



FINANCIJSKI BUMERANG

Piše Aneli DRAGOJEVIĆ MIJATOVIĆ

Recesijski uvjeti

U nezgodnoj se situaciji našla ponovno hrvatska fiskalna vlast. Nakon pada kreditnog rejtinga koji je bio posljedica zaustavljanja reformi, sada se traži labavljenje fiskalnog pravila jer ovo postojeće nije, kaže ministar Linčić, primjereno uvjetima recesije. Dvije varijable o kojima ovisi hoće li fiskalno pravilo biti ispoštovano, javni rashodi i BDP, ne kreću se dovoljno brzo u željenom smjeru pa se traži neko treće rješenje, te se umoljava međunarodna financijska institucija da ima razumijevanja jer uvjeti su, eto, recesijski. Kao da su ti uvjeti sami od sebe takvi kakvi jesu i kao da vlast ne snosi dio odgovornosti što se u međuvremenu nisu bitno promijenili da bi se gospodarstvo moglo oporaviti, pa bi onda i potreba za fiskalnom konsolidacijom u ukupnome bila manja. K tome, baš su našli od koga će tražiti suosjećanje i razumijevanje. Inače, Investicijski kreditni rejting već je izgubljen, a ocjena MMF-a, koja sada nema neku formalnu težinu, ali svakako ima svoju težinu na međunarodnim financijskim tržištima, mogla bi biti polazište za stav kreditora oko daljnjeg zaduživanja države na inozemnom tržištu, kao i kod revizije kreditnog rejtinga, koji bi se mogao i dodatno urušiti.

Sveća u nesreći za prezadužene tranzicijske zemlje je to što je trenutno sentiment prema državnom dugu bolji no kada je domaći rejting bio na višoj razini, pa i mi sada plovimo na tom valu, na kojem ćemo se ponovno zadužiti za 30-ak milijardi kuna, što vani, što kod kuće, uz prijetnju da se dodatno istisne kreditiranje realnog sektora, ionako zakročeno visokim kamatama i ograničenom potražnjom. Govoriti o stranim investicijama u takvim, naime, recesijskim uvjetima, također već izgleda pomalo neozbiljno jer investitor traži profitnu stopu, barem veću od stope na štednju, a i inflacija polako ali sigurno jača, nabildana opet snažnim pritiscima od strane države. Olakotna okolnost mogla bi za domaće gospodarstvo biti i to što se čini kao da se općenito stanje u eurozoni popravlja, barem tako ovih dana svjedoče burze i tečaj eura, koji se primjerice ponešto oporavio prema švicarskom franku. Međutim, ni vani još uvijek nema snažnijeg impulsa rastu koji bi stizao iz realnog sektora pa je na oporavak inozemne potražnje još uvijek rizično računati. U svakom slučaju, biti toliko ovisan o inozemstvu, po pitanju kredita i potrebnog kapitala za zatvaranje domaće proračunske konstrukcije, nešto je što bi pod hitno trebalo mijenjati, a preduvjet za to su reforme: ne radi MMF-a nego radi nas samih.

Novi, više nego o rezanju rashoda Vlada bi međutim trebala razmišljati o rastu, o tome što može učiniti da stvori uvjete za pokretanje proizvodnje i zaustavljanje nezaposlenosti. To je prava bitka koja je čeka, i ta industrijska strategija o kojoj se barem počelo govoriti, to je ključ izlaska iz krize. Kada se počne više govoriti, misliti i djelovati u pravcu povećanja proizvodnje i izvosa, iskoristištena postojećih i gradnji novih kapaciteta koji bi stvarali proizvode koji bi našli svoje mjesto na tržištu, tada će se početi i sve druge stvari rješavati same od sebe. Naravno, uz uvjet da ih se udruži s pametnom fiskalnom politikom, što bi u našem slučaju značilo štedljivost, te s druge strane, s umjerenom ekspanzivnom monetarnom politikom. Povećanje proizvodnje i ekonomske baze povratno bi onda stvorilo i potencijal za održivo povećanje poreznih prihoda, ne putem povećanja stope oporezivanja, nego zbog rasta cjelokupne ekonomije. Nažalost, porezni prihodi su se do sada većinom nastojali povećati kroz povećanje porezne presije što je dodatno urušilo ionako slabu potrošnju te dodatno doprinijelo padu i recesijskim uvjetima s početka priče.



