

Inflacija i njezin utjecaj na poduzetničku aktivnost

Rakijašić, Marko

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Virovitica University of Applied Sciences / Veleučilište u Virovitici**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:165:795391>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-23**

Repository / Repozitorij:



[Virovitica University of Applied Sciences Repository - Virovitica University of Applied Sciences Academic Repository](#)



VELEUČILIŠTE U VIROVITICI
Prije diplomski stručni studij menadžment

MARKO RAKIJAŠIĆ

INFLACIJA I NJEZIN UTJECAJ NA PODUZETNIČKU AKTIVNOST
ZAVRŠNI RAD

VIROVITICA, 2023.

VELEUČILIŠTE U VIROVITICI
Prije diplomski stručni studij menadžment

INFLACIJA I NJEZIN UTJECAJ NA PODUZETNIČKU AKTIVNOST

Predmet: Poduzetništvo

Mentor:

dr.sc. Damir Ribić, prof. struč. stud.

Student:

Marko Rakijašić

VIROVITICA, 2023.



Veleučilište u Virovitici

OBRAZAC 2

ZADATAK ZAVRŠNOG / DIPLOMSKOG RADA

Student/ica: RAKIJAŠIĆ MARKO **JMBAG:** 0307016684

Studij: Menadžment **Modul:** Informatički menadžment

Imenovani mentor: dr.sc. Damir Ribić, prof.struč.stud.

Imenovani komentor:

Naslov rada:

Inflacija i njezin utjecaj na poduzetničku aktivnost

Puni tekst zadatka rada:

Student će temeljem analizirane literature kritički prosuditi sve elemente makrookruženja i njihov utjecaj na poduzetničku aktivnost. Posebice će se analizirati inflacija kao jedan od utjecajnih čimbenika koji u značajnoj mjeri može uvjetovati strateška usmjerenja poduzetnika.

Na primjeru iz prakse metodom intervjua na primjeru nekoliko poduzetnika, prikazat će se kako su nedavna pojačana inflacijska kretanja utjecala na njihovo poslovanje te na koji način su se poduzetnici nosili sa takvim izazovima.

Datum uručenja zadatka studentu/ici: 23. 10. 2023.

Rok za predaju gotovog rada: 16. 11. 2023.

Mentor:

dr.sc. Damir Ribić, prof.struč.stud.

Dostaviti:

1. Studentu/ici
2. Povjerenstvu za završni i diplomski rad - tajniku

INFLACIJA I NJEZIN UTJECAJ NA PODUZETNIČKU AKTIVNOST

INFLATION AND ITS INFLUENCE ON BUSINESS ACTIVITY

SAŽETAK

Cilj i svrha ovoga rada je definirati temeljne pojmove koji se odnose na poduzetničko okruženje, posebice na makrookruženje, inflaciju i vrste inflacija te ispitati kako je nedavna pojačana inflacija djelovala na hrvatsko poduzetništvo, na poslovanje hrvatskih poduzetnika i kako su se hrvatski poduzetnici nosili s rastom inflacije. Objašnjena je razlika poduzetničkog mikrookruženja i makrookruženja te su određene sve sastavnice makrookruženja; demografsko okruženje, ekonomsko okruženje, tehnološko okruženje, političko/pravno okruženje, sociokulturno okruženje i ekološko okruženje. Nakon definiranja inflacije i objašnjenja različitih vrsta inflacije, praćeno je kretanje inflacije u Republici Hrvatskoj i analizirani su podaci o utjecaju inflacije na odabrane sektore. U posljednjem dijelu rada prikazani su rezultati intervjua s dva poduzetnika. Poduzetnicima je postavljeno sedam pitanja u vezi utjecaja različitih čimbenika iz makrookruženja na njihovo poslovanje, a cilj intervjua bio je utvrditi jesu li uzroci inflacije izazvali teškoće u njihovom poslovanju to jest kako je inflacija utjecala na njihovo poslovanje.

Ključne riječi: *poduzetništvo, poduzetničke aktivnosti, makrookruženje, inflacija, inflacijski učinci*

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 2. MAKROOKRUŽENJE I SASTAVNICE MAKROOKRUŽENJA | 2 |
| 2.1. Pojmovno razgraničenje mikrookruženja i makrookruženja | 2 |
| 2.2. Sastavnice makrookruženja | 3 |
| 2.2.1. Demografsko okruženje | 4 |
| 2.2.2. Ekonomsko okruženje | 5 |
| 2.2.3. Tehnološko okruženje | 6 |
| 2.2.4. Političko/pravno okruženje | 6 |
| 2.2.5. Sociokulturno okruženje | 7 |
| 2.2.6. Ekološko okruženje | 7 |
| 3. INFLACIJA..... | 9 |
| 3.1. Pojam inflacije | 9 |
| 3.2. Vrste inflacije..... | 11 |
| 3.3. Pozitivni i negativni učinci inflacije | 12 |
| 4. INFLACIJSKI UČINCI NA PODUZETNIČKU AKTIVNOST | 13 |
| 4.1. Inflacijski trendovi u Republici Hrvatskoj..... | 13 |
| 4.2. Inflacijski učinci na odabrane sektore..... | 15 |
| 4. PRIMJER IZ PRAKSE | 18 |
| 6. ZAKLJUČAK..... | 22 |
| 7. POPIS LITERATURE..... | 23 |
| 8. POPIS ILUSTRACIJA | 25 |

1. UVOD

Poduzetnici svoju djelatnost obavljaju u okruženju koje se dijeli na makrookruženje, u kojemu se nalazi niz eksternih čimbenika koji utječu na poduzetnika te na mikrookruženje u kojemu se pak nalazi niz internih čimbenika koji utječu na poduzetnika. Poduzetnici pristupaju analizama okruženja jer za organizaciju uspješnog poslovanja moraju biti upoznati sa stanjem koje vlada u njihovom okruženju. U ovome radu proučavaju se elementi makrookruženja te njihov utjecaj na aktivnost poduzetnika. Elementi makrookruženja su demografsko okruženje, ekonomsko okruženje, tehnološko okruženje, političko/pravno okruženje, sociokulturno okruženje i ekološko okruženje. Zbog utjecaja različitih elemenata u makrookruženju, u gospodarstvu se može javiti inflacija. Inflacija je proces porasta opće razine cijena, to jest rast cijena odnosno pad kupovne moći građana u određenom periodu. Inflacija može imati velik utjecaj na poslovanje poduzetnika.

Ovaj rad podijeljen je u četiri velika poglavlja ili cjeline. Prvo poglavlje odnosi se na definiranje poduzetničkog okruženja te podjelu na makrookruženje i mikrookruženje, a zatim i na analizu svih elemenata makrookruženja. Drugo poglavlje odnosi se na inflaciju. Nakon što se definira inflacija i ukratko prikaže povijest inflacije, pokazuju se odabrane podjele inflacije. Tako se inflacija prema ozbiljnosti dijeli na umjerenu inflaciju, galopirajuću inflaciju i hiperinflaciju. Razlikuju se i predviđena i nepredviđena inflacija, ovisno o tome je li se rast cijena mogao predvidjeti ili ne. Prema uzroku inflacije, razlikuju se tri vrste inflacije: inflacija potražnje, inflacija troškova i ugrađena inflacija (Samuelson, Nordhaus, 2011). Treće poglavlje proučava inflacijske učinke na poduzetničku aktivnost: prvo su sagledani inflacijski trendovi u Republici Hrvatskoj, a zatim se analiziraju podaci o učincima inflacije na odabrane sektore. U četvrtom poglavlju prikazani su rezultati intervjua provedenih s dva poduzetnika na temelju kojih se analizira kako su se poduzetnici nosili s povišenom inflacijom.

Cilj rada je ispitati kako je nedavna pojačana inflacija djelovala na hrvatsko poduzetništvo, na poslovanje hrvatskih poduzetnika te kako su se hrvatski poduzetnici nosili s rastom inflacije.

2. MAKROOKRUŽENJE I SASTAVNICE MAKROOKRUŽENJA

Poduzetničke aktivnosti odvijaju se u okruženju na koje sve aktivnosti poduzetnika imaju određeni oblik utjecaja, ali i okruženje ima utjecaj na poduzetnika. „Okruženje poduzeća čini ukupnost činitelja koji utječu na ostvarivanje strategije razvoja poduzeća, a menadžment na njih nema nikakav ili pak neznatan utjecaj“ (Škrtić, Mikić, 2011: 39). Prema Ribić i Pleša Puljić (2020), poduzetničko okruženje dijeli se na makrookruženje koje čini skup eksternih čimbenika koji utječu na poduzetnika i na mikrookruženje koje čini skup internih čimbenika koji utječu na poduzetnika.

