roba izvoziti a koja uvoziti te na koji način je najbolje trgovati. Najstarija gledišta na vanjsku trgovinu formulirana su još u 16. i 17. st., u doba merkantilizma. Potom je uslijedila tzv. teorija apsolutnih prednosti, 1776. godine. Na osnovi te teorije u 19. st. je razvijena teorija komparativnih prednosti koja je i danas intelektualna i teorijska osnovica svih modernih teorija VT. Navedene teorije pripadaju tzv. klasičnim teorijama vanjske trgovine (Matić, 2004).

- **Merkantilizam**

Merkantilizam nije nikakva sustavna znanstvena teorija vanjske trgovine nego je zapravo skup različitih gledišta i praktičnih savjeta pojedinih autora koji raspravljaju o putovima i načinima na koji država i pojedinac trebaju i mogu stjecati bogatstvo. Izraz merkantilizam ima korijen u latinskoj riječi mercator što znači trgovac. U razdoblju merkantilizma vlada feudalni gospodarski sustav, a isključivo sredstvo plaćanja je zlatni i srebreni novac (Matić, 2004).

Ukoliko zemlja nema vlastiti rudnik zlata i srebra, jedina mogućnost povećanja zaliha jeste dohotkom iz inozemstva. Osim ratova i pljačkanja, novac se mogao steći vanjskom trgovinom uz pomoć povećanja izvoza robe. Iz tog se razloga merkantilisti zauzimaju za zaustavljanje uvoda iz drugih zemalja sa jedne strane, te za omogućavanje maksimalnog izvoza svoje zemlje sa druge strane. Najvažnije sredstvo vanjskotrgovinske politike merkantilista su bili državni monopol na trgovinu sa kolovijama i vrlo visoke uvozne carine, uz masovne zabrane uvoza, zabrana izvoza sirovina i kapitala te zabrana iseljavanja kvalificiranog kadra. Najbitniji cilj država bilo je posjedovanje što većeg broja kolonija koje će služiti kao izvor jeftinih sirovina potrebnih za razvitak industrije, kako bi kasnije izvozile vlastiti skupi industrijski proizvod.

- **Teorija apsolutnih prednosti**

Teorijsko opravdanje slobodne trgovine dala je liberalna filozofija koja je objasnila zašto treba osloboditi kmetove i omogućiti svima slobodno kretanje i slobodan izbor zanimanja, zašto treba ukinuti sve feudalne zabrane i ograničenja trgovine te zašto je potrebno poticati podjelu rada. Iz tih premisa izvučen je i logičan zaključak kako i međunarodnu trgovinu i međunarodna plaćanja treba osloboditi svih merkantilističkih stega i ograničenja. Zato državu treba potpuno isključiti iz trgovine jer će međusobno natjecanje poduzeća na nereguliranom tržištu na najpravedniji i najbolji način afirmirati upravo one najefikasnije. Prema tome, najbolja državna ekonomska politika je politika nemiješanja u gospodarstvo (laissez faire) (Matić, 2004).

Teorija je nastala prema ideji teoretičara Adama Smith, koji se izjasnio kako su pravo bogatstvo nacije prirodni resursi i sposobnost da se efikasno koriste. Iz tog razloga zagovara specijalizaciju i međunarodnu podjelu rada, čime dokazuje da jedna zemlja ne smije proizvoditi svu robu već da se treba specijalizirati za proizvodnju robe koju može proizvoditi efikasnije od drugih.

Tablica 1. – Proizvodnja prije i poslije specijalizacije poljoprivrednih proizvoda

	Proizvodnja prije specijalizacije			Proizvodnja poslije specijalizacije		
Roba	X	Y	Ukupno	X	Y	Ukupno
A	20	10	30	40	0	40
B	10	15	25	0	30	30
Ukupno	30	20		40	30	

Izvor: Matić, B., (2004.): Međunarodno poslovanje. Sinergija, Zagreb. Str 21.

„Pretpostavimo da zemlja X i zemlja Y raspolažu sa dva sata vremena i da ih troše za proizvodnju robe A i B. Iz Tablice 1. vidimo da zemlja X ima apsolutnu prednost u proizvodnji robe A dok zemlja Y ima apsolutnu prednost u proizvodnji robe B. Prije specijalizacije ukupna je proizvodnja u zemlji X 30 jedinica, a u zemlji Y 25 jedinica proizvoda A i B. Ako se one potpuno specijaliziraju za proizvodnju robe u kojoj imaju apsolutnu prednost, tada će zemlja X proizvesti 40 jedinica proizvoda A a nijedan B, dok će zemlja Y proizvesti 30 jedinica proizvoda B, a nijedan A, što ukazuje na porast proizvodnje u objema zemljama.“ (Matić, 2004).

Nakon specijalizacije i razmjene troškova u uvjetima slobodne trgovine, obje će zemlje profitirati.

- **Ricardova teorija komparativnih prednosti**

Smithova teorija apsolutnih prednosti je pokazala da se isplati specijalizacija i izvoz robe koja se u zemlji proizvodi efikasnije (jeftinije) nego u inozemstvu. David Ricardo ide dalje i u knjizi „Načela političke ekonomije“ iz 1817. postavlja pitanje što bi se dogodilo kad bi jedna zemlja imala apsolutnu prednost u proizvodnji svih proizvoda i je li točno, kako tvrdi teorija apsolutnih predosti, da takva zemlja ne bi mogla ostvariti profit od međunarodne trgovine niti bi uopće trgovala sa inozemstvom (Matić, 2004).

Na ova pitanja odgovara u tzv. teoriji komparativnih prednosti, koja pokazuje da je specijalizacija i u spomenutim uvjetima isplativa, te da se zemlje trebau specijalizirati u proizvodnji.

Tablica 2. – Proizvodnja po satu

Proizvodnja po satu				
Roba	X	Y	Ukupno	X:Y
A	20	4	24	5:1
B	10	8	18	5:4
Ukupno	30	12		
A:B	2:1	1:2		

Izvor: Matić, B., (2004.): Međunarodno poslovanje. Sinergija, Zagreb. Str 22.

Iz Tablice 2. vidimo kako zemlja X ima apsolutnu prednost u proizvodnji oba proizvoda te da u proizvodnji robe A ima prednost 5:1 (20:4), a u proizvodnji robe B 5:4 (10:8). Također je proizvodnost rada u zemlji X veća i u proizvodnji robe A i robe B. Međutim, u usporedbi sa zemljom Y veća je proizvodnost u proizvodnji robe A (5:1) nego robe B (5:4). Ta se prednost naziva komparativna prednost u proizvodnji robe A (Matić, 2004).

Tablica 3. – Proizvodnja nakon specijalizacije i potrošnja nakon razmjene

	Proizvodnja nakon specijalizacije			Potrošnja nakon razmjene		
Roba	X	Y	Ukupno	X	Y	Ukupno
A	40	0	40	32	8	40
B	0	16	16	8	8	16
Ukupno	40	16		40	16	

Izvor: Matić, B., (2004.): Međunarodno poslovanje. Sinergija, Zagreb. Str 23.

Ako se zemlje specijaliziraju za proizvodnju u kojoj imaju komparativnu prednost, zemlja X bi proizvodila 40 jedinica proizvoda A i nijedan proizvod B, a zemlja Y 16 proizvoda B a nijedan proizvod A. Iz Tablice 3. vidimo da bi ukupna proizvodnja u svakoj zemlji bila veća nego prije specijalizacije. Uz pomoć slobodne trgovine i razmjene proizvoda između zemalja, i zemlja X i zemlja Y bi podmirile potrebe potrošnje.

- **Hecksher-Ohlinova teorija**

U izvornim teorijama potpuno su zanemareni rad i kapital, ponuda i potražnja. Ako bi 2 zemlje imale jednake funkcije potražnje i jednaku tehnologiju proizvodnje, onda bi razlike u cijenama, a time i razlozi za vanjsku trgovinu, mogli nastati isključivo zbog razlika u kvaliteti i raspoloživosti faktora proizvodnje. Kako je obilniji proizvodni faktor relativno jeftiniji, u toj će se zemlji proizvoditi upravo ona roba za čiju se proizvodnju rabi taj obilniji faktor. Prema tome, Hecksher-Ohlinova teorija VT prihvaća također načelo komparativih troškova kao metodu kojom se objašnjava nastanak vanjske trgovine između dviju zemalja. Razlika u odnosu na Ricardovu teoriju je u tome što se razlike u komparativnim prednostima objašnjavaju razlikama u raspoloživosti (obilnosti) proizvodnih faktora: rada, kapitala i zemljišta u usporedivim zemljama (Matić, 2004).

