

Marko Jurakić*

MENADŽMENT U VRIJEME EKONOMSKE KRIZE I INFLACIJE

MANAGEMENT IN THE AGE OF ECONOMIC CRISIS AND INFLATION

Sažetak

Predmet ovog rada je menadžment u uvjetima krize i inflacije na globalnom tržištu, s posebnim osvrtom na EU, SAD, Rusiju i SFRJ. Istraživanje provedeno u radu bazirat će se na dijalektičkim, sintetičkim, verifikacijskim posebnim metodama koje ispituju specifične ekonomske pojave i ciljeve istraživanja ekonomske stvarnosti i menadžmenta (indukcija, dedukcija, analiza, sinteza, komparacija). Rezultati istraživanja ukazat će na utjecaj krize i inflacije na menadžment, s posebnim naglaskom na holistički menadžment zasnovan na ljudskim resursima kao nositeljima znanja. Strukturu rada čine uvod, temeljna tema rada i zaključak u kome će naglasak biti na menadžmentu, krizi i rastućoj inflaciji na globalnoj i regionalnoj razini.

Ključne riječi: *kriza, inflacija, upravljanje, globalno tržište, ljudski resursi, znanje.*

Abstract

The subject of this paper is management in conditions of crisis and inflation on the global market, with special reference to the EU, USA, Russia and SFRJ. The research carried out in the paper will be based on dialectical, synthetic, verification and special methods that examine specific economic phenomena and research goals of economic reality and management (induction, deduction, analysis, synthesis, comparison). The research results will indicate the impact of crisis and inflation on management, with a special emphasis on holistic management based on human resources as knowledge bearers. The structure of the paper consists of an introduction, the core of the paper's topic and a conclusion in which the emphasis will be on management, the crisis and growing inflation on a global and regional level.

Key words: *crisis, inflation, management, global market, human resources, knowledge.*

* **Doc. dr. sc. Marko Jurakić**, Vimal Akademija - međunarodni centar za razvoj ljudskih potencijala, Moslavačka Slatina, Put kroz selo 3c, Hrvatska; email: markovimal@gmail.com

UVOD

Gotovo sve što je predmet svakodnevne borbe u životu čovjeka „svodi se na ekonomiju, njihova radna mjesta, zaradu i/ili mirovine, investicije, rast i razvoj, izvoz, konkurenciju, „državu blagostanja“ i sigurnost (Ristić, 2012, str. 164).“ Neprestano poboljšavanje produktivnosti na području znanja i rada je osnovni postulat suvremene ekonomske znanosti i jedan od najznačajnijih faktora koje poduzeće koristi u konkurentskom okruženju na globalnom tržištu.

Naziv menadžment etimološko porijeklo vodi od engleskih riječi „man“ (muškarac, čovjek) i „age“ (starost), što bi prevedeno na naš jezik značilo „čovjek od iskustva ili iskusni čovjek.“ Menadžment kao znanost podrazumijeva da se organizacija kao univerzalni sistem usmjerava na procese koji vode ostvarivanju ciljeva i strategije. Menadžerima veliki problem predstavlja suvremeno tržište koje je konkurentno što je promatrano dugoročno vrlo dobro za korisnike obzirom da i potiče na inovativnost, stalno učenje, upravljanje znanjem i rizicima koji mogu dovesti do kriznih situacija. Menadžment je suštinski bitan dio poslovnog okruženja kompanija koje svoje poslovanje obavljaju u teškim vremenima i uvjetima sklonim stalnim promjenama, kriznim situacijama, a 21. stoljeće obilježiti će znanje.

Kao krajnji i optimalni cilj menadžmenta navodi se težnja da se zadovolje potrebe kupaca kao krajnjih potrošača i ostvari misija, vizija, strategija i poslovni ciljevi kompanije. To je osnovni razlog što je predmet ovog rada menadžment u uvjetima krize i inflacije na globalnom tržištu, s posebnim osvrtom na Europsku uniju koja se od 2. svjetskog rata nije susrela s ovakvom krizom i inflacijom u svojim nacionalnim ekonomijama, tendencijom pojave recesije u SAD prvenstveno na tržištu nekretnina koje je u ovom trenutku dostiglo najnižu cijenu od 1987. godine, ratom Rusije i Ukrajine kao velikim opskrbljivačima energetskih izvora za istočnoeuropske i afričke zemlje, čime su pokrivene najveće svjetske sile, što je ostavilo nesagledive posljedice na rast i razvoj menadžmenta, a posebno holističkog menadžmenta, odnosno „strukturu života i faktora odgovornih za nastanak, tijek i razvoj holizma u menadžmentu kroz matricu inovativnog planiranja, organiziranja, vođenja i kontrole, u poduzetničkoj organizaciji (Jurakić, 2019).

U prethodnih nekoliko desetljeća menadžment je doživio ogromnu ekspanziju i prisutan je u svim područjima ljudske kreativnosti. Bez menadžmenta i menadžera danas se ne može zamisliti nijedno područje, ni bilo kakav pothvat. Ipak još uvijek kao pojam, menadžment stvara dvojbu za većinu teoretičara. Menadžment je socijalna tehnologija, način da se određena zamisao ostvari djelovanjem drugih. Uvjet opstanka i neprekidnog razvoja ljudskog znanja i iskustva je uzrok intenzivnih promjena koje kao takve utječu na rast znanosti i tehnologije, radi potrebe za stabilnim usavršavanjem menadžmenta. Promatrano sa šireg društvenog aspekta, svaka organizacija u uvjetima gdje vlada tržišna ekonomija kao primarni cilj sebi postavlja da maksimizira profit i ostvari dobit, što je oduvijek dugoročna težnja (prije stotinu godina, ali i u suvremenim poslovnim uvjetima na globalnom tržištu). S druge strane uvjeti početkom 20. stoljeća su bili daleko povoljniji: prirodnih resursa je bilo u izobilju, vladala je globalna povezanost organizacija, a konkurencija je bila daleko manje izražena, što je ostavljalo menadžmentu više prostora za uspješno djelovanje i dovoljno vremena da se prilagodi promjenama u okruženju. Ujedno su učili na svojim greškama, a dodatnu sigurnost davalo je saznanje da se „hoda po utabanim stazama menadžerskog upravljanja“ bilo da su u pitanju resursi, organizacija poslova rada i strukture ili samih proizvodnih procesa.

