

Globalni lanci vrijednosti i trgovina dodanom vrijednošću

Maras, Korina

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:387064>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-05-13**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
"Dr.Mijo Mirković"

KORINA MARAS

**GLOBALNI LANCI VRIJEDNOSTI I
TRGOVINA DODANOM VRIJEDNOŠĆU**

Završni rad

Pula 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

"Dr.Mijo Mirković"

KORINA MARAS

**GLOBALNI LANCI VRIJEDNOSTI I
TRGOVINA DODANOM VRIJEDNOŠĆU**

Završni rad

JMBAG: 0303030617, izvanredna studentica

Studijski smjer: Ekonomija

Predmet: Međunarodna ekonomija

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Međunarodna ekonomija

Mentorica: Prof.dr.sc. Ines Kersan - Škabić

Pula 2019.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Korina Maras, kandidatkinja za prvostupnicu ekonomije, smjer ekonomija ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Studentica

U Puli, 22. siječnja 2019. godine



IZJAVA o korištenju autorskog djela

Ja, Korina Maras, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositeljici prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom „Globalni lanci vrijednosti i trgovina dodanom vrijednošću“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 22. siječnja 2019.

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. GLOBALNI LANCİ VRIJEDNOSTI	3
2.1. Trgovinska politika - preduvjet sudjelovanja u globalnim lancima vrijednosti	3
2.2. Globalni lanci vrijednosti – pojam, razvoj i obilježja	5
2.3. Prednosti sudjelovanja u globalnim lancima vrijednosti	11
2.4. Stvaranje dodane vrijednosti	14
2.5. Mjerenje sudjelovanja zemalja u globalnim lancima vrijednosti	16
2.6. Europska unija i globalni lanci vrijednosti	23
3. HRVATSKA U GLOBALNIM LANCIMA VRIJEDNOSTI	28
3.1. Obilježja i pokazatelji sudjelovanja Republike Hrvatske u globalnim lancima vrijednosti na razini gospodarstva	28
4. ZAKLJUČAK	32
5. POPIS LITERATURE	34
POPIS SLIKA	38
SAŽETAK	39
SUMMARY	40

1. UVOD

Predviđa se da će do 2019. godine 67% svjetske populacije posjedovati mobilni telefon.¹ Međutim, kako bi znali odakle naš telefon dolazi moramo poznavati pojam i smisao globalnih lanaca vrijednosti. Današnje označavanje zemlje proizvodnje proizvoda je zastarjelo, stoga oznaka "made in" više ne vrijedi. Mnogi proizvodi, a posebice elektronika dio su globalnih lanaca vrijednosti (GLV) i u svojem putu od nastanka do isporuke krajnjem kupcu, običu veći broj zemalja. Proizvodi koje svakodnevno koristimo, poput mobitela, rezultat su niza isprepletenih aktivnosti unutar raznih zemalja uključenih u proizvodnju, distribuciju i prodaju. Istraživanje geografije dodane vrijednosti na primjeru Nokije N95 iz 2007. godine od strane Instituta za istraživanje finske ekonomije pokazalo je da iako je mobilni telefon Nokia N95 sklopljen u Kini, a prodavan u SAD-u, on je zapravo postigao najveći dio svoje dodane vrijednosti (čak 51%) u Europi. To je zato što je Europa dominantna u razvoju, brendiranju, dizajniranju i administrativnim aktivnostima telefona. Na ovom primjeru pokazano je da stvaranje vrijednosti često nije vezano za fizičke komponente proizvoda te da je vrlo važno utvrditi gdje se stvara dodana vrijednost istog.² Stoga, bi za većinu proizvoda danas, najispravnije bilo reći da su "proizvedeni u svijetu".³

Tema je odabrana jer se fenomen globalnih lanaca vrijednosti, kao posljedica globalizacije, znatno istaknuo u posljednjih 20-ak godina te kao takav igra važnu ulogu u međunarodnoj ekonomiji. Fragmentacija procesa proizvodnje kroz više zemalja, ističe potrebu za sveobuhvatnijom statističkom analizom trgovine danas. Zemlje koje uspiju iskoristiti mogućnosti pružene kroz GLV participaciju svakako su one koje će ojačati nacionalnu konkurentnost, ali i onu povezanih poduzeća.

Rad se sastoji od pet poglavlja. U drugom poglavlju dan je osvrt na trgovinsku politiku, ali kroz širi kontekst u koji ona spada. Pojašnjeno je što su globalni lanci

¹ Statistički portal Statista. *Number of mobile phone users worldwide from 2015 to 2020*. (online). Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/274774/forecast-of-mobile-phone-users-worldwide/>. (10.12.2018.)

² Ali-Yrkkö, J., Rouvinen, P., Seppälä, T. et al. (2011.) *Who Captures Value in Global Supply Chains? Case Nokia N95 Smartphone*. *Journal of Industry, Competition and Trade*, Vol.11, no 3. Dostupno na: <https://doi.org/10.1007/s10842-011-0107-4>, str. 263.-278.

³ Kersan - Škabić, I. (2017.) *Suvremeni trendovi u međunarodnoj ekonomiji*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma "Dr.Mijo Mirković", Pula, str.14.

vrijednosti, što je utjecalo na njihovu pojavu i razvoj te koja su im obilježja. Koje prednosti mogu iz sudjelovanja u GLV izvući zemlje, te što trebaju napraviti ne bi li olakšali međunarodnu trgovinu, objašnjeno je u trećem dijelu drugog poglavlja. Naveden je način stvaranja dodane vrijednosti prema tradicionalnom Porterovom konceptu stvaranja konkurentske prednosti, ali je dan osvrt i na suvremen koncept stvaranja dodane vrijednosti od značaja za GLV. Zastarjelu statističku prezentaciju trgovine, zamijenila je nova stoga se sudjelovanje u GLV mjeri na suvremen način te još uvijek ne postoji sveobuhvatan izračun za svaku ekonomiju svijeta. Za kraj drugog poglavlja istaknut je kontekst Europske unije kao tržišta od iznimnog značaja za svjetsku globalnu ekonomiju.

U trećem poglavlju prikazani su rezultati jedina dva istraživanja, do sada provedena na području GLV sudjelovanja Republike Hrvatske. Rad je završen najvažnijim mislima rada sabranim u zaključku. Tijekom pisanja rada korištene su sljedeće metode: analiza, sinteza, metoda deskripcije, komparacije i generalizacije.

2. GLOBALNI LANCI VRIJEDNOSTI

2.1. Trgovinska politika - preduvjet sudjelovanja u globalnim lancima vrijednosti

U posljednja dva desetljeća trgovina se znatno promijenila. Tradicionalan pristup trgovini podrazumijevao je da svaka zemlja proizvodi finalne proizvode koji se zatim izvoze u druge zemlje gdje se oni upotrebljavaju. Takav način trgovine predstavlja samo 30% ukupne trgovine proizvodima i uslugama. Danas čak 70% međunarodne trgovine uključuje razne vrste transakcija gdje se usluge, sirovine, komponente i dijelovi razmjenjuju unutar globalnih lanaca vrijednosti, prije negoli se sastave u finalne proizvode koji se dostavljaju korisnicima diljem svijeta.⁴ Globalni lanci vrijednosti jedna su od ključnih značajki globalnog gospodarstva danas te su kao takvi u središtu politika u području ulaganja i međunarodne trgovine.⁵ Globalnim lancima vrijednosti upravljaju multinacionalna poduzeća preko mreže podružnica, ugovornih partnera ili nezavisnih dobavljača.

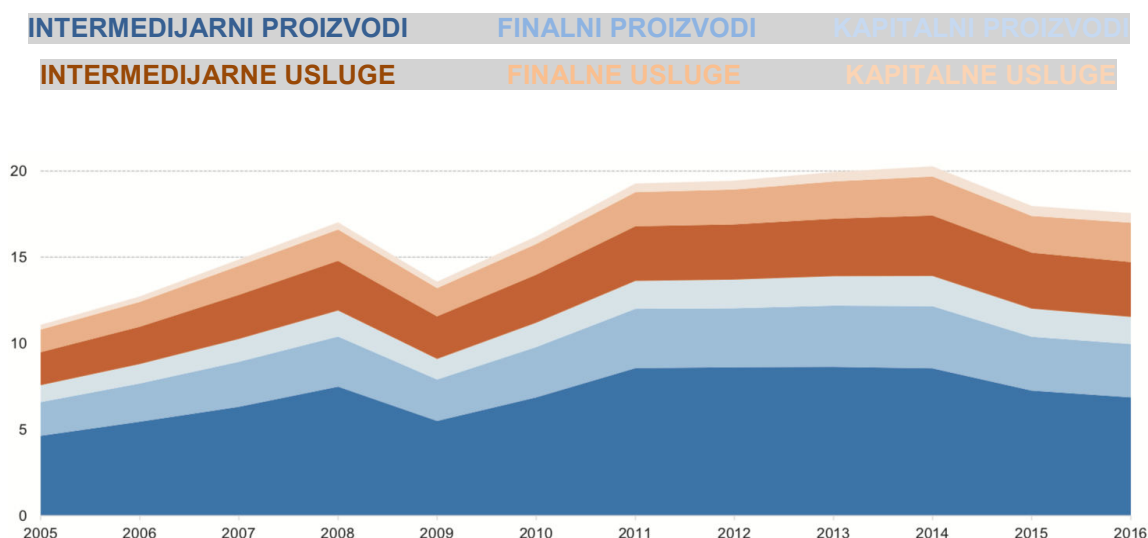
Kako dobra prelaze granice, prvo kao inputi, a kasnije kao finalni proizvodi, trgovinska davanja na granicama postaju sve skuplja te se kumuliraju kroz GLV. U prosjeku, carine na većinu finalnih proizvoda su niske u razvijenim zemljama, a opadaju i u zemljama u razvoju, međutim male tarife koje se ponavljaju više puta unutar istog GLV, rezultiraju kao znatan trošak za tvrtke.⁶ Stoga je očito da trgovinska politika igra važnu ulogu u razvoju gospodarstava zato što uređuje načela trgovinskih odnosa s drugim svjetskim gospodarstvima, posebice carinskih stopa koje proizlaze iz sklopljenih trgovinskih sporazuma, komercijalne aspekte prava intelektualnog vlasništva, direktna strana ulaganja, ujednačavanje mjera trgovinske liberalizacije, utvrđivanje zajedničke izvozne politike te korištenje trgovinskih zaštitnih mehanizama i uklanjanja trgovinskih barijera kao i bilateralne i multilateralne trgovinske odnose.

⁴ OECD (2018.): *Trade Policy Implications of Global Value Chains* (online). Dostupno na: <https://www.oecd.org/tad/trade-policy-implications-global-value-chains.pdf>. (07.01.2019.)

⁵ Arena, M. (2017.) *Radni dokument o utjecaju međunarodne trgovine i trgovinskih politika EU na globalne lance vrijednosti* (online) Bruxelles: Odbor za međunarodnu trgovinu Europskog parlamenta. Dostupno na: http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/plmrep/COMMITTEES/INTA/DT/2017/07-10/1117588HR.pdf. (10.12.2018.)

⁶ OECD (2018.): *Trade Policy Implications of Global Value Chains* (online). Dostupno na: <https://www.oecd.org/tad/trade-policy-implications-global-value-chains.pdf>. (07.01.2019.)

Slika 1. Dekompozicija svjetskog bruto izvoza u bilijunima USD (2005.-2016.)



* kapitalna dobra (proizvodi i usluge) su trajna dobra i usluge

Izvor: TIVA baza podataka, dostupno na: <https://www.oecd.org/tad/trade-policy-implications-global-value-chains.pdf> (07.01.2019.)

Iz slike 1. se vidi da u ukupnom svjetskom izvozu prevladavaju intermedijarna i kapitalna dobra u odnosu na finalna dobra, i to u omjeru 70:30.

Osim carina, carinske i pomorske (lučke) procedure od iznimnog su značaja za nesmetano funkcioniranje globalnih lanaca vrijednosti. Da bi se tvrtke natjecale globalno, trebaju održavati "*lean inventory management*"⁷, odnosno racionalni pristup skladištenju, a opet osigurati brzo zadovoljenje potražnje. Da bi to bilo moguće roba ne smije dugo stajati na granicama. Mjere olakšavanja trgovine su krucijalne za stvaranje poticajnog poslovnog okruženja za globalne proizvodne mreže.⁸

⁷ "*Lean inventory management*" podrazumijeva racionalizaciju procesa skladištenja. Ukoliko tvrtke zadržavaju previše robe na skladištu to stvara nepotrebne troškove skladištenja. S druge strane, premala količina robe na skladištu neće osigurati pravovremenu isporuku robe, odnosno neće pravovremeno moći zadovoljiti potražnju. Upravljanje je stoga potrebno ne bi li se pronašla dostatna mjera skladištene robe koja s jedne strane ne stvara prevelike troškove, a opet omogućava pravovremenu reakciju na potražnju.

⁸ OECD (2018.): *Trade Policy Implications of Global Value Chains* (online). Dostupno na: <https://www.oecd.org/tad/trade-policy-implications-global-value-chains.pdf>. (07.01.2019.)