2.3.2. Suvremene teorije vanjske trgovine

Suvremene teorije VT prihvaćaju načela komparativnih troškova na osnovu činjenice da su ta načela zasnovana na logici. Tradicionalne teorije tvrde da se komparativna prednost temelji na razlikama u troškovima proizvodnje, a oni se temelje na razlikama u cijenama čimbenika proizvodnje, odnosno rada i kapitala, te bi se prema tome najviše trgovine trebalo odvijati između zemalja kod kojih su te razlike najviše(razvijene i nerazvijene zemlje). Suvremene teorije su se razvile na temeljima razlike između tradicionalnih teorija VT i stvarnosti u kojoj se odvijala VT. Među najpoznatijim suvremenim teorijama su teorija ekonomija opsega proizvodnje, Linderova teorija te teorija životnoga vijeka proizvoda.

- **Teorija ekonomija opsega proizvodnje**

Već je davno zapaženo kako u većini gospodarskih djelatnosti s povećanjem opsega proizvodnje dolazi i do smanjenja prosječnih troškova proizvodnje. To je slučaj u svim velikoserijskim industrijama, u poljoprivrednoj proizvodnji, ugostiteljstvu itd. Automobili iste kategorije su jeftiniji ako tvornica proizvodi 100 000 komada na godinu, nego ako proizvodi samo 20 000. Kukuruz će biti jeftiniji proizvodi li se na parceli od 50 hektara, nego na samo 20 hektara zemljišta iste kvalitete itd. U ekonomiji se ta pojava naziva ekonomijom opsega proizvodnje, zakonom rastućih prinosa odnosno zakonom opadajućih troškova. Doprinos teorija VT koje se zasnivaju na ekonomiji opsega je u tome što dokazuju da će se isplatiti međusobno trgovati i zemljama koje raspolažu sličnim proizvodnim resursima i koji proizvode s istom produktivnošću, ali pod uvjetom da jedna od njih ima prednost ekonomije opsega. Zbog toga će ona proizvoditi jeftinije (Matić, 2004).

- **Linderova teorija vanjske trgovine**

Linder započinje tvrdnjom da suvremenu VT nije moguće objasniti ako se svi proizvodi tretiraju na isti način. Zato ih on dijeli u dvije skupine: u sirovine i industrijske proizvode. Za razliku od VT sirovinama, Linder smatra da je struktura trgovine industrijskim proizvodima uvjetovana stupnjem tehnološkog razvoja, postojanjem ekonomija opsega pojedinih proizvodnji te razinom menadžerskih znanja. Njegova je osnovna teza kako će veličina vanjske trgovine industrijskim proizvodima u nekoj zemlji biti to veća što je veća sličnost u strukturi potražnje u toj zemlji, i u zemljama s kojima ona trguje (Matić, 2004).

- **Teorija životnoga vijeka proizvoda**

Tehnološki razvitak i primjena njegovi rezultata u proizvodnji stalno mijenja postojeće i stvara nove proizvode. Glavni nositelji tehnološkog napretka su razvijene zemlje, odnosno njihove kompanije, koje raspolažu potrebnim finansijskim sredstvima, tehnološkim znanjima i ljudskim potencijalima potrebnim za istraživanje i razvoj. Razumije se kako te zemlje nastoje iskoristiti stečene komparativne prednosti a visoka ulaganja u istraživanje i razvoj nadoknaditi razvojem proizvoda baziranih na visokoj tehnologiji i njihovom prodajom na domaćem i inozemnom tržištu. Ta s zapažanja i početne premiske teorije životnog vijeka proizvoda koju je prvi formulirao američki ekonomist R. Vernon. On tvrdi kako će novi proizvodi proći kroz 3 faze razvoja te da se svaka faza različito reflektira na strukturu vanjske trgovine (Matić, 2004).

Faze razvoja su sljedeće:

- Prva faza - na osnovi tehnološkog otkrića se stvara novi proizvod prilagođen potražnji na domaćem tržištu, čija proizvodnja počinje u visoko razvijenoj zemlji. Tokom prve faze proizvod se prilagođava, standardizuje i izvozi.
- Druga faza (faza sazrijevanja) - dolazi do povećanja proizvodnje i domaće potrošnje proizvoda. Također se sve većom rasprostranjenošću javljaju i prve imitacije od strane konkurentnih kompanija, što oduzima dio inozemnog tržišta od inovatora, nakon čega domaća proizvodnja opada.
- Treća faza (faza standardnog proizvoda) - kompanija inovator premiješta proizvodnju u inozemne podružnice radi smanjenja troškova, dok imitatori usavršavaju proizvod i povećavaju svoj udio u tržištu uz smanjenje troškova proizvodnje. Zbog smanjenja domaće proizvodnje, a i dalje rastuće domaće potrošnje, zemlja inovator je prisiljena uvoziti proizvod imitatora.

3. MATERIJALI I METODE

Rad je napisan pomoću metoda istraživanja, proučavanja i uspoređivanja. Istraživanje se opisuje kao aktivan, ustrajan i sustavan proces proučavanja s ciljem otkrivanja, tumačenja i pojašnjavanja činjenica. Metoda proučavanja podrazumijeva izvlačenje značenja iz sinonima i njihovo raščlanjivanje. U radu su također korišteni i empirijski elementi što znači da se podatci o vanjskotrgovinskoj razmjeni Europske unije pri čemu su za prikaz podataka korištene statističko-matematičke metode rada. Rad je najviše temeljen na suvremenim teorijama vanjske trgovine.

3.1.Ciljevi istraživanja

Cilj rada je utvrditi utjecaj vanjske trgovine i investicija na cijeli gospodarski sustav.

3.2.Hipoteze istraživanja

Glavna hipoteza bi bila da vanjska trgovina i investicije imaju veliki utjecaj na gospodarski sustav naše zemlje.

Pomoćne hipoteze:

- Postoji značajna veza između direktnih investicija i gospodarskog razvoja naše zemlje
- Postoji značajna veza između vanjske trgovine i gospodarskog razvoja naše zemlje

3.3.Problem istraživanja

Iako vanjskotrgovinska politika predstavlja skup aktivnosti kojima jedna zemlja regulira područje razmjene roba i usluga s inozemstvom, uporabom različitih mjera i instrumenata, a sve s ciljem unaprjeđenja konkurentnosti gospodarstva na svjetskom tržištu i uključivanja u međunarodnu podjelu rada. Obzirom na isticanje pozitivnih učinaka vanjske trgovine i investicija naročito u pogledu gospodarstvene situacije i smanjivanja trgovinskog deficita.

4. MEĐUNARODNO TRŽIŠTE

Tržište se može definirati jednostavno ili sasvim kompleksno. U najjednostavnijem smislu, tržište je sustav institucija, pravila i postupaka koji se odnose na razmjenu dobara i usluga između osoba ili organizacija. Tržišta se mogu definirati na različite načine, uključujući zemljopis, kupca, proizvod ili čak osobine ponašanja potrošača. Međunarodno tržište definirano je zemljopisno kao tržište izvan međunarodnih granica zemlje državljanstva tvrtke. Konceptualna suprotnost međunarodnog tržišta je domaće tržište tvrtke, što je geografska regija unutar nacionalnih granica domaće tvrtke.

Pod tržištem podrazumijevamo određeno područje na kojemu se redovito ostvaruje susret prodavača (ponude) i kupaca (potražnje) robe i usluga. Ono uključuje skup poduzeća, ustanova i pomoćnih službi čija je djelatnost usmjerena na osiguranje trajne veze ponude i potražnje i na unapređenje ekonomskih odnosa. Tržište se definira kao skup aktivnosti ili kao mehanizam kojim se roba, usluge i čimbenici usmjeravaju upotrebnim smjerovima (Andrijanić, 2001).

Međunarodna trgovina je izvoz, franšiza, zajednički pothvat ili puni izravni ulaz proizvoda ili usluga organizacije u drugu zemlju. To se može postići izvozom proizvoda tvrtke na drugo mjesto, ulazom kroz zajednički pothvat s drugom tvrtkom u ciljanoj zemlji ili izravnim stranim ulaganjima u ciljnu zemlju. Internacionalizacija i međunarodni marketing zadovoljava potrebe odabranih inozemnih zemalja u kojima se može izvesti vrijednost tvrtke i postoji međusobno i čvrsto učenje, optimizacija i učinkovitost u ekonomijama razmjera i opsega.

Za kupce i prodavače roba, odnosno korisnike i davatelje raznih gospodarskih usluga, značenje tržišta je u tome što ono predstavlja skupno mjesto upravo za oblikovanje cijene pojedinih roba ili gospodarskih usluga na osnovi šireg dodira ponude i potražnje, omogućujući time usmjerenje trgovini i ostalim gospodarskim djelatnostima. Prodavači i kupci ne moraju dolaziti na određeno mjesto radi kupoprodaje. Ona se može obaviti izvan određenoga tržišnog mjesta, jer su zainteresirani prodavači i kupci upoznali s cijenama i drugim uvjetima kupoprodaje koji se na odgovarajući način oblikuju na tržištu (Andrijanić, 2001).