1. ULOGA MENADŽMENTA U SUVREMENOM POSLOVNOM TRŽIŠNOM OKRUŽENJU

Za 20. i 21. stoljeće vezuju se najznačajnije promjene sa kojima započinje proces odvajanja upravljanja od vlasništva. Menadžersko upravljanje predstavlja sposobne, stručne izvršitelje koji se uvode u upravljanje, kao i vlasnike poduzeća/kompanija koji imaju poduzetničku moć predviđanja, misiju i viziju kako treba da izgleda njihov biznis i upravljanje menadžmentom, bilo da je u pitanju sam vlasnik ili angažman profesionalnog soja obučenih ljudi iz područja menadžmenta. Prema Penezić „Vlasnik je osoba s posebnim duhom i poslovnom intuicijom, koji ima rukovodeće sposobnosti i posjeduje spremnost da prepozna, uoči i koristi prilike vezane za biznis, u kombinaciji s proizvodnim čimbenicima. Poduzetnik je također odlučan da preuzme rizik i svoje aktivnosti koje su obavijene neizvjesnošću upravljanja organizacijom, izgradi na temelju inoviranja i trajnog razvoja u cilju stvaranja nove vrijednosti“ (Penezić, 2009, str. 92). Njihova glavna odlika je znanje koje su stekli u kombinaciji sa prethodnim iskustvom, vjerojatnošću i sigurnošću. Samo na taj način moguća je uspješna realizacija zadataka koji su postavljeni, uz prateće očekivane ili jače efekte. U suvremenom svijetu gdje je izražen nedostatak prirodnih i drugih resursa, konkurencije koja je nemilosrdna, promjene i upravljanje promjenama su od presudnog značaja za opstanak i rast poduzeća, a ono što suvremene organizacije imaju zajedničko jest da njihov evidentan uspjeh većim dijelom dolazi kao rezultat inovacija praćenih rizikom u manjem ili većem opsegu. Uspjeh inovacija u tržišnim uvjetima je u funkciji očekivanih ekonomskih efekata, odnosno projekcije profitabilnosti i poslovnih rezultata.

Menadžment promatran sa šireg aspekta podrazumijeva odlučivanje o ciljevima poduzeća i organizacijskog sustava poduzeća koji ima ulogu da poslovnu politiku uskladi na način da se ti ciljevi i realiziraju. Također, menadžment osmišljava načine i sredstva, kao i pravilno korištenje rezultata koji su postignuti u poslovanju na konkurentskom i turbulentnom tržištu. U užem smislu, može se reći da je najkompleksnija definicija ona prema kojoj „Menadžment predstavlja sveobuhvatan proces sačinjen od koraka planiranja, organiziranja, rukovođenja, kontrole, korištenja organizacijskih resursa i angažiranja cjelokupnog radnog kolektiva (zaposlenici, sve razine menadžmenta) sa ciljem ostvarivanja ciljeva poslovanja organizacije.“

Holizam kao pristup menadžmentu svoju osnovu pronalazi u objektivnoj stvarnosti organizacija u suvremenim tržišnim uvjetima poslovanja, ljudskom potencijalu, radu u timovima, organizacijskoj strukturi koja je fleksibilna i inovativna, efikasnom načinu komuniciranja, strategijskom i drugim znanstvenim disciplinama menadžmenta, marketinškim aktivnostima baziranim na direktnom marketingu i povezanostis kupcima u cilju promocije proizvoda/usluga i plasmana na tržište, razvojem tehnologije i proizvodnih kapaciteta, konkurentnošću na svim razinama, upotrebom informacijskih tehnologija, ukidanjem suvišnih propisa (deregulacija ekonomije), širenja s nacionalnih na globalna tržišta i drugo, a predmet istraživanja rada, upravo je analiza pristupa menadžmentu sa stajališta holizma u uvjetima krize i inflacije u suvremenom svijetu (Jurakić, 2019). „Na tržištu vodeći primat zauzimaju kompanije koje su u stanju da mobiliziraju znanje, tehnološke vještine i iskustvo, kao i da konstantno kreiraju nove proizvode, procese i usluge, i time znatno umanje rizik, s obzirom da inovacija donosi korist na nekoliko različitih načina. Novi proizvodi omogućavaju da se osvoji i zadrži udio na tržištu, ali i da se uveća profitabilnost na tržištu. Iako se najčešće novi proizvodi i usluge doživljavaju kao vrhunac

inovacije, inoviranje procesa je podjednako važno naročito u holističkom pristupu (Drucker 1991, 1993; Denning 2005; Dess, Lumpkin & Eiser 2007; Avlijaš, 2010).“

„Organizacija promatrana kao poslovni sustav djeluje holistički na način da odražava stanje cjeline oblikovane veće i drukčije od zbroja svojih dijelova; svoje funkcije i poslovne jedinice obavlja u kooperaciji, tako da zaposleni radeći „kao jedno biće“ dostižu veći stupanj efikasnosti, efektivnosti i produktivnosti. Ovaj model se zasniva na složenoj strukturi koja je oslobođena svih stega, gdje ne postoji hijerarhijska već horizontalna odgovornost i moć, a svaki zasebni dio je razina organizacije. Holizam ima svoje prednosti izražene u shvaćanju ljudskih resursa kao područja menadžmenta koje je zasnovano na motivaciji, zajedništvu, dijeljenju moći s obzirom da sudjeluju ravnopravno u operativnom djelovanju i odlučivanju, ali i u odgovornostima za postignute rezultate, ali i za prirodu, kao i za društvo u cjelini (Jurakić, 2019).“

*Šta je vrijednije od zlata? - Dijamant Od dijamanta? - Znanje.
Od svih dobara na svetu znanje je najbolje:
Ono se ne može ni uzeti, ni dati, ni kupiti, ni prodati;
Ono ostaje zauvijek tvoje, kad ga jednom stekneš.*

Hitopadesha

Nove tehnologije i znanje postaju osnovni pokretač razvoja moderne globalne ekonomije, a inovativne zemlje su iz tog razloga daleko uspješnije, brže se prilagođavaju promjenama i s razlogom nose naziv „razvijene“.

Promatrano u posljednjih nekoliko godina kada je na globalnoj razini kriza uslijed pandemije virusa COVID-19 i kada su ljudski resursi može se reći „desetkovani“, postavlja se pitanje koliko je realno oslanjati se na ljudske resurse, cjelinu i timski rad, obzirom da je osnovna karakteristika poslovanja i funkcioniranja kompanija u uvjetima pandemije bila usmjerena na individualni rad od kuće u cilju zaštite općeg zdravlja i sprečavanja širenja virusa. Mnoge velike kompanije „zatvorile su svoja vrata“, odnosno prestala da posluju s obzirom da nisu mogle da izdrže teret krize, nestašicu zaposlenih i ograničenu prodaju proizvoda/usluga. Kriza je najviše pogodila područje turizma, ugostiteljsko-hotelijerske kompanije, modnu industriju, transport i logistiku, odnosno sve kompanije sa ogromnim brojem zaposlenih i mrežama organizacijskih jedinica po svijetu koje su pružale usluge.

1.1. Konkurentnost kao pokretač promjena u suvremenom menadžmentu

Kompanije koje svojim proizvodima/uslugama iz ponude nastupaju konkurentno će uvećati svoj tržišni udio prije onih organizacija koje nisu adekvatno pripremljene za tržišnu borbu. Konkurenti na svaki način žele da preuzmu kupce i uvećaju svoj udio i profit u poslovanju, te stoga treba biti „korak ispred svih“ i prilagoditi svoje proizvode/usluge takvim uvjetima, odnosno ponuditi inovativna, kvalitetna i drugačija rešenja i pristupe. Posljednja dekada prošlog stoljeća svjedoči o početku perioda koji karakterizira globalna konkurencija i prodor na svjetsko tržište kompanija koje su orijentirane međunarodno, pri čemu se naglasak stavlja na ponašanje kompanija koje nastoje da dugotrajno i uspješno napreduju i da se ponašaju globalno.