Pri donošenju odluke o formiranju globalnog lanca vrijednosti uzimaju se u obzir sljedeće stavke:

- cijena rada;
- potencijal lokalnog tržišta;
- ljudske resurse;
- fizička infrastruktura poput dostupnosti transporta, telekomunikacija, pouzdanog strujnog napajanja;
- zakonsko i političko okruženje (tu spada i trgovinska politika). ⁹

Ovo posljednje navedeno je najvažnije u donošenju odluka o lokaciji aktivnosti unutar GLV. Visoke razine korupcije zbog slabe zakonske regulative, niski okolišni standardi kao i standardi rada ili slaba prava intelektualnog vlasništva mogu isključiti određene države iz sudjelovanja u GLV. S druge strane politike koje potiču proizvodnju, usluge i inovacije, investiranje u edukaciju i ljudski kapital, poticajnu poslovnu okolinu ili fleksibilnu politiku rada mogu potaknuti sudjelovanje u GLV. ¹⁰

Globalizacija mijenja perspektivu interakcije poduzeća s ostatkom svijeta, stoga svakako treba trgovinsku politiku prilagoditi aktualnim trgovinskim trendovima. Zadatak trgovinske politike jest upravo da reagira na suvremene trgovinske trendove te da stvori potrebne preduvjete sudjelovanju u globalnim lancima vrijednosti.

2.2. Globalni lanci vrijednosti – pojam, razvoj i obilježja

Prema Organizaciji za ekonomsku suradnju i razvoj (eng. Organisation for economic Cooperation and Development, OECD) lanac vrijednosti predstavlja cijelu lepezu aktivnosti koje tvrtka poduzima da bi proizvod stigao na tržište, od komponenata do finalne upotrebe. Navedeno podrazumijeva niz aktivnosti; od dizajna, proizvodnje, marketinga, logistike, distribucije, do podrške korisnicima. Navedene aktivnosti mogu

⁹ World economic forum (2012): *The Shifting Geography of Global Value Chains: Implications for Developing Countries and Trade Policy* (online). Dostupno na http://www3.weforum.org/docs/WEF_GAC_GlobalTradeSystem_Report_2012.pdf. (07.01.2019.)

¹⁰ Ibidem

biti izvršene od strane jedne ili više tvrtki. Kako su se s vremenom širile, lanci vrijednosti postali su globalni.¹¹

Vjetar u leđa razvoju GLV bilo je ulazak gospodarstava Kine, Indije i Rusije u WTO čime su se navedene zemlje integrirale u svjetsku ekonomiju. Navedeno je predstavljalo otvaranje ogromnog tržišta proizvoda i radne snage, a koje je do prije 1989. bilo marginalizirano u multilateralnom trgovinskom sustavu. Integracija navedenih zemalja skoro je udvostručila opseg globalne trgovine. Suočene se sporim tržišnim rastom u domaćim zemljama, velika poduzeća preselila su aktivnosti na novootvorena tržišta, posebice u Kinu. Iako je to bilo djelomično zato da se osigura tržišni udio u novootvorenim tržištima, djelom je razlog tome bio taj što su tvrtke vidjele potencijal da kroz GLV smanje troškove proizvoda namijenjenog izvozu na internacionalna i domaća tržišta. Također, pod financijskim pritiskom domaćeg tržišta, velike američke i europske kompanije pokrenule su i drugo razdvajanje korporativnih funkcija tijekom 1990-tih. U cilju fokusiranja na ključne kompetencije tvrtke, skoro sve funkcije koje nisu smatrane ključnima postale su moguće za eksterni outsourcing od specijaliziranih i konkurentnijih dobavljača. Proizvodne aktivnosti su prve bile outsource-ane, ali usluge su ih ubrzo pratile. Do 2000. godine kompjuterizacija rada te pojava jeftinijih međunarodnih komunikacija omogućili su širokom spektru usluga standardizaciju, fragmentaciju, kodiranje i modulaciju te su se usluge tako još jednostavnije mogle outsource-ati i jeftinije prenositi na velike udaljenosti.¹²

Počeci literaturne upotrebe globalnih lanaca vrijednosti vežu se većinom uz Portera (1990.) i njegovu knjigu Konkurentska prednost u kojoj naglašava važnost lanaca vrijednosti u postizanju konkurentске prednosti poduzeća. Prema Porteru Lanac vrijednosti raščlanjuje tvrtku na njezine strateški bitne aktivnosti, kako bi se razumjelo kretanje troškova, kao i postojeći i potencijalni izvori diferencijacije. Ako tvrtka neku od pojedinih strateških aktivnosti izvodi bolje ili jeftinije od svojih tržišnih rivala, onda ona postiže konkurentsku prednost. Lanac vrijednosti tvrtke i način na

¹¹ OECD (2013.) Meeting of the OECD Council at Ministerial level - Interconnected economies: benefiting from global value chains (online). Dostupno na: [https://www.oecd.org/mcm/C-MIN\(2013\)15-ENG.pdf](https://www.oecd.org/mcm/C-MIN(2013)15-ENG.pdf). (15.12.2018.)

¹² Taglioni D. and Winkler D. (2016.) *Making Global Value Chains Work for Development*. Trade and Development series. Washington, DC: World Bank, str. 16.

koji ona obavlja pojedine aktivnosti refleksija su njezine povijesti, strategije i pristupa. Razlike u lancima vrijednosti konkurenata ključan su izvor konkurentске prednosti. Lanac vrijednosti tvrtke u nekoj industriji može varirati za različite proizvode, kupce, geografska područja ili distributivne kanale. U terminima konkurencije, vrijednost je iznos koji su kupci voljni platiti za ono što im tvrtka pruža tako da je tvrtka profitabilna ako vrijednost koju ona odredi premašuje troškove stvaranja proizvoda. Važno je naglasiti da je upravo stvaranje vrijednosti kroz diferencijaciju cilj svake generičke strategije. Lanac vrijednosti prikazuje ukupnu vrijednost koja se sastoji od vrijednosne aktivnosti i marže. Vrijednosne aktivnosti su tehnološki i fizički različite od onih konkurentskih. Tim aktivnostima tvrtka stvara dodanu vrijednost svojim kupcima. Marža je razlika između ukupne vrijednosti i troška vrijednosnih aktivnosti. Vrijednosne aktivnosti su dvojake, s jedne strane postoje osnovne aktivnosti uključene u samo fizičko stvaranje, prodaju i dostavu proizvoda te postkupovnu podršku, dok s druge strane postoje aktivnosti koje služe podršci osnovnim aktivnostima kao i jedna drugoj, a to su: nabava, infrastruktura tvrtke, tehnološki razvoj i ljudski resursi. U tom smislu može se reći da je lanac vrijednosti teorija tvrtke koja sagledava tvrtku kao skup diskretnih, ali povezanih funkcija proizvodnje, koje su definirane kao aktivnosti. Primarne aktivnosti vezane su poveznicama odnosno odnosima između načina na koji se obavlja jedna vrijednosna aktivnost i troškova obavljanja druge vrijednosne aktivnosti (npr. primjerice kod lanaca prehrane, da li odabir trenutka promidžbenih kampanja može utjecati na iskorištenost kapaciteta). međutim, poveznice ne postoje samo unutar lanaca vrijednosti tvrtke, već i između lanaca vrijednosti tvrtke i lanaca vrijednosti dobavljača i posrednika. Takve poveznice nazivaju se vertikalnim poveznicama.¹³

Kersan - Škabić (2017.) navodi kako je pojam globalnih lanaca vrijednosti koji se koristi najviše u posljednjih 15-ak godina, nastao iz termina "globalni lanci ponude" (eng. Global supply chains) te da su GLV nastali ekspanzijom aktivnosti multinacionalnih kompanija, odnosno podjelom procesa proizvodnje unutar različitih zemalja kao posljedica procesa liberalizacije, sniženja transportnih troškova, razvoja informacijsko - komunikacijske tehnologije. Navedeno podiže značaj trgovini intermedijarnim proizvodima koji od početka proizvodnje do finalizacije, prolaze put

¹³ Porter M. E. (1990.) *Konkurentska prednost*, Masmedia, Zagreb, str. 49.- 65.

kroz više zemalja. Lanac vrijednosti uključuje slijed aktivnosti poduzeća ne bi li proizvod ili usluga došla do krajnjeg potrošača, prilikom čega dolazi do vertikalne specijalizacije proizvoda i zemalja.¹⁴ Cattaneo et al. (2010.) ističe da su GLV postali "kralježnica i centralni nervni sustav" svjetske ekonomije današnjice.¹⁵

Čimbenici koji utječu na razvoj GLV jesu:

- Međunarodna potražnja;
- Razvoj infrastrukture i trgovinska politika;
- Industrijske zone i
- offshoring outsourcing strategije i direktna strana ulaganja (eng. *Foreign direct investments*).¹⁶

Posljedice fragmentacije proizvodnje jesu:

- Porast trgovine intermedijarnim proizvodima;
- Potreba za novim mjernim alatima međunarodne trgovine;
- Utjecaj na domaće gospodarstvo.¹⁷

Kako je ranije navedeno, više od 70% globalne trgovine danas, predstavljaju intermedijarni proizvodi i usluge te kapitalna dobra što je dovelo do veće specijalizacije specifičnih aktivnosti i faza unutar vrijednosnih lanaca, umjesto specijalizacije cjelokupnih industrija. Tako se omogućila ranija industrijalizacija zemljama u razvoju zato što tvrtke odabiru offshore strategiju u proizvodnji fragmenata vrijednosnog lanca u zemlje gdje je niža cijena rada te gdje su druge lokacijske pogodnosti tako dodajući vrijednost cijelom globalnom lancu vrijednosti kroz smanjivanje troškova. GLV su iznimno važni za zemlje s nižim dohotkom gdje prevladavaju mala i srednja poduzeća (eng. *SMEs*), za koje bi najbolja metafora za lanac bila "ljestve".¹⁸

¹⁴ Kersan - Škabić, I. (2017) *Sudjelovanje Republike Hrvatske u globalnim lancima vrijednosti ili obilježja hrvatske vanjske trgovine dodanom vrijednošću*, Ekonomski pregled, 68 (6), str. 593.

¹⁵ Cattaneo O, Gereffi G, Staritz C (2010) *Global value chains in a postcrisis world: resilience, consolidation, and shifting end markets*. The World Bank, Washington, str. 3.

¹⁶ Kersan - Škabić I., loc.cit. (bilj. 3), str.15.

¹⁷ Ibidem

¹⁸ Cusolito A. P., Safadi R., and Taglioni D. for OECD/The World Bank (2017.), *Inclusive Global Value Chains: Policy Options in Trade and Complementary Areas for GVC Integration by Small and Medium Enterprises and Low-Income Developing Countries*, The World Bank, Washington, D.C. Dostupno na: <https://doi.org/10.1787/9789264249677-en>, str.2.

Povezujući tvrtke, radnu snagu i kupce, GLV utječu na strukturu internacionalne trgovine s učinkom na BDP država, zaposlenost i ultimativno na globalnu ekonomiju.¹⁹ istočna Azija i dijelovi Bliskog istoka, poput Maroka i Turske bilježe porast integracije u GLV dok ostali dijelovi svijeta ostaju na marginama, međutim činjenica jest da su GLV uglavnom regionalni i skoncentrirani su i čine trijadu: Sjeverna Amerika, Europa i Kina.²⁰

Sjeverna Amerika i Europa predstavljaju centre potražnje, dok Kina predstavlja centar opskrbe, iako to može biti podložno promjenama s obzirom na to da Kina ulaže napore u reformaciji ekonomije usmjerene prema poticanju veće potražnje potrošača. Razlozi regionalizacije mogu se pronaći u transportnim troškovima, udaljenosti, komunikaciji, kvaliteti infrastrukture, ali i u regionalnim trgovinskim sporazumima (eng. *Regional trade agreements*).²¹

S obzirom na navedeno, ističu se sljedeća obilježja GLV:

- povećana umreženost i isprepletenost ekonomija. U GLV ekonomske aktivnosti su fragmentirane i disperzirane unutar više zemalja. Danas, više od 50% svjetske trgovine otpada na intermedijarne proizvode (primarne proizvode, dijelove i komponente te polugotove proizvode), a preko 70% svjetskog uvoza usluga jesu intermedijarni proizvodi poput poslovnih usluga;
- specijalizacija poduzeća i zemalja u "zadacima i poslovnim funkcijama". Danas je većina dobara i sve veći broj usluga izrađeno u svijetu, uključujući mnoge tvrtke i zemlje specijalizirane u izvršenju specifičnih zadataka i funkcija koje sve zajedno tvore GLV. Međutim, još uvijek se mnoge politike temelje na pretpostavci da su proizvodi i usluge izrađene/proizvedene samo u jednoj zemlji;
- mreže globalnih kupaca i dobavljača. U GLV tvrtke kontroliraju i koordiniraju aktivnosti unutar mreže kupaca i dobavljača, a multinacionalne kompanije

¹⁹ Lorincz N. (2017.) *Main characteristics of nowadays' global value chains and their relevance to the hungarian automotive manufacturing industry*, Budapest management review, str. 36.