Tržište ima ulogu u stvaranju tzv. "cijene ravnoteže", oblikovanu na tržištu tako da odražava ujednačeni odnos ponude i potražnje. Postizanjem veće cijene poduzeća ostvaruju veću dobit, stoga se kod ponuđača - prodavača javlja povećana zainteresiranost za ponudu većih količina robe, dok se u slučaju sniženja, odnosno pada cijena, zatiče i pad zainteresiranosti prodavača, što rezultira smanjenjem opsega ponude.

Kod kupaca je slučaj obrnut – interes potrošača za kupnju proizvoda ili usluga raste razmjerno padu cijena, a pada ukoliko se cijene predmeta interesa povise. Regulacija suprotnih interesa prodavača i kupaca reguliraju se na tržištu odnosima potražnje i ponude, koje predstavljaju temelj cijene robe i usluge, bez obzira na vrstu i veličinu tržišta.

Međunarodno tržište je područje koje obuhvaća manji ili veći broj zemalja radi međusobnog održavanja stalnih trgovačkih odnosa i gospodarstvene suradnje. Takvo tržište, na kojem određeni broj zemalja obavlja razmjenu robe i usluga, zapravo je dio svjetskog tržišta (Andrijanić, 2001).

Roba namijenjena univerzalnoj primjeni ili potrošnji ima šire tržište. To su, na primjer, duhan i duhanske prerađevine, kava, drvo, tekstil, guma, nafta, vuna, obojene kovine, žilarice, papir, plastika i drugi artikli univerzalne primjene i potrošnje, koji se u gotovo svim zemljama svijeta mnogo upotrebljavaju. Za razliku od takvih proizvoda, drugi su proizvodi značajni po tome što su namijenjeni samo za lokalnu potrošnju, pa imaju mnogo uže tržište razmjene, nisu predmet međunarodne trgovine i ne pojavljuju se na međunarodnom tržištu u velikim količinama (Andrijanić, 2001).

VT je integralni dio ekonomskog sustava države, zajedno sa ukupnošću razmjene roba, usluga i čimbenika. Glavni cilj VT je otvaranje domaćeg tržišta prema međunarodnom. VT uvelike poduspješuje ubrzan razvoj ekonomije time što omogućuje porast stepena društvene učinkovitosti u proizvodnji, racionalizaciju prirodnih resursa, razmjenu novih znanja i organizacije te potpunije iskorištavanje kapaciteta zemlje.

Može se reći kako je vanjska trgovina u funkciji razvoja nacionalne privrede. Uvoz osigurava sirovine, repromaterijal, energiju i finalne proizvode za koje bi se u domaćoj proizvodnji trošilo više resursa ili se uopće ne bi mogli proizvodili. Uvoz je, također, izvor opskrbe kapitalom, opremom i tehnologijom a i novim idejama i znanjima koji su iznimno važni za razvoj privrede. Na strani izvoza, vanjska trgovina utječe na povećanje proizvodnje i zaposlenosti te, porastom dohotka, djeluje na rast domaće potrošnje (ovisno o graničnoj sklonosti potrošnje). Osim toga, vanjska trgovina omogućuje specijalizaciju u proizvodnji i racionalniju alokaciju resursa, pa i potrošnju izvan proizvodnih mogućnosti (Andrijanić, 2001).

4.1.Oblici nastupa na međunarodnom tržištu

Pod osnovnim oblicima vanjske trgovine, odnosno oblicima nastupa na međunarodnom tržištu podrazumijevamo izravnu i posrednu trgovinu: izravan i posredan uvoz, izravan i posredan izvoz i tranzitnu trgovina (Gašić i Galić, 2012).

Oblik VT ovisi o subjektivnim i objektivnim okolnostima:

- vrsti i svojstvu robe/usluge,
- značajkama inozemnog tržišta (uvjetima kupoprodaje i konjuktura),
- vlastitim kapacitetima domaćeg poduzeća,
- intenzitetu moguće prodaje i udaljenosti od mjesta proizvodnje/nabave,
- poslovnim običajima, uzancama i odnosima na inozemnom tržištu
- VT, deviznom i carinskom sustavu (u zemlji i zemlji partnera),
- motiviranosti domaćeg poduzeća kao uvoznika/izvoznika,
- drugim specifičnim oblicima (Gašić i Galić, 2012).

Čimbenici koji utječu na izbor oblika VT poslovanja:

- visina raspoloživog kapitala,
- transportni i dr. troškovi,
- zaštita vlastitih interesa proizvođača na stranom tržištu,
- poslovne veze na inozemnom tržištu,
- poznavanje inozemnog tržišta,
- reference i ugled poduzeća na stranom tržištu,
- složenost proizvoda/usluge kojom se trguje,
- organiziranje kvalitetne trgovačke mreže u inozemstvu,
- procjena isplativosti nastupa na inozemnom tržištu (Gašić i Galić, 2012).

4.1.1. Neizravan pristup međunarodnom tržištu

Pri posrednom nastupu na inozemnom tržištu, odnosno neizravnom izvozu i uvozu robe, domaći se proizvođač odnosno trgovac uključuje u strano tržište putem specijaliziranih vanjskotrgovinskih poduzeća, koja su najčešće locirana u zemlji u koju se roba izvozi.

Proizvođač robe nije izravan - direktan izvoznik odnosno uvoznik robe, već svoje proizvode prodaje ili predaje vanjskotrgovinskom posredniku (specijaliziranom vanjskotrgovinskom poduzeću), koji obavlja sve radnje u svezi s ostvarenjem vanjskotrgovinskog posla (Andrijanić, 2001).

Neizravan nastup na inozemnom tržištu ima i prednosti i nedostatke. Prednosti su sljedeće:

- posrednik preuzima sve rizike i probleme kupnje ili prodaje na inozemnom tržištu pa se proizvođač može posvetiti proizvodnji i uskladiti je sa zahtjevima tržišta te steći prednost u odnosu na ostale,
- proizvođač nema troškove obrade i istraživanja inozemnog tržišta,
- proizvođač isključuje iz poslovanja sve financijske i dr. rizike,
- prodaja robe je brža, brži obrt kapitala što vodi do uspjeha i unosnosti poslovanja,

- posrednik ima uhodanu, čvrstu i stabilnu poziciju na međunarodnom tržištu i kapital za financiranje i kreditiranje (Gašić i Galić, 2012).

Nedostaci neizravnog pristupa inozemnom tržištu su:

- proizvođač ne može aktivnije sudjelovati u prodaji svoje robe,
- ne obrađuje sustavno inozemno tržište i ne stvara čvrstu poziciju za prodaju vlastitih proizvoda (posrednik prodaje robu više proizvođača i često daje prednost jednom),
- nema direktnog kontakta s kupcem pa ga se ne može upozoriti na sve prednosti i odlike proizvoda i kvalitetu,
- loše se odražava na osvajanje novih tržišta i prilagodbu zahtjevima kupca (Gašić i Galić, 2012).

Nepostojanje neposrednog dodira sa stranim tržištima posebice se nepovoljno odražava na osvajanje novih tržišta i elastično usklađivanje proizvodnje sa zahtjevima kupaca na inozemnom tržištu. Isto tako u neposrednoj vezi sa stranim partnerima proizvođač može, u određenim okolnostima, ostvariti povoljnije uvjete prodaje i niže troškove vanjskotrgovinskog posla, što sve zajedno ovisi o kvalitetnom stručnom osoblju i određenim specijalistima za pojedine složene vanjskotrgovinske poslove i poslovnu kombinatoriku (Andrijanić, 2001).

4.1.2. Izravan pristup međunarodnom tržištu

Vrlo oštra konkurencija na svjetskom tržištu nametnula je proizvođačima različitih dobara posebnu brigu za što kompletnije i djelotvornije neposredno i izravno uključivanje u prodaju svojih proizvoda na domaćem i stranom tržištu. Posebno se nametnula potreba svrhovite i elastične organizacije vanjske trgovine kod ostvarivanja neposrednog dodira s kupcima iz inozemstva radi što bržeg i najisplativijeg ostvarenja izvoza vlastitih proizvoda (plasmana vlastitih proizvodnih ili neproizvodnih usluga) (Andrijanić, 2001).