Da bi organizacija mogla da se suoči sa svojom konkurencijom neophodno je da sagleda vlastite slabosti, snage, šanse i da tek na osnovu dobivenih rezultata pokuša da nađe strategiju izlaska na tržište koja je adekvatna vrsti i kvalitetu proizvoda koji se plasiraju na tržište. Osnovna funkcija svakog industrijskog poduzeća je da realizira proizvode za potrebe krajnjeg korisnika, odnosno potrošača. Ova funkcija se realizira kroz proizvodne i poslovne procese koji se odvijaju pod utjecajem vanjskih i unutrašnjih faktora, a proizvodni sustav pri tom mora da ostvari svoju ulogu transformacije materijalnih dobara niže upotrebne vrijednosti u dobra više upotrebne vrijednosti. Razvojem poduzeća dolazi do potrebe da se ubrzano razvijaju i prateći procesi koji predstavljaju osnovu za praćenje i podršku proizvodnom poduzeću (npr. informacijski sistemi; istraživanje i razvoj i dr.).

Poslovni sistem predstavlja skup dijelova proizvodnog sistema i ostalih poslovno orijentiranih podsistema kao što su upravljanje radnim sistemom, marketing, razvoj, upravljanje novčanim tokovima, integralna systemska podrška i opći poslovi. Kako je svaki poslovni proces pomoću svojih podsistema povezan sa okolinom i potrebama okoline koje treba zadovoljiti, može se zaključiti da dinamika promjena u skladu sa uvjetima okoline utiče i na radni sistem. Velikim dijelom od menadžera zavisi koliko uspješno će neka organizacija postići svoje ciljeve i istovremeno ispuniti svoje društvene odgovornosti.

Strategijski menadžment i strategija, prema Milisavljević (2000, str. 4+-7), pokazuje na koji način je potrebno analizirati okruženje, koje se promjene u okruženju događaju s aspekta poslovanja organizacije, koji sistemi kulture i vrijednosti postoje u korporativnim organizacijama, zašto su zaposleni kao resursi najvažniji dio organizacije, kako treba upravljati i koristiti znanje u organizaciji općenito, ali i u organizaciji koja uči, i na kraju koji je najefikasniji sistematski pristup i uloga menadžmenta u odnosu na povezivanje dijelova organizacije u jednu jedinstvenu cjelinu koja će se stopiti sa okruženjem i osigurati dugoročan uspjeh bez potencijalnih kriznih situacija uz smanjenje svakog rizika i pravovremenog uočavanja problema. Kao znanost, strategija predstavlja „vještinu i način na koji se ostvaruju ciljevi, uz analizu okruženja i reagiranja organizacije na događaje iz konkurentnog okruženja, pri čemu se prednosti i šanse poduzeća pretvaraju u šanse i prilike, a poslovne aktivnosti služe za mobilizaciju i alokaciju raspoloživih resursa (Milisavljević 2000).“

Menadžment organizacije u skladu sa suvremenim načinom privređivanja, mobilizira raspoložive resurse kako bi sa uspjehom ostvarili ciljeve organizacije i donijeli željeni profit organizaciji. Ciljevi organizacije su usklađeni sa ciljevima zaposlenih u organizaciji, a ključni faktori kojim se poslovanje unapređuje su znanje, inovacije, tehnologija, razvojni sektor, kvaliteta proizvoda/usluga, ljudskog potencijala i učenje (Van Hemert, Nijkamp, 2011: 61-89). Suvremene organizacije u prvi plan ističu svoje zaposlene kada daju izjave viziji organizacije i poslovnim vrijednostima organizacije, i nazivaju ih „ključnim kreatorima budućeg uspjeha organizacije i najvažnijim resursom koji posjeduje.

Prema Drucker (2005: 95) „Suvremeni zaposlenici nisu obična radna snaga koja ne posjeduje znanja i stručnost, već predstavljaju značajan kapital svake organizacije. Zaposleni s produktivan kapital koji za svoju organizaciju stvara dodatnu vrijednost, a upravljanje znači da menadžment treba da prepozna kadrovski potencijal i da se pridržava pravila prema kojim „pravi ljudi treba da budu u pravo vrijeme na pravom mjestu“, što znači da se zaposlenici rasporede na mjesta u skladu sa svojim kvalifikacijama, kompetentnostima, sposobnostima, znanjem i mogućnostima.

Svaki zaposleni treba da obije ono što mu pripada i da napreduje i bude motiviran za rad u skladu sa svojim kvalitetama, postignutim rezultatima, afinitetima i sposobnostima.“

Privređivanje na tržištu je odavno u prvi plan stavilo shvaćanje da postoji potreba da se ljudski potencijal tretira kao najvažniji resurs u organizaciji, a u najrazvijenijim ekonomijama koje su zasnovane na znanju umjesto deindustrializacije, može da se govori o transformaciji ekonomije koja ja strukturna, odnosno zasnovana na znanju i reindustrializiranim IKT. U takvim ekonomijama, odnosno ekonomijama zasnovanim na znanju zaposleni predstavljaju kreatore novih rješenja iz različitih područja djelovanja: tehnologije, tehnike, informacijskih sistema, kreatore nove vrijednosti i organizacijskih rješenja, nosioce rasta i razvoja organizacije i onima koji upravljaju procesom rada. Stoga, svaka ekonomija koja je orijentirana ka tržištu i konkurentima menadžmentu ljudskih resursa poklanja izuzetnu pažnju.

2. INFLACIJA KAO MONETARNI FENOMEN ILI KAO NEEKONOMSKI FAKTOR

Prema Friedmanu, „Inflacija je fenomen i to monetarni sa tendencijom da se ona stvara samo ako raste količina novca koja je u opticaju i to brže od stope proizvodnog rasta. Učenici monetarističke škole (Ristić, Komazec, Ristić, 2013: 120-121), navode da inflacija nastaje zbog tražnje novca koja je veća od ponuđene količine uz pretpostavku da ponuda novca podrazumijeva da postoji stabilnost i autonomija ponude. Inflacijski proces se objašnjava kretanjem novčane mase, posebno kada količina novca koja se emitira prelazi realnu potražnju za zalihama novca.“

Prema Seldenu (1981: 15), „Inflacija također predstavlja „monetarni fenomen“, dok Rueff (Yeager, 1972: 13), ističe da „inflacija kao monetarna pojava vezana za rast količine novca ne izaziva istovremeno i porast cijena.“ „Monetaristi žele da dokažu da su inflacija, nezaposlenost, kriza i recesija vezane za pogrešnu politiku i platnu bilancu što će dovesti do toga da novac u opticaju brže raste od rasta proizvodnje (Friedman, 1976: 6). Kao prateća pojava javlja se to da monetarno inducirano povećanje cijena dodatno otežava fluktuaciju stopa i razliku između relativne i apsolutne promjene cijena.“ Prema Gordonu (1976: 185-221), zagovarači monetarističke škole, smatraju da tvrdnje prema kojim inflaciju izazivaju neekonomski faktori, nema utemeljenost u teoriji i praksi monetarnog pristupa, iako je Hicks tvrdio da inflacija nije vezana za monetarne probleme i da se iz tog razloga ne može ni rješavati sredstvima monetarne politike. Prema Hicksu (Gordon, 1976), inflacija stvara probleme koji nisu monetarne prirode i ne mogu se rješavati monetarnim sredstvima.“