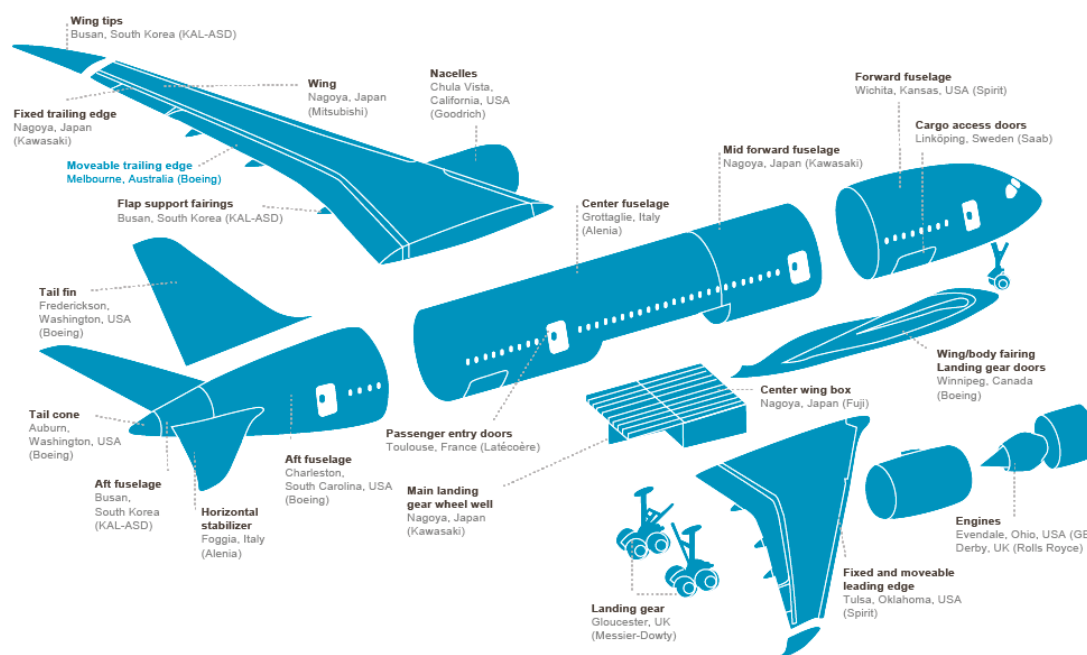
²⁰ Taglioni and Winkler (2016.), loc.cit. (bilj. 10)

²¹ Stephenson, S. (2013.) *Global Value Chains: The New Reality of International Trade (online)*, E15Initiative, Geneva: International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD) and World Economic Forum. Dostupno na: <http://e15initiative.org/publications/global-value-chains-the-new-reality-of-international-trade/> (15.12.2018.)

imaju centralnu ulogu. Politika ima utjecaj na način formiranja navedenih mreža kao i gdje će aktivnosti mreža biti locirane;

- novi izvori ekonomskih performansi. U GLV, trgovina i rast ovise o efikasnom odabiru vanjskih inputa. Fragmentacija proizvodnje je sredstvo kojim se povećava produktivnost i stječe konkurentska prednost. GLV utječu na tržište rada, ponajviše kroz povećanu potražnju za specifičnim grupama vještina;²²
- zemlje s niskim i srednjim dohotkom koriste mogućnosti koje im pruža globalizacija i GLV stoga za razliku od klasičnog uvoza dijelova koji bi se sklopili i prodavali lokalno, takva tržišta koriste mogućnosti uvozne tehnologije i znanja, te uvoze inpute koje prerađuju i izvoze u vidu poluproizvoda (dijelova, komponenata) ili posredničkih usluga. Takvi se poluproizvodi ili posredničke usluge nadalje koriste u nekim od najsofisticiranijih proizvoda današnjice. Taj proces naziva se "uvoz za izvoz" (eng. *import to export*, I2E).²³

Slika 2. Globalni partneri u procesu sklapanja zrakoplova Boeing 787



²² OECD (2013.), *Meeting of the OECD Council at Ministerial level - Interconnected economies: benefiting from global value chains* (online). Dostupno na: [https://www.oecd.org/mcm/C-MIN\(2013\)15-ENG.pdf](https://www.oecd.org/mcm/C-MIN(2013)15-ENG.pdf). (16.12.2018.)

²³ Baldwin R., and Lopez-Gonzalez J. (2013.) *Supply-Chain Trade: A Portrait of Global Patterns and Several Testable Hypotheses*, NBER Working Paper 18957, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA., str.7.

Izvor: Australian Government, *Trade at a glance* (online). Dostupno na: <https://dfat.gov.au/about-us/publications/trade-investment/trade-at-a-glance/trade-at-a-glance-2014/Pages/performance-08-global-value-chains.aspx>. (15.12.2018.)

Kako se vidi na slici 2. koja prikazuje sklapanje zrakoplova Boeing 787 *Dreamlinera* koji je sastavljen u SAD-u uz pomoć komponenata izrađenih diljem svijeta: sredina trupa je iz Italije, srednji trup sprijeda je iz Japana, Rolls Royce-ovi motori su iz Ujedinjenog Kraljevstva, a vitalni dijelovi krila, pomični zakrilci su iz Boeingovih aerostuktura iz Australije. Navedeni prikaz pokazuje globalni lanac vrijednosti na dijelu.

2.3. Prednosti sudjelovanja u globalnim lancima vrijednosti

Kod glavnih gospodarskih djelatnosti, poduzeća iz zemalja u razvoju više ne mogu pristupiti velikim, diferenciranim tržištima putem samostalnog izvoza, nego putem integracije u vrijednosnim lancima, koji su se organizirali uvažavajući novu podjelu rada. S tim u vezi strategije outsourcinga i sourcinga velikih industrijskih i trgovinskih koncerna postaju značajne determinante integracije zemalja u razvoju u svjetsko gospodarstvo.²⁴ Uspješna integracija u GLV ima mnogobrojne pozitivne efekte na trgovinu, rast, tržište rada i generalni ekonomski rast zemlje.

Prednosti sudjelovanja u GLV, očituju se kroz:

- pristup mrežama, globalnim tržištima, kapitalu, znanju i novim tehnologijama, stoga je dobra integracija u GLV prvi korak ka ekonomskom razvoju;
- GLV daju snažni poticaj rastu, produktivnosti i otvaranju novih radnih mjesta, s time da se neke kategorije poslova i vještina potrebnih unutar GLV mogu outsource-ati. Danas, usluge poput poslovnih usluga, transporta i logistike, zauzimaju preko 50% dodane vrijednosti u GLV u mnogim zemljama OECD-a i preko 30% u Kini;
- da bi omogućili veću prednost sudjelovanja zemlje u GLV, vlade moraju podržavati nadogradnju trgovinskih procesa tako što će prilagoditi poslovno okruženje, podržati ulaganja u pakete znanja poput istraživanja i razvoja i

²⁴ Segetlija Z. et al. (2011.) *Ekonomika trgovine*, Novi informator, Zagreb, str.155.

dizajna, također trebaju podržavati jačanje važnih ekonomskih kompetencija, ponajviše vještine upravljanja;

- obzirom da GLV uključuju ugovorne aktivnosti između i unutar multinacionalnih kompanija (eng. *multinational enterprises*, MNEs) i neovisnih dobavljača, sposobnost pojačavanja ugovora²⁵ je presudna. Zadaci koji uključuju složenije ugovore jesu I&R, dizajn, brendiranje i drugi, a takve aktivnosti su obično jednostavnije za izvoz u zemlje s funkcionalnim ugovornim institucijama. Regulatorne reforme i liberacija trgovine uslugama kao i druga ulaganja u uslužne djelatnosti znatno doprinose konkurentnosti, produktivnosti i kvaliteti usluga;
- poticajne trgovinske mjere olakšavaju prolazak dobara preko višestrukih granica. Usklađivanje potreba za standardizacijom i certificiranjem te sporazumi o uzajamnom priznavanju mogu pomoći u otklanjanju napora izvoznim tvrtkama;
- GLV jačaju ekonomsku poziciju zemalja u multilateralnim trgovinskim pregovorima;
- mnoge zemlje s niskim dohotkom često su isključene iz GLV zbog manjka prirodnih resursa koji bi olakšali ulazak. U nekim slučajevima navedeno može biti savladano kroz jačanje kapaciteta što je najzahtjevnije za najsiromašnije ekonomije, koje bi se za takve slučajeve mogle poslužiti sredstvima inicijativa "pomoći trgovini" (eng. "*aid for trade*" *initiatives*).²⁶

Iako integracija u GLV nudi mnoge prednosti, to se ne događa automatizmom, kao što navedena participacija ne garantira uvijek stimulirajući rast. Za uspješnu integraciju svakako treba stvoriti preduvjete. Strukturne politike i makroekonomske mjere bi trebale olakšati proces rasta s obzirom na to da su lokalni uvjeti svake zemlje različiti. Minimizacija rizika je svakako neophodna posebice za zemlje u

²⁵ Pojačavanje ugovora predstavlja dodavanje pojedinih klauzula u ugovor kojim se pojačava sigurnost ispunjenja dužnikovih obveza. Takva sredstva pojačanja ugovora primijenit će se samo ako su ih stranke izričito ugovorile, dok se rijetko njihova primjena određuje propisom. Postoji više načina pojačavanja ugovora, može se pojačati obveza samog dužnika ili se u obvezu dužnika može uključiti treća osoba poput jamca.

²⁶ OECD (2013.), *Meeting of the OECD Council at Ministerial level - Interconnected economies: benefiting from global value chains* (online). Dostupno na: [https://www.oecd.org/mcm/C-MIN\(2013\)15-ENG.pdf](https://www.oecd.org/mcm/C-MIN(2013)15-ENG.pdf). (16.12.2018.)

razvoju.²⁷ Zemlje u razvoju se suočavaju s većim pritiskom zbog konkurencije tijekom integracijskog procesa na globalna tržišta te proizvođači imaju dva izbora: ili unaprijediti svoje vještine i kompetencije kao i vještine svojih zaposlenika ili se prebaciti na drugu tržišnu nišu, gdje ulazne barijere umanjuju pritisak konkurencije.²⁸

Priroda GLV varira ovisno o ekonomskom sektoru, koji sa sobom nosi razne razvojne implikacije. Primjerice, GLV koji se bazira na prirodnim resursima, nije isti kao i industrijski GLV. Kako god bilo, usluge su dio svakog GLV, pružajući inpute koji su ugrađeni u samom startu, kroz proces proizvodnje te na samom kraju lanca vrijednosti. Participacija u takvim uslugama, dostupna je svim zemljama, bez obzira na njihove resurse, obzirom da su usluge vještine koje se mogu razvijati kroz edukaciju, treninge, kao i kroz generalnu politiku države. Razvijene, kao i zemlje u razvoju bi trebale izvući koristi iz sudjelovanja u GLV. Nedavna studija UNCTAD-a (eng. *United Nations on Trade and Development*) je pokazala da s porastom integracije neke zemlje u GVC raste i njezin bruto domaći proizvod (BDP). Statistička analiza korelacije sudjelovanja u GLV i BDP po glavi stanovnika (BDP/per capita) je pokazala da su pozitivno korelirane za razvijene, kao i za zemlje u razvoju.²⁹ Primjer kako zemlje u razvoju mogu iskoristiti trend outsource-anja jeftinijih usluga iz drugih zemalja, umjesto skupo plaćati usluge u svojoj zemlji jest indijsko tržište softverskim uslugama. Naime, Indija je postala uspješan izvoznik softverskih usluga te je do 2004. godine ukupni prohod od izvoza softverskih usluga iznosio 12 milijardi američkih dolara, što je porast od 3,4 milijuna USD u odnosu na period od pet godina unatrag. navedeni prihodi dolaze isključivo od softverskih usluga, a ne od izvoza kompletnih softverskih rješenja. Indijske tvrtke se nisu htjele natjecati direktno s najjačim svjetskim softverskim tvrtkama poput Microsofta, Oracle-a ili SAP-a, već su se odlučili uloviti priliku globalnog trenda outsource-anja usluga i ponuditi softverske usluge usavršene za potrebe globalnog poslovanja.³⁰

²⁷ OECD (2014.) *Perspectives on Global Development 2014: Boosting Productivity to Meet the Middle-Income Challenge*, OECD Publishing. Dostupno na: https://dx.doi.org/10.1787/persp_glob_dev-2014-en. (16.12.2018.)

²⁸ Humphrey J. and Schmitz H. (2002.) *How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters?*, Regional Studies, 2002, vol. 36 (9), str.3.

²⁹ Stephenson, S. (2013.) *Global Value Chains: The New Reality of International Trade* (online), E15Initiative, Geneva: International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD) and World Economic Forum. Dostupno na: <http://e15initiative.org/publications/global-value-chains-the-new-reality-of-international-trade/> (16.12.2018.)