Izravno uključenje u vanjskotrgovinski promet osigurava proizvođaču robe velike mogućnosti prilagodavanja proizvodnje željama kupaca i svakodnevnoj potražnji novih, privlačnijih, solisticiranijih, suvremenijih i praktičnijih proizvoda. Uz to proizvođač

izravnim nastupom na stranom tržištu osigurava ažurne podatke o kretanju strane proizvodnje, stanju ponude i potražnje na tom tržištu, pozitivnim cijenama i drugim uvjetima kupoprodaje, trendovima, inovacijama i sl. (Andrijanić, 2001).

Prednosti izravnog nastupa proizvođača na inozemnom tržištu mogu se, uz ostale, svesti na sljedeće:

- proizvođač prilagođava organizaciju uvoza i izvoza svojim potrebama i tržištima na koje izvozi ili uvozi,
- temeljitom obradom stranog tržišta može stvarno ocijeniti svoje izglede za plasman proizvoda na tom tržištu i isplativost toga,
- financijski rezultat ne dijeli s posrednicima,
- može stvoriti stabilnu i trajnu vezu sa stranim poslovnim partnerima, dobar glas i čvrstu poziciju,
- bolje poznavanje stanja na inozemnom tržištu, običaja i uzanci u VT poslovanju, brzo prilagođavanje potrebama tržišta i svakom novonastalom stanju (Gašić i Galić, 2012).

Nedostaci se odnose na:

- veliki troškovi za održavanje unutarnje VT organizacije i trgovačke mreže u inozemstvu,
- proizvođač u sklopu vlastite organizacije obavlja cjelokupno VT poslovanje i treba raspolagati stručnim osobljem,
- ako ne uvozi/izvozi kontinuirano veće količine roba, troškovi VT organizacijskih jedinica mogu znatno povećati troškove poslovanja i dovesti u pitanje isplativost posla,
- proizvođač preuzima sve rizike, a troškovi osiguranja od tih rizika mogu povećati troškove poslovanja,
- ako se radi o izvozu vlastitih proizvoda može zahtijevati veće angažiranje kapitala i kredite,
- spori obrt financijskih sredstava (Gašić i Galić, 2012).

Poduzeću koje želi izravno izvoziti svoje proizvode ili uvoziti za svoje potrebe stoji na raspolaganju i mogućnost kombiniranja navedenih oblika nastupa na inozemnom tržištu. Izravan se nastup može koristiti pri izvozu glavnih proizvoda, a ostali izvoz odnosno uvoz

može se povjeriti posredničkoj vanjskotrgovinskoj organizaciji, čime se, u određenim okolnostima, racionalizira ukupna vanjskotrgovinska djelatnost (Andrijanić, 2001).

5. STRANA ULAGANJA - INVESTICIJE

Strana ulaganja, u najširem smislu, podrazumijevaju sve vrste ulaganja stranih pravnih i fizičkih osoba u gospodarske djelatnosti neke zemlje. Inozemna izravna ulaganja (engl. Foreign Direct Investment - FDI) počinju se intenzivnije pojavljivati u teorijskim i empirijskim istraživanjima ekonomista nakon II. svjetskog rata. Kontinuirani proces globalizacije rezultirao je promjenom stava mnogih zemalja o važnosti inozemnih izravnih ulaganja. Zemlje u razvoju na njih više ne gledaju sa sumnjom, već naprotiv u svojim gospodarstvima nastoje stvoriti povoljne uvjete poslovanja koji će biti atraktivni i poticajni za strane ulagače. Uloga nacionalnih vlada i pravilan odabir učinkovite strategije privlačenja inozemnih izravnih ulaganja stoga su od izuzetne važnosti (Bilas i Franc, 2006).

Posebno velik rast međunarodnih financijskih tokova dogodio se 1980-ih i 1990-ih godina. Nekoliko je razloga za to. Prvi je razvoj teorije i institucionalnih investitora u Americi (uzajamnih fondova tržišta novca, investicijskih fondova, mirovinskih fondova), kao odgovora na ograničenja u bankarskom sektoru. Drugi je povećana umreženost svjetskih financijskih tržišta i globalizacija, koja je omogućila optimiziranje portfelja na globalnome financijskom tržištu. Treći je liberalizacija financijskih tržišta, osobito tržišta europskih zemalja početkom osamdesetih godina (Babić, Pufnik i Stučka, 2001).

Kapitalna kretanja uobičajeno je podijeliti u tri skupine: strane direktne investicije (FDI), portfolio vlasničke investicije, portfolio dužničko investiranje. Međunarodni monetarni fond definira neto tijekove kapitala u pet kategorija: (strane) direktne investicije, portfolio investicije, ostale investicije, korištenje kredita MMF-a i izvanredno financiranje što obuhvaća akumulaciju neplaćenih potraživanja i opraštanje dugova. Ostale investicije podrazumijevaju trgovačke kredite i depozite (Bogdan, 2009).

Do inozemnih izravnih ulaganja (FDI) dolazi kada rezidenti jedne zemlje preuzmu upravljačku kontrolu nad određenim gospodarskim aktivnostima u drugoj zemlji. Prema definiciji MMF-a inozemno izravno ulaganje događa se kada određeni ulagač (nerezident) dođe u posjed 10 posto ili više vlasničkog udjela gospodarskog subjekta (rezidenta). Taj je prag arbitrarno određen. Smatra se da ulagač s većim udjelom ima velik utjecaj na donošenje bitnih odluka vezanih uz upravljanje poduzećem, premda nema većinski vlasnički udio (Babić, Pufnik i Stučka, 2001).

Inozemna izravna ulaganja uglavnom se mogu podijeliti u dvije vrste. Inozemna izravna ulaganja koja stvaraju novu proizvodnu imovinu, nazivaju se "investicije u ledinu" ili "greenfield investicije". Kupnja postojećih postrojenja i poduzeća i preuzimanje kontrole u njima kako bi novi vlasnik upravljao efikasnije od prethodnog vlasnika, jesu "mergers/acquisitions (M&A) investicije" ili "take-over investicije", odnosno "brownfield investicije" u koje spadaju i inozemna izravna ulaganja nastala privatizacijom (Babić, Pufnik i Stučka, 2001).

Utjecaj inozemnih izravnih ulaganja i multinacionalnih kompanija na zemlje primatelje su mnogobrojni. Multinacionalne kompanije posjeduju brojne resurse koji pomažu rastu i razvitku određene zemlje. Neki od tih resursa su tehnologija, menadžment, know-how, kvalificirana radna snaga, međunarodne proizvodne mreže, pristup tržištima i poznatim brandovima. Multinacionalne kompanije također pospješuju razvitak i s tradicionalnog gledišta, povećavajući razinu investicija i zalihe kapitala u zemlji domaćinu (Bilas i Franc, 2006).

Utjecaj ulaznih inozemnih izravnih ulaganja na zaposlenost ovisi o tome prevladava li komplementarnost ili supstitutivnost FDI i izvoza, odnosno prevladava li supstitutivnost ili komplementarnost FDI i uvoza. Ukoliko prevladava komplementarnost FDI i izvoza, tada će se zbog FDI povećati i izvoz, što će povećati domaću zaposlenost. Obratna je situacija kod supstitutivnosti FDI i izvoza, pri čemu zaposlenost u izvoznom sektoru ustupa mjesto zaposlenosti u FDI sektoru gospodarstva. Ako pak prevladava supstitutivnost FDI i uvoza, također se može povećati zaposlenost jer poduzeće nastalo inozemnom investicijom opskrbljuje domaće tržište proizvodima koji su se prije uvozili, dok je obratno ako prevladava komplementarnost FDI i uvoza, odnosno ako takvo poduzeće upotrebljava sirovine ili intermedijarne proizvode koji se moraju uvoziti (Babić, Pufnik i Stučka, 2001).

Inozemna izravna ulaganja nisu samo puki međunarodni transfer financijskoga kapitala već mogu uključivati i transfer moderne tehnologije i druge neopipljive imovine. Na taj način inozemne tvrtke mogu znatno utjecati na rast produktivnosti i dugoročni gospodarski rast u zemljama primateljima. Stoga se inozemna izravna ulaganja multinacionalnih kompanija smatraju jednim od osnovnih kanala kojim zemlje u razvoju dobivaju pristup najmodernijim tehnologijama čija difuzija ima važnu ulogu u objašnjavanju gospodarskog rasta (Bilas i Franc, 2006).

Uzimajući u obzir iznimnu važnost investicija za gospodarski rast i razvoj, vrlo je važno utvrditi uzrokuje li priljev inozemnih izravnih ulaganja povećanje ukupnih investicija u zemlji ili njihovo smanjivanje. Ako inozemna izravna ulaganja ulaze u sektore u kojima već postoji konkurencija domaćih poduzeća, moguća je konkurentska borba čije su posljedice smanjivanje zaliha i odgoda investicija te izlazak nekih tvrtki iz sektora. To može smanjiti ukupne investicije u tom sektoru, pa tako i u cijelom gospodarstvu. Ako, međutim, inozemna izravna ulaganja ulaze u novi sektor, postoji velika mogućnost da se ukupne investicije povećaju (Bilas i Franc, 2006).