Poduzetničko okruženje je važno jer svaki poduzetnik treba znati koji čimbenici iz okruženja imaju utjecaj na njegovo poslovanje, trebaju odrediti koliko je svaki od čimbenika važan, to jest kolika je snaga njegova utjecaja. Također, poduzetnik mora povezati vanjske i unutarnje čimbenike s vlastitim poslovanjem i podijeliti čimbenike prema djelovanju koje će imati na poduzetničke aktivnosti (Ribić, Pleša Puljić, 2020). Svako poduzeće koje želi poslovati s uspjehom mora biti spremno za promjene i za brze reakcije na promjene u okruženju što znači da uočava potrebe i mogućnosti za promjene te u skladu s njima reagira. Poduzeće mora biti osposobljeno za smanjivanje neizvjesnosti u vlastitom okruženju, mora biti fleksibilno, elastično te spremno za brze promjene, a sve to može samo ako je poduzetnik dobro informiran o svojem okruženju i s njime upoznat (Škrtić, Mikić, 2011).

2.1. Pojmovno razgraničenje mikrookruženja i makrookruženja

Poslovanje poduzeća i uspjeh poduzetnika povezani su s važnim čimbenicima koji imaju utjecaj na poduzeće, a koji su podijeljeni u čimbenike mikrookruženja i u čimbenike makrookruženja (Knežević, Knego, 2008). „Mikrookružje poslovnog subjekta čine svi interni i bliski eksterni čimbenici na koje on sam može izravno utjecati“ (Ribić, Pleša Puljić, 2020: 56). Mikrookruženje je skup specifičnih tržišnih uvjeta koji su usko povezani s poduzećem. Čimbenici mikrookruženja imaju usku interakciju s poduzećem te imaju izravan utjecaj na planiranje i operacionalizaciju poslovnih ciljeva. Poduzeće se koristi podacima dobivenima iz analize mikrookruženja da bi lakše organiziralo vlastite poslovne procese te da bi moglo strukturirati sve svoje unutarnje procedure prema kojima se odvijaju poslovni procesi (Knežević, Knego, 2008). Kod elemenata mikrookruženja specifično je da se oni nalaze u svakodnevnoj interakciji s poduzetnikom te poduzetnik svoje ponašanje oblikuje prema

njima, a istovremeno se zatim i oni mijenjaju i oblikuju odnos prema poduzetniku (Ribić, Pleša Puljić, 2020). U čimbenike mikrookruženja ubrajaju se: poslovni partneri, odnosno kupci i dobavljači, konkurentna poduzeća, raspoloživa radna snaga, logističke organizacije te financijske institucije, a u maloprodajnim poduzećima i potrošači (Knežević, Knego, 2008).

Kada se govori o čimbenicima makrookruženja, misli se na općenite tržišne uvjete koji su na snazi u određenoj regiji ili državi i koji čine kontekst poslovanja poduzeća (Knežević, Knego, 2008). Poduzetnik ne može utjecati na čimbenike iz svojeg makrookruženja, nego ih treba stalno pratiti, analizirati i reagirati u pravo vrijeme jer ti čimbenici imaju neizravni utjecaj na poslovanje (Ribić, Pleša Puljić, 2020). U čimbenike makrookruženja uvršteni su sljedeći okviri poslovanja: tehnološki, pravni, gospodarski (ili ekonomski), politički i demografski (Knežević, Knego, 2008). Osim njih, Ribić i Pleša Puljić (2020) dodaju još sociokulturni i ekološki okvir poslovanja.

2.2. Sastavnice makrookruženja

Sastavnice makrookruženja su demografsko okruženje, ekonomsko okruženje, tehnološko okruženje, političko/pravno okruženje, sociokulturno okruženje i ekološko okruženje. Za praćenje okruženja poduzetnici se koriste različitim vrstama analiza, a najjednostavniji i najkorišteniji alat koji se koristi za analizu makrookruženja je PEST analiza (prati političke, ekonomske, društvene i tehnološke čimbenike makrookruženja). Kod nekih autora vidi se primjena PESTLE analize u kojoj se prati još i okoliš, a kod dijela autora prisutno je odvajanje političkog i pravnog okruženja (Ribić, Pleša Puljić, 2020). U sljedećoj tablici (Tablica 1) prikazani su čimbenici analize PESTE.

Tablica 1. Čimbenici analize PESTE

| Čimbenici analize PESTE | |
|---|---|
| Politički čimbenici (engl. <i>political</i> – P) | U njih se ubrajaju ograničenja i zakoni o poduzetništvu, a cilj pravnog uređenja je zaštititi poduzetnike, omogućiti im pošteno natjecanje na tržištu i otvoriti im nove mogućnosti. |
| Ekonomski čimbenici (engl. <i>economic</i> – E) | Poduzetnici moraju sagledati gospodarstvo da bi identificirali u kojoj se fazi nalazi, kakva je kupovna moć stanovnika, BDP, nezaposlenost i kakvo je kretanje ostalih makroekonomskih čimbenika koji mogu utjecati na njih. |
| Društveni čimbenici (engl. <i>social</i> – S) | Poduzetnici u analizi društvenih čimbenika prate obilježja stanovništva, primjerice demografske promjene, stavove stanovništva o različitim temama i drugo. Promjene društvenih čimbenika utječu na poduzetničke mogućnosti. |
| Tehnološki čimbenici (engl. <i>technological</i> – T) | Poduzetnici kod praćenja tehnoloških čimbenika prate potencijale razvoja tehnologije – potencijale interneta, društvenih mreža, virtualnih prodavaonica i drugih mogućnosti tehnologije zbog poboljšanja poslovanja i povećavanja dostupnosti vlastitih proizvoda za potrošače. |
| Prirodno okruženje (engl. <i>environmental</i> – E) | Radi se o poduzetničkim utjecajima na okoliš i prirodu, a u svojem poslovanju poduzetnik treba imati na umu da treba pažljivo raspolagati ograničenim prirodnim resursima koji dolaze iz neobnovljivih izvora. Također, treba se aktivno brinuti o okolišu, smanjiti zagađenje, reciklirati otpad i brinuti o zdravlju ljudi u okruženju. |

Izvor: Izrada autora prema Ribić, D., Pleša Puljić, N. (2020): *Osnove poduzetništva*. Zagreb, Školska knjiga, str. 68.

Analiza okruženja važna je za poduzetnika jer za organizaciju uspješnog poslovanja trebaju poznavati stanje u svojem okruženju.

2.2.1. Demografsko okruženje

Demografski čimbenici spadaju u jedne od važnijih makroekonomskih čimbenika jer se kroz njihovu analizu dobiva percepcija o tržištu na kojemu će poduzetnik poslovati te na koje

će plasirati vlastite proizvode ili usluge (Ribić, Pleša Puljić, 2020). Demografsko okruženje su pokazatelji i trendovi u obilježjima stanovništva (Rašić Jelavić, Brkić, 2016). Demografska struktura stanovništva su prosječna dob stanovništva, veličine dobnih razreda odnosno broj stanovnika u svakoj dobnj skupini, razina i struktura obrazovanja stanovništva, spolna struktura stanovništva i podjele stanovnika prema drugim sličnim obilježjima (Lozić, 2012). Poduzećima mogu biti korisne informacije o kombinacijama različitih demografskih obilježja stanovništva, a važno je imati dovoljno demografskih podataka o stanovništvu, posebice o ciljnim skupinama potrošača te o stanju na tržištu rada u područjima u kojima posluje ili u kojima bi htjelo razvijati poslovanje (Rašić Jelavić, Brkić, 2016). Poduzetniku su važni demografski podaci, odnosno demografsko okruženje kada se odlučuje o izlasku na inozemno tržište te kod odabira lokacije na koju će smjestiti svoje sjedište, proizvodni pogon, distributivni centar i slično (Ribić, Pleša Puljić, 2020).

2.2.2. Ekonomsko okruženje

Ekonomsko okruženje je ukupna gospodarska slika države u kojoj posluje poduzeće i uže i šire regije koja dolazi u interakciju s poduzećem (Lozić, 2012). „Pod ekonomskim okruženjem podrazumijeva se gospodarska situacija u zemlji i svijetu, stabilnost valute, bruto domaći proizvod, visina javnog duga, kretanje kamatnih stopa, sezonsko zapošljavanje itd.“ (Ribić, Pleša Puljić, 2020: 70). Podaci o ekonomskom okruženju obično su iskazani kroz ekonomske pokazatelje, statističke podatke, promjene, prognoze i trendove (Rašić Jelavić, Brkić, 2016).

Analiza ekonomskog okruženja vrlo je važna jer: „Ekonomska okolina utječe na to koliko je lako ili teško poslovati uspješno jer ekonomski uvjeti utječu na dostupnost kapitala, troškove i potražnju“ (Rašić Jelavić, Brkić, 2016:67 prema Thompson i Martin, 2006: 67). Ekonomska teorija danas prepoznaje četiri osnovna tipa ekonomskih sustava, a oni su (Ribić, Pleša Puljić, 2020):

1. Tržišna ekonomija
2. Planska ekonomija
3. Mješovita ekonomija
4. Ekonomija kojom upravlja država.

Ekonomsko okruženje poduzeća ovisno je i o tome u kojemu se dijelu ekonomskog ciklusa nalazi industrija na tržištu na kojemu poduzeće želi razvijati svoje poslovanje. Budući

da ekonomski ciklusi imaju uspone i padove, nije svejedno u kojemu će se dijelu ekonomskog ciklusa industrije poduzeće plasirati na tržište. Također, kod analize ekonomskog okruženja potrebno je razaznati i promjene ekonomske strukture jer treba vidjeti je li tržište na koje se želi ući spremno prihvatiti proizvode poduzeća ili je već prošlo kroz proces restrukturiranja pa je zasićeno proizvodima te vrste (Lozić, 2012).

