Autor Guste Santini
Nedjelja, 05 Kolovoz 2018 11:05

Pred deset godina imali smo globalnu krizu. Kao i sve velike krize ona je u svojoj osnovi bila financijska kriza. S jedne strane, tržišni način privređivanja temelji se na profitnoj logici što znači da je nužan neprekidan rasta gospodarske aktivnosti, temeljen na novim investicijama. S druge strane, raspodjela novo dodane vrijednosti ne omogućuje njezinu realizaciju. U pomoć dolazi financijski sektor koji putem kreditne aktivnosti anticipira dohodak i tako kreira tekuću potrošnju. Tako gospodarstvo uzima kredite kako bi povećali ponudu, a stanovništvo kako bi povećanu ponudu realiziralo i povećalo svoje blagostanje. Kada stanovništvo nije u mogućnosti, ili to ne može odnosno ne želi, nastupa država koja povećavajući javni dug povećava svoju potrošnju. Jasno, povećanje zaduženosti pojedinih sektora može ići jedno vrijeme ali ne može ići svo vrijeme.

Podsjećam razvoj kapitalizma je prošao kroz tri faze.

Prva je bila proizvodna kada je industrijski, zapravo manufakturni, način proizvodnje omogućio masovnu proizvodnju robe koju su građani mogli kupiti a koja im je u vrijeme zanatskog načina proizvodnje bila nedostižna. Za to je dobar primjer odjeća, recimo kaput, koja je krpanjem služila cijeli život a nerijetko je nasljeđivana.

Kad je proizvodnja zadovoljila tako određen odnos ponude i potražnje započinje era na strani prodaje. Poznata je izreka kako dobrog trgovca krasi sposobnost da proda robu ili uslugu koja kupcu nije potrebna. Prva i druga faza razvoja kapitalizma odvija se u XIX. stoljeću.

Treća je faza marketing čija definicija glasi: „…je proces prepoznavanja i anticipiranja potreba potrošača“. Prepoznavanje potreba potrošača predstavlja pretpostavku povećanja prodajne aktivnosti. Putem reklamnih i uslužnih aktivnosti ponuda od strane proizvođača lakše nalazi kupca. Pojavljuju se marke koje garantiraju kupcima kvalitetu proizvoda ili usluge. Drugi dio definicije je daleko važniji. Nije dovoljno prepoznati potrebu potrošača potrebno ju je anticipirati. Uzmimo primjer ford mustanga koji se je „slagao“ gotovo sedam godina kako bi se proizveo novi proizvod i ponudio kupcima. Bez anticipacije potreba potrošača projekt ford mustanga ne bi bilo moguće realizirati. Bilo je potrebno znati koji i kakav automobil će kupci trebati kako bi novi automobil našao kupce. Anticipacija potreba nije samo znanstvena i stručna analiza tržišta. Anticipacija je prije svega utjecaj na formiranje potreba potrošača, neki bi rekli manipulacija. Ford nije mogao pristupiti realizaciji takvog projekta po principu dobre vjere. On je morao s velikom vjerojatnošću biti siguran da će ostvariti profit. Da njegova „anticipacija“ potreba potrošača nije uspjela Ford bi propao. Naime, proizvodnja novog automobila znači izrazito intenzivnu investicijsku aktivnost proizvođača jer da bi se automobil proizveo potrebna je nova

specijalizirana oprema, novi materijali što znači da su dobavljači također ulagali značajna sredstva u istraživanje i razvoj, te investiranje. Upravo primjer stvaranja ford mustanga je bitan kako bi se shvatilo proces razvoja. Valja uočiti multiplikativne učinke koje je proizveo novi proizvod.

Marketinški pristup da bi bio učinkovit morao je omogućiti kupnju s odgodom plaćanja. Kako proizvodne tvrtke u fokusu svog interesa imaju proizvodnju mogu tek ograničeno kreditirati kupnju na kredit. Proizvodnja kućanske opreme, općenito, bio je moguć uz pomoć potrošačkih kredita. Priča je dobro funkcionirala do granice aktiviranja ukupne raspoložive nacionalne štednje. Međutim, kad jednom počne dinamiziranje potrošnje temeljem kredita, ex nihilo, pojavljuje se učinak droge. Potrebno je sve više kredita kako bi se realizirala dodana vrijednost. Nacionalna država je prisiljena omogućiti bankarskom sustavu rast kreditne aktivnosti, koji nema gornje granice, i tako postaje aktivni čimbenik kreiranja financijskih problema. Tako kreditiranje potrošnje, potrošnja danas i plaćanje sutra, postaje zametak inflacije i stagflacije.