Kako su investicije ključne za gospodarski rast i razvoj, vrlo je važno utvrditi uzrokuje li priljev FDI povećavanje ukupnih investicija u zemlji (poticanje ili crowding in) ili smanjivanje ukupnih investicija u zemlji (istiskivanje ili crowding out). Priljev FDI u zemljama u razvoju često potiče ostale (pa i domaće) investicije, što povećava ukupne investicije i ukupnu mogućnost rasta i razvoja. Prema nekim studijama za razdoblje 1979. – 1989. vrijedi da 1%-tno povećanje inozemnih izravnih ulaganja povećava ukupne investicije za 0,5 – 1,3 posto (Babić, Pufnik i Stučka, 2001).

FDI najčešće privuče veliko domaće tržište, niži troškovi proizvodnje i poslovanja, jer su to čimbenici koji omogućavaju prednost nad konkurencijom te proizodnju orijentiranu izvozu. Stoga se zemlje trebaju što više truditi da zadrže sveukupnu konkurentnost kako bi privukle FDI. Uz slobodno i otvoreno tržište, prednost je i jeftina radna snaga, ali njena važnost opada jer ne omogućava stanje održivog rasta.

Potrebno je udovoljiti nekim kriterijima koji su osnovni preduvjeti privlačenja stranih investicija:

- Politička stabilnost - dugoročno orijentirani kapital, odnosno ulaganje koje pozitivno može djelovati i na razvitak zemlje domaćina, nikad ne dolazi u nestabilna i politički turbulentna područja. Politička nestabilnost najčešće privlači spekulativni i «prljavi» kapital koji, zbog povećanog rizika, očekuje visoke zarade u kratkom roku.
- Stabilnost nacionalne ekonomije - nestabilno gospodarstvo, socijalni nemiri, nestabilna nacionalna valuta, nekonzistentna monetarna i fiskalna politika, visoka inflacija i općenito promjenjivi i nestabilni uvjeti privređivanja, definitivno nisu okruženje koje će stimulativno djelovati na strane investitore.

- Povoljno poslovno okruženje - bez povoljnog okruženja koje pruža uvjete za profitabilno poslovanje zasigurno nema stranih investicija. Za uspješan program promocije stranih investicija neophodno je osigurati nesmetano odvijanje aktivnosti poduzećima, bez pretjeranog i kompliciranog administriranja i nepotrebnih i suvišnih troškova.
- Infrastrukturna izgrađenost - otvoreno, liberalizirano tržište s izgrađenim tržišnim institucijama koje osiguravaju slobodnu tržišnu utakmicu; razvijena pravna infrastruktura s dobrim zakonom o poduzećima, stimulativnim zakonom o zapošljavanju, antikorupcijskim zakonom itd. Izgrađena prometna i telekomunikacijska infrastruktura, svakako su elementi koji bitno pospješuju vladine napore da privuku strane investicije. Jednaka je važnost educirane radne snage, mobilne i adaptivne za nove tehnologije i nove tehnološke i organizacijske procese (Bilas i Franc, 2006).

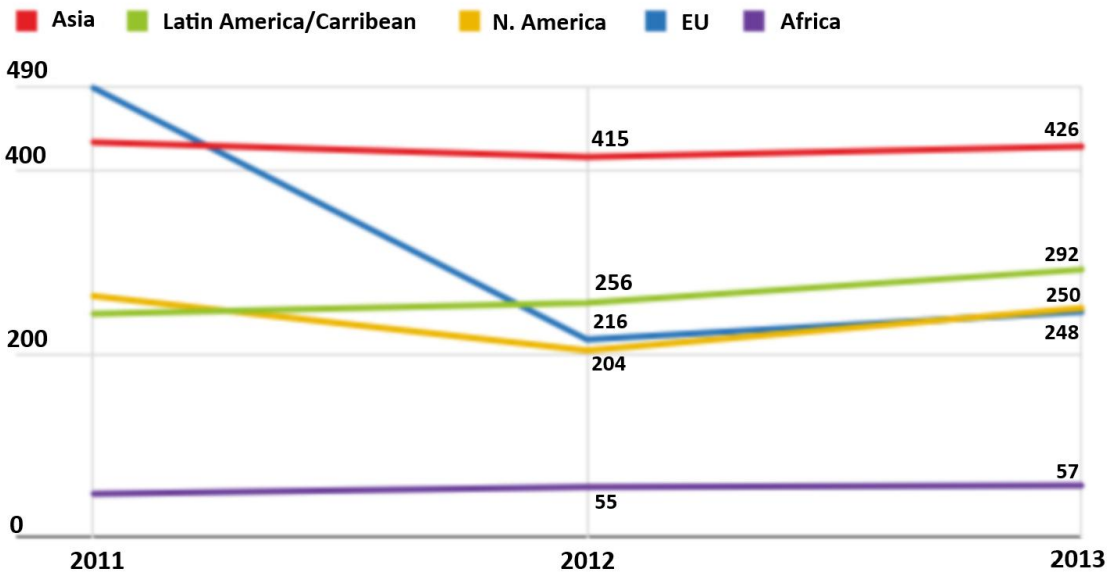
Djankov i Hoekman (1998) na primjeru su inozemnih izravnih ulaganja u Čečkoj došli do rezultata koji su pokazali da postoji tendencija priljeva inozemnih izravnih ulaganja u poduzeća iznadprosječne inicijalne veličine, profitabilnosti i proizvodnosti rada. Ispostavilo se da je veći rast proizvodnosti u FDI poduzećima, u usporedbi s domaćim poduzećima, u većoj mjeri posljedica značajki poduzeća prije preuzimanja (picking the stars), nego transfera nove tehnologije i znanja. S druge se strane otkrilo da postoji jak i statistički signifikantan negativni učinak inozemnih izravnih ulaganja na domaća poduzeća u istoj gospodarskoj grani. To negativno prelijevanje u češkom je slučaju umanjeno pozitivnim učinkom uvoza, kao kanala širenja novih znanja i tehnologija, na rast proizvodnosti poduzeća u domaćem vlasništvu. U Hrvatsku inozemni kapital putem izravnih ulaganja počinje znatnije ulaziti tek u 1996. godini. Tada je, naime, godišnji tok priljeva s razine od oko 100 mil. USD porastao na približno 500 mil. USD, a u 1999. izravna ulaganja u Hrvatsku iznosila su oko 1,3 mlrd. USD (Babić, Pufnik i Stučka, 2001). Detaljniji razvoj inozemnih izravnih ulaganja u Hrvatsku i ostale tranzicijske zemlje prikazan je u tablici koja slijedi.

Tablica 4. –Troškovi inozemnih izravnih ulaganja u srednjoeuropskim tranzicijskima zemljama, u milijunima USD

	1990.	1991.	1992.	1993.	1994.	1995.	1996.	1997.	1998.	1999.
Bugarska	4	56	42	40	105	90	109	505	537	806
Hrvatska	x	x	x	120	117	115	506	515	893	1 384
Češka	x	x	x	654	878	2 568	1 435	1 286	2 734	5 093
Estonija	x	x	82	162	214	201	150	266	581	305
Mađarska	x	1 462	1 479	2 350	1 144	4 519	2 274	2 167	2 037	1 951
Latvija	x	x	29	45	214	180	382	521	357	348
Litva	x	x	x	30	31	73	152	355	926	486
Makedonija	x	x	x	X	24	10	11	16	118	30
Poljska	89	291	678	1 715	1 875	3 659	4 498	4 908	6 365	7 270
Rumunjska	x	40	77	94	341	419	263	1 215	2 031	1 041
Slovačka	x	x	x	199	270	236	351	174	562	354
Slovenija	x	x	111	113	128	177	194	375	248	181

Izvor: Babić, Pufnik i Stučka (2001.)

U prethodnoj tablici je lako uočiti poraste i padove FDI u srednjoevropskim zemljama. Najviša ulaganja su bila u zemlje koje su u tom vremenskom razdoblju pokazala najvišu stabilnost i najbolje privredno okruženje, kao što su Poljska i Mađarska. Najniža ulaganja su bila u zemljama kao što su Makedonija, Litva, Latvija i Slovenija. Ovi podaci pokazuju kako investitore privlače povoljna privredna klima i održivo, stabilno političko-ekonomsko stanje u zemlji.



Slika 1. – FDI priljev od 2011.godine (obračunat u valuti britanske funte £)

Izvor: Matić, B., (2004.): Međunarodno poslovanje. Sinergija, Zagreb.