2.2.3. Tehnološko okruženje

Tehnološko okruženje podrazumijeva tehnološka i znanstvena dostignuća u specifičnim područjima, ali i općenito u životu (Lozić, 2012). Tehnologija predstavlja skup znanja o načinima proizvodnje, stoga je važna jer doprinosi boljoj organizaciji proizvodnje i proizvodnih tehnika. Promjene u tehnologiji također imaju utjecaj na čovjekov položaj u proizvodnim procesima, na promjenu njegovog ponašanja i mišljenja te na promjenu pojma timskog rada i zajedništva. Zbog promjena u tehnološkom okruženju dolazi do uvođenja novih proizvoda, novih metoda organizacija proizvodnje, promjena kvalitete proizvoda i resursa, novih načina distribucije proizvoda, novih oblika skladištenja proizvoda i drugih promjena. Ulaganja u tehnologiju povezana su s razvojem investicija te gospodarskim rastom i razvojem (Škrtić, Mikić, 2011).

Analiza tehnološke okoline provodi se jer se želi prikazati koja je snaga trenutnog, ali i potencijalnog učinka tri skupine čimbenika na poslovanje poduzeća. Ti čimbenici su (Ribić, Pleša Puljić, 2020):

1. Tehnički čimbenici – lokacija, način na koji se opskrbljuje sirovinama, voda te energija
2. Tehnološki čimbenici – utjecaj tehnologije te suvremenih znanstvenih dostignuća
3. Tehno-ekonomski čimbenici – ekonomski parametri, odnosno troškovi i cijene koji su povezani s transferom i mogućnostima primjene adekvatne tehnologije na poduzeće te tehnološku poziciju poduzeća.

2.2.4. Političko/pravno okruženje

Čimbenici političko/pravnog okruženja u velikom su broju slučajeva odlučujući faktor prema kojemu se određuje smjer razvoja gospodarskih politika u nekoj državi (Ribić, Pleša

Puljić, 2020). Političko/pravno okruženje sastoji se od dvije sastavnice (Rašić Jelavić, Brkić, 2016):

1. zakonske okoline (ili pravnog okruženja) – skupa različitih zakona, propisa, pravnih akata i odluka
2. političke okoline – političkih sustava, oporbe te političke stabilnosti.

Ove dvije sastavnice važne su za poduzeće jer poduzeće mora poznavati i pratiti sve vrste zakonskih regulativa, aktivnost političkih stranaka te političku stabilnost ako se želi prilagoditi zemljama u kojima posluje te ako želi utjecati na promjene u političko/pravnom okruženju svojega poslovanja (Rašić Jelavić, Brkić, 2016). Također, važno je znati da državno-politički ustroj kreira institucionalno okruženje u kojemu će poslovati neko poduzeće, a potrebno je stvoriti okruženje koje će pridonijeti održivom razvoju svakog poduzeća u nekoj državi.

2.2.5. Sociokulturno okruženje

„Sociokulturna okolina dio je opće okoline koji podrazumijeva dvije skupine čimbenika: demografske karakteristike sa svim normama i vrijednostima koje određena populacija predstavlja te opće kulturne i socijalne vrijednosti koje su prihvaćene u okolini organizacije“ (Lozić, 2012: 54). Kod sociokulturne okoline važno je kulturološko okruženje koje se odnosi na vrijednosne sustave, vjerovanja i vjeru, tradiciju, običaje, stil te način života. Za poduzetnika je važno u kakvom će kulturnom okruženju raditi, odnosno kakvo je kulturno okruženje u kojemu planira pokrenuti poslovanje. Poduzetnik mora poštovati kulturne i poslovne običaje koji vladaju na području njegovog poslovanja jer o tome ovisi njegov uspjeh ili neuspjeh (Ribić, Pleša Puljić, 2020).

2.2.6. Ekološko okruženje

Važnost okoliša istaknuta je u sredini 20. stoljeća kada se javila svijest o čovjekovom sve većem utjecaju na prirodne izvore i okoliš u cjelini. Budući da se okoliš sve više zagađivao te se proizvodilo sve više otpada, na više je razina došlo do aktivacije nužnosti zaštite okoliša. Prvo su se javili aktivisti za zaštitu okoliša, a onda i države i vlade u razvijenim zemljama koje su zbog pritiska javnosti počele usustavljivati sustave zaštite

okoliša i u zakonske regulative počele su ugrađivati zaštitu okoliša koju su nametale poduzetnicima kao zakonsku obvezu. Korištenje obnovljivih izvora energije te zaštita okoliša i zdravlja nije samo nužnost koja proizlazi iz zakona, nego je govor o svim naporima koje je poduzeće poduzelo da bi smanjilo negativne utjecaje na okoliš postao važan dio marketinga kojim se šalje poruka o svjesnosti poduzeća o prirodnim uvjetima života i načinima na koje poduzeće brine o zaštiti okoliša (Ribić, Pleša Puljić, 2020).

3. INFLACIJA

Kada bi se ekonomiste i druge stručnjake diljem svijeta pitalo o tome koji je jedan od temeljnih problema suvremenog svijeta, mnogo njih reklo bi da se radi o inflaciji i problemu nezaposlenosti. Stoga je jasno da je inflacija jedan od najvećih problema suvremenih društava diljem svijeta, odnosno inflacija je ekonomska pojava s kojom su se brojne zemlje svijeta suočile ili se trenutno suočavaju (Reić, Mihaljević, 2003). Inflacija seže daleko u prošlost i stara je koliko su stara i tržišna gospodarstva (Samuelson, Nordhaus, 2011). Iako je povijest inflacije vrlo stara, za postavljanje suvremene teorije inflacije zaslužan je A. W. Phillips (Reić, Mihaljević, 2003). Phillips je 1958. godine iznio svoju teoriju u članku pod nazivom *The Relationship Between Unemployment and the Rate of Change of Money Wage Rates in the United Kingdom*, a u njemu je proučavao odnos nezaposlenosti i inflacije nadnica u Ujedinjenom Kraljevstvu u periodu od 1861. do 1957. godine (Benić, 2014). Phillipsova teorija inflacije i danas se uzima kao polazište kod objašnjavanja pojma inflacije.

3.1. Pojam inflacije

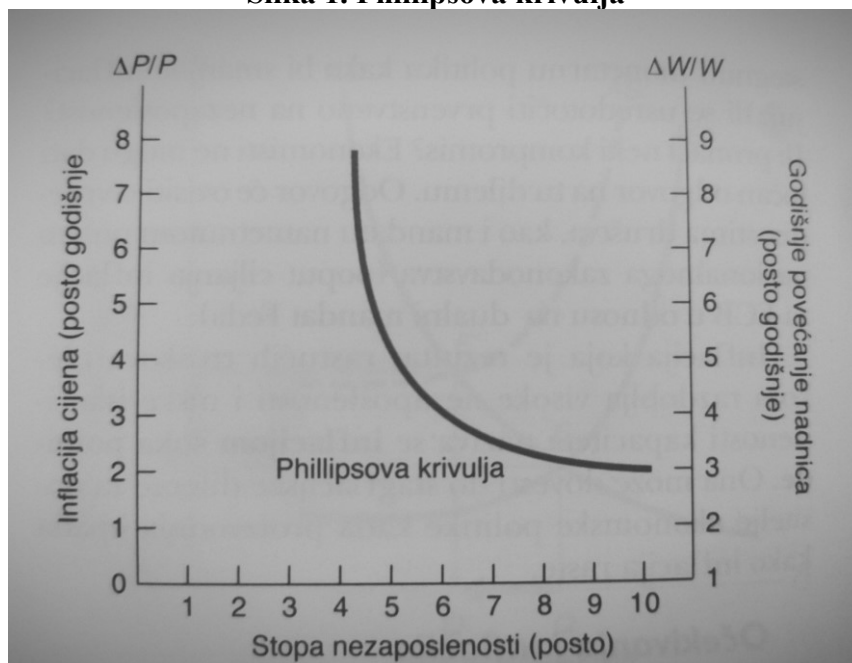
„Inflacija je proces porasta opće razine cijena“ (Reić, Mihaljević, 2003: 211). Dakle, inflacija je rast cijena, odnosno pad kupovne moći do kojeg dolazi s vremenom. Brzina pada kupovne moći i rast cijena dobara su povezani jer se brzina pada kupovne moći može odraziti na to koliki će biti prosječan rast cijene košarice skupa dobara i usluga kroz neko razdoblje. Rast cijena znači da će jedinica valute moći kupiti manje dobara nego što je to mogla u prethodnim razdobljima¹. Uz inflaciju je povezana i deflacija koja je definirana kao „smanjenje opće razine cijena“ (Reić, Mihaljević, 2003: 211).