Čuvana škola kejnezijanaca smatra da se inflacija pojavljuje onda kada je novčana potražnja veća od ponude robe/usluga na tržištu, ako postoji brz ekonomski rast koji nije realno „pokriven novčanim sredstvima“ što će lančano dovesti do toga da se rezervni proizvodni čimbenici dodatno iscrpe. Kejnezijanska škola apelira na smanjenje tražnje za povećanjima u području porezne politike, kamatnih stopa i smanjenje javnih rashoda (Lekacliman, 1966). Keynes kao osnivač i predstavnik ove teorije i škole umjesto autonomije tržišta predlaže njihovo agregiranje, što bi značilo da država trebainstrumentalizirati investicija i štednje te na taj način s uspjehom realizirati zaposlenost, jer ponudu i potražnju na tržištu rada određuje sam opseg zaposlenosti kao i visina nadnica za rad. Mnogi su pokušali opovrgnuti Keynesov koncept preferencije likvidnosti kao i zaključak da novac nema značajnu ulogu u ekonomskoj politici, kao i da je brzina opticaja novca nestabilna tijekom vremena (Lucas, 1994: 34).“ Keynes je svojim idejama i rješenjima utjecao na politiku 20. stoljeća objašnjavajući pojave u tadašnjoj ekonomiji,

a za prepoznate probleme je ponudio dobra rješenja. Bio je zagovornik državne intervencije u ekonomiju na način da vlada koristi fiskalne i monetarne mjere u cilju ublažavanja efekata ekonomske recesije, depresije i eksplozije.

Prema Baimbridge, Whyman, „Ekonomska filozofija u zemljama tzv. eurozone je navela upravljačke institucije da svoje djelovanje zasnuju na prekejnezijskim osnovama što podrazumijeva način da se ekonomska stabilnost postigne uravnoteženim budžetom i prioritarnim ciljevima usmjerenim na borbu protiv inflacije, zanemarujući pri tom ekonomski rast i uposlenost, odnosno otvaranje novih radnih mjesta (2015, str. 187-188).“ Prema Lerner (Okun, Perry, 1978) „Tražnja koja je nedovoljna simultano prati rast cijena što ukazuje na to da neke sile djeluju nezavisno od uvjeta tržišta, što bi se uslučaju najnovije krize pokazalo kao potencijalno točno. Također je točna i tvrdnja Harrroda „da su uzroci naglog rasta cijena i nadnica koje se isplaćuju sociološki (Trevithick, Mulvey 1975; Hirsch, Goldthorpe 1978; Fleming, 1976).“

Inflacija materijalnih troškova u osnovi reprezentiraju ključne segmente generalne teorije inflacije troškova (Ackley, 1966: 39-63), a Marzewski (1981: 667-696.) ukazuje da „razmatrajući inflaciju i povratna učinka troškova, cijena i očekivanja njihove promjene, ukazuju na njihov utjecaj na usporavanje rasta proizvodnje i ubrzavanja inflacije.

„Inflacija je jedan oblik dirigitane ekonomije koji služi kao opravdanje za organiziranu pljačku naroda.“

Anonimni autor

Prema Ristić (2002: 42), „promatrano s tog aspekta, „Globalni jastrebovi“ će iskazat trud da uspostave kontrolu koja je sveobuhvatna i koja osim građana, podrazumijeva i kontroliranje resursa poput prirodnog bogatstva (voda, rudnici, toplice, planine, rijeke, plodno zemljište i dr.), kapitala, pod okriljem brige o demokraciji i regulativi zemaljskih tokova i transnacionalnih poslovnih interesa.“

3. GLOBALNE SVJETSKE KRIZE: MOĆ ILI KAOS

U posljednjih tridesetak godina svjetska ekonomija zabilježila je značajnije financijske potrese manjeg ili većeg intenziteta, a stručnjaci iz oblasti ekonomije su utvrdili da je najveći „dio financijskih kriza 80-tih godina bio posljedica kombinacije loše makroekonomske politike i negativnih eksternih skokova. Ekspanzivna monetarna i fiskalna politika kreirale su deficite u tekućem dijelu platne bilance, koji u načinu rada fiksnog deviznog tečaja, gledano u srednjem roku nisu bili održivi (URL, www.slideshare.net).“

Početak devedesetih godina karakterizira proces u kojem su sve europske tranzicijske zemlje bile zahvaćene krizom manifestiranom kroz rast cijena, bročano izraženijim troškovima, bogaćenjem pojedinaca na račun siromaštva većinskog stanovništva, inflacijom ogromnih razmjera koja je prijetila dužničkom krizom kako građana tako i nacionalnim državama u cijelosti. U tranzicijskoj praksi Hrvatska nije izbjegla zamke nekritične primjene ekonomskog neoliberalizma. Sektor industrije u većini europskih tranzicijskih zemalja pratilo je povećanje proizvodnosti rada. U Hrvatskoj je rast produktivnosti rada bio praćen snažnim padom razine industrijske proizvodnje i zaposlenosti, iako teorija suvremene ekonomske politike mora biti zasnovana na razvoju

produkcije i zaposlenosti, kao i na ekspanziji izvoza. Razvojni uspjesi koje su zemlje u tranzicijskom periodu imale, bili su determinirani pokretanjem odgovarajućih investicijskih ciklusa, jer je razvoj u većoj mjeri uvjetovan veličinom, strukturom, kvalitetom i efikasnošću investicija (Jurakić prema: Sekulić, Vojnić, 1980). Prema Ristić, Komazec, Ristić (2013, str. 1252), zemlje koje se tek nalaze u postupku razvoja su dug vremenski period uspijevale da izbjegnu financijske potrese obzirom da su imale neuravnotežen priliva kapitala za financiranje eksterne neravnoteže. Takav priljev kapitala je doveo do odlaganja procese koje su se odnosile na prilagođavanje na neravnotežu. „Zabrinutost kod sudionika na financijskom tržištu za vrijednost i sigurnost kapitala rađa špekulacije koje ukazuju na potencijalnu devalvaciju nacionalne valute, čime se pokreće „lavina“ iskazana kao odljev kratkoročnog kapitala koji na deviznom tržištu stvara pritisak za devalvaciju nacionalne valute. Špekulativni napadi također vode do devalvacije nacionalne valute i/ili valutnih kriza, koje ukazuju na sve slabosti i nedostatke postojeće ekonomske politike (URL).“