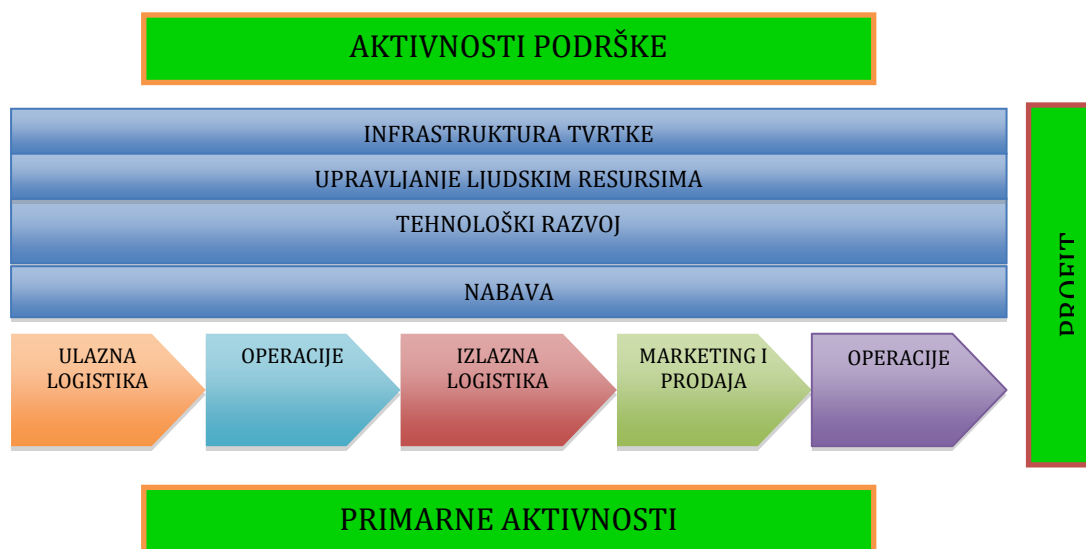
³⁰ Schmitz H. (2003.) *Value Chain Analysis for Policy-makers and Practitioners* (google-knjiga), International Labour Organization, str. 9.

2.4. Stvaranje dodane vrijednosti

Analiza lanca vrijednosti omogućuje tvrtkama da identificiraju one primarne aktivnosti i aktivnosti podrške (Slika 3.) koje dodaju vrijednost finalnom proizvodu te ih zatim analiziraju u cilju smanjenja troškova ili bolje diferencijacije. Prema Porteru (1990.) tvrtka se diferencira od svojih konkurenata kada pruža nešto jedinstveno, što je kupcima vrijednije od same ponude niskih cijena. Diferencijacija se ne može razumijeti sagledavanjem tvrtke skupno, već ona proizlazi iz pojedinačnih aktivnosti koje tvrtka provodi i načina na koji one utječu na kupca. Gotovo bilo koja vrijednosna aktivnost potencijalni je izvor jedinstvenosti. Nabava sirovina i drugih inputa može utjecati na izvedbu konačnog proizvoda i, prema tome, na diferencijaciju. Porter također ističe da aktivnosti tehnološkog razvoja mogu dovesti do dizajna proizvoda koji mu omogućuje jedinstvenu izvedbu, aktivnosti operacija mogu utjecati na nastup proizvoda, usklađenost sa specifikacijama i pouzdanost, aktivnosti marketinga i prodaje često utječu na diferencijaciju. Analiza diferencijacije zahtijeva istančaniju podjelu nekih vrijednosnih aktivnosti, dok se ostale aktivnosti mogu grupirati ukoliko imaju mali učinak na diferencijaciju.³¹ Primjerice Persil-ova (deterdžent za pranje rublja) strategija "Budućnost je tekuća" kroz koju promiče upotrebu tekućeg deterdženta koji koristi prirodna sredstva za uklanjanje mrlja i tako potiče korisnike da smanje temperaturu pranja i tako pridonese održivosti načina pranja.

³¹ Porter M. E. (1990.), op.cit. (bilj. 12.), str.126.

Slika 3. Prikaz lanca vrijednosti i njegovih aktivnosti



Izvor: izradila autorica prema Porter M. E. (1990.) *Konkurentska prednost*, Masmedia, Zagreb, str. 53.

Daraboš (2015.) ističe da je danas pod utjecajem globalizacije okolina postala hiperkonkurentna. Hiperkonkurencija podrazumijeva okolinu u kojoj se prednosti brzo kreiraju, ali i propadaju, a obilježavaju je intenzivni i brzi potezi konkurencije te zato poduzeća moraju brzo razvijati prednosti i brzo uništavati, odnosno ugrožavati prednosti konkurenata. Pojava hiperkonkurencije posljedica je sve bržih i intenzivnijih tehnoloških promjena uzrokovanih tehnološkim razvitkom i inovacijama u poduzeću, ali i distribucijom i raspoloživošću resursa poduzeća. Takva okolina ne daje garancije da će jednom stečene tržišne prednosti ostati nepromijenjene u dugom roku. Konkurentna prednost postaje prolazna, a svaka prednost koju poduzeće kreira smanjuje se s vremenom kao rezultat reakcija konkurenata. Osim toga, vremenski odmak između pojavljivanja novog proizvoda na tržištu i pojavljivanje njegove imitacije sve je kraći pa je prostor za ostvarivanjem dodatnog profita sve manji.³² Studije pokazuju da novopečeni monopoli opstaju otprilike 3 do 4 godine na tržištu, u usporedbi s prijašnje 33 godine.³³

Priroda poslovanja u 21. stoljeću se promijenila iz trgovine gotovim proizvodima u trgovinu zadaćama (eng. *trade in tasks*) gdje se zemlje specijaliziraju unutar različitih

³² Darboš M. (2015.), *Evolucija konkurentne prednosti*, Naklada Ljevak, Zagreb, str.74.

³³ Agarwal R. i Gort M. (2001.) *First Mover Advantage and Speed of Competitive Entry, 1887.-1986.*, Journal of Law and Economics, 44(1), str. 162.-178.

segmenata globalnih lanaca vrijednosti. Takva specijalizacija dodaje vrijednost cjelokupnom GLV, a ne proizvodu. S obzirom na to da se poduzeća, osim u poslovnim aktivnostima, specijaliziraju i u zadaćama potrebnim u globalnom lancu vrijednosti, važan je način povezivanja poduzeća, odnosno njegova vertikalna integracija gdje isto poduzeće može biti dobavljač ili kupac u različitim fazama proizvodnje³⁴ Specijalizacija unutar GLV ide do te mjere da se rascjepkala do specifične aktivnosti koju radnik izvodi, odnosno zadatke koje provodi. Takvi zadaci mogu biti outsouce-ani, a njihovo offshore-anje postaje trgovina zadaćama.³⁵

Najpoznatiji primjer upotrebe strategije vertikalne integracije danas jest Apple Computers koji sam proizvodi svoj iOS operativni sustav kao i svoje aplikacije poput iCloud-a ili iTunes-a, koji se opet mogu kupiti samo preko njihovih Apple store-ova na mobitelu.

2.5. Mjerenje sudjelovanja zemalja u globalnim lancima vrijednosti

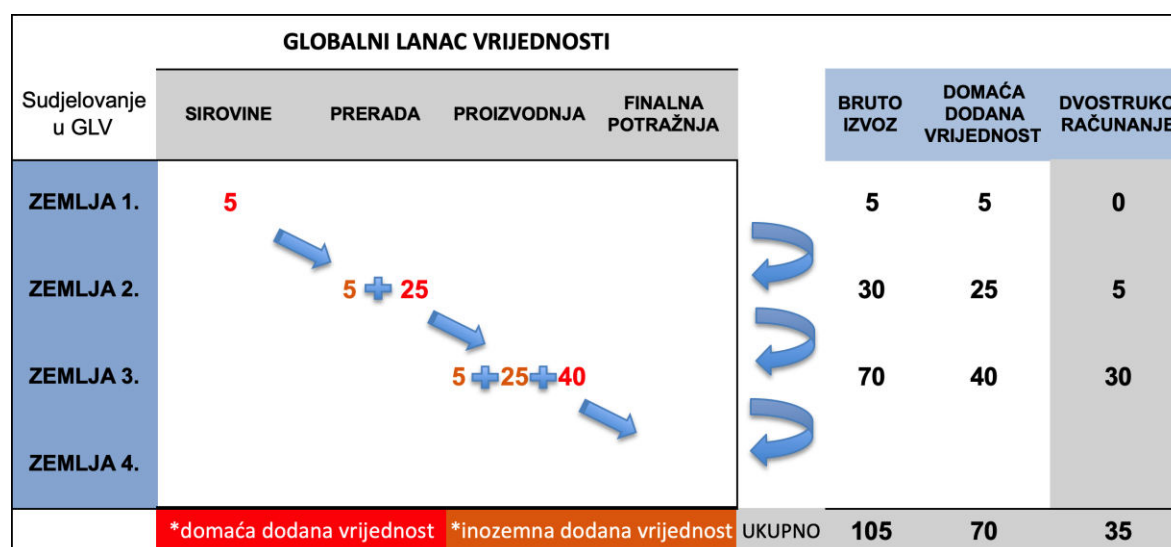
Proizvodi kupljeni od strane potrošača jesu sačinjeni od dijelova porijeklom iz različitih lokacija u svijetu. Međutim, vrijednost takvih proizvoda, a ni usluga nije dobro prikazana kroz tradicionalne trgovinske statističke metode zato što se vrijednost intermedijarnih inputa koji prolaze kroz lanac vrijednosti registrira više puta. Nadalje, trgovinski podaci ne prikazuju kroz koju industriju je dodana vrijednost niti iz koje industrije su oni uvezeni. Važnost mjerenja dodane vrijednosti, umjesto ukupne vrijednosti (bruto) važno je iz razloga što se vrijednost izvoza suvremenim trgovinskim putevima bilježi više puta.³⁶

³⁴ Kersan - Škabić (2017.), op.cit. (bilj. 3), str.18.

³⁵ Grossman G.M. i Rossi-Hansberg E. (2008.) *Trading Tasks: A Simple Theory of Offshoring*, American Economic Review, American Economic Association, vol. 98(5), str. 1978.-1997.

³⁶ Kersan - Škabić (2017.), op.cit. (bilj. 3), str.19.

Grafikon 1. Dodana vrijednost i dvostruko računanje u bruto izvozu



Izvor: izradila autorica prema Blind et al. (2017), *Standards in the global value chains of the European Single Market*, Review of International Political Economy. 1-21.

Iz grafikona 1. se vidi da ako zemlja 1. izvozi sirovinu u vrijednosti 5 dolara, zemlja 2. vrši preradu sirovine te tako dodaje 25 dolara, to se u njezinom izvozu bilježi kao 30 dolara. Zemlja 3. finalizira proizvodnju i na tih 30 dolara doda još 40 dolara, te se u njezinom izvozu to bilježi kao 70 dolara. Jasno je da je u izvozu zemlje 2. sabrana vrijednost zemlje 1. i 2., dok je u izvozu zemlje 3, sabrana vrijednost sve tri zemlje.

Do nedavno je statistika išla najviše u korist posljednjoj zemlji izvoza, preuveličavajući vrijednost finalnog proizvođača u lancu vrijednosti. Potrebu za novim načinom prikazivanja odnosa u međunarodnoj trgovini prepoznale su Svjetska trgovinska organizacija i Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj te su zajedno uložile napor u stvaranje međunarodne trgovinske statistike na temelju dodane vrijednosti (eng. *Trade in Value Added*, TiVA). Navedeno je učinjeno s namjerom da se dodana vrijednost razvrsta prema mjestu nastanka u globalnom lancu vrijednosti te da se izračuna doprinos pojedinog trgovinskog partnera. Novi trgovinski statistički podaci objavljeni su prvi puta u siječnju 2013. godine te su tako omogućili bolje razumijevanje fenomena proizvodne fragmentacije i trgovine uključene u GLV. Također su omogućili donosiocima politika da više cijene usluge, koje prema novim podacima zauzimaju oko 50% vrijednosti svjetske trgovine tako naglašavajući međuovisnost roba i usluga u modernim ekonomijama. Postoji mnogo poteškoća

zbog činjenice da su se do sada trgovinski podaci prikazivali u ukupnim vrijednostima (ukupni ili bruto izvoz). Posebice je zanemareno mjesto (zemlja) nastanka dodane vrijednosti. Prema tradicionalnoj trgovinskoj statistici, zemlja koja je proizvodila neizostavan i važan dio inozemno sastavljenog proizvoda nije bila prepoznata kao visoko integrirana u globalno tržište dok su s druge strane zemlje koje su sklapale proizvod i izvozile ga kao finalnog pokupile sve zasluge te bile prikazane kao visoko integrirane u globalnu trgovinu.³⁷ Kod mjerenja trgovine dodanom vrijednošću ograničena je dostupnost podataka stoga da bi se trgovina dodanom vrijednošću mogla izračunati potrebno je koristiti međunarodne input-output tablice (eng. international input - output tables, IIO). Nacionalna input-output tablica pokazuje upotrebu i ponudu dobara jedne zemlje, a postoje još i međunarodne input-output tablice, te svjetska input-output tablica. U izvozu zemlje je nužno razlikovati domaću dodanu vrijednost (doprinos domaćih proizvodnih inputa) od inozemne dodane vrijednosti (vrijednost uvezenih intermedijarnih proizvoda) sadržane u domaćem izvozu.³⁸

Podaci o tijeku intermedijarnih dobara kroz različite zemlje prikazan je u Bazi podataka bilateralne trgovine i prikazan je prema industriji i prema finalnoj upotrebi (eng. Bilateral Trade Database by Industry and End-Use Category, BTDIxE).³⁹ Dekompozicija ukupnog izvoza ističe regionalne razlike u sudjelovanju u opskrbnim lancima, strukturu komponenti koje su dvostruko obračunate u izvozu, dok izvoz dodanih vrijednosti pokazuje pozicije različitih zemalja unutar GLV.⁴⁰