Prema izvještaju britanskog časopisa „The Guardian“ u 2013.godini Azija je kontinentalna grupacija s najvećim udjelom izravnih stranih ulaganja, s prihodima od 426 milijardi dolara što čini gotovo 30% svjetske investicije. Najveći dio toga je nastao kao posljedica povećanja ulaganja u Kinu, Republiku Koreju i Tajvan. FDI u EU ponovno je u porastu, te je EU sa svojim zemljama članicama primila 246 milijardi dolara, što je porast od 14 posto u odnosu na 2012. Međutim, EU je ipak primila manje od 30% onoga što je dobila u vrhuncu godine 2007. Latinska Amerika i Karibi su imali pozitivan rast priljeva izravnih stranih ulaganja, što je uglavnom posljedica rasta Srednje Amerike, unatoč padu od 6% u Južnoj Americi (Slika 1.).

Inozemna izravna ulaganja najčešće su privučena vrlo mjerljivim vlastitim interesom; ili velikim domaćim tržištem, ili nižim troškovima proizvodnje i ukupnog poslovanja, koji pružaju prednost nad konkurentima i omogućuju izvozno orijentiranu proizvodnju. Upravo zato sveukupna konkurentnost mora ostati jedno od osnovnih područja koje nastoje osigurati vlade da bi se privukla inozemna izravna ulaganja. Slobodno i otvoreno tržište je preduvjet, ali zbog svojih poremećaja i svojevrsne anarhičnosti nije dovoljno. Jeftina radna snaga i dalje ostaje konkurentska prednost u privlačenju inozemnih izravnih ulaganja, ali njena važnost opada, jer sama po sebi nije dovoljna niti za osiguravanje održivog rasta, niti

za privlačenje stranih investicija. Slično je i s prirodnim bogatstvima čiji značaj također opada (Bilas i Franc, 2006).

Kao što je već spomenuto, u uvjetima potpune svijesti o značaju inozemnih izravnih ulaganja za razvitak i otvorene oštre konkurencije u privlačenju stranih investitora, mnoge države kreiraju posebne pogodnosti kojima nastoje utjecati na odluke o odabiru odredišta stranih ulaganja. Pri tome su pojedine države manje ili više uspješne od svojih izravnih konkurenata, no sve prije toga moraju ispuniti određene preduvjete bez kojih nema stranih investicija ili bar nema onih čija je orijentacija dugoročna (Bilas i Franc, 2006).

Razloge poduzeća za inozemno investiranje proučavali su brojni autori. Jedan od najčešćih zaključaka je da je međunarodna proizvodnja rezultat procesa na kojeg utječu faktori poput vlasništva, internacionalizacije i prednosti lokalizacije. Upravo je lokacija, odnosno faktori privlačnosti određene lokacije, jedan od odlučujućih motiva za investiciju. Dostupnost prirodnih resursa, veličina tržišta, zemljopisni položaj, stanje ekonomije,kulturno i političko okruženje, transportni troškovi i dr. samo su neki od motiva davatelja inozemnih izravnih ulaganja (Bilas i Franc, 2006).

5.1.Greenfield investicije

Greenfield investicijsko ulaganje je vrsta izravnih stranih ulaganja (FDI), gdje matična tvrtka svoje poslovanje gradi u inozemstvu od samoga početka. Pored izgradnje novih proizvodnih objekata, ti projekti mogu uključivati i izgradnju novih distribucijskih čvorišta, ureda i stambenih prostorija. Pojam "ulaganje u zeleno polje" odnosi se na projekt u kojem tvrtka gradi operacije na inozemnom tržištu počevši od nule ili tzv. Zelenog polja. Ovi projekti su izravna strana ulaganja koja osiguravaju najviši stupanj kontrole za sponzorsku tvrtku u usporedbi s drugim metodama izravnih stranih ulaganja, kao što su inozemne akvizicije ili kupnja udjela u stranoj tvrtki. Takva vrsta sudjelovanja potpuno se razlikuje od neizravnih ulaganja, kao što je kupnja stranih vrijednosnih papira, u kojem slučaju tvrtke mogu imati malo ili nimalo kontrole u poslovanju, kontroli kvalitete, prodaje i obuke. U projektima zelenih polja, primjerice, izgradnja postrojenja tvrtke obavlja se prema vlastitim specifikacijama, zaposlenici se osposobljavaju za standarde tvrtke i procesi izrade mogu biti čvrsto kontrolirani.

Tijek izravnih stranih ulaganja u sektor poljoprivrede u Tanzaniji je važan jer se rast poljoprivrede i njene produktivnosti smatraju bitnim za postizanje održivog rasta i značajnog smanjenja siromaštva. Dodana vrijednost poljoprivrede tijekom razdoblja od 1991. do 2013. godine bila je u prosjeku više od 30 posto. Više od 70 posto zaposlenih zaposleno je u poljoprivredi. Neočekivano, poljoprivredna relativna razina produktivnosti iznosi samo 0,4, dok rudarstvo i komunalna poduzeća i proizvodni sektori relativna razina produktivnosti prosječno iznosi 7,7 i 3,3 . U stvari, poljoprivreda u Tanzaniji je malodobna osoba sa gotovo 60 posto kućanstava koja imaju farme manje od 2 hektara, a još 20 posto pada u kategoriji od 2 do 3 hektara. Sektor je u posljednja dva desetljeća imao manje od prosjeka, u prosjeku manje od 4 posto, u usporedbi s prosječnim godišnjim rastom gospodarstva od 6,4 posto u istom razdoblju, dok je rast broja stanovnika procijenjen na 2,7 posto. Stopa rasta poljoprivrede uistinu bila je znatno ispod Nacionalne strategije rasta i smanjenja cilja siromaštva od 10 posto do 2010. godine. Kao rezultat toga, udio poljoprivredne dodane vrijednosti u BDP-u smanjio se s 46,0 posto u 1990. godini na 31,2 posto u 2015. godini.

- Udio stanja izravnih stranih ulaganja kao postotka BDP-a odražava važnost aktivnosti izravnih stranih ulaganja u proizvodnom procesu zemlje i pokazuje potencijalni utjecaj dionica FDI-a. Ipak, gospodarstvo je doživjelo povećanje priljeva izravnih stranih ulaganja u sektorima rudarstva i proizvodnje s relativno niskim priljevima u poljoprivrednom sektoru. Unatoč važnosti, priljev izravnih stranih ulaganja u poljoprivredni sektor nikada nije premašio 2 posto ukupnih priljeva izravnih stranih ulaganja, od 1990-ih. U razdoblju od 2008. do 2012. godine priljevi izravnih stranih ulaganja u poljoprivredni sektor u prosjeku su iznosili 23,1 milijun USD, dok su u sektorima rudarstva i vađenja i proizvodnje u prosjeku 652,1 milijuna dolara i 286,0 milijuna dolara tijekom istog razdoblja (Babić, Pufnik, Stučka, 2019).

5.2.Brownfield investicije

Smeđa polja ulaganja, također naziva "brownfield" je kada tvrtka ili državni entitet kupuje ili iznajmljuje postojeće proizvodne objekte za pokretanje nove proizvodne aktivnosti. Ovo je jedna strategija korištena u izravnim izravnim ulaganjima. Alternativa ovoj investiciji je zeleno polje, u kojem je izgrađena nova tvornica.

Ulaganje u smeđe polje pokriva i kupnju i zakup postojećih objekata. S vremena na vrijeme, ovaj pristup može biti poželjan, jer struktura već stoji. Ne samo da to može rezultirati uštedama za investicijsko poslovanje, već također može izbjeći određene korake koji su potrebni za izgradnju novih objekata na praznim parcelama, kao što su građevinske dozvole i povezivanje komunalnih usluga.

Pojam smeđe polje odnosi se na činjenicu da se sama zemlja može zagaditi prethodnim aktivnostima koje su se dogodile na mjestu, čiji nuspojava može biti nedostatak vegetacije na imovini. Kada vlasnik imovine nema namjeru dopustiti daljnju upotrebu slobodne smeđe polje imovine, to se naziva mothballed brownfield. Lokacije koje su značajno kontaminirane, poput opasnog otpada, ne smatraju se svojstvima smeđeg polja.

Ulaganje na smeđe polje je uobičajeno kada se tvrtka bavi investiranjem izravnih stranih ulaganja. Tvrtka često smatra da objekti koji više nisu u uporabi ili ne rade u punom kapacitetu kao opcije za novu ili dodatnu proizvodnju.