„Najčešće ekspanzivna monetarna politika, koja je iskazana kao rast domaćih kredita, rezultira smanjenjem razina deviznih rezervi te se javlja potreba za financiranjem deficita budžeta od strane monetarnih vlasti što nedvojbeno dovodi do eksterne neravnoteže koja postaje neodrživa kada smanjenje deviznih rezervi bude na razini koja pokreće špekulativne napade u pravcu devalvacije nacionalne valute (URL, Saks, 2010).“ „Na putu ka ekonomskoj ravnoteži, smanjenje realnog bruto domaćeg proizvoda utječe na smanjenje realne tražnje za novcem, što prema monetarnoj teoriji prilagođavanja platne bilance, uz nepromijenjenu ponudu novca podrazumijeva i smanjenje deviznih rezervi. Smanjenje realnog bruto domaćeg proizvoda i smanjenje deviznih rezervi može da inicira špekulativni udar (URL) na deviznim tržištima i drugih zemalja. Kretanje međunarodnog kapitala osjetljivo je na razliku u kamatnim stopama i na pojave valutnih i financijskih kriza (URL, Ristić, Komazec, Ristić, 2013: 1253).“

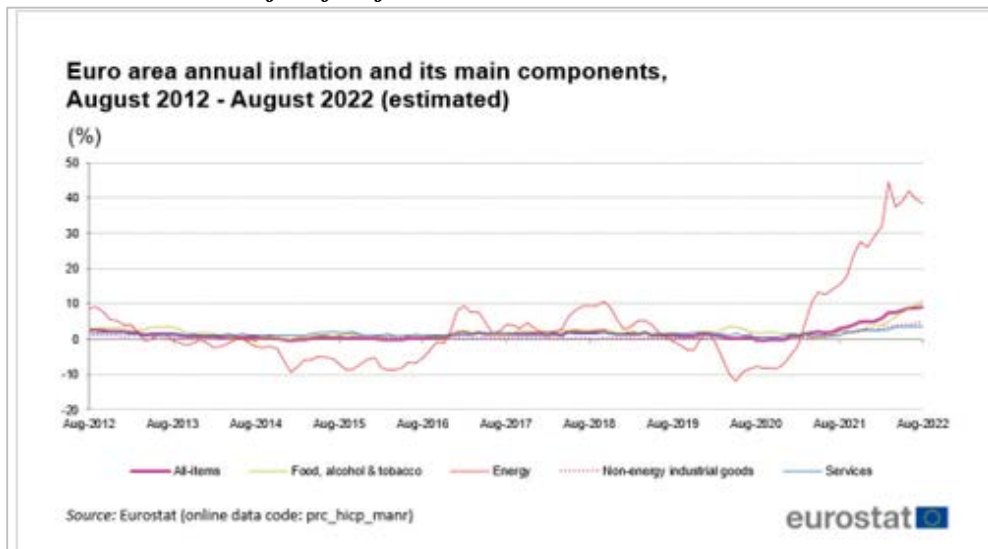
U svom radu, poduzeća koriste neiskorištene energetske sirovine koje su od posebnog značaja za sve proizvodne grane neke ekonomije. U okviru energetske resursa na prvom mjestu su resursi nafte i gasa. Svjetska ekonomska kriza iz 2008. godine ostavila je „trag obzirom da je u SAD u toku 2010 godine preko milijun obitelji ostalo bez svojih domova, a u zemljama članicama Europske unije posljedice su bile ogromne i zahtijevale godine oporavka i akcija usmjerenih na saniranje posljedica krize. Drugi val krize je doveo do rasplamsavanja dužničke krize što je dovelo do usporavanja kreditne aktivnosti i skupljeg zaduživanja (Jurakić, 2019).“

Kriza sa pandemijom COVID-19 ukazala je na mnoge nedostatke, prvenstveno zdravstvenih sistema Europske unije, ali i globalno u cijelom svijetu, a kompanije su morale iz korijena da mijenjaju svoj način poslovanja i prilagođavaju se uvjetima nestašice ljudskih resursa, gubitka profita i opće panike izazvane pandemijom. Nova kriza, koja je nastala nakon rata Rusije i Ukrajine je ukazala na probleme sa energetskim sirovinama bez kojih ne može da funkcioniра niti jedna djelatnost, a posebno velike gigantske korporacije. Na vidjelo je izbila činjenica da svijet nije dovoljno spreman za alternativne izvore energije i da ih nema u dovoljnim količinama da podmiri rastuće potrebe, a uz to je ugrožena i životna okolina na svjetskoj razini. Razaranja u Ukrajini i Rusiji su pogodile najviše Europsku uniju i razvijene zemlje poput Velike Britanije, Njemačke, Francuske, Španjolske i druge.

Promatrajući zemlje Europske unije, vidljivo je da kriza i inflacija već „kucaju na vrata“ građana najvećih zemalja poput Njemačke, Francuske, Italije, Nizozemske, Španjolske, Češke i dr.

Nekadašnja članica EU Velika Britanija, suočava se sa protestima i nezadovoljstvom građana zbog visoke cijene namirnica i energenata, a u Njemačkoj dodatnu paniku pored opet najavljene pandemije, izazivaju i prazne police u prodavaonicama i najavljene nestašice struje u zimskom periodu. Protesti poljoprivrednika širom Evrope izazivaju reakciju Vlada i kontraefekte izlaskom sigurnosnih institucija pred masu, a koje primjenjuju silu nad istom. U skladu sa navedenim, mir i stabilnost postaju ugroženi, a tada sukaos i kriza već na sigurnom putu. Inflacija se već osjeća na svakom koraku i u svakoj sferi društvenog života. Pitanje koje se postavlja je: „Kako će se menadžment suočiti s rastućom krizom i inflacijom?“ Odgovor nije ni malo jednostavan s obzirom da se upravljanje krizama u menadžmentu uvijek odnosilo na poduzeća. Svjetske krize su povijesno promatrano uvijek završavale ratovima, što je suvremenom svijetu prijetnja obzirom da je jedini rat o kojem se govori u medijima onaj nuklearni koji bi donio nesagledive posljedice. Europska unija, pored Rusije, SAD i Kine, želi da postane velesila na ekonomskom, političkom i vojnom polju, što je dovelo do demonstracije njihove moći u rusko-ukrajinskom ratu, ali je jedinstveno tržište, zakonodavstvo, parlament, vlada (Ekonomska komisija), moneta (euro), vojska (osim NATO snaga), na izvjestan način doživjela „udarce i poraz“ u pogledu ekonomske krize i inflacije. Nestašica energetske sredstava koja je sa sobom donijela i nestašicu proizvoda, problema u opskrbi, odnosno problema u logistici i transportu, je ipak „zaloga koji je možda prevelik“ čak i za Europsku uniju. Mediji uveliko izvještavaju da je inflacija u članicama Europske unije (zemlje koje koriste euro kao valutu) dostigla rekordne iznose, a poskupljenja se vežu za rast troškova energenata zbog rata Rusije i Ukrajine. SAD koja je „huškač“ svih dešavanja, još uvijek nije upala u tako duboku krizu, ali je tržište nekretnina u SAD doživjelo najnižu razinu od 1987. godine što je pokazatelj da recesija i kriza „brzim koracima“ zahvaća i ovu svjetsku silu, a potom i globalno čitav svijet. Može se sa pravom reći da je sadašnja globalna kriza udarila „kao grom iz vedra neba“, iako su se naznake nazirale još u vrijeme početka pandemije COVID-19. Eurostat je objavio da je stopa inflacije u 19 zemalja Europske unije u mjesecu lipnju 2022. godine dostigla razinu od 8,6%.