U teoriji inflacije koju je iznio A. W. Philips, tvrdi se da kratkoročno postoji obrnuta veza između javljanja inflacije i stope nezaposlenosti. Postavljena hipoteza tvrdi da će rast nezaposlenosti kratkoročno smanjiti inflaciju i obrnuto. Prema tome, nisku nezaposlenost moguće je postići uz povećanu inflaciju. Ako se javila niska nezaposlenost, doći će do manjka radne snage pa će doći do rasta plaća, a rast plaća izazvat će inflaciju (Reić, Mihaljević, 2003). Prema teoriji inflacije koju je dao A. W. Philips, vrijedi: „kada je proizvodnja visoka, a nezaposlenost niska, nadnice i cijene brže rastu. To se događa stoga što radnici i sindikati

¹ Fernando, J., Boyle, M., Rathburn, P. (2023): Inflation: What it is, how it can be controlled, and extreme examples, <https://www.investopedia.com/terms/i/inflation.asp> (5.10.2023.)

snažnije vrše pritisak na povećanje plaća kada poslova ima u izobilju, a poduzeća mogu lakše povisiti cijene kada je prodaja živahna“ (Samuelson, Nordhaus, 2011: 620). Philipsova teorija inflacije prikazuje se Phillipsovom krivuljom (Slika 1).

Slika 1. Phillipsova krivulja



Izvor: Samuelson, P. A., Nordhaus, W. D. (2011): *Ekonomija*, Zagreb, MATE, str. 620.

Ekonomisti su kasnije razvijali i prilagođavali teoriju inflacije koja se temelji na Phillipsovoj krivulji pa je navedena slika prikaz kratkoročne Phillipsove krivulje, a ekonomisti su osmislili i dugoročnu. Nadalje, ekonomisti koji su se bavili proučavanjem razdoblja inflacija uočili su nestabilnost prikazane teorije inflacije pa su zaključili da kroz dugoročno razdoblje može postojati minimalna stopa nezaposlenosti konzistentna sa stabilnom inflacijom. Tu stopu nezaposlenosti nazvali su NAIRU – stopa nezaposlenosti koja ne usporava inflaciju. NAIRU označava najnižu stopu nezaposlenosti koju je moguće održati bez da se pojave pritisci na inflaciju (Samuelson, Nordhaus, 2011).

Nadalje, pitanje je koji su korisni alati za praćenje inflacije, osobito alati na temelju kojih će opće stanovništvo moći pratiti razinu inflacije i kretanje cijena. Stoga je za inflaciju važan indeks potrošačkih cijena koji pokazuje promjene u razinama cijena dobara i usluga u određenom razdoblju, a analiziraju se cijene dobara i usluga koje nabavlja, koristi ili plaća referentno stanovništvo².

² Metodologija - odabrane nefinancijske statistike - indeksi cijena, <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/odabrane-nefinancijske-statistike/indeksi-cijena> (5.10.2023.)

3.2. Vrste inflacije

Postoji nekoliko podjela inflacije prema kojima se mogu odrediti različite vrste inflacije. Razlikuju se tri kategorije inflacije koje se kategoriziraju prema ozbiljnosti (Samuelson, Nordhaus, 2011):

1. Niska (umjerena) inflacija
2. Galopirajuća inflacija
3. Hiperinflacija.

Karakteristika razdoblja niske inflacije je spor i predvidljiv rast cijena, a inflacija je na godišnjoj razini izražena u jednoznamenkastim stopama. Budući da su u razdoblju niske inflacije cijene relativno stabilne, kod ljudi je snažno povjerenje u novac pa novac zadržava svoju vrijednost kroz dulja razdoblja. U ovoj situaciji ljudi će biti spremni na dugoročne kredite jer su uvjereni da neće doći do znatnije promjene relativnih cijena potrebnih dobara (Samuelson, Nordhaus, 2011).

Galopirajuća inflacija izražava se u dvoznamenkastim brojevima ili u troznamenkastim brojevima. To je vrlo visoka inflacija koja se događa često, a najčešće se događa u zemljama koje imaju političkih problema, sukoba ili ratova. Ako se galopirajuća inflacija ustali u nekom gospodarskom sustavu, javljaju se ozbiljni gospodarski problemi – novac brzo gubi vrijednost, ljudi drže minimalnu količinu novca koja im treba za dnevnu potrošnju, kapital se odlijeva u iznozemstvo zbog čega odumiru financijska tržišta. U razdoblju ustaljene galopirajuće inflacije ljudi gomilaju proizvode, kupuju nekretnine i ne posuđuju novac po niskoj nominalnoj kamatnoj stopi (Samuelson, Nordhaus, 2011).

Hiperinflacija je vrsta inflacije koja se javlja kada je godišnja stopa inflacije četveroznamenkasta ili viša (Reić, Mihaljević, 2003). U razdoblju galopirajuće inflacije gospodarstvo preživljava, ali u uvjetima hiperinflacije se javlja rak, smrtonosna vrsta inflacije (Samuelson, Nordhaus, 2011). Cijene se kod hiperinflacije mijenjaju vrlo brzo, iz sata u sat (Reić, Mihaljević, 2003).

Rast cijena se može dogoditi predviđeno ili nepredviđeno pa se razlikuju predviđena i nepredviđena inflacija. Najčešće je inflacija nepredviđena, a ekonomisti su uvjereni da bi predviđena inflacija imala mali učinak na gospodarstvo jer bi se ljudi brzo prilagodili novim monetarnim pravilima (Samuelson, Nordhaus, 2011).

Poznata su tri glavna uzroka inflacije prema kojima se razlikuju tri vrste inflacije: inflacija potražnje, inflacija troškova i ugrađena inflacija. Inflacija potražnje javlja se ako se

ne proizvede dovoljno proizvoda ili nema dovoljno pružatelja usluga koji bi mogli zadovoljiti potražnju za tim proizvodima ili uslugama na tržištu što izaziva rast njihovih cijena. Inflacija troškova javlja se ako dođe do rasta troškova proizvodnje proizvoda i usluga što također dovodi do rasta njihovih cijena. Ugrađena inflacija je inflacija koja se javlja ako dođe do rasta životnih troškova, a radnici traže veće plaće da bi se mogli nositi s tim troškovima. U toj situaciji poduzeća su prisiljena podići cijene svojih proizvoda ili usluga da bi si mogla nadoknaditi veće troškove plaća. Uz rast plaća dolazi i do rasta cijena³.

3.3. Pozitivni i negativni učinci inflacije

Inflacija u percepciji javnosti ima negativan predznak. Jedan od najvažnijih učinaka inflacije je smanjenje kupovne moći građana. Rast cijena izazvat će situaciju u kojoj će se za istu količinu novca moći kupiti manje dobara pa će potrošači moći manje trošiti. Do gubitka kupovne moći dolazi neovisno o stopi inflacije, no što je viša stopa inflacije, brže se gubi kupovna moć. Najpoznatiji pokazatelj inflacije je indeks potrošačkih cijena koji jasno pokazuje rast cijena dobara u nekom razdoblju⁴. Premda se uz inflaciju uglavnom ne vežu pozitivni učinci, neki ekonomisti opisali su pozitivne strane inflacije, to jest objasnili su što bi se dogodilo kada bi stalno vladala nulta stopa inflacije. Dio ekonomista misli da bi nulta stopa inflacije mogla dovesti do prosječno viših stopa nezaposlenosti jer bi se nadnice u nekim sektorima morale povećati, a u nekima smanjiti. Radnici i poduzeća nisu skloni smanjivanju nadnica odnosno plaća pa bi došlo do veće nezaposlenosti. Kod nulte stope inflacije mogla bi se pojaviti i zamka likvidnosti (Samuelson, Nordhaus, 2011).

Iako se uz inflaciju vežu većinom negativni učinci, u svakome slučaju, inflacija ima dva neosporna učinka (Reić, Mihaljević, 2003):

1. Zbog nje se preraspodjeljuje dohodak i bogatstvo među različitim klasama. Najteže stradava srednji sloj, a bogati i siromašni osjećaju manje posljedice. Zbog ovoga se uz inflaciju uvijek javljaju politička i socijalna previranja.
2. Dolazi do distorzije relativnih cijena i outputa pojedinačnih dobara što ima izravan utjecaj na proizvodnju i zaposlenost u pojedinim gospodarskim granama.

³ Fernando, J., Boyle, M., Rathburn, P. (2023): Inflation: What it is, how it can be controlled, and extreme examples, <https://www.investopedia.com/terms/i/inflation.asp> (5.10.2023.)