- Iako se može tražiti dodatna oprema ili možda treba izmijeniti postojeću opremu, to često može biti isplativije nego izgraditi novi objekt iz temelja. To se posebno odnosi na slučajeve u kojima je prethodna upotreba slična prirodi novoj namjeni. Dodavanje nove opreme još uvijek se smatra dijelom smeđe polje ulaganja, a dodavanje bilo kakvih novih objekata za dovršetak proizvodnje ne kvalificira se kao smeđe polje. Umjesto toga, novi objekti se smatraju ulaganjem zelenih površina (Babić, Pufnik, Stučka, 2019).

5.3.FDI investicije na području RH

Da bi se pobliže objasnio utjecaj inozemnih izravnih ulaganja na izvoznu komponentu domaće ekonomije, nužno je dati pregled strukture ulaganja i njegov vremenski tok. Konzistentna statistika za Republiku Hrvatsku vodi se od 1993. godine, a za njezino sastavljanje zadužena je Hrvatska narodna banka. Inozemna izravna ulaganja dijele se na vlasnička ulaganja (ulaganje u temeljni kapital poduzeća), zadržane zarade (dobit namijenjena reinvestiranju) i ostala ulaganja. Na slici broj 2 prikazana je struktura inozemnih izravnih ulaganja u Republiku Hrvatsku u razdoblju 1993. – 2008. godine (Jošić, 2008)

	Vlasnička ulaganja		Zadržane	Ostala ulaganja		Ukupno
	Sredstva	Obveze	zarade	Sredstva	Obveze	
1993	0,0	101,0	-	-	-	101,0
1994	0,0	92,8	-	-	-	92,8
1995	0,0	79,1	-	-	-	79,1
1996	0,0	382,1	-	-	-	382,1
1997	0,0	325,0	35,9	-7,1	126,4	480,2
1998	0,0	581,1	63,9	-12,8	217,6	849,7
1999	0,0	1.208,6	43,4	-0,2	111,1	1.362,9
2000	0,0	750,6	86,8	0,7	302,5	1.140,6
2001	0,0	910,8	187,9	0,2	368,7	1.467,5
2002	0,0	718,3	160,9	-0,3	259,0	1.137,9
2003	0,0	762,0	587,9	-1,5	414,0	1.762,4
2004	-0,2	319,9	291,7	-17,8	356,0	949,6
2005	0,0	793,0	570,5	0,0	104,4	1.467,9
2006	-0,1	1.739,1	703,3	16,6	286,3	2.745,2
2007	0,0	2.113,7	493,0	-2,6	992,4	3.596,6
I-IV/2008	0,0	326,9	-4,9	-0,3	366,2	688,0
UKUPNO	-0,3	11.204,2	3.220,3	-25,2	3.904,5	18.303,4

Slika 2. - Struktura inozemnih izravnih ulaganja u Republiku Hrvatsku u razdoblju 1993. – 2008. godine (u mln. EUR)

Izvor: Jošić, M. (2008.): Inozemna izravna ulaganja u funkciji izvoza

Trend neto tokova inozemnih ulaganja je pozitivan i pokazuje kontinuirani priljev inozemnih izravnih investicija što korespondira s Dunningovom OLI teorijom razvoja FDIa (faza II.). U strukturi ukupnih investicija prevladavaju vlasnička ulaganja s ukupnim iznosom 11,2 mlrd. eura, zatim ostala ulaganja (3,9 mlrd. eura) te zadržane zarade (3,2 mlrd. eura) u promatranom razdoblju (Jošić, 2008).

Najveći investitori u sektore hrvatske ekonomije su zemlje koje joj geografski gravitiraju (pretežito zemlje Europske unije) prema gravitacijskom modelu vanjske trgovine

(Tinbergen, 1962). Najveća ulaganja su bila iz Austrije – 5.479,3 mln. eura (29,9%), Nizozemske – 2.707,7 mln. eura (14,8%), Njemačke – 2.371,8 mln. eura (13%), Francuske – 1.306,3 mln. eura (7,1%), Mađarske – 1.112,7 mln. eura (6,1%), Luksemburga – 991,6 mln. Eura (5,4%), Italije – 958,6 mln. eura (5,2%), dok su ostale zemlje bile nositelji 3.375,5 mln. eura (18,4%) inozemnih izravnih ulaganja. Spomenute zemlje su ujedno i najvažniji vanjskotrgovinski partneri Republike Hrvatske (Jošić, 2008).

Motivi za ulaganje u neku zemlju mogu biti različiti. Najčešći polaze od razlike u makro uvjetima zemlje: kamatnjak, cijena rada, geografski položaj, prirodna bogatstva, razvijenost financijskog tržišta, razvijenost infrastrukture, razina administrativnih prepreka, dostupnost tehnologije i sl. Svi ti izvori utjecali su na činjenicu da je strani kapital najviše ciljao sektore s razvijenom infrastrukturom i relativno visokim prinosima uz dani rizik. To su zbog specifičnosti hrvatskog tržišta rada bili uglavnom uslužni sektori ("Financijsko posredovanje" – banke, "Pošta i telekomunikacije", "Trgovina na veliko"), "Proizvodnja kemikalija i kemijskih proizvoda" te sektori s prirodnim stečenim prednostima ("Vađenje nafte i zemnog plina") budući da Hrvatska ima prednost u primarnim proizvodima s relativno velikim udjelom radnointenzivne proizvodnje (Jošić, 2008).

5.4.Prednosti i nedostaci greenfield i brownfield investicija

Prednosti greenfield investicija su mnogostruka, mogu biti:

- povećanje sredstava za investicije i razvoj zemlje
- osiguranje deviznog priljeva (svježi kapital)
- uravnoteženje platne bilance zemlje
- prijenos nove, suvremene tehnologije i znanja
- osposobljavanje domaćih ljudi
- smanjivanje uvozne ovisnosti

Nedostaci greenfield investicija su:

- povećanje dohotka, odnosno kupovne moći stanovništva uvjetovano boljim zapošljavanjem često dovodi do porasta potražnje, posebice za uvoznim proizvodima, može doći do promjene visine i strukture domaćih

- cijena u procesu prilagodbe novom ponuđaču, jedan od čestih motiva greenfield ulaganja je
- mogućnost neograničenog iskorištavanja prirodnih resursa koji često nisu obnovljivi, zagađivanje okoliša,
- odljev mozgova – prelazak domaće kvalificirane radne snage u poslovni subjekt inozemnog ulagača zbog često neznatno boljih uvjeta i plaća, itd.

Prednosti brownfield investicija su:

- brži rast (mogućnost ostvarivanja dugoročnih ciljeva u kraćem roku)
- postoji infrastruktura
- niži poslovni rizik (preuzimanje uhodanog poduzeća, poznato tržište)
- moguća diverzifikacija rizika
- ostvarivanje trenutačnih novčanih primitaka (prihodi koje je tvrtka već ostvarila svojim poslovanjem)

Nedostaci brownfield investicija su:

- problemi vezani uz stratešku sigurnost zemlje
- mogućnost otpuštanja djelatnika i smanjivanja poslovnih aktivnosti pripojenog ili preuzetnog poduzeća
- ne doprinose povećanju proizvodnog kapaciteta zemlje domaćina (Babić, Pufnik, Stučka, 2019)

6. ZAKLJUČAK

U radu je obrađena tema vanjske trgovine i investicija. Vanjska trgovina prestavlja ključni dio privrednog stanja zemlje, te je neophodna za opstanak proizvodnje i podmirivanje potražnje. Svaka zemlja ima određene uvjete proizvodnje te je superiornija u određenim proizvodima, dok je u proizvodnji drugih vjerovatno inferijornija. Nijedna zemlja na svijetu nema apsolutno idealne uslove proizvodnje za sve proizvode, bilo da su u pitanju sirovine ili industrijski proizvodi. Stoga je vanjska trgovina neophodna za snadbijevanje zemlje proizvodima čija joj proizvodnja nije ekonomski isplativa ili je na neki način onemogućena, iako je domaća potražnja velika.

Značenje i uloga vanjske trgovine ovisi o stupnju postojeće otvorenosti gospodarstva zemlje prema svjetskom tržištu. Ukoliko je domaće gospodarstvo otvorenije, vanjska trgovina ostvaruje veći utjecaj svjetskog trgovanja na uvjete privređivanja te zemlje.

Područje međunarodne trgovine prošlo je kroz dvije glavne revolucije u posljednja tri desetljeća: prvo integrirajući proizvod standardizacijom i uvođenjem monopolističke konkurencije u glavnu struju, drugo proširujući integrirani okvir za prilagodbu heterogenosti. Kao rezultat toga, fokus se prenosi s sektorskog gledišta trgovine i izravnih stranih ulaganja na perspektivu baziranu na kompanijama.