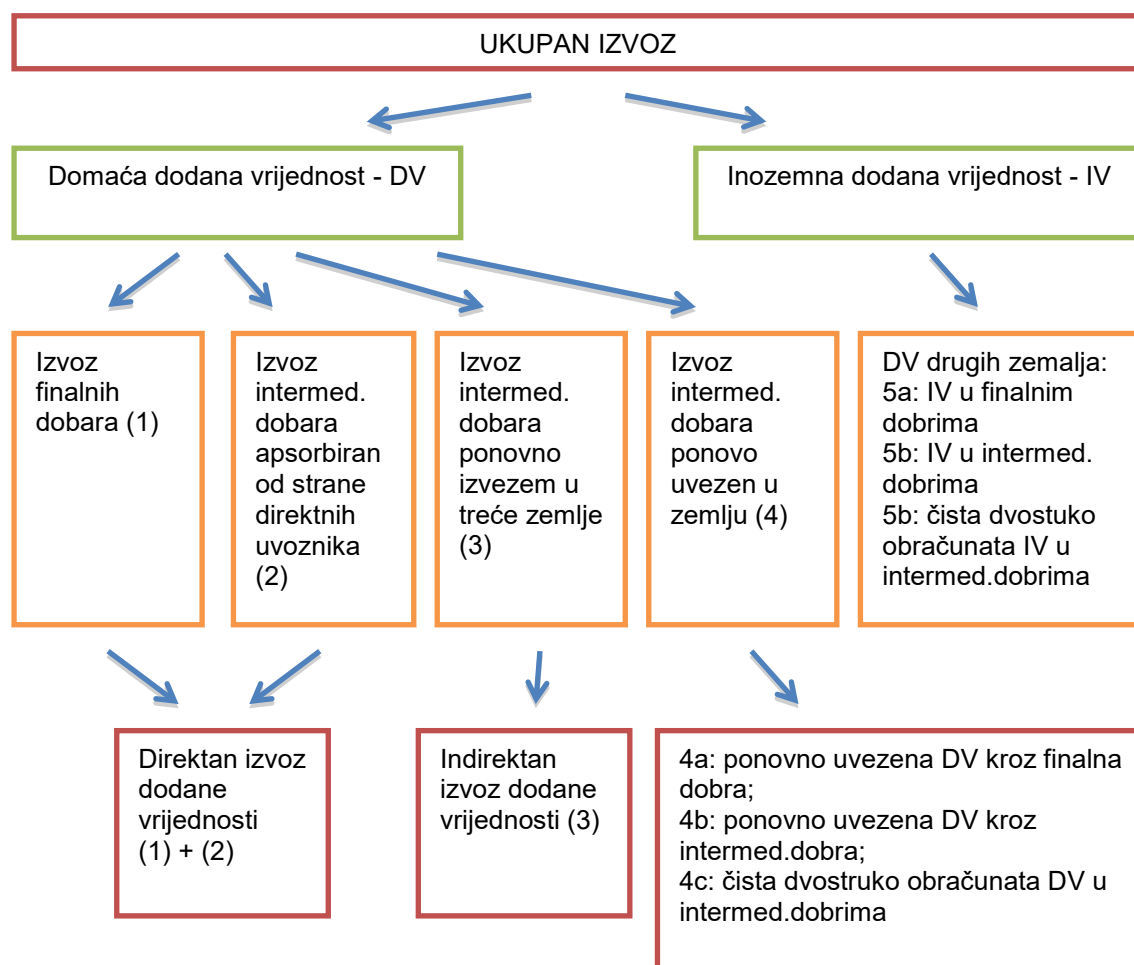
³⁷ Stephenson, S. (2013.), op.cit. (bilj. 27), str.1.

³⁸ Kersan - Škabić (2017.), op.cit. (bilj. 3), str.19.

³⁹ De Backer K. i Miroudot S. (2013) *Mapping Global Value Chains*, OECD Trade Policy Papers, No. 159, OECD, str.9.

⁴⁰ Koopman R., Wang Z. and Wei S.J.(2012.) *The Value-added Structure of Gross Exports and Global Production Network* (online), United States International Trade Commission. Dostupno na: http://www.wiod.org/conferences/groningen/slides/Wang_slides.pdf. (19.12.2018.)

Grafikon 2. Dekompozicija ukupnog izvoza zemlje



Izvor: izradila autorica prema Koopman R., Wang Z. and Wei S. J. (2012.) *The Value-added Structure of Gross Exports and Global Production Network* (online), United States International Trade Commission. Dostupno na: http://www.wiod.org/conferences/groningen/slides/Wang_slides.pdf. (19.12.2018.)

Iz grafikona 2. vidi se da je ukupan izvoz sastavljen od domaće dodane vrijednosti i od inozemne dodane vrijednosti. Domaća dodana vrijednost stvorena u zemlji služi ili za daljnju proizvodnju ili za potrošnju u inozemstvu. Ako služi za daljnju proizvodnju (intermedijarno dobro) onda ga druga zemlja opet izvozi ili u treću zemlju ili natrag u matičnu zemlju.

Prema metodologiji NBER-a ukupni izvoz sastoji se od 4 komponente: domaće dodane vrijednosti u izvozu finalnih dobara (proizvoda i usluga) koje postaju dio direktnog uvoza, domaće dodane vrijednosti zemlje u izvozu intermedijarnih dobara koje će uvoznik koristiti u proizvodnji dobara za svoje tržište, domaće dodane

vrijednosti zemlje u izvozu intermedijarnih dobara koje će izvoznik iskoristiti u proizvodnji finalnih dobara za izvoz u treće zemlje i dodane vrijednosti trgovinskih partnera uključenih u ukupni izvoz zemlje. Analiza GLV u obzir uzima i inozemnu dodanu vrijednost sadržanu u izvozu (uzlazna perspektiva) i domaću dodanu vrijednost koja će biti uključena u izvoz treće zemlje (silazna perspektiva).⁴¹

Za prikaz sudjelovanja zemlje u GLV koriste se tri parametra: indeks participacije zemlje u GLV, index broja proizvodnih faza i GLV pozicijom koju zemlja zauzima. GLV index participacije pokazuje opseg do kojeg je neka zemlja uključena u vertikalno fragmentirani proces proizvodnje (u relativnim i apsolutnim vrijednostima). Razlikuje upotrebu inozemnih inputa u izvozu (participacija unatrag) i upotrebu domaćih intermedijarnih dobara i izvozu trećih zemalja (participacija unaprijed). Index broja proizvodnih faza pokazuje koliko je dug globalni lanac vrijednosti te ukazuje koji su dijelovi lanca inozemni, a koji domaći. Posljednji parametar jest pozicija zemlje, odnosno udaljenost od finalne potražnje koja pokazuje "uzlaznost" zemalja.⁴²

Pri pomisli na GLV prvo što se računa jest do koje udaljenosti su zemlje uključene u vertikalno fragmentiranu proizvodnju. Jedan način mjerenja, ali i prvi način mjerenja spominjan u literaturi je mjerenje udjela vertikalne specijalizacije (VS). Indeks mjeri vrijednost uvezenih inputa u ukupnom izvozu zemlje (to se može smatrati domaći udio u uvozu). Međutim udio VS gleda samo na važnost inozemnih dobavljača unatrag u GLV. Obzirom da zemlje također sudjeluju kao dobavljači inputa korištenih za izvoz od strane trećih zemalja, u literaturi se uvodi i udio "VS1", koji predstavlja udio izvezenih dobara (proizvoda i usluga) korištenih kao inpute za proizvodnju izvoza drugih zemalja.⁴³ Kombinirajući udio VS i VS1, može se dobiti sveobuhvatna procjena GLV participacije jedne zemlje i kao korisnika inozemnih inputa (uzlazna veza, odnosno participacija unatrag) i kao dobavljača intermedijarnih dobara

⁴¹ Kersan-Škabić, I. (2017.), op.cit. (vidi bilj.3), str.23.

⁴² De Backer K. i Miroudot S. (2013), op.cit. (bilj. 42), str.2 i 3.

⁴³ Hummels D., Ishii J. i Yi K. M.(2001.) *The nature and growth of vertical specialization in world trade (online)*, Journal of International Economics, 54, (1), 75.-96. Dostupno na: https://econpapers.repec.org/article/eeeinecon/v_3a54_3ay_3a2001_3ai_3a1_3ap_3a75-96.htm. (18.12.2018.)

korištenih za izvod od strane drugih zemalja (silazna veza, odnosno participacija unaprijed). Takav način mjerenja predložio je Koopman et al. (2010.).⁴⁴

$$\text{Indeks sudjelovanja u GLV} = \text{DVA/EXP} + \text{FVA/EXP}$$

DVA predstavlja domaću dodanu vrijednost (izvoz intermedijarnih dobara) u izvozu treće zemlje, EXP je bruto izvoz, FVA je inozemna dodana vrijednost (uvoz intermedijarnih proizvoda) u domaćem izvozu.

Koopman je predložio mjerenje GVC pozicije na sljedeći način:

$$\text{GLV pozicija} = \log(1 + \text{DVA/EXP}) - \log(\text{FVA/EXP})$$

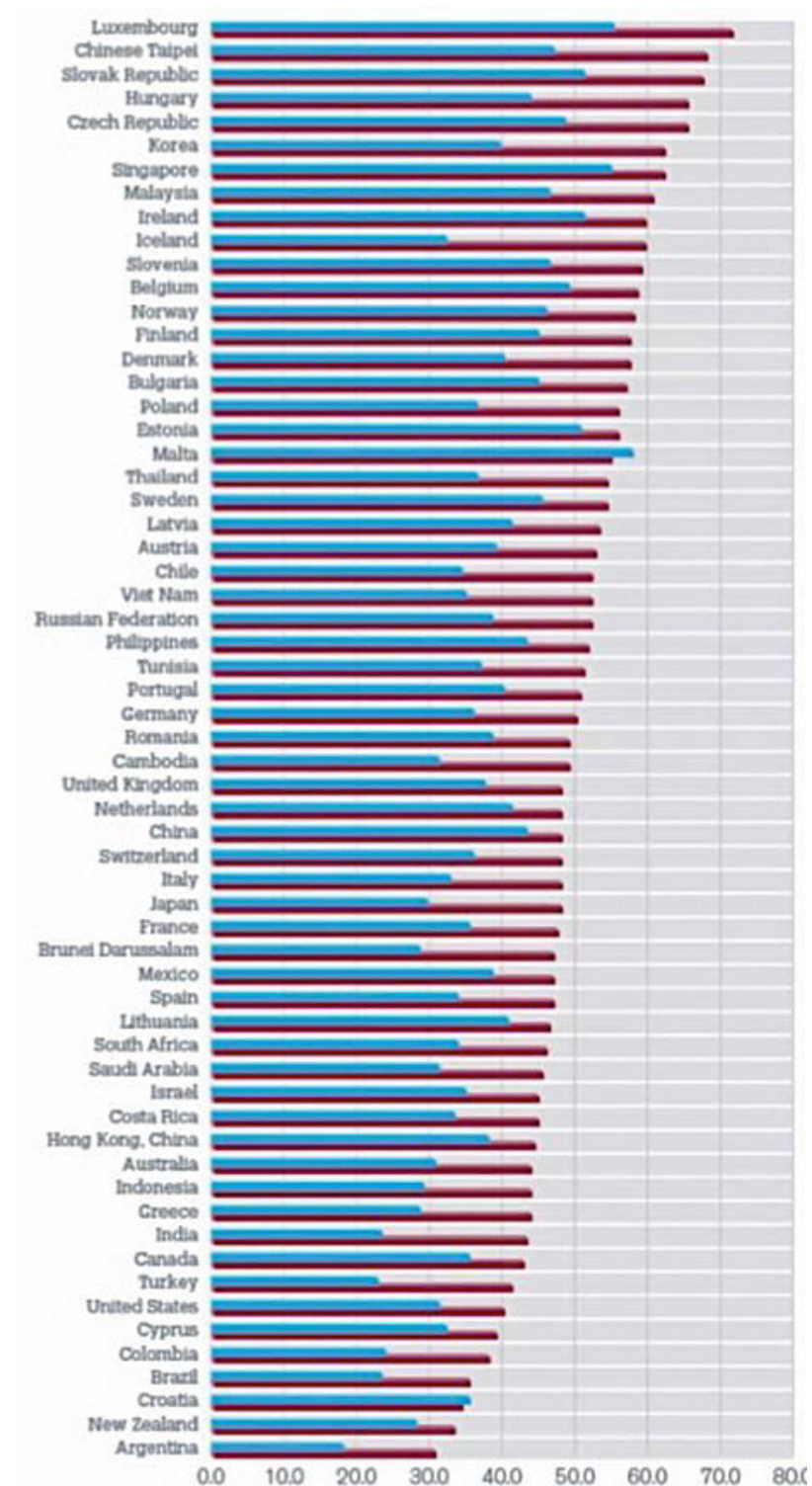
Indeks GLV pozicije daje uvid u poziciju zemlje u GLV, odnosno specijalizira li se zemlja u prvim ili posljednjim fazama proizvodnog procesa. Ukoliko se zemlja specijalizira u prvim fazama proizvodnje (uzlaznoj putanji), vjerojatno će imati visok udio vrijednosti izvoza domaćih intermedijarnih dobara u izvozu treće zemlje u odnosu na udio inozemnih intermedijarnih dobara u domaćem izvozu. Ako se zemlja specijalizira u posljednjim proizvodnim fazama, situacija je suprotna.⁴⁵ TiVA baza podataka u 2018. godini pokriva 64 zemalja, uključujući sve OECD zemlje, zemlje članice EU i grupu zemalja G20 te značajan broj istočnih i sjevero-istočnih azijskih ekonomija, s preliminarnim projekcijama za 2016. godinu.⁴⁶

⁴⁴ Koopman et al. (2010.) *Give Credit Where Credit Is Due: Tracing Value Added in Global Production Chains*, NBER Working Paper No. 16426.