Slika 1: Godišnja inflacija u eurozoni kolovoz 2012. i kolovoz 2022.




Izvor: EUROSTAT, Dostupno na: https://ec-europa-eu.translate.google.com/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Inflation_in_the_euro_area&_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=sr&_x_tr_hl=sr-Latn&_x_tr_pto=sc (2022.8.31)

Na slici 1 i 2 prikazane su glavne komponente inflacije u eurozoni s posebnim podacima o očekivanjima prema kojima će godišnja inflacija u eurozoni iznositi 9,1% u kolovozu 2022, dok je inflacija iznosila 8,9% u srpnju 2022. godine.

Slika 2: Glavne komponente godišnje inflacije u eurozoni – kolovoz 2012. i kolovoz 2022.

Euro area annual inflation and its main components, 2022, August 2021 and March 2022-August 2022 (estimated)								
(%)								
	Weight 2022 (%)	Aug 2021	Mar 2022	Apr 2022	May 2022	Jun 2022	Jul 2022	Aug 2022
All-items HICP	1000.0	3.0	7.4	7.4	8.1	8.6	8.9	9.1e
<i>All-items excluding:</i>								
energy	890.7	1.7	3.4	4.1	4.6	4.9	5.4	5.8e
energy, unprocessed food	841.2	1.6	3.2	3.9	4.4	4.6	5.1	5.5e
energy, food, alcohol & tobacco	681.8	1.6	3.0	3.5	3.8	3.7	4.0	4.3e
Food, alcohol & tobacco	208.9	2.0	5.0	6.3	7.5	8.9	9.8	10.6e
processed food, alcohol & tobacco	159.4	1.7	4.1	5.4	7.0	8.2	9.4	10.5e
unprocessed food	49.5	3.0	7.8	9.2	9.0	11.2	11.1	10.9e
Energy	109.3	15.4	44.3	37.5	39.1	42.0	39.6	38.3e
Non-energy industrial goods	265.2	2.6	3.4	3.8	4.2	4.3	4.5	5.0e
Services	416.7	1.1	2.7	3.3	3.5	3.4	3.7	3.8e

e estimate
 Source: Eurostat (online data code: prc_hicp_inw; prc_hicp_manr)

eurostat 

*Izvor: EUROSTAT: Dostupno na:
 Euro_area_annual_inflation_and_its_main_components,_2022,_August_2021_and_March_2022-
 August_2022_(estimated).png (2022.8.31)*

Prema procjeni Eurostata, gledajući glavne komponente inflacije u eurozoni očekuje se da će energija imati najveću godišnju stopu u kolovozu (38,3 % u usporedbi s 39,6 % u srpnju), slijede hrana, alkohol i duhan (10,6 %, u usporedbi s 9,8 % u srpnju), neenergetska industrijska dobra (5,0 % u usporedbi sa srpnjem kada je taj postotak bio 4,5 %) i usluge (3,8 %, odnosno 3,7 % u srpnju). Svi prikazani podaci ukazuju da je u zemljama Europske unije inflacija na najvišoj razini od kada su ti podaci počeli da se evidentiraju za euro 1997. godine.

Ni u zemljama bivše Jugoslavije stanje nije mnogo bolje nego u zemljama Europske unije: Hrvatskoj, Srbiji, Sloveniji, Bosni i Hercegovini, Sjevernoj Makedoniji, Crnoj Gori. Hrvatska je dvije godine osjećala posljedice nedostatka turista u sezoni, što je sektor turizma i ugostiteljstva dovelo do krize i drastično smanjenog profita, a udio turizma u BDP je višestruko pao. Veliki broj zaposlenih je u vrijeme pandemije bio primoran na rad od kuće, a menadžment poduzeća je morao da se prilagođava novom sistemu rada i svoje organizacijske strukture prilagodi uvjetima koji nisu uobičajeni.

U takvim uvjetima holistički menadžment nudi neka nova rješenja koja su okrenuta ruralnim sredinama i ruralnom razvoju, kao i elitnom turizmu koji bi mogao da bar dio profita privuče poduzećima/kompanijama koje posluju ne samo u Hrvatskoj već i u okruženju, pa i šire. Zemlje koje su razvijene i najviše konkurentne globalno (i zemlje članice Europske unije), predstavljaju ekonomske sustave koji u velikoj mjeri zastupaju teoriju i praksu menadžmenta znanja, informacijskih tehnologija i sofisticiranih vještina za poticanje rasta i razvoja. Znanje uz razvoj tehnoloških dostignuća, postaje sve složeniji proces čiji udio u djelatnostima i aktivnostima zasnovanim na znanju (npr. visokotehnološka proizvodnja) se svakim danom povećava, a

„uspješna primjena inovacija podiže razinu konkurentnosti poduzeća, ekonomije i zemlje u cjelini na jedan viši stupanj koji je povezan sa menadžmentom općenito i holističkim menadžmentom kao novom disciplinom menadžmenta koji tek treba da dostigne svoju punu razvojnu ekspanziju (Filipović, Nikolić, Ilić, 2015).“

Prema Marković, Pavlović, „menadžeri koji imaju sposobnost da poduzimaju aktivnosti u skladu s budućim razvojem i pri tom primjene strategijski menadžment i ponašanje, pokazuju spremnost da mijenjaju sebe i na taj način aktivno utječu na promjene u skladu sa zahtjevima poslovnog okruženja, čime stvaraju povoljne uvjete iako postoje elementi neizvjesnosti i određen stupanj rizika (2014, str. 88.). Jurakić (2019), navodi da „razvoj industrijskog društva i informacijskih tehnologija stvara potrebu stvaranja profesionalnih menadžera kao posebnog sloja društva koje će zauzeti svoje mjesto u timovima uspješnih kompanija/organizacija i dokazati da proces proizvodnje nije u ovisnosti samo o sposobnostima zaposlenih kao ljudskih resursa, već da se problemi mogu rješavati i time što će se osuvremeniti proizvodnja upotrebom informacijskih i tehnoloških rješenja.“

Kriza opisuje stanje u kojem se društvo ili pojedine cjeline nalazi u cijelosti, a koje karakteriziraju potencijalno negativne posljedice. Kriza danas znači razlikovanje, izbor, izlaz, sud, pojačanje, ali i donošenje odluke da se pronađe rješenje za konflikte i probleme koji su uočeni. Ubrzan razvoj znanosti donosi racionalniji pogled na svet oko sebe, donosi potrebu da se izvrši klasifikacija, opis i razumijevanje različitosti ljudi, da se objasne krize kako bi se na efikasan i adekvatan način upravljalo kriznim situacijama bez obzira da li su one ekonomske, izvanredne, konfliktne, katastrofe ili nesreće. Kao posebno područje menadžmenta se izdvojio krizni menadžment, osmišljena i racionalna praksa i teorija, koja na sistematičan i ozbiljan način pristupa rješavanju kriza, a pojava ove vrste menadžmenta vezana je za drugu polovinu 20.stoljeća i za područje politike.