⁴ Floyd, D., Boyle, M., Rohrs Schmitt, K. (2023): 10 Common Effects of Inflation, <https://www.investopedia.com/articles/insights/122016/9-common-effects-inflation.asp> (6.10.2023.)

4. INFLACIJSKI UČINCI NA PODUZETNIČKU AKTIVNOST

U veljači ove godine u zemljama Europske unije inflacija je bila 9,9 %, u zemljama europodručja 8,5 %, a u Republici Hrvatskoj 12 %⁵. S obzirom na to da je na području Republike Hrvatske trenutno prisutna inflacija, potrebno je vidjeti koji su uzroci njezinog nastanka. Kao neki od uzroka inflacije navode se povećanje cijena energenata nakon pandemije COVID-19, povećanje cijena ostalih sirovina i vremenske nepogode⁶. U RH se u posljednje vrijeme rast inflacije povezuje s uvođenjem nove valute, eura, ali stručnjaci se ne slažu s tim nagađanjima. Ribić (2023) navodi da je potrebno razdvojiti trenutna inflatorna kretanja od inflacije koja je posljedica uvođenja eura. „Otegotna okolnost koja je aktualna i ide u prilog kritičarima uvođenju eura je aktualna stopa inflacije u Hrvatskoj koja je u travnju 2022. iznosila 9,4% što je jedna od najviših stopa inflacije u suvremenoj hrvatskoj povijesti“ (Ribić, 2023: 70). Prema informacijama iz ožujka ove godine, „efekt uvođenja eura na cijene u siječnju i veljači bio je relativno blag te je iznosio 0,4 postotna boda, što ne odstupa od iskustava drugih zemalja koje su uvele euro⁷“. O tome koliko je uvođenje eura imalo utjecaja na povećanje inflacije u RH tek će trebati detaljno istražiti, stoga ostaje proučiti inflacijske trendove u Republici Hrvatskoj u proteklih desetak godina te vidjeti kako je rast inflacije u protekle dvije godine utjecaj na gospodarstvo.

4.1. Inflacijski trendovi u Republici Hrvatskoj

Inflacija se u Republici Hrvatskoj na kraju 2021. godine znatno povećala, a tako visoka inflacija u Hrvatskoj je prije toga bila u 2008. godini⁸. Na slici je prikazano kretanje godišnjih i prosječnih stopa inflacije u razdoblju od 2009. do 2022. godine.

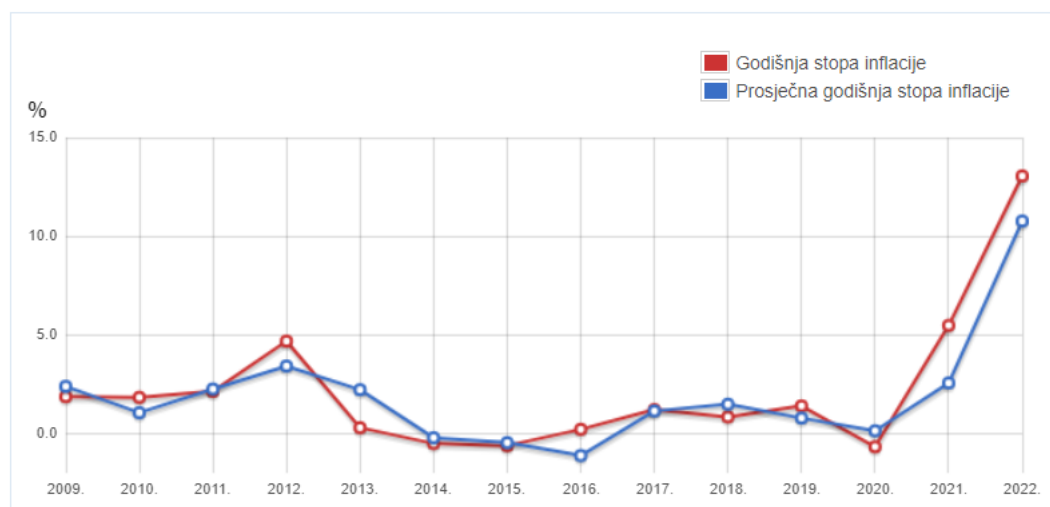
⁵ Kelebuh, I. (2023): Stopa inflacije u zemljama EU-a, europodručja i Hrvatske u veljači i ožujku 2023, <https://www.teb.hr/novosti/2023/stopa-inflacije-u-zemljama-eu-a-europodrucja-i-hrvatske-u-veljaci-i-ozujku-2023/> (23.10.2023.)

⁶ Zašto je inflacija posljednjih mjeseci znatno porasla?, <https://www.hnb.hr/javnost-rada/aktualno-o-inflaciji/html> (23.10.2023.)

⁷ Rast cijena zbog uvođenja eura iznosio je 0,4 postotna boda, <https://www.hnb.hr/-/rast-cijena-zbog-uvodjenja-eura-iznosio-je-0-4-postotna-boda> (24.10.2023.)

⁸ Zašto je inflacija posljednjih mjeseci znatno porasla?, <https://www.hnb.hr/javnost-rada/aktualno-o-inflaciji/html> (23.10.2023.)

Slika 2. Grafikon godišnjih i prosječnih godišnjih stopa inflacije od 2009. do 2022.
Grafikon godišnjih i prosječnih godišnjih stopa inflacije od 2009. do 2022.



Izvor: Kalkulator inflacije, <https://web.dzs.hr/calcinfl.htm> (23.10.2023.)

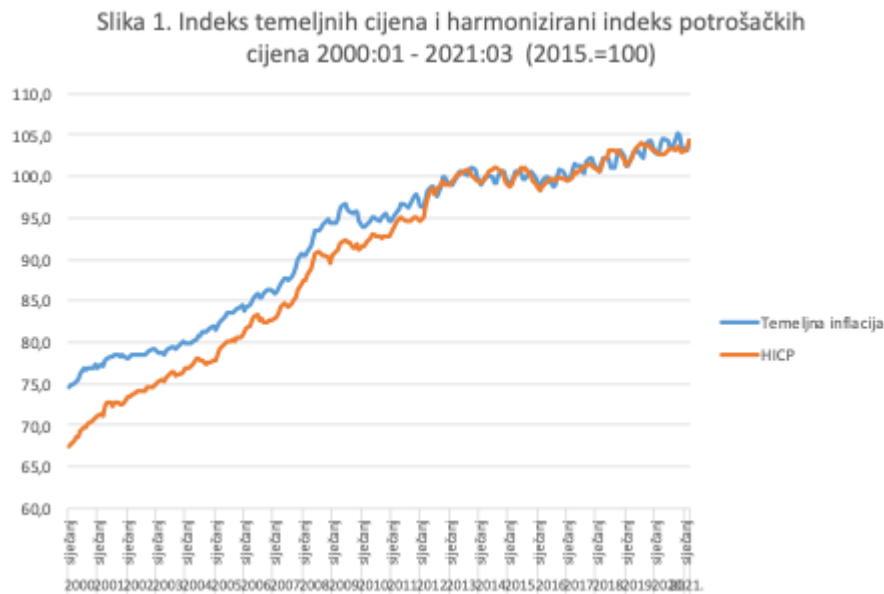
Kao što se vidi sa slike, inflacija je u Hrvatskoj bila relativno stabilna od 2009. do 2020. godine, u 2021. krenula je naglo rasti, a u 2022. godini zadržala se na visokim stopama. Pitanje je: Koji su razlozi rasta inflacije u ovome razdoblju?

Kao jedan od razloga inflacije navodi se otvaranje gospodarstva koje se dogodilo nakon prvog vala pandemije, a koje je pak dovelo do veće potražnje za sirovinama i dobrima. Povećale su se cijene energenata na svjetskim tržištima, rasle su i cijene ostalih sirovina kao što su metal, drvo, uljarice i žitarice. Rast cijena energenata izazvao je rast cijena prijevoza, a sve to utjecalo je na potrošače koji su morali plaćati više cijene za proizvode i usluge. Za vrijeme pandemije došlo je i do promjena u načinu života, na primjer, zaposlenici su radili iz vlastitih domova pa je bila veća potražnja za automobilima i informatičkom opremom zbog čega su opet rasle i cijene tih dobara. Došlo je do problema u funkcioniranju globalnih opskrbnih lanaca što je izazvalo nestašice nekih proizvoda i poluproizvoda. Rast inflacije pomogao je i rast cijena vozarina te problemi s radnicima koji su morali biti u samoizolaciji. Nepovoljne vremenske prilike također su utjecale na rast cijena, posebno prehrambenih proizvoda iz poljoprivrednog sektora⁹.

Inflacija je prema definiciji rast cijena dobara pa je na slici u nastavku prikazano kretanje potrošačkih cijena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2000. do 2021. godine.

⁹ Zašto je inflacija posljednjih mjeseci znatno porasla?, <https://www.hnb.hr/javnost-rada/aktualno-o-inflaciji/html> (23.10.2023.)