⁴⁵ Kersan-Škabić, I. (2017.), op.cit. (vidi bilj.3), str.25.

⁴⁶ OECD (2018.) *TiVA Indicators - 2018 update* (online). Dostupno na: <http://www.oecd.org/industry/ind/tiva-2018-flyer.pdf>. (20.12.2018.)

Grafikon 3. Sudjelovanje odabranih ekonomija u GLV za 2005. i 2011. godini



- udio dobara (P/U) u ukupnom izvozu (crvena - 2011., plava - 1995.)

Izvor: WTO (2015.), *World trade statistics 2015*. (online). Dostupno na: https://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/its2015_e/its2015_e.pdf. (20.12.2018.)

Iz grafikona 3. vidljivo je da su 2011. godine u GLV najviše sudjelovale Luksemburg, Kineski Taipei, Slovačka, Mađarska i Republika Češka dok je poražavajući podatak da od svih zemalja članica EU, baš Hrvatska ima najniži stupanj sudjelovanja u GLV.⁴⁷ Unutar EU, participacija u GLV puno je veća u području zemalja centralne i istočne Europe (CEE) nego u ostalim zemljama.

2.6. Europska unija i globalni lanci vrijednosti

Europska unija je najveće svjetsko gospodarstvo, najveći izvoznik i uvoznik, vodeći ulagatelj i primatelj stranih ulaganja te glavni donator pomoći. Također, ona je i najvažniji trgovinski partner za čak 59 država svijeta, dok je primjerice taj broj za SAD 23, a za Kinu 37. EU kao najveće svjetsko gospodarstvo, uvozi jednako poljoprivrednih proizvoda iz zemalja u razvoju koliko zajedno uvoze SAD, Novi Zeland, Japan, Australija i Kanada koji zajedno imaju usporediv broj stanovnika. Europska vanjska trgovina robom i uslugama ostvaruje 34 % BDP-a EU-a, što je za četiri posto više od SAD-a.⁴⁸

Trgovinsku politiku Europske unije, dio koje je i Republika Hrvatska, treba promatrati u kontekstu dviju današnjih realnosti: prva je važnost Unije kao bitnog čimbenika na svjetskoj sceni, a druga je globalizacija i njezin utjecaj na promjene u međunarodnom okruženju, uključujući i porast važnosti globalnih lanaca vrijednosti te dodavanja vrijednosti trgovini. Europska trgovinska strategija nazvana "*Trade for all*" ističe tri ključna načela europske trgovinske politike: učinkovitost, transparentnost i vrijednost. Također, strategija "*Trade for all*" sadrži i posebne dijelove posvećene globalnim lancima vrijednosti i korištenju trgovinskog programa kao sredstva jačanja pozicije EU u globalnim lancima vrijednosti. Ističe jačanje cijele lepeze ekonomskih aktivnosti u cilju stvaranja i prodaje dodane vrijednosti, uključujući i proizvodnju komponenti i finalnih proizvoda, a to je vitalno za ovaj proces.⁴⁹ Također, osim produbljivanja dvostranih trgovinskih odnosa između pojedinačnih zemalja i regija te uklanjanja trgovinskih prepreka za ključna izvozna tržišta, važnu ulogu trgovinske

⁴⁷ Kersan-Škabić, I. (2017.), op.cit. (vidi bilj.3), str.26.

⁴⁸ Europska komisija (2016.) *Politike Europske unije: Trgovina*, Luxembourg, Ured za publikacije EU, str.3.

⁴⁹ Europska komisija (2015.) *Trade for all - Towards a more responsible trade and investment policy*, Luxembourg, Ured za publikacije EU, str.10.

politike EU imaju višestrani pregovori u okviru Svjetske trgovinske organizacije (WTO).⁵⁰ Ključni cilj WTO-a je daljnji razvoj sustava slobodne multilateralne trgovine čime se podržava i olakšava brži rast proizvodnje roba i usluga, pune zaposlenosti, povećanje stopa rasta realnog dohotka i efektivne potražnje, a s time i rastući životni standard u zemljama članicama. Tako se u poslovanju WTO-a ističu četiri načela: nediskriminacije u trgovini (klauzula najpovlaštenije nacije i nacionalnog postupanja); transparentnosti i predvidivosti trgovinskih politika; daljnje liberalizacije i sve lakšeg pristupa tržištima te djelomice načelo reciprociteta.⁵¹

U kontekstu pomoći, Europska unija podržava integraciju zemalja u razvoju u GLV kroz programe Pomoći trgovini (eng. *Aid for Trade*) te programe Olakšavanja trgovine (eng. *Trade facilitation*). Regionalni trgovinski sporazumi (eng. *Regional trade agreements*) mogu također pomoći zemljama u razvoju da se integriraju u GLV.⁵² Cilj programa Olakšavanja trgovine jest ubrzati i olakšati trgovinske transakcije, povećati njihovu efikasnost uz nižu cijenu koštanja te na taj način potaknuti trgovinske tijekove. Uz mjere olakšavanja uvoza i izvoza, program uključuje i mjere poticanja direktnih stranih ulaganja u zemlje u razvoju. Navedeni program kroz olakšavanje prekogranične distribucije i transporta stvara nužan preduvjet sudjelovanja u GLV. Ovaj program dio je šireg konteksta agende Pomoći trgovini (eng. *Aid for trade agenda*). Inicijativa Pomoći trgovini usuglašena je s članicama Svjetske trgovinske organizacije 2005. godine, a EU je 2007. godine razvila svoju Strategiju pomoći trgovini. Godine 2013. završeni su pregovori oko Sporazuma o olakšavanju trgovine WTO-a, a isti je stupio na snagu 2017. godine.⁵³

U 2011. godini 49% trgovine robama i uslugama išlo je kroz GLV, za razliku od 36% u 1995. godini. Tendencija specijalizacije zemalja u pojedinim fazama proizvodnje (vertikalna specijalizacija), pod utjecajem stranih izravnih investicija, dovela je do novih trgovinskih mogućnosti, posebice za male zemlje u razvoju i ekonomije istočne Europe. Neke ekonomije su proširile sudjelovanje u GLV između 1995. i 2011. kroz

⁵⁰ Europska komisija (2016.), op.cit. (bilj. 8), str.10.

⁵¹ Matić B. (2016.) *Poslovanje u vanjskoj trgovini*, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, str.9.

⁵² Europska unija, Global value chains. Dostupno na: https://ec.europa.eu/europeaid/sectors/economic-growth/trade/global-value-chains_en. (20.12.2018.)

⁵³ Europska komisija (2017.) *Aid for trade Report 2017*. (online), Europska komisija, Brussels. Dostupno na: https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/report-aid-for-trade-2017-final-with-stories_en_0.pdf. (20.12.2018.)

uvoz inozemnih inputa u svrhu proizvodnje finalnih dobara. Primjerice Mađarska i Poljska postale su dijelom proizvodnih lanaca za kemikalije, transport i električnu opremu nakon ulaska u EU.⁵⁴

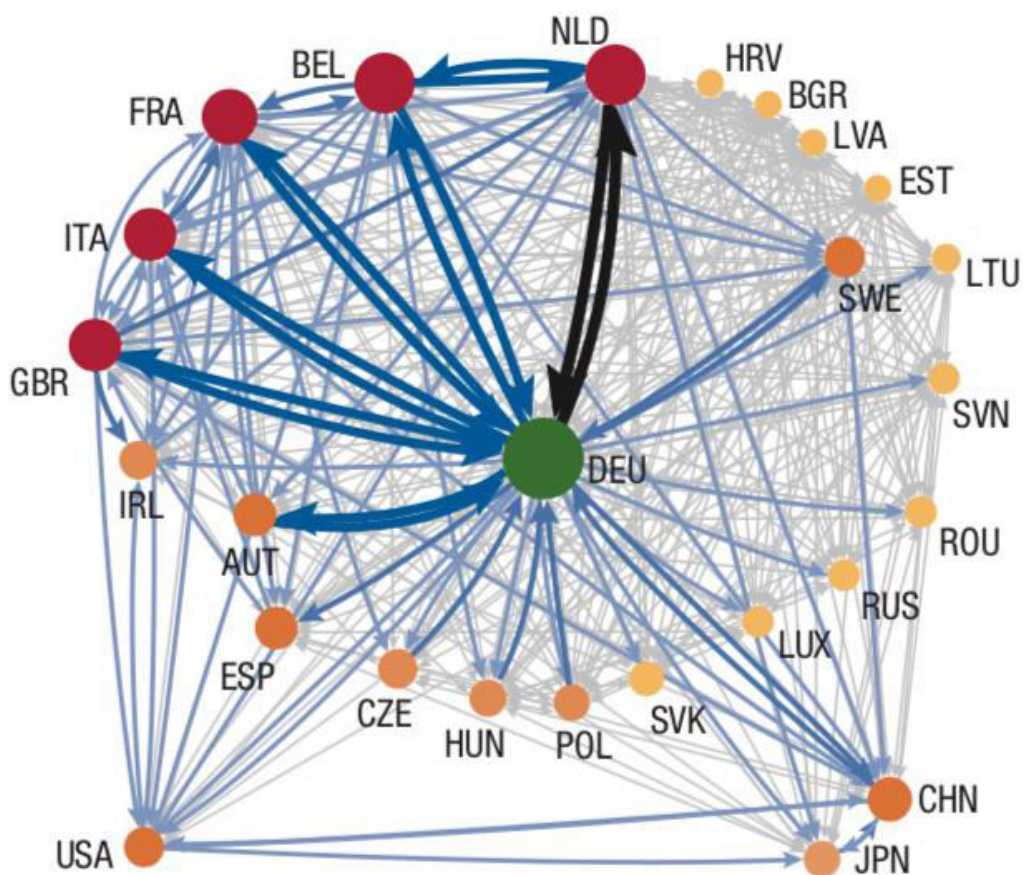
Porast važnosti GLV za svjetsku ekonomiju podrazumijeva ne samo i nove metode mjerenja trgovine, već i promjene u načinu konkuriranja pojedinačnih ekonomija, ali i grupa ekonomija.⁵⁵ Europske zemlje, udružene u Europsku uniju susreću se unutar GLV s konkurentima iz novih zemalja, odnosno s ekonomijama poput Kine, Brazila ili Indije i to za proizvode visoke vrijednosti. Iz tog razloga je Europska komisija istaknula važnost jakog, kompetitivnog i diverzificiranog lanca vrijednosti industrijske proizvodnje kao temelja jačanja konkurentnosti i stvaranja novih radnih mjesta unutar EU.⁵⁶

⁵⁴ WTO (2015.) *World trade statistics 2015*. (online). Dostupno na: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2015_e/its2015_e.pdf. (20.12.2018.)

⁵⁵ Olczyk M. et Kordalska A. (2016.) *Gross Exports versus Value Added Exports: determinants and policy implications for manufacturing sectors in selected CEE countries*, GUT Faculty of Management and Economics Working Paper Series A (Economics, Management, Statistics) No 10/2016 (40)

⁵⁶ Millard, J. et al. (2012.) *Study on internationalisation and fragmentation of value chains and security of supply*, European Commission and DG Enterprise and Industry.

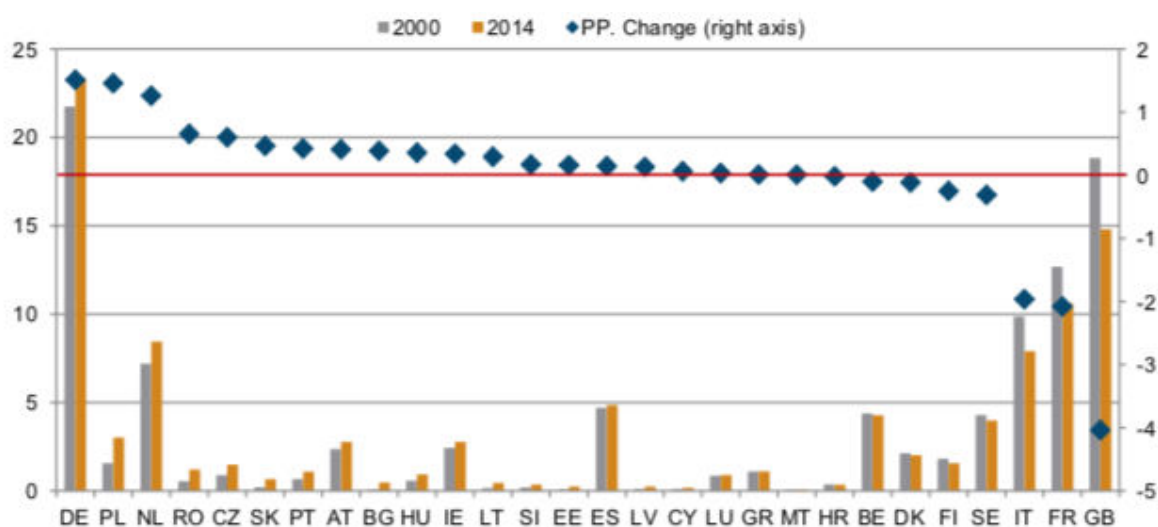
Slika 4. Integracija Europske unije u GLV (strelice su proporcionalne nominalnim trgovinskim tijekovima GLV između zemalja, 2013.)