Krizni menadžment kao osnovni zadatak sebi postavlja da se opišu procesi, definiraju ciljevi identifikacije, izučavaju i predviđaju potencijalne situacije koje bi dovele do krize u cilju uspostavljanja adekvatnih postupaka i načina koji organizacijama omogućavaju preventivno djelovanje s ciljem sprečavanja krize ili bar ublažavanja njezinih posljedica, svladavanja problema i minimiziranje posljedica kako bi se organizacija kao jedinstvena cjelina vratila u prethodno (normalno) stanje, pre nastupanja krizne situacije. Krizni menadžment predstavlja potencijalno rešenje za kompanije u ekonomijama koje se nalaze na udaru krize i inflacije. Ove aktivnosti će biti usmjerene na postupanja koja su vezana za bilo koju vrstu poremećaja kroz prevenciju, pripremu, ublažavanje i oporavak. Postupci, dogovori i odluke koje utiču na tijek krize veoma su važne i predstavljaju sastavni dio planiranja akcije kako u kompanijama, tako i u državama obuhvaćenim krizom, a odnose se na pripreme mjere za raspoređivanje svih resursa kako bi se kriza svladala. Otežavajuća okolnost u kriznom menadžmentu je to što se svako djelovanje nalazi pod budnim okom javnog mnijenja i pod pritiskom brojnih medija, u veoma stresnim okolnostima kada je karakteristično da postoji nedostatak preciznih informacija.

Svaka kriza je na izvjestan način vrsta testa za sistem korporativnog upravljanja jedne kompanije, nezavisno od toga kakav je pravni okvir, vlasnička struktura ili privredna djelatnost. Kada postoji krizna situacija sve slabe točke i nedostaci između zaposlenih u kompaniji, ali i na razini najviših organa upravljanja i rukovođenja su daleko izraženije i mnogo vidljivije. Kompanije, ali i države koje su loše pripremljeni za krizu zbog nedovoljno pažnje da se kriza spriječi, budu „okrutno

kažnjene.“ Obzirom da su u većini poduzeća/kompanija na čelu odbori koji donose ključne odluke, ostatak organizacije rješenje krize prepušta odborima/Vladama (ako se govori o državama).

Upravljanje na korporativnom nivou pretpostavlja da postoji jasno definirana struktura odgovornosti, transparentnost, podjela dužnosti čelnim ljudima kompanije/države i definira ulogu odbora i menadžmenta, koji će uspostaviti ravnotežu menadžmenta na potrebnoj razini, vlasnika, zaposlenih kao strana koje su zainteresirane za dijalog i tijekom krize, obavezu da se vrši izvještavanje, delegiranje odgovornosti na razini cjelokupne kompanije, kontrolna uloga revizije, upravljanje rizicima i etičke standarde u poduzeću. U kriznim situacijama korporativno upravljanje će omogućiti upravnom odboru i najvišem rukovodstvu da uočene probleme rješavaju prije nastupanja krize, a ako se već tako nešto dogodi uslijed djelovanja vanjskih faktora, odluke korporativnih organa moraju biti jasne, koncizne, nedvosmislene, na osnovu kojih će zaposleni točno znati šta treba da rade u krizi, kao i da se o svemu vodi otvoren dijalog kako bi se došlo do adekvatnih i efikasnih rešenja za izlazak iz krize.

Rješenje kriznih situacija prema OEBS & IFC je „dobro korporativno upravljanje koje kompanije čini otpornijim na nepredviđene promjene u njihovom radnom okruženju.“ Upravni odbori mogu da uspostave poslovne strategije zasnovane na predviđanju potencijalnih rizika, uspostavljanjem odgovarajućih sistema za upravljanje rizicima i nadzor, kao i institucionalizacijom procesa donošenja odluka. Kada kriza nastupi, menadžment i dobro korporativno upravljanje kompanijama će omogućiti da se odgovor na krizu planira na efikasan i brz način, da se jasno raspodijele uloge svih relevantnih čimbenika koji imaju odgovornost u uspostavljanju efikasne strategije i donošenju odluka na općim razinama kompanije. Takve akcije kompanijama omogućavaju brz i uspješan oporavak od štetnih posljedica nastale krize i svođenje štete na minimum.

ZAKLJUČAK

Kriza iz 2008. godine je u prvi plan istaknula međuovisnost ekonomija širom svijeta, bez obzira da li se radi o razvijenim, nerazvijenim ili zemljama u tranziciji. Zahvaljujući ogromnom i koordiniranom naporu Vlada širom sveta uspješno su izbjegnuli najgori mogući scenariji depresije koja bi bila dugotrajna i koja bi vjerojatno završila ratnim djelovanjima. Razvoj situacije koji sa sobom nosi nova kriza je manje-više neizvjesna, posebno iz razloga što je ekonomska kriza protkana i zdravstvenom krizom i najavljivanom novom pandemijom mutiranog koronavirusa i tzv. majmunskih boginja.

U složenim sistemima globalne svjetske privrede nitko ne može predvidjeti rezultate akcija koje se sprovode, a dodatno situaciju otežava i energetska kriza koja je samo pokazala da razvijene zemlje svijeta nisu tako spremne da dočekaju zimski period kao što su to mislili građani u tim zemljama. Stabilnost cijena i energenata je bila osnova za upravljanje Vlada tih zemalja, a događanja od 2020. i 2022. godine samo su ukazali na to da „velesile i nisu tako velike“ i da je i najmanji potres dovoljan za izbijanje još jedne globalne svjetske krize čije su posljedice nesagledive. Ekonomije zemalja širom svijeta su na početku kolapsa i iz tog razloga je nužnopronaći rješenje, a menadžment kao znanost nudi rješenja koja su vezana za ekonomski rast i razvoj, kao i prevladavanje kriznih situacija na način da se dobro osmišljenim odlukama

upravlja krizom. Da li će doći i kada će doći do ekonomskog oporavka, to ne znaju niti najbolji svjetski stručnjaci, s obzirom da su neka događanja nepredvidljiva i ne može se utjecati na njih (npr. rat Rusije i Ukrajine može prerasti u nuklearni rat svjetskih razmjera i sl.).

Ako se govori o krizi u kompanijama/poduzećima, jedno od rješenja je primjena ekonomije znanja i holistički menadžment. Holistički pristup menadžmentu je baziran na suvremenim organizacijama, zaposlenima kao najvažnijim resursima organizacije, radu u timovima, inovativnim rešenjima, komunikaciji zasnovanoj na razmjeni ideja i iskustava, stratejskom menadžmentu koji je funkcionalan i novom pristupu marketinškim aktivnostima usklađenih sa razvojnom strategijom, kapacitetima u proizvodnji i tehnologijama, širenjem tržišta na globalnom, odnosno svjetskom nivou, deregulacijom ekonomske djelatnosti i tržišta u nacionalnim državama, rastom rivaliteta i sve većeg broja konkurentskih firmi te korištenjem nove informacijske i komunikacijske tehnologije i rješenja, gdje se prvenstveno misli na najmasovniji medij kao što je Internet.