Slika 3. Kretanje potrošačkih cijena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2000. do 2021. godine



Izvor: Šonje, V. (2021): *Inflacija iza ugla (III dio)*, <https://arhivanalitika.hr/blog/inflacija-iza-ugla-iii-dio/> (16.10.2023.)

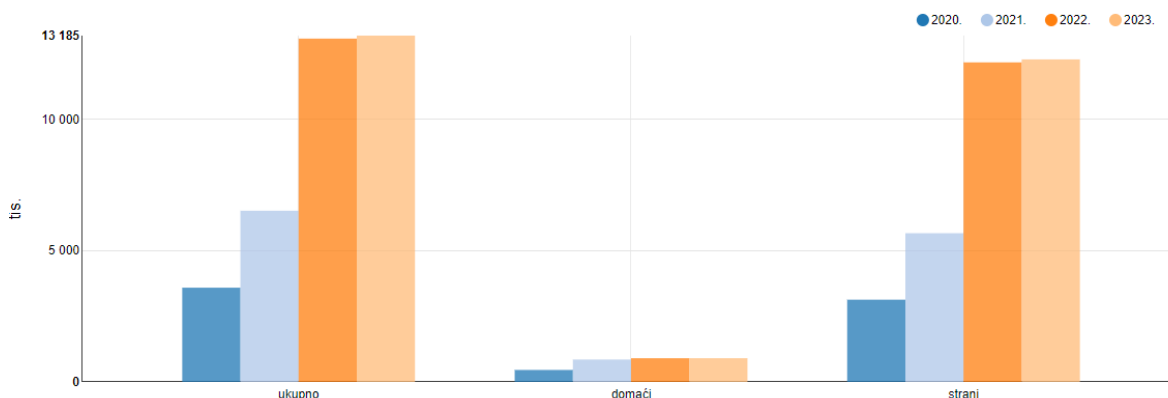
Kao što se vidi sa slike, u razdoblju od 2020. do 2021. godine došlo je do velikog rasta potrošačkih cijena što je uzrokovalo inflaciju.

4.2. Inflacijski učinci na odabrane sektore

Sektor turizma jedan je od najvažnijih gospodarskih djelatnosti RH koja koja se određuje kao turistička zemlja. Hrvatski BDP uvelike ovisi o turizmu jer se od njega dobiva između 11% i 24% BDP-a. Hrvatski turizam doživio je veliki šok zbog pandemije COVID-19 pa je u 2020. godini od predviđenih 1.500.000 dolazaka turista bilo ostvareno samo 2.000 (Benko, Krstanović, Sovulj, 2022). Podaci za razdoblje od 2020. do 2023. godine govore da je nakon 2020. godine hrvatski turizam ipak doživio oporavak. Na sljedećoj slici prikazana su noćenja turista u Hrvatskoj u lipnju za razdoblje od 2020. do 2023. godine.

Slika 4. Noćenja turista u Hrvatskoj, lipanj 2020. - 2023.

G-1. NOĆENJA TURISTA U LIPNJU, 2020. - 2023.



Izvor: Dolasci i noćenja turista u komercijalnom smještaju u lipnju 2023., <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58199> (25.10.2023.)

Vidi se rast broja noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima u lipnju 2023. godine. U 2023. godini bilo je 2,7 milijuna dolazaka i 13,2 milijuna noćenja turista u lipnju, a to je 2,8% više dolazaka i 0,9% više noćenja turista nego u istom mjesecu godine prije¹⁰. Temeljem prikazanog, vidi se da je inflacija imala utjecaj na turistička kretanja, no s obzirom na to da je za vrijeme pandemije COVID-19 bilo nemoguće ostvariti turistička noćenja, teško je utvrditi koje su stvarne posljedice inflacije na hrvatski turizam.

Trgovina na malo, ako se uspoređuju srpanj 2022. i srpanj 2023. godine, u 2023. godini bilježi rast u prometu prehrambenih proizvoda, a pad u prometu neprehrambenih proizvoda. No ukupno je zabilježen rast od 0,4%¹¹.

U građevinskom sektoru inflacija je izazvala velik problem jer je dovela do velikih cijena materijala što je pak pod upitnik stavilo provedbu investicijskih projekata. Rast cijena sirovina, energenata i transporta izazvao je lančanu reakciju pa su poskupili gotovo svi proizvodi i usluge. Od 2021. godine došlo je do poskupljenja skoro svih materijala. Neki materijali poskupjeli su desetak posto, no neki su poskupjeli i više od 100%. Budući da su hrvatski građevinari prije poskupljenja potpisivali jako vrijedne ugovore o gradnji važne infrastrukture, a u tim ugovorima iznosi su bili povezani s cijenama prije poskupljenja, s poskupljenjem cijena našli su se u vrlo velikom problemu. „Najveće hrvatske građevinske tvrtke okupile su se u zajedničkoj inicijativi zbog snažnoga rasta cijena građevnoga materijala

¹⁰ Dolasci i noćenja turista u komercijalnom smještaju u lipnju 2023., <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58199> (25.10.2023.)

¹¹ Trgovina na malo u srpnju 2023., <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58633> (26.10.2023.)

i energenata te upozoravaju na mogući krah cijeloga sektora jer porast cijena negativno utječe na provedbu investicijskih projekata“ (Bogdan, 2022: 320). Osim toga, hrvatski građevinski sektor se u inflaciji susreo s teškoćama kao što su visoki troškovi gradnje, nedostatak dobre radne snage te kontinuirana ekonomska neizvjesnost¹².

Inflacija je imala utjecaj na sve djelatnosti iz skupine uslužnih djelatnosti, a ukupno su uslužne djelatnosti ostvarile 0,1% manje prometa u kolovozu 2023. godine nego u srpnju 2022. godine. Neke od uslužnih djelatnosti u 2023. su doživjele rast u odnosu na 2022. godinu, a druge su doživjele pad, no ukupno je promet ostvaren od uslužnih djelatnosti u kolovozu 2023. bio 21,6% viši nego u kolovozu 2022. Najveći rast bio je u:

1. proizvodnji filmova, videofilmova i televizijskog programa, djelatnosti snimanja zvučnih zapisa i izdavanja glazbenih zapisa (22,0%)
2. uslugama u vezi s upravljanjem i održavanjem zgrada te djelatnosti uređenja i održavanja krajolika (21,0%)
3. arhitektonskim djelatnostima i inženjerstvu; tehničkom ispitivanju i analizi (17,4%).

Najveći pad bio je u:

1. informacijskim uslužnim djelatnostima (22,7%)
2. vodenom prijevozu (16,6%)
3. ostalim stručnim, znanstvenim i tehničkim djelatnostima (9,6%)¹³.

¹² Građevinska aktivnost usporila u prvoj polovici 2023., no građevinari ipak optimistični, <https://lidermedia.hr/tvrtke-i-trzista/gradevinska-aktivnost-usporila-u-prvoj-polovici-2023-no-gradevinari-ipak-optimisticni-152671> (29.10.2023.)

¹³ Uslužne djelatnosti u kolovozu 2023. <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58657> (29.10.2023.)

4. PRIMJER IZ PRAKSE

Kako bi se analizirao utjecaj inflacije na poduzetničke aktivnosti, metodom intervjua na primjeru dva poduzetnika, prikazane su osnovne značajke njihovog poslovanja te kako su nedavna inflacijska i ostala makroekonomska kretanja utjecala na njihovo poslovanje. Poduzetnicima je u intervjuu postavljeno sedam pitanja. Prvo poduzeće je obrt Tehnohit-hr koji je osnovan prije 19 godina. U početku poslovanja, obrt se bavio zastupanjem strojeva za obradu drva, a nakon dvije godine započinje s proizvodnjom masivnog namještaja. Tijekom vremena obrt je zapošljavao od 5 do 25 djelatnika, a danas ima 13 zaposlenika. Osnovna djelatnost obrta prema NKD je Proizvodnja namještaja. Obrt se bavi proizvodnjom namještaja i opremanjem interijera. Posluje u vlastitom prostoru i raspolaže relativno kvalitetnim strojnim parkom.

1. Jeste li u povijesti svojeg poslovanja imali većih varijacija u ostvarenom poslovnom rezultatu? Ako da, koji su razlozi?