Izvor: International Monetary Fund (2018.), European wage dynamics and labor market integration, IMF, str. 49.-92.

Iz slike 4. vidi se da je Njemačka daleko najveći izvor intermedijarnih inputa za mnoge EU zemlje, zatim slijede Francuska, Ujedinjeno Kraljevstvo te Italija. Povezanost GLV izvan Europe (s SAD-om i Kinom) je manja u usporedbi s povezanošću unutar Europe te također najčešće prolazi kroz Njemačku.

Grafikon 4. Udio u GLV (EU28 = 100), postotne promjene



Izvor: Stöllinger R. et al. (2018.) Research report 427: Global and Regional Value Chains: How Important, How Different?, The Vienna Institute for International Economic Studies, str.1-87.

Grafikon 4. prikazuje sudjelovanje pojedine zemlje članice EU u GLV te postotnu promjenu 2014. godine u odnosu na 2000. godinu. Vidi se da njemačkom gospodarstvu raste udio u trgovini GLV. Slijedi Ujedinjeno Kraljevstvo koje unatoč zauzetoj drugoj poziciji pokazuje smanjenje sudjelovanja u GLV u odnosu na 2000. godinu, a pad udjela u odnosu na 2000. godinu bilježi i trećeplasirana Francuska.

3. HRVATSKA U GLOBALNIM LANCIMA VRIJEDNOSTI

Republika Hrvatska je članstvom u Europskoj uniji 2013. godine prestala primjenjivati sve do tada važeće nacionalne propise iz područja trgovinske politike kao i multilateralne i bilateralne sporazume o slobodnoj trgovini sklopljene prije njezinog članstva u EU. Kao članica EU u svojim odnosima s trećim zemljama primjenjuje Zajedničku trgovinsku politiku EU (eng. *Common commercial policy of the EU*) koja je u potpunosti u nadležnosti Unije. ZTP uređuje načela trgovinskih odnosa Unije sa svijetom, a obuhvaća i bilateralne trgovinske odnose s trećim zemljama, kao i multilateralne trgovinske odnose kroz suradnju s multilateralnim organizacijama poput Svjetske trgovinske organizacije (eng. *World trade organisation, WTO*). Članstvom u EU, Hrvatska je postala dio jedinstvenog tržišta bez carinskih i necarinskih prepreka čime su smanjeni prekogranični troškovi poslovanja, povećala se konkurencija te je omogućen slobodan pristup tržištu hrvatskim gospodarstvenicima. Također joj je omogućen pristup svim onim državama s kojima Unija ima sklopljene trgovinske sporazume.⁵⁷

U znanstvenoj literaturi nema puno podataka kao ni istraživanja provedenih na temu participacije Republike Hrvatske u globalnim lancima vrijednosti. Prvo takvo istraživanje objavljeno je od strane Kersan - Škabić 2017. godine, dok je drugo istraživanje objavljeno od strane grupe Vidaković - Peruško, Kovač i Jošić u veljači 2018. godine. U nastavku će se rezimirati zaključci dobiveni kroz navedena istraživanja te dovesti u odnos s podacima dobivenim kroz drugo istraživanje Kersan - Škabić (2017.) o sudjelovanju novih članica (13 novih članica) Europske unije u globalnim lancima vrijednosti, dio kojih je i Republika Hrvatska.

3.1. Obilježja i pokazatelji sudjelovanja Republike Hrvatske u GLV na razini gospodarstva

Kad se govori o izvozu mjerenom prema uobičajenim statističkim pokazateljima, odnosno u terminima ukupnog izvoza podaci pokazuju bolje rezultate nego kad se izvoz mjerio u terminima dodane vrijednosti. Dok je izvoz iskazan u ukupnim vrijednostima u 2014. godini iznosio 23,3 milijarde USD, kad je isti prikazan u

⁵⁷ Središnji državni portal. *Zajednička trgovinska politika EU* (online). Dostupno na: <https://izvoz.gov.hr/trgovinska-politika/118>. (11.12.2018.)

terminima dodane vrijednosti isti je iznosio 6,4 milijarde USD manje.⁵⁸ U ukupnom gospodarstvu u vrijednosti izvoza (2014.) znatno dominira domaća dodana vrijednost te se ta situacija nije promijenila u prethodnih 20 godina.⁵⁹

Prema indeksu GLV sudjelovanja, oba istraživanja pokazuju da Hrvatska nije doživjela značajne promjene u razdoblju od 1995. do 2014. godine. Godine 2014. indeks GLV participacije Hrvatske bio je malo ispod svjetskog prosjeka, međutim to je i dalje znatno ispod prosjeka EU, dok se u razdoblju od 1995. do 2011. čak i smanjio. Hrvatska se našla u tzv. sudjelovanju unatrag unutar GLV pozicije što označava veći uvoz intermedijarnih proizvoda u odnosu na izvoz, a navedeno pokazuju oba istraživanja. Na taj način se vidi da RH sudjeluje u završnim proizvodnim fazama GLV.

Kako je RH postala članica Svjetske trgovinske organizacije 2000. godine, a 2001. potpisala Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju s EU pretpostavka je bila da će se navedene loše brojke participacije u GLV popraviti, međutim to se nije dogodilo.⁶⁰ Na navedeno je mogući utjecaj imala i nepovoljna investicijska klima u RH koja se već godinama ne mijenja, čemu u prilog idu istraživanja Hrvatske gospodarske komore iz 2018. godine prema kojem čak 76% poduzetnika misli da je investicijska klima u RH nepoticajna posebice zbog četiri glavne prepreke: pravna sigurnost, pravosuđe, porezne obaveze te druga neporezna davanja.⁶¹ Kod pregleda podrijetla dodane vrijednosti u izvozu (da li prevladava domaća ili inozemna dodana vrijednost), 2014. godine struktura je bila ovakva: 27% bila je indirektna domaća dodana vrijednost, direktna domaća dodana vrijednost dominirala je s 46%, dok je inozemna dodana vrijednost u izvozu bila također 27%. U usporedbi s 2000. godinom, Češka i Slovačka pokazale su veliki skok u udjelu inozemne dodane vrijednosti u izvozu. Te godine u svjetskoj ekonomiji Kina je imala najveći udio indirektna domaća dodane vrijednosti u izvozu.⁶² Prema Kersan - Škabić, 2011. godine je ukupna dodana domaća vrijednost u izvozu iznosila čak 80%, ali u navedenom istraživanju nema

⁵⁸ Vidaković - Peruško I., Kovač K. i Jošić M. (2018.), op.cit. (bilj. 38), str.7.

⁵⁹ Kersan - Škabić, I. (2017) *Sudjelovanje Republike Hrvatske u globalnim lancima vrijednosti ili obilježja hrvatske vanjske trgovine dodanom vrijednošću*, op.cit. (bilj.15), str. 600.

⁶⁰ Ibidem, str. 601.

⁶¹ Hrvatska gospodarska komora (2018.) *Republika Hrvatska - kako do bolje poslovne klime?* (online). Dostupno na: http://www.ipk.hgk.hr/wp-content/uploads/2018/04/Indeks_poslovne_klime_2018_final.pdf. (20.12.2018.)

⁶² Vidaković - Peruško I., Kovač K. i Jošić M. (2018.), op. cit. (bilj. 38), str.8.

podataka o direktnoj i indirektnoj komponenti domaće dodane vrijednosti. U izvozu usluga također dominira domaća dodana vrijednost. Oba istraživanja zapravo idu u prilog negativnoj trgovinskoj slici RH kao zatvorene zemlje.

Najveći dio dodane vrijednosti bio je iz sljedećih članica EU: Njemačke, Italije i Slovenije u 2011., a istraživanje iz 2014. godinu potvrdilo je da je Njemačka najvažniji partner RH (zbog mogućnosti sudjelovanja unaprijed i unatrag), a zatim slijede Italija, Austrija i Slovenija. Tu je istaknuta regionalnost HR trgovine. Godine 2011. industrijski sektori s najvišim doprinosom domaćem izvozu bili su: kemijski proizvodi, električna i optička oprema te transportna oprema, a u svima najveći doprinos daje domaća dodana vrijednost. Inozemna zastupljenost dodane vrijednosti vidljiva je najviše u sektoru kemijskih proizvoda te transportne opreme.⁶³

U 2014. godini najveća domaća dodana vrijednost bila je u poljoprivrednom sektoru i uslugama. Posebno visok udio (više od 75%) domaće dodane vrijednosti bio je u izvozu u opskrbi vodom, hranom i pićima i duhanskoj industriji, farmaceutskoj industriji, elektronike i računala i sakupljanju otpada.⁶⁴

⁶³ Kersan - Škabić, I. (2017.) *Sudjelovanje Republike Hrvatske u globalnim lancima vrijednosti ili obilježja hrvatske vanjske trgovine dodanom vrijednošću*, op.cit. (bilj.15), str. 601.

⁶⁴ Vidaković - Peruško I., Kovač K. i Jošić M. (2018.), op. cit. (bilj. 38), str.8.

Tablica 1. Indeks sudjelovanja u GLV Republike Hrvatske za 1995., 2005. i 2011. godinu

	1995.	2005.	2011.	Promjena 2011./1995. u %
Ukupno	35,3	34,1	34,1	-3,4
Prerađivačka industrija	40,1	41,2	41,0	2,4
Proizvodnja hrane, pića i duhana	21,6	25,1	36,7	70,0
Proizvodnja tekstila, odjeće, kože i obuće	28,6	24,7	23,8	-16,8
Proizvodnja drva, papira, printanje i izdavaštvo	21,9	25,8	21,5	-1,8
Kemijski proizvodi i nemetalni mineralni proizvodi	38,9	46,5	46,3	19,0
Metali i metalni proizvodi	33,7	35,8	32,7	-3,0
Strojevi i oprema	31,1	30,4	27,1	-12,9
Električna i optička oprema	25,5	27,1	24,5	-3,9
Transportna oprema	37,8	40,7	36,5	-3,4
Opskrba električnom energijom, plinom i vodom	21,0	37,01	36,3	72,9
Građevinarstvo	23,6	29,6	28,2	19,5

Izvor: Kersan - Škabić, I. (2017.) *Sudjelovanje Republike Hrvatske u globalnim lancima vrijednosti ili obilježja hrvatske vanjske trgovine dodanom vrijednošću*, op.cit. (bilj.15), str. 601.

Istraživanje sudjelovanja novih zemalja članica EU (eng. *European union new member states*, EU NMS) u trgovini dodanom vrijednošću (TiVA), također je potvrdilo Europu kao regionalni centar, zbog velikog udjela dodane vrijednosti iz zemalja članica EU u ukupnom izvozu, ali i finalnoj potražnji, s istaknutom ulogom Njemačke i Italije. Hrvatska kao i ostalih 12 novih članice EU imaju naglašeno sudjelovanje unatrag.⁶⁵

⁶⁵ Kersan - Škabić I. (2017.) *Trade in Value Added (TiVA) in EU New Member States (EU NMS)*, Croatian Economic Survey : Vol. 19 (2) str. 125.

4. ZAKLJUČAK

Svakodnevno se susrećemo s proizvodima koji su sastavljeni kroz globalne lance vrijednosti, niti ne razmišljajući da ono što nama kao kupcima predstavlja vrijednost, a proizvođaču profit i konkurentsku prednost, jesu pomno odabrani dijelovi proizvodnog procesa prikupljeni diljem svijeta tako dodajući kunu po kunu vrijednost proizvodu. Globalizacija je postigla bolju međunarodnu povezanost kroz razvoj telekomunikacija, transporta, tehnologije, boljih standarda i metoda usklađivanja procesa te liberalizacije trgovine tako stvarajući novu razinu trgovinske razmjene. Fragmentacija svih aktivnosti tvrtke od komponenta do finalne upotrebe proizvoda, dovela je do sve veće specijalizacije rada te do porasta trgovine intermedijarnim dobrima, što je nadalje, impliciralo potrebu za novim mjernim alatima međunarodne trgovine koje se sada mjeri u terminima dodane vrijednosti. Europska unija nameće se kao globalni lider u uvozu i izvozu, ulaganju i primanju stranih investicija te doniranju pomoći. U terminima dodane vrijednosti, većina europske dodane vrijednosti u ukupnom izvozu i potražnji jest generirana iz zemalja članica, što ukazuje da je EU svojevrsan zatvoreni sustav. Tu se ističe Njemačka s jednim od najvećih svjetskih udjela domaće dodane vrijednosti u izvozu. Zemlje koje najviše sudjeluju u GLV jesu: Luksemburg, Slovačka, Mađarska i Republika Češka.