Kako nacionalna država nije u mogućnosti bezgranično trošiti i bezgranično tiskati novac proizvođači su prinuđeni dio svoje najprije prodajne a potom i proizvodne aktivnosti prenijeti u inozemstvo. Sad dolazimo do temeljnog problema. Globalizacija nije regulirana. Pokušaj regulacije globalnog gospodarstva putem dogovora G7 ili G20 vrijedi u dobrim vremenima. U lošim vremenima dogovori naprosto ne funkcioniraju. Kao što je pokazala kriza iz 2008. godine najrazvijenije su se zemlje „okrenule sebi“ i nisu vodile računa o stanju na globalnoj razini. U tome je kriza snažno podsjetila na Veliku krizu iz 1929. godine.

Kako bi se dinamizirao razvoj razvijene su zemlje, uključivo EU, pristupile snižavanju kamatnih stopa do negativnih vrijednosti, s jedne strane, i, s duge strane, tiskarskom stroju. Tako je globalizirano gospodarstvo dobilo novčanu infuziju i iluziju. Usput rečeno razvijene zemlje, recimo Njemačka je tiskarski stroj iskoristila kako bi dinamizirala svoj izvoz roba i usluga. Kriza i preferencija likvidnosti utjecali su da cijene ostanu stabilne. Što više upravo deflacijska kretanja u EU bila su okidač i odgovor zašto je ECB pristupila tiskarskom stroju. Tiskarski stroj djeluje do dana današnjeg.

Predsjednik Trump i FED, svojim politikama, povećali su potražnju za dolarima. Rast potražnje za dolarima preraspodjeljuje mogućnosti pojedinih vodećih zemalja glede svoje financijske politike što se lijepo vidi po kretanju njihovih tečajeva u odnosu na dolar. Sve od reda depreciraju. Pokušaj udara na dolar kao temeljnu valutu na međunarodnom planu ne uspijeva. Ima li se u vidu da nije nemoguće zamisliti carinski rat, ne daj bože, moglo bi nam se lako dogoditi još jedna kriza.

Svaka naredna kriza bit će snažnija od one koja joj je prethodila. Naprosto razina zaduženosti svih sektora – države, građana i gospodarstva – čini sam nagovještaj krize zlokobnim događajem. U tim i takvim uvjetima najveću će cijenu platiti nerazvijeni. Tako je bilo uvijek i tako će uvijek biti. Tome bi na kraj mogla stati nadnacionalna koordinacija ali to se neće dogoditi u skoroj budućnosti. Carinski sukobi na relaciji EU – SAD, nezamislivi do dolaska Trumpa, i SAD – Kina ozbiljno su upozorenje. To nije sukob malih ili regionalnih igrača. To je sukob vodećih ekonomskih blokova zbog kojeg će svi biti gubitnici. Malim i nerazvijenim zemljama bit će isporučen najveći račun.

EU ostvaruje manje stope rasta i ima veću stopu nezaposlenosti od SAD-a što je čini ranjivom. Stanje u kojem se nalazi EU nije ništa bolje. Postoje znatni problemi, ne samo zbog migracijskih problema, koje postojeći institucionalni okvir nije u stanju riješiti. Ništa manje ne zabrinjava nestabilnost vlade u Njemačkoj, te izlazak VB iz EU. Sve u svemu EU će malo ili ništa učiniti na razini jedinstvenog europskog tržišta ukoliko prsne kreditni balon. Svaka će se zemlja okrenuti sebi što će dodatno učiniti upitnim smisao EU.

U Hrvatskoj se o tome ne razmišlja, a moralo bi. Više puta sam rekao kako su nam amortizeri daleko slabiji nego što su to bili 2008. godine. Mjere ekonomske politike moraju prilikom donošenja imati u vidu mogućnost pojave globalne krize. Nećemo valjda opet morati čekati sedam i više godina da se pokrenemo. Ne treba gubiti iz vida da nam je BDP ispod razine iz 2008. godine, s jedne strane, i, s druge strane, iluzije koju donosi turizam i sredstva europskih fondova mogle bi se pokazati kobnim u kriznim uvjetima.