Da, obrt je poslovao i poslije u izrazito dinamičnim vremenima. Tijekom poslovanja imali smo nekoliko prilično teških i složenih situacija koje su u velikoj mjeri otežale poslovanje:

- 2007. godine, naš najveći inozemni kupac je ušao u imovinske nesuglasice suvlasnika što je na kraju dovelo do prestanka rada
- 2008. godine došla je globalna kriza koja se odrazila na naše poslovanje u određenoj mjeri
- 2011. godine jedan kupac investitor u građevinskom sektoru je otišao u stečaj i ostalo nam je određeno potraživanje
- 2013. godine je došlo do većeg otvaranja granica te je veliki dio radnika otišao u zapadne države te je time postalo teže naći kvalitetnog radnika
- 2015. godine banka nam je procijenila vrijednost imovine po troškovničkoj metodi na određeni iznos da bi nakon manje od pola godine isti procjenitelj u ime iste banke; iste nekretnine, po tržišnoj vrijednosti procijenio dvostruko manje čime nam se značajno smanjio kolateral. Navedeno je izazvalo značajno smanjenje likvidnosti
- 2019. godine javio se Covid-19, ogromna količina energije je uložena u promjene načina poslovanja
- 2022. godine naš domaći najveći kupac je kupljen od druge tvrtke i nastupio je prilično neizvjestan period. Međutim, sada poslujemo u istom obimu kao i ranije

- Odlazak iskusnih majstora u mirovinu

Tijekom vremena, bilo je dosta pozitivnih situacija koje su tvrtku unaprijedile ali zbog navedenih situacija, poslovanje je bilo prilično otežano i neizvjesno.

2. *Jeste li za vrijeme lockdowna uzrokovanog pandemijom imali kakvih promjena u poslovanju?*

Da, uglavnom organizacijskih. Roba je značajno kasnila (npr. okovi za namještaj), radnici su bili u izolaciji, promijenjena je struktura narudžbi i sl. U tom periodu smo se više usmjerili prema opremanju interijera.

3. *Jeste li zbog pandemije COVID-19 imali teškoća u poslovanju? Ako da, opišite ih.*

Odgovor na prethodno pitanje u vezi lockdowna je usko povezan sa ovim pitanje odnosno Covid-om. Imali smo poteškoća, neke smo opisali. Preživjeli smo i taj period, ali uz ogroman angažman nabave i prodaje.

4. *Kako je protekao proces uvođenja eura u Vašem poduzeću?*

Uvođenje eura u našu tvrtku nije izazvao nikakve probleme jer smo većim dijelom bili oslonjeni na cijene proizvoda u eurima koje smo prodavali u EU. Samo smo izvršili dogradnju programa za knjigovodstvo i sam proces je protekao jednostavno.

5. *Jeste li imali ikakve negativne posljedice zbog uvođenja eura? Ako da, kakve?*

Nemamo nikakvih negativnih posljedica zbog uvođenja eura ukoliko kažemo da uvođenje eura nije u vezi s inflacijom.

6. *Jeste li podizali cijene svojih proizvoda ili usluga, plaće zaposlenicima i slično? Jesu li Vaši dobavljači podizali cijene?*

Da: podigli smo cijene naših proizvoda, podigli smo cijene naših usluga, podigli smo plaće zaposlenicima, a naši dobavljači su podizali cijene.

7. *Osjećate li posljedice u poslovanju zbog trenutne inflacije? Kakve?*

Posljedice zbog inflacije su ogromne; smanjena je kupovna moć stanovništva u gotovo cijeloj EU, prodaja namještaja u EU je u padu za oko 50 % u odnosu na prošlu godinu.

Drugo poduzeće je Lovreković d.o.o. čija su primarna djelatnost prema NKD arhitektonske djelatnosti. Ima 11 zaposlenih i prema veličini svrstava se u mikro poduzetnike. Najvažnije usluge koje pruža su izrada 3D vizualizacije interijera i eksterijera, savjetovanje za

vrijeme građenja, izrada projektne dokumentacije, planiranje unutarnjeg uređenja prostora, savjetovanje, stručni nadzor u gradnji itd.

1. *Jeste li u povijesti svojeg poslovanja imali većih varijacija u ostvarenom poslovnom rezultatu? Ako da, koji su razlozi?*

Varijacije u našem poslovanju (građevinsko projektiranje) su vrlo česte, a ovise o više faktora, npr. kvaliteta i broj zaposlenih, financijska moć klijenata, konkurenciji, potražnji i ponudi na tržištu. S obzirom na to da radimo uslugu, troška materijala nema, a samim time ni prevelikih prometa, no jedan čovjek više ili manje može puno značiti u poslovanju. Politički status jako utječe (poslovanje s državom, lokalnom i regionalnom samoupravom) gdje se kod promjene vlasti često mijenjaju i ljudi s kojima surađuju, također i usmena predaja, u takvom poslovanju ljudi traže tvrtke od povjerenja, a najbolja reklama je zadovoljan klijent.

2. *Jeste li za vrijeme lockdowna uzrokovanog pandemijom imali kakvih promjena u poslovanju?*

Ne velikih, najveća promjena je bila obveza nošenja maski. U jednom kratkom periodu početkom 2020. smo prešli na posao od kuće, ali ta metoda se pokazala neučinkovitom.

3. *Jeste li zbog pandemije COVID-19 imali teškoća u poslovanju? Ako da, opišite ih.*

Nismo imali pretjeranih poteškoća, osim dodatnih troškova uzrokovanih propisanim mjerama (kupovina dezinficijensa, maski i sl.). Kako smo mali kolektiv, uspješno smo se čuvali od zaraze i izolacije.

4. *Kako je protekao proces uvođenja eura u Vašem poduzeću?*

Bez većih problema, valuta nam ne igra ulogu u poslovanju.

5. *Jeste li imali ikakve negativne posljedice zbog uvođenja eura? Ako da, kakve?*

Jedine negativne posljedice su, kao i svima, rast cijena repromaterijala, troškova održavanja i općenito poslovanja.

6. *Jeste li podizali cijene svojih proizvoda ili usluga, plaće zaposlenicima i slično? Jesu li Vaši dobavljači podizali cijene?*

Podizali smo cijene, jer smo zbog inflacije bili primorani kako bi mogli financirati svoje obaveze. Plaće smo shodno tome isto podigli, jer se svi zajedno suočavamo s ovom situacijom pretjerane inflacije. Cijene kod dobavljača repromaterijala su otišle abnormalno gore, primjerice papir je otišao 100 % gore. Kooperanti su također dizali cijene shodno rastu troškova.

7. *Osjećate li posljedice u poslovanju zbog trenutne inflacije? Kakve?*

Posljedice osjećamo svakodnevno, zbog previsokih troškova poslovanja smanjuje se dobit i postaje vrlo teško poslovati. Morali smo podići cijene kako bi se mogli financirati, što negativno utječe na klijente koji se zbog istih bune.

Nakon što su provedeni intervjui s dva hrvatska poduzetnika, uočeno je kako su protekle tri godine bile iznimno zahtjevne za hrvatski privatni sektor te da su se hrvatski poduzetnici suočili s različitim izazovima, a s nekima od njih, kao što je pandemija COVID-19, susreli su se prvi puta. Pandemija je bila početak novog načina poslovanja za brojne poduzetnike, a važno je i da poduzetnike nitko nije mogao pripremiti na pandemiju budući da je to bio prvi takav događaj u suvremenoj povijesti poslovanja. Oba poduzetnika susrela su se s teškoćama i različitim promjenama, no iz teškoća su izašli snažniji, naučili su se boriti s problemima i poboljšali su svoje razumijevanje poslovnih procesa. Poduzetnici su se u većoj ili manjoj mjeri susreli s promjenama u poslovanju koje su se odvijale za vrijeme lockdowna, što je bilo i očekivano jer je ta situacija bila u potpunosti drugačija od uobičajenih i poznatih situacija u poslovanju. Uvođenje eura nije predstavljalo izazov za intervjuirane poduzetnike, iako se zbog puno govorenja u javnosti činilo da je euro glavni krivac za sve teškoće u poslovanju. Intervjuirani poduzetnici osjećaju posljedice inflacije, a najveći problem je u činjenici da je došlo do sveopćeg podizanja cijena. Na temelju provedenih intervjua zaključuje se da hrvatski poduzetnici osjećaju inflaciju i njezine posljedice u poslovanju, no trenutno još nije moguće jasno odrediti kolike su te posljedice.

6. ZAKLJUČAK

Na poslovanje poduzetnika utječe niz različitih čimbenika, a jedan od tih čimbenika je i inflacija koja se definira kao pad vrijednosti novca ili porast opće razine cijena. Inflacija koja je trenutno prisutna na europskom području i na području Republike Hrvatske uzrokovana je različitim događajima u protekle tri godine, a jedan i najvažniji od njih je pandemija COVID-19. Pandemija COVID-19 bila je krizna situacija koja je u punom opsegu trajala nekoliko mjeseci, a promijenila je ustaljene obrasce poslovanja i ponašanja u poslovnom svijetu. Posljedice pandemije osjećaju se i danas, a uslijedili su i drugi globalno važni događaji kao što je rat u Ukrajini te nacionalno važni događaji kao što je zamjena valuta – hrvatske kune u euro. Inflacija je imala utjecaj na različite sektore hrvatskog gospodarstva. Utjecala je na turistička kretanja, ali kako je za vrijeme pandemije COVID-19 bilo nemoguće ostvariti turistička noćenja jer je svijet bio u lockdownu i bila su ograničena putovanja, teško je utvrditi koje su stvarne posljedice inflacije na hrvatski turizam. Sektoru građevine veliki problem stvorio je porast cijena, a u tom je sektoru, kao i u brojnim drugima, vidljiv nedostatak radne snage. Gotovo svi sektori na neki su način pogođeni inflacijom, iako je na neke sektore inflacija djelovala pozitivno.