Prema istraživanju EK, čak je 16 puta širi izbor ako se kupuje u internetskim trgovinama

16%

korisnika Interneta obavilo je kupnju putem Interneta, a u Njemačkoj njih 65 %

E-TRGOVINA ■ TEK 20 POSTO MALIH I SREDNJIH PODUZETNIKA KORISTI ON-LINE ALAT

»Google Engage« za poboljšanje prodaje

Cilj programa »Google Engage za agencije« je pomoći web-stručnjacima da nauče kako klijente iz poduzetništva osposobiti za uspješno poslovanje na internetu

Vladimir MRVOŠ

Ukoliko postoje parametri prema kojima Hrvatska ne zaostaje za europskim zemljama, onda su to pristup Interneta među poslovnim korisnicima te broj malih i srednjih tvrtki koji imaju vlastitu web stranicu. Naime, 90 posto malih i srednjih tvrtki u Hrvatskoj ima pristup Interneta, a više od 50 posto njih ima vlastitu web stranicu, dok se taj udio penje na čak 99 posto kad je riječ o tvrtkama s više od deset zaposlenih. Rezultati su to istraživanja koje je za tvrtku Google Hrvatska provela agencija za istraživanje tržišta GfK na uzorku od 700 malih i srednjih tvrtki iz cijele Hrvatske. Istraživanje je provedeno tijekom 2012. godine.

Lošiji od Slovenije

Unatoč velikom postotku tvrtki s pristupom Interneta koje se njime najčešće koriste za komunikaciju s poslovnim partnerima i kupcima te za e-bankarstvo, svega 20 posto njih koristi Internet kao alat za poboljšanje prodaje svojih proizvoda i usluga. Kada je riječ o e-trgovini, unatoč viso-

koj razini pristupa korisnika tj. potencijalnih kupaca Interneta oko 66 posto, broj kupnji objavljenih putem Interneta je relativno nizak. Koliki je potencijal e-trgovine u Hrvatskoj govori i činjenica da je prema podacima Eurostata svega 16 posto korisnika Interneta obavilo kupnju putem Interneta, dok je taj broj dvostruko veći u Sloveniji oko 30 posto, a u Njemačkoj iznosi čak 65 posto. Prema podacima koje je otkrilo istraživanje koje je proveo Google, jedan od razloga malog broja online kupaca je između ostalog i slaba lokalna ponuda e-trgovina.

Zbog brojnih prednosti e-trgovine i poslovanja preko interneta općenito, kao što je veći doseg tržišta, smanjenje troškova, povećanje poslovne učinkovitosti

i uklanjanje zapreka u međunarodnoj razmjeni, ne čudi podatak da čak 30 posto ispitanika koji trenutno nemaju internetsku stranicu namjerava istu izraditi u naredne dvije godine.

Kanal za izvoz

Također, Internet je među hrvatskim tvrtkama prepoznat kao izvrstan kanal za izvoz. Naime, 30 posto ispitanika predstavlja svoje proizvode i usluge u inozemstvo, od čega čak 80 posto smatra da im Internet pomaže u promociji proizvoda i usluga. Istovremeno, samo 13 posto ispitanika potvrdilo je da je imalo treninjski vezan za online marketing kako bi unaprijedili potrebna znanja i vještine za promoviranje vlastitih proiz-

voda i usluga putem Interneta – Uzimajući u obzir navedene podatke, Google je prepoznao veliki potencijal rasta u segmentu e-trgovine, budući da u Hrvatskoj postoji potrebna infrastruktura, kao i interes kupaca i trgovaca. Stoga smo pokrenuli program Google Engage za agencije kako bismo pomogli SEM i SEO stručnjacima, webmasterima, web dizajnerima i drugim internetskim stručnjacima da pomognu svojim klijentima učiniti ih uspješnima u online svijetu. Na taj način će moći ne samo pokrenuti e-trgovinu, nego i privući ciljane kupce te mjeriti uspješnost prodajnih i marketinških kampanja kako u Hrvatskoj tako i u inozemstvu, izjavio je direktor tvrtke Google za regiju Adriatics, Joško Mrmdže.