Holistički koncept kao osnovnu prednost stiče upravo u svladavanju uspješnog upravljanja i u shvaćanju kvaliteta cjeline. Pristup menadžmentu sa stanovišta holizma bi trebalo da se temelji na pravovremenim i brzim reakcijama menadžmenta na svim razinama i u cjelini, u odnosu na probleme i rizike u poslovanju koji mogu izazvati krizne situacije. Odlučivanje i cjelokupno sudjelovanje organizacije u jedinstvenom odgovoru na krizu je jedino ispravno rješenje u suvremenim uvjetima poslovanja. Jedan od čimbenika koji ide u prilog ovim činjenicama jest i snažna globalizacija koja organizacijama nameće bitne transformacije kroz pronalaženje strategija koje su sposobne da poduzeću pruže konkurentsku prednost i sposobnost da predvidi rizike koji mogu izazvati krizu, kako bi odgovor i rješavanje problema bilo sprovedeno brzo i efikasno (Jurakić, 2019: 62-73).

LITERATURA

1. Ackley, G.: (1966). *A Third Approach to the Analysis and Control of Inflation*. (In: Palrman, R.: (Red.), *Inflation Demand-pull or Cost-push* D. C. Heath and Company, Boston: 39-63.)
2. Baimbridge, M., Whyman, P. B.: (2015). *Crisis in the Eurozone: Causes, Dilemmas and Solutions*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
3. Drucker, P.: (2005). *Upravljanje u novom društvu*. Novi Sad: Adižes.
4. Filipović, M., Nikolić, M., Ilić, V.: (2015). *Razvoj privrede zasnovane na znanju kao faktor povećanja konkurentnosti privrede Srbije*. *Ekonomске teme*, 53 (2): 191-214.
5. Flemming, J.: (1976). *Inflation*. Oxford University Press, Oxford.
6. Friedman, M.: (1976). *The Counter-Revolution in Monetary theory*. Occasional Papers, No. 33/1976.
7. Gordon, R.J.: (1976). *Recent Developments in the Theory of inflation and Unemployment*. *Journal of Monetary Economics*, No. 2, 1976: 185-221,
8. Hirsch, F., Goldthorpe, J., (Ed.). (1978). *The Political Economic of Inflation*. M. Robertson, Oxford.
9. International Finance Corporation World Bank Group.: *Upravljanje u krizi*. Priručnik za odbore. United States of America: Pennsylvania Ave. NW, Washington, DC.

10. Jurakić, M.: (2019). *Razvoj inovativnosti holističkog menadžmenta u savremenom preduzetničkom sektoru*. Doktorska disertacija. Sremska Kamenica: Univerzitet Educons, Fakultet poslovne ekonomije.
11. Jurakić, M.: (2019). *Holistički pristupi definisanju naučne oblastimenadžmenta*. FinConsult poslovni konsultant broj 87, 2019: 62-73.
12. Lecacliman, R.: (1966). *The Age of Keynes*. New York: Random House.
13. Lucas, R.: (1994). *Review of Milton Friedman and Anna J.Schwartzs A Monetary History of the United States1867-1960*. Journal of Monetaryeconomics: 34.
14. rczewski, J.: (1981). *Theore de la stagflation et Experience de la France et de l'Allemagne1971-1979*. Economic appliquee 4/81: 667-696.
15. Marković, J., Pavlović, M.: (2014). *Odlike menadžmenta u savremenim kompanijama*. Ekonomija Teorija i praksa, godina VII, br. 2: 86–113.
16. Milosavljević, M.: (2000). *Strategijski menadžment*. Beograd: Čigoja.
17. Okun, A., Perry, G.: (1978). *Curing Chronic Inflation, Brookings Institutions*. Washington.
18. Penezić, D. N.: (2009). *Preduzetništvo-savremeni pristup*. drugo izdanje, Novi Sad: Univerzitet Educons Fakultet poslovne ekonomije.
19. Phelps, E. S., Taylor, J.B.: (1977). *Stabilizing Powers of Monetary Policy Under Rational Expectations*. Journal of Political Economy: 163-190.
20. Phelps, E.S. (1970). *Microeconomic Foundations of Employment and Infaltion Theory*. Norton, New York.
21. Ristić, K.: *Ekonomska nauka i savremena ekonomska kriza*. 1-20.
22. Ristić, Ž., Komazec, S., Ristić, K.: (2013). *Globalni finansijski menadžment*. Beograd: Etnostil:120-127; 448; 1252-1253.
23. Ristić, Ž.: (2012). *Fisklani menadžment i ekonomija javnog sektora. Ekonomska nauka i savremena ekonomska kriza*. Beograd: Etnostil.
24. Ristić, Ž.: (2002). *Upravljanje ekonomskom naukom*. Ekonomska politika. br. 2642-2643/od 9. decembra 2002: 42.
25. Saks, Dž.: (2010). *Još nema svetla na kraju tunela*. Ekonom: east magazin, br. 504/2010.
26. Sekulić, M., Vojnić, D.: (1980). *Uvod u analizu i planiranje investicija*. Zagreb: Ekonomski institut.
27. Selden, R. T.: (1981). *Money and Inflation in the United States.Canada and Europe, Proceedings and Reports*, Talahassee: Florida State University.
28. Stiglic, Dž.: (2010). *Iz krize možda tek 2013*. Ekonom: east magazin ,br.504/2010.
29. Trevithick, J., Mulvey, C.: (1975). *The Economic Analysis of Inflation, Martin Robertson*. Oxford.
26. Van Hemert P., Nijkamp, P.: (2011). *Critical Success Factors for a Knowledge-Based Economy: An Empirical Baimbridge*. Whyman, Study into Background Factors of Economic Dynamism. Innovation. Growth and Competitiveness, Springer Berlin Heidelberg: 61-89.
27. Yeager, L.: (1972). *Monetary Policy and Economic Performance*. Washington.

Izvori

28. EUROSTAT, Dostupno na: https://ec-europa-eu.translate.google/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Inflation_in_the_euro_area&_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=sr&_x_tr_hl=sr-Latn&_x_tr_pto=sc (2022.8.31)
29. EUROSTAT: Dostupno na: [Euro_area_annual_inflation_and_its_main_components,_2022,_August_2021_and_March_2022-August_2022_\(estimated\).png](#) (2022.8.31)

scindeks-clanci.ceon.rs, (2022.9.01)
visokaposlovnaskola.edu.rs, (2022.9.01)
www.researchgate.net, (2022.9.01)
30. www.slideshare.net, (2022.9.02)
www.kristijanristic.com (2022.9.02)
www.tfzr.uns.ac.rs, (2022.9.02)
doi.org, (2022.9.02)
educons.edu.rs, (2022.9.02)