S obzirom na članstvo u EU, obeshrabrujući je podatak da je Hrvatska na zadnjem mjestu po GLV participaciji na razini Europske unije. Sudjelovanje u GLV znatno može povećati konkurentnost gospodarstva, stoga zemlje koje su kao Hrvatska relativno zatvorene prema svijetu, trebaju početi razmišljati na razini dodane vrijednosti koju je moguće postići jedino specijalizacijom unutar značajnih industrija te isporukom inovativnih i diferenciranih dobara, ali i boljom investicijskom i trgovinskom politikom zemlje. Dobar primjer iskorištavanja prednosti GLV (nakon ulaska u EU) jest Mađarska koja je povećanom participacijom u GLV kroz kemijsku industriju, industriju električne opreme i industriju transporta uspjela ojačati svoju trgovinsku poziciju. Hrvatsku poziciju unutar GLV karakterizira sudjelovanje unatrag koje označava poziciju HR (sudjelovanje u završnim fazama proizvodnje) odnosno veći uvoz intermedijarnih proizvoda u odnosu na izvoz, a navedeno bi mogla popraviti uvozom jeftinijih stranih inputa tako povećavajući konkurentnost. Iz svega

navedenoga, vidljiva je kompleksnost tematike kao i nužnost otvaranje Hrvatske prema svijetu.

5. POPIS LITERATURE

Popis knjiga

1. Darboš, M. (2015.), *Evolucija konkurentske prednosti*, Naklada Ljevak, Zagreb, str.74.
2. Kersan - Škabić, I. (2017.) *Suvremeni trendovi u međunarodnoj ekonomiji*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma "Dr.Mijo Mirković", Pula, str.14.
3. Matić B. (2016.) *Poslovanje u vanjskoj trgovini*, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, str.9.
4. Porter, M. E. (1990.) *Konkurentska prednost*, Masmedia, Zagreb, str.49.- 65.
5. Segetlija Z. et al. (2011.) *Ekonomika trgovine*, Novi informator, Zagreb, str.155.

Popis članaka u časopisima

1. Agarwal R. i Gort M. (2001.) *First Mover Advantage and Speed of Competitive Entry*, 1887.-1986., Journal of Law and Economics, 44(1), str.162.-178.
2. Baldwin R., and Lopez-Gonzalez J. (2013.) *Supply-Chain Trade: A Portrait of Global Patterns and Several Testable Hypotheses*, NBER Working Paper 18957, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA., str.1682.-1721.
3. Cattaneo O, Gereffi G, Staritz C (2010) *Global value chains in a postcrisis world: resilience, consolidation, and shifting end markets*. The World Bank, Washington, str.3.- 20.
4. De Backer K. i Miroudot S. (2013) *Mapping Global Value Chains*, OECD Trade Policy Papers, No. 159, OECD, str.1.-47.
5. Grossman G.M. i Rossi-Hansberg E. (2008.) *Trading Tasks: A Simple Theory of Offshoring*, American Economic Review, American Economic Association, vol. 98(5), str.1978.-1997.
6. Humphrey J. and Schmitz H. (2002.) *How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters?*, Regional Studies, 2002, vol. 36 (9), str.1017.-1027.
7. Kersan - Škabić I. (2017.) *Trade in Value Added (TiVA) in EU New Member States (EU NMS)*, Croatian Economic Survey : Vol. 19 (2) str. 105.-133.

8. Kersan - Škabić, I. (2017) *Sudjelovanje Republike Hrvatske u globalnim lancima vrijednosti ili obilježja hrvatske vanjske trgovine dodanom vrijednošću*, Ekonomski pregled, 68 (6), str. 591.-610.
9. Koopman et al. (2010.) *Give Credit Where Credit Is Due: Tracing Value Added in Global Production Chains*, NBER Working Paper No. 16426., str.1.-58.
10. Lorincz N. (2017.) *Main characteristics of nowadays' global value chains and their relevance to the hungarian automotive manufacturing industry*, Budapest management review, str.35.-48.
11. Millard, J. et al. (2012.) *Study on internationalisation and fragmentation of value chains and security of supply*, European Commission and DG Enterprise and Industry, str.1.-49.
12. Olczyk M. et Kordalska A. (2016.) *Gross Exports versus Value Added Exports: determinants and policy implications for manufacturing sectors in selected CEE countries*, GUT Faculty of Management and Economics Working Paper Series A (Economics, Management, Statistics) No 10/2016 (40), str.1.-27.
13. Europska komisija (2015.) *Trade for all - Towards a more responsible trade and investment policy*, Luxembourg, Ured za publikacije EU, 1.-36.
14. Europska komisija (2016.) *Politike Europske unije: Trgovina*, Luxembourg, Ured za publikacije EU, str.1.-16.
15. Schmitz H. (2003.) *Value Chain Analysis for Policy-makers and Practitioners* (google-knjiga), International Labour Organization, str.1.-67.
16. Taglioni D. and Winkler D. (2016.) *Making Global Value Chains Work for Development*. Trade and Development series. Washington, DC: World Bank, str. 1.-289.
17. International Monetary Fund (2018.), *European wage dynamics and labor market integration*, IMF, str. 49.-92.
18. Stöllinger R. et al. (2018.) *Research report 427: Global and Regional Value Chains: How Important, How Different?*, The Vienna Institute for International Economic Studies, str.1-87.

Popis internetskih izvora

1. Ali-Yrkkö, J., Rouvinen, P., Seppälä, T. et al. (2011.) *Who Captures Value in Global Supply Chains? Case Nokia N95 Smartphone*. Journal of Industry,

- Competition and Trade, Vol.11, no 3. Dostupno na:
<https://doi.org/10.1007/s10842-011-0107-4>, str. 263.-278. (11.12.2018.)
2. Arena, M. (2017.) *Radni dokument o utjecaju međunarodne trgovine i trgovinskih politika EU na globalne lance vrijednosti* (online) Bruxelles: Odbor za međunarodnu trgovinu Europskog parlamenta. Dostupno na:
http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/plmrep/COMMITTEES/INTA/DT/2017/07-10/1117588HR.pdf. (10.12.2018.)
 3. Cusolito A. P., Safadi R., and Taglioni D. for OECD/The World Bank (2017.), *Inclusive Global Value Chains: Policy Options in Trade and Complementary Areas for GVC Integration by Small and Medium Enterprises and Low-Income Developing Countries*, The World Bank, Washington, D.C. Dostupno na: <https://doi.org/10.1787/9789264249677-en>, str.2. (12.12.2018.)
 4. Europska komisija (2017.) *Aid for trade Report 2017*. (online), Europska komisija, Brussels. Dostupno na: https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/report-aid-for-trade-2017-final-with-stories_en_0.pdf. (20.12.2018.)
 5. Europska unija (2018.), *Global value chains*. Dostupno na: https://ec.europa.eu/europeaid/sectors/economic-growth/trade/global-value-chains_en. (20.12.2018.)
 6. Hrvatska gospodarska komora (2018.) *Republika Hrvatska - kako do bolje poslovne klime?* (online). Dostupno na: http://www.ipk.hgk.hr/wp-content/uploads/2018/04/Indeks_poslovne_klime_2018_final.pdf. (20.12.2018.)
 7. Hummels D., Ishii J. i Yi K. M.(2001.) *The nature and growth of vertical specialization in world trade* (online), Journal of International Economics, 54, (1), 75.-96. Dostupno na:
https://econpapers.repec.org/article/eeeinecon/v_3a54_3ay_3a2001_3ai_3a1_3ap_3a75-96.htm. (18.12.2018.)
 8. Koopman R., Wang Z. and Wei S.J.(2012.) *The Value-added Structure of Gross Exports and Global Production Network* (online), United States International Trade Commission. Dostupno na:
http://www.wiod.org/conferences/groningen/slides/Wang_slides.pdf. (19.12.2018.)
 9. OECD (2013.) *Meeting of the OECD Council at Ministerial level - Interconnected economies: benefiting from global value chains* (online). Dostupno na: [https://www.oecd.org/mcm/C-MIN\(2013\)15-ENG.pdf](https://www.oecd.org/mcm/C-MIN(2013)15-ENG.pdf). (15.12.2018.)

10. OECD (2014.) *Perspectives on Global Development 2014: Boosting Productivity to Meet the Middle-Income Challenge*, OECD Publishing. Dostupno na: https://dx.doi.org/10.1787/persp_glob_dev-2014-en. (16.12.2018.)
11. OECD (2018.) *TiVA Indicators - 2018 update* (online). Dostupno na: <http://www.oecd.org/industry/ind/tiva-2018-flyer.pdf>. (20.12.2018.)
12. OECD (2018.): *Trade Policy Implications of Global Value Chains* (online). Dostupno na: <https://www.oecd.org/tad/trade-policy-implications-global-value-chains.pdf>. (07.01.2019.)
13. Središnji državni portal. *Zajednička trgovinska politika EU* (online). Dostupno na: <https://izvoz.gov.hr/trgovinska-politika/118>. (11.12.2018.)
14. Statistički portal Statista. *Number of mobile phone users worldwide from 2015 to 2020*. (online). Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/274774/forecast-of-mobile-phone-users-worldwide/>. (10.12.2018.)
15. Stephenson, S. (2013.) *Global Value Chains: The New Reality of International Trade* (online), E15Initiative, Geneva: International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD) and World Economic Forum. Dostupno na: <http://e15initiative.org/publications/global-value-chains-the-new-reality-of-international-trade/>. (15.12.2018.)
16. World economic forum (2012): *The Shifting Geography of Global Value Chains: Implications for Developing Countries and Trade Policy* (online). Dostupno na: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GAC_GlobalTradeSystem_Report_2012.pdf. (07.01.2019.)
17. WTO (2015.) *World trade statistics 2015*. (online). Dostupno na: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2015_e/its2015_e.pdf. (20.12.2018.)

POPIS SLIKA

Slika 1. Dekompozicija svjetskog bruto izvoza u bilijunima usd (2005.-2016.)	4
Slika 2. Globalni partneri u procesu sklapanja zrakoplova boeing 787	10
Slika 3. Prikaz lanca vrijednosti i njegovih aktivnosti	15
Slika 4. Integracija europske unije u glv	26

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Dodana vrijednost i dvostruko računanje u bruto izvozu	17
Grafikon 2. Dekompozicija ukupnog izvoza zemlje	19
Grafikon 3. Sudjelovanje odabranih ekonomija u glv za 2005. i 2011. godini.....	22
Grafikon 4. Udio u glv (eu28 = 100), postotne promjene	27

POPIS TABLICA

Tablica 1. Indeks sudjelovanja u glv republike hrvatske za 1995., 2005. i 2011. godinu	31
--	----

SAŽETAK

GLV su moderna pojava koja diktira svjetske trgovinske tokove današnjice, a nastali su ekspanzijom aktivnosti multinacionalnih kompanija i njihovom disperzijom procesa proizvodnje kroz više zemalja. Priroda poslovanja 21. stoljeća promijenila se iz trgovine gotovim proizvodima u trgovinu zadaćama gdje se zemlje specijaliziraju unutar različitih segmenata globalnih lanaca vrijednosti što dodaje vrijednost cjelokupnom GLV. Trgovina dodanom vrijednošću umjesto klasičnog ukupnog izvoza zemlje, mjeri mjesto nastanka dodane vrijednosti, tako razlikujući domaću od inozemne dodane vrijednosti u ukupnom izvozu zemlje. Dobra poslovna okolina, dostupna infrastruktura, ulaganje u znanja, inovacije i usluge te optimalan zakonodavno - politički okvir neke zemlje, čine plodno tlo za sudjelovanje u GLV. Trgovina dodanom vrijednošću kao neizostavna karakteristika globalnih lanaca vrijednosti, dala je mogućnost pristupa svjetskom tržištu svim onim zemljama koje žele igrati u globalnoj trgovinskoj utakmici. Na žalost Hrvatska se do sada nije iskazala, već po sudjelovanju u GLV, od svih zemalja Europske unije zauzima posljednje mjesto. Zato su priliku koju sudjelovanje u GLV nudi najviše iskoristile Luksemburg, Slovačka, Mađarska i Republika Češka.

Ključne riječi: globalni lanci vrijednosti, trgovina dodanom vrijednošću, međunarodna trgovina, EU, Republika Hrvatska

SUMMARY

GVC are modern phenomenon that dictates nowadays world's trade flows, and is created by expansion of the activities of multinational companies and their dispersion of production processes across multiple countries. The nature of the 21st century has changed from the trade with finished goods to the trade of tasks where countries specialize within different segments of global value chains that adds value to the overall GVC. Trade with added value instead of the classic total country export is measured with the place of formation of value added, thus distinguishing domestic from foreign added value in total country export. Good business environment, available infrastructure, investment in knowledge, innovation and services, and the optimum legislative-policy framework of a country, makes a fertile ground for participation in the GVC. Trade with added value as an inevitable characteristic of global value chains, has given the ability to access the world market to all of those countries that wants to take part in a global trade game. Unfortunately Croatia did not utilized well the participation in the GVC, it occupies the last place of all the European Union countries. The opportunity offered by the participation in the GVC was best used by Luxemburg, Slovakia, Hungary and the Czech Republic.

Key words: global value chains, value-added trading, international trade, EU, Republic of Croatia