U radu su provedena dva intervjua s dva hrvatska poduzetnika kako bi se istražila iskustva hrvatskih poduzetnika s inflacijom. Na temelju provedenih intervjua, zaključuje se da je trenutačna inflacija dio poslovanja te da ima snažan utjecaj na poduzetnike, ali poduzetnici još uvijek ne mogu točno izmjeriti snagu utjecaja inflacije na njihovo poslovanje. Međutim, danas je vrijednost novca sve manja i na tržištu se događaju određeni poremećaji u raspoloživosti rasursa, transportu te odnosu ponude i potražnje. U razdoblju koje dolazi moći će se sumirati godišnje statističke informacije o poslovanju, poduzetnici će izrađivati nove godišnje financijske izvještaje i moći će se preciznije vidjeti koliko je inflacija utjecala na njihovo poslovanje u 2023. godini.

7. POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Lozić, J. (2012): Osnove menadžmenta. Split, Sveučilište u Splitu
2. Reić, Z., Mihaljević, M. A. (2003): Uvod u ekonomiju. Split, Ekonomski fakultet
3. Ribić, D., Pleša Puljić, N. (2020): Osnove poduzetništva. Zagreb, Školska knjiga
4. Samuelson, P. A., Nordhaus, W. D. (2011): Ekonomija, Zagreb, MATE
5. Škrtić, M., Mikić, M. (2011): Poduzetništvo. Zagreb, Sinergija

Internetski izvori:

1. Dolasci i noćenja turista u komercijalnom smještaju u lipnju 2023., <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58199> (25.10.2023.)
2. Fernando, J., Boyle, M., Rathburn, P. (2023): Inflation: What it is, how it can be controlled, and extreme examples, <https://www.investopedia.com/terms/i/inflation.asp> (5.10.2023.)
3. Floyd, D., Boyle, M., Rohrs Schmitt, K. (2023): 10 Common Effects of Inflation, <https://www.investopedia.com/articles/insights/122016/9-common-effects-inflation.asp> (6.10.2023.)
4. Građevinska aktivnost usporila u prvoj polovici 2023., no građevinari ipak optimistični, <https://lidermedia.hr/tvrtke-i-trzista/gradevinska-aktivnost-usporila-u-prvoj-polovici-2023-no-gradevinari-ipak-optimisticni-152671> (29.10.2023.)
5. Kalkulator inflacije, <https://web.dzs.hr/calcinfl.htm> (23.10.2023.)
6. Kelebuh, I. (2023): Stopa inflacije u zemljama EU-a, europodručja i Hrvatske u veljači i ožujku 2023, <https://www.teb.hr/novosti/2023/stopa-inflacije-u-zemljama-eu-a-europodrucja-i-hrvatske-u-veljaci-i-ozujku-2023/> (23.10.2023.)
7. Metodologija - odabrane nefinancijske statistike - indeksi cijena, <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/odabrane-nefinancijske-statistike/indeksi-cijena> (5.10.2023.)
8. Rast cijena zbog uvođenja eura iznosio je 0,4 postotna boda, <https://www.hnb.hr/-/rast-cijena-zbog-uvodjenja-eura-iznosio-je-0-4-postotna-boda> (24.10.2023.)
9. Šonje, V. (2021): Inflacija iza ugla (III dio), <https://arhivanalitika.hr/blog/inflacija-iza-ugla-iii-dio/> (16.10.2023.)
10. Trgovina na malo u srpnju 2023., <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58633> (26.10.2023.)

11. Uslužne djelatnosti u kolovozu 2023., <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58657> (29.10.2023.)
12. Zašto je inflacija posljednjih mjeseci znatno porasla?, <https://www.hnb.hr/javnost-rada/aktualno-o-inflaciji/html> (23.10.2023.)

Radovi objavljeni na internetskim stranicama:

1. Benić, Đ. (2014): Povijest razvoja teorije o odnosu između inflacije i nezaposlenosti. *Ekonomski misao i praksa*, 23(2), str. 411-430. <https://hrcak.srce.hr/130847> (11.10.2023.)
2. Benko, L., Krstanović, K., i Sovulj, L. (2022): Procjena učinaka pandemije koronavirusa na turističke dolaske i noćenja u Republici Hrvatskoj te na vrijednost CROBEXturist indeksa Zagrebačke burze. *EFZG working paper series*, 2022(01), str. 1-33. <https://hrcak.srce.hr/274210> (25.10.2023.)
3. Bogdan, A. (2022): Zbog snažnog porasta cijena upitna provedba investicijskih projekata. *Građevinar* 74(4), str. 320-322. <http://www.casopis-gradjevinar.hr/assets/Uploads/JCE-74-2022-4-6-Aktu.pdf> (29.10.2023.)
4. Knežević, B., Knego, N. (2008): Znanje o poslovnom okruženju kao temelj za unaprjeđenje kvalitete donošenja strateških odluka u trgovačkim poduzećima. *Poslovna izvrsnost*, 2(2), str. 9-26. <https://hrcak.srce.hr/38547> (5.10.2023.)
5. Rašić Jelavić, S., Brkić, I. (2016): PEST/LE analiza opće okoline cementne industrije u Hrvatskoj. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 14(1), str. 65-86. <https://hrcak.srce.hr/162010> (8.10.2023.)
6. Ribić, D. (2023): Uvođenje eura – izazovi i prilike za hrvatske poduzetnike. *ET²eR – ekonomija, turizam, telekomunikacije i računarstvo*, V(1), str. 68-76. <https://hrcak.srce.hr/295096> (21.10.2023.)

8. POPIS ILUSTRACIJA

Popis tablica

| | |
|--|---|
| Tablica 1. Čimbenici analize PESTE | 4 |
|--|---|

Popis slika

| | |
|--|----|
| Slika 1. Phillipsova krivulja | 10 |
| Slika 2. Grafikon godišnjih i prosječnih godišnjih stopa inflacije od 2009. do 2022. | 14 |
| Slika 3. Kretanje potrošačkih cijena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2000. do 2021. godine | 15 |
| Slika 4. Noćenja turista u Hrvatskoj, lipanj 2020. - 2023. | 16 |



OBRAZAC 5

IZJAVA O AUTORSTVU

Ja, MARKO RAKIJAŠIĆ

izjavljujem da sam autor/ica završnog/diplomskog rada pod nazivom

INFLACIJA I NJEZIN UTJECAJ NA

PODUZETNIČKU AKTIVNOST

Svojim vlastoručnim potpisom jamčim sljedeće:

- da je predani (završni) diplomski rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija,
- da su radovi i mišljenja drugih autora/ica, koje sam u svom radu koristio/la, jasno navedeni i označeni u tekstu te u popisu literature,
- da sam u radu poštivao/la pravila znanstvenog i akademskog rada.

Potpis studenta/ice

rk



OBRAZAC 6

ODOBRENJE ZA OBJAVLJIVANJE ZAVRŠNOG/DIPLOMSKOG RADA U DIGITALNOM REPOZITORIJU

Ja, MARKO BAKLIŠIĆ
dajem odobrenje za objavljivanje mog autorskog završnog/diplomskog rada u nacionalnom repozitoriju odnosno repozitoriju Veleučilišta u Virovitici u roku od 30 dana od dana obrane.

Potvrđujem da je za pohranu dostavljena završna verzija obranjenog završnog/diplomskog rada.

Ovom izjavom, kao autor navedenog rada dajem odobrenje i da se moj rad, bez naknade, trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim na sljedeći način (zaokružiti):

- a) Rad u otvorenom pristupu
- b) Rad dostupan nakon: 21.11.2023. (upisati datum)
- c) Pristup svim korisnicima iz sustava znanosti i visokog obrazovanja RH
- d) Pristup korisnicima matične ustanove
- e) Rad nije dostupan (u slučaju potrebe dodatnog ograničavanja pristupa Vašem završnom/diplomskom radu, podnosi se pisani obrazloženi zahtjev).

U slučaju dostupnosti rada prethodno označeno od a) do d), ovom izjavom dajem pravo iskorištavanja mog ocjenskog rada kao autorskog djela pod uvjetima Creative Commons licencije (zaokružiti):

- 1) CC BY (Imenovanje)
- 2) CC BY-SA (Imenovanje – Dijeli pod istim uvjetima)
- 3) CC BY-ND (Imenovanje – Bez prerada)
- 4) CC BY-NC (Imenovanje – Nekomercijalno)
- 5) CC BY-NC-SA (Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima)
- 6) CC BY-NC-ND (Imenovanje – Nekomercijalno – Bez prerada)

Ovime potvrđujem da mi je prilikom potpisivanja ove izjave pravni tekst licencija bio dostupan te da sam upoznat s uvjetima pod kojim dajem pravo iskorištavanja navedenog djela.

Potpis studenta/ice