Međunarodna trgovina sada predstavlja izvoz, franšizu, zajednički pothvat ili puni izravni ulaz proizvoda ili usluga organizacije u drugu zemlju. Postiže se izvozom proizvoda tvrtke na drugo mjesto, ulazom kroz zajednički pothvat s drugom tvrtkom u ciljanoj zemlji ili izravnim stranim ulaganjima u ciljnu zemlju.

Inozemna izravna ulaganja (FDI) predstavlja ulaganje tvrtke ili pojedinca u jednoj zemlji u poslovne interese smještene u drugoj zemlji. Općenito, FDI se odvija kada investitor osniva strana poslovanja ili stekne inozemnu poslovnu imovinu, uključujući utvrđivanje vlasništva ili kontrolu udjela u stranom društvu. Inozemna izravna ulaganja razlikuju se od portfeljnih ulaganja u kojima investitor samo kupuje dionice stranih poduzeća.

7. POPIS LITERATURE

1) Andrijanić, I., (2001.): Vanjska trgovina; kako poslovati sa inozemstvom. Mikrorad, Zagreb.
2) Matić, B., (2004.): Međunarodno poslovanje. Sinergija, Zagreb.
3) Babić, A., Pufnik, A., Stučka, T., (2001.): Teorija i stvarnost inozemnih izravnih ulaganja u svijetu i u tranzicijskim zemljama s posebnim osvrtom na Hrvatsku. Poslovna knjiga, Zagreb.
4) Bilas, V., Franc, S., (2006.): Uloga inozemnih izravnih ulaganja i načini poticanja. Ekonomski fakultet u Zagrebu– Serija članaka u nastajanju, članak broj 06-13.
5) Bogdan, Ž., (2009.): Utjecaj FDI-ja na gospodarski rast europskih tranzicijskih zemalja. Ekonomski fakultet u Zagrebu– Serija članaka u nastajanju, članak broj 09-06.
6) Gašić, M., Galić, M., (2012.): Suvremeno poduzetništvo u korelaciji s vanjskom trgovinom. Učenje za poduzetništvo / Entrepreneurial learning 1 111-119. Osijek.
7) Jošić, M. (2008.): Inozemna izravna ulaganja u funkciji izvoza: Slučaj Hrvatska. Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, godina 6, 2008. 14-27

8. SAŽETAK

Vanjska trgovina i investicije

Vanjska trgovina, uz razmjenu materijalnih dobara, obuhvaća i obavljanje različitih usluga prema datom nalogu i za dobit inozemnih klijenata, odnosno gospodarskih subjekata - poslovnih partnera. U širem smislu vanjska trgovina, uz međunarodnu robnu razmjenu, obuhvaća i razmjenu gospodarskih usluga (tzv. "nevidljivi izvoz i uvoz"), promet kapitala, promet ljudi (turistički promet) i prijenos vijesti (telekomunikacijski promet). Potreba za sirovinama ili poluproizvodima, uređajima, strojevima, aparatima, te gotovim proizvodima investicijske (proizvodne) ili široke (osobne) potrošnje. Svojom djelatnošću vanjska trgovina usklađuje potrebe potrošnje zemlje i materijalni sastav društvenog proizvoda. Međunarodno tržište definirano je zemljopisno kao tržište izvan međunarodnih granica zemlje državljanstva tvrtke. Strana ulaganja, u najširem smislu, podrazumijevaju sve vrste ulaganja stranih pravnih i fizičkih osoba u gospodarske djelatnosti neke zemlje.

Ključne riječi: vanjska trgovina, tržište, međunarodno tržište, strana ulaganja

9. SUMMARY

Foreign Trade and Investments

Foreign trade, with the exchange of material goods, also includes performing various services according to the given order and for the gain of foreign clients or business entities - business partners. In the broader sense, foreign trade, along with international commodity exchange, also includes the exchange of economic services (so called "invisible exports and imports"), capital turnover, traffic (tourist traffic) and news transmission (telecommunications traffic). Need for raw or semi-finished products, appliances, machines, appliances, and finished products for investment (production) or broad (personal) consumption. With its activity, foreign trade adjusts the needs of the country's consumption and the material composition of the social product. The international market is defined as a geographic market outside the international borders of the country of citizenship of the company. Foreign investment, in the widest sense, implies all kinds of foreign and legal entities investing in the economic activities of a country.

Key words: foreign trade, market, international market, foreign investment

10. POPIS SLIKA

Slika 1. – FDI priljev od 2011.godine (obračunat u valuti britanske funte £)29

Slika 2. - Struktura inozemnih izravnih ulaganja u Republiku Hrvatsku u razdoblju 1993. – 2008. godine (u mln. EUR)33

11. POPIS TABLICA

Tablica 1. – Proizvodnja prije i poslije specijalizacije poljoprivrednih proizvoda11

Tablica 2. – Proizvodnja po satu12

Tablica 3. – Proizvodnja nakon specijalizacije i potrošnja nakon razmjene12

Tablica 4. –Troškovi inozemnih izravnih ulaganja u srednjoeuropskim tranzicijskima zemljama, u milijunima USD28

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARICA

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku **Diplomski rad**

Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek

Sveučilišni diplomski studij, smjer Vanjskotrgovinsko poslovanje

Vanjska trgovina i investicije

Edita Vidak

Sažetak:
Vanjska trgovina, uz razmjenu materijalnih dobara, obuhvaća i obavljanje različitih usluga prema datom nalogu i za dobit inozemnih klijenata, odnosno gospodarskih subjekata - poslovnih partnera. U širem smislu vanjska trgovina, uz međunarodnu robnu razmjenu, obuhvaća i razmjenu gospodarskih usluga (tzv. "nevidljivi izvoz i uvoz"), promet kapitala, promet ljudi (turistički promet) i prijenos vijesti (telekomunikacijski promet). Potreba za sirovinama ili poluproizvodima, uređajima, strojevima, aparatima, te gotovim proizvodima investicijske (proizvodne) ili široke (osobne) potrošnje. Svojom djelatnošću vanjska trgovina usklađuje potrebe potrošnje zemlje i materijalni sastav društvenog proizvoda. Međunarodno tržište definirano je zemljopisno kao tržište izvan međunarodnih granica zemlje državljanstva tvrtke. Strana ulaganja, u najširem smislu, podrazumijevaju sve vrste ulaganja stranih pravnih i fizičkih osoba u gospodarske djelatnosti neke zemlje.

Rad je izrađen pri: Fakultetu agrobiotehničkih znanosti Osijek
Mentor: izv. prof. dr. sc. Tihana Sudarić

Broj stranica: 45
Broj grafikona i slika: 2
Broj tablica: 4
Broj literaturnih navoda:
Broj priloga: 0
Jezik izvornika: hrvatski

Ključne riječi: vanjska trgovina, tržište, međunarodno tržište, strana ulaganja

Datum obrane:

Stručno povjerenstvo za obranu:

1. izv. prof. dr. sc. Igor Kralik

2. izv. prof. dr. sc. Tihana Sudarić

3. prof. dr. sc. Ružica Lončarić

Rad je pohranjen u: Knjižnica Fakulteta agrobiotehničkih znanosti Osijek**,** Sveučilištu u Osijeku, Vladimira Preloga 1.

BASIC DOCUMENTATION CARD

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek **Graduate thesis**

Faculty Agrobiotechnical Sciences Osijek

University Graduate Studies, Plant production, course (upisati npr. Plant Protection)

Foreign Trade and Investments

Edita Vidak

Abstract:

Foreign trade, with the exchange of material goods, also includes performing various services according to the given order and for the gain of foreign clients or business entities - business partners. In the broader sense, foreign trade, along with international commodity exchange, also includes the exchange of economic services (so called "invisible exports and imports"), capital turnover, traffic (tourist traffic) and news transmission (telecommunications traffic). Need for raw or semi-finished products, appliances, machines, appliances, and finished products for investment (production) or broad (personal) consumption. With its activity, foreign trade adjusts the needs of the country's consumption and the material composition of the social product. The international market is defined as a geographic market outside the international borders of the country of citizenship of the company. Foreign investment, in the widest sense, implies all kinds of foreign and legal entities investing in the economic activities of a country.

Thesis performed at: Faculty Agrobiotechnical Sciences Osijek
Mentor: izv. prof. dr. sc. Tihana Sudarić

Number of pages: 45
Number of figures: 2
Number of tables: 4
Number of references:
Number of appendices: 0
Original in: Croatian

Key words: foreign trade, market, international market, foreign investment

Thesis defended on date:

Reviewers:
1. izv. prof. dr. sc. Igor Kralik
2. izv. prof. dr. sc. Tihana Sudarić
3. prof. dr. sc. Ružica Lončarić

Thesis deposited at: Library, Faculty Agrobiotechnical Sciences Osijek, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Vladimira Preloga 1.