Direktor marketinga za Google Adriatics, Andrej Koštomaj napominje da u današnjem digitalnom svijetu poslovanje i oglašavanje putem Interneta općeprihvaćena je stvarnost. Danas se i putem obične internetske stranice, bez modula za e-trgovinu, mogu postići dobri rezultati na području poboljšanja prodaje generiranjem novih upita za proizvode ili usluge.

Lakše do kupaca

Promoviranjem višezjezičnih internetskih stranica poduzetnik širi potencijalno tržište na cijeli svijet tj. više nije ograničen samo na Hrvatsku. Postoji veliki broj primjera iz Hrvatske gdje su lokalni poduzetnici promoviranjem svojih internetskih stranica u inozemstvu počeli dobivati upite, npr. iz Norveške ili Njemačke, o svojim proizvodima ili uslugama za što je prije bilo potrebno velik broj direktnih kontakata, posjeta sajmovima i slično.

rekli su

Iskustva su pokazala da su tranzicijske zemlje tri godine nakon ulaska u Europsku uniju doživjele investicijski boom za koji mi moramo stvoriti temelje.

■ Branko Grčić, potpredsjednik Vlade



Nitko ne može godinama čekati na ishodjenje svih dozvola za realizaciju investicija, pa Vlada mora hitno donijeti mjere za ubrzanje administrativnih procedura.

■ Ivica Mudrić, predsjednik HUP-a

BRŽI PRISTUP ■ UREDENE INTERNET STRANICE ZAVODA ZA PROSTORNO UREDENJE PGŽ-a

Prostorni planovi na internet-portal

RIJEKA ■ Zavod za prostorno uređenje primorsko-goranske županije osvežio je svoje internetske stranice s ciljem bržeg i lakšeg pronalaska željenog sadržaja. Novi izgled stranica grupirao je informacije u logičke cjeline. Sve korisne sadržaje vezane uz izradu prostornih planova u Županiji, upute za izradu planova, aktivnosti vezane uz izradu Prostornog plana Županije, Izvadak iz važećeg Prostornog plana Županije, kao i Register prostornih planova smještene su u skupinu Prostorni planovi. U Dokumentaciju su smještene informacije o projektima, studijama, analizama koje mogu poslužiti gospodarstvu kao baza za realizaciju investicija. Na stranicama su i stručni pri-



Najposjeceniji sadržaj je Register prostornih planova

ručnici, zbornici radova, vodič i knjiga na kojima je također Zavod sudjelovao. Objavljena je i evidencija izrađenih izvješća o stanju u prostoru za Županiju i sve njene općine i gradove. Na stranicama se nalaze i informacije o realizaciji nekoliko sporazuma o suradnji. Poseb-

no su izdvojene aktivnosti na realizaciji sporazuma s Državnom geodetskom upravom (Sporazum o sufinanciranju izrade i ažuriranja službenih prostornih podloga državne izmjere i katastra nekretnosti za razdoblje 2010.-2013. Godine). Također su izdvojene i informacije i dio predavanja iz specijalističkog tečaja za održivi razvoj. Najposjeceniji sadržaj kroz sve ove godine je i dalje Register prostornih planova koji pored same evidencije usvojenih planova ali planova koji su u izradi omogućuje i uvid u planove. Evidencija se vodi prema Odlukama objavljenim u Službenim novinama Primorsko-goranske županije, a Register se dopunjuje s kartografskim dijelom plana izrađenom u pdf formatu. (V. M.)