

Јово Атељевић<sup>1</sup>

**Шумпетерова теорија економска раста:  
Предузетништво као одговор на економску стагнацију**

**Schumpeterian growth theory:  
Entrepreneurship - a response to the economic downturn**

**Резиме**

Игнорисање и неразумијевање Шумпетерове теорије су главни разлози зашто је британско-америчка школа, као доминантна у контексту неокласичне економије, била и још увијек јесте одвојена од немачке историјске школе. Међутим, Шумпетерове оставке су и данас релевантне будући да систем оштрије економске равнотеже нема праву теорију ендогену или структуралног развоја коју је предложио Шумпетер. Његова теорија економског развоја може послужити као кохерентни одговор на марксистичку теорију. За Шумпетера, унитаркапиталистичка конкуренција у поитивној објашњава структурне промјене у економији. Он тврди да је конкуренција динамички процес разлика и борбе међу компанијама, а не статична конкуренција Валрасовег система. У Шумпетеровој властитијој визији економског система, теорија економских циклуса и теорија раста су нераздвојне. Циљ овог рада је да кроз синтезу теоретских анализа потврди релеванност Шумпетерове теорије у контексту дигиталне економије.

**Кључне ријечи:** нова теорија раста, Шумпетерова теорија креативне дејствијације, предузетништво, економија знања, дигитална економија.

<sup>1</sup> Економски факултет Универзитета у Бањој Луци, jovo.ateljevic@efbl.org

## Summary

*Ignorance and misunderstanding of Schumpeter's writing are the main reasons why the Anglo-American School, as dominant in the context of neoclassical economics, was and still is separate from the German Historical School. However, Schumpeter's arguments are relevant today because the system of general economic equilibrium has no adequate theory able to explain neither endogenous nor structural development proposed by Schumpeter. His theory of economic development can serve as a coherent response to Marxist theory. For Schumpeter, the intra-capitalist competition fully explains the structural changes in the economy. He argues that competition is a dynamic process of differences and struggles between companies, and not static competition as proposed by the Walrasian mathematical perfect model. Schumpeter argues that the theory of economic cycles and the growth theory are inseparable. The overarching aim of this paper is to through synthesise of theoretical analysis confirms the relevance of Schumpeter's theory in the context of the digital economy.*

**Keywords:** *New growth theory, Schumpeter's creative destruction, entrepreneurship, knowledge economy*

## 1. Увод

У току своје каријере, до 50-их година прошлог вијека, Шумпетер је развио свој познати концепт такозване *креативне деструкције* економског развоја, што је у тијесној вези са његовим ширим схватањима капиталистичког система. По њему, креативне деструкције се узастопно догађају<sup>2</sup>. У његовом радном вијеку, Шумпетер не само да је препознао потребу за теоријом економског развоја, него је, такође, дошао до спознаје да би се таква теорија требало да бави утицајем на транзицију из појединачног у колективно предузетништво у процесу технолошких промјена, иако ће се многи економисти сложити са тврдњом да је предузетник централна фигура економског развоја. Шумпетерово писање је, барем привремено, било игнорисано од многих познатих економиста - нобеловаца, као што су Алфред Маршал, Џон Мајнард Кејнс, Василиј Леонтиев, Милтон Фридман и Пол Самјуелсон, који представљају британско-америчку школу економске мисли. Међутим, Шумпетеров допринос је историјски и даље актуелан у глобалном свијету, посебно у ери дигиталне револуције. Циљ овог рада је сте да кроз синтезу теоретских анализа потврди релевантност Шумпетерове теорије у контексту дигиталне економије. У томе настојању дискусија је

<sup>2</sup> Schumpeter, J. *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Routledge, 1942.

структурирана сљедећим редослиједом: у другом дијелу анализа је фокусирана на егзогену и ендогену теорију раста; предмет дискусије трећег дијела су информационо-комуникациона технологија и Шумпетерова креативна деструкција; у четвртном дијелу дат је примјер контекста нордијских земаља, пети дио дискусије се фокусира на нову економску географију; док су у последњем, шестом дијелу презентовани кључни закључци.

## 2. Од егзогене до ендогене теорије раста

Економија своје ослонце има у расту тржишта. Ово је гледиште познатих британских економиста: почев од Адама Смита преко Давида Рикарда до Алфреда Маршала. Пошто је неокласична економија или *Валрасов систем*<sup>3</sup> почео функционисати у првим декадама 20. вијека, неокласичари су нерадо размишљали о надоградњи својих модела. Према неокласичној или *еизоленој теорији раста*, главне детерминанте дугорочног економског раста нису економски подстицаји од стране људског фактора, што је суштинска теза Шумпетерове теорије. Анализе фактора раста нације биле су углавном базиране на резидуалној анализи<sup>4</sup>. Роберт Солоу, добитник Нобелове награде, један је од првих економиста који је унаприједио неокласични модел раста<sup>5</sup>, спознавши да је технолошки прогрес у западним земљама најважнији инпут-фактор који омогућава дугорочни раст реалног дохотка запослених и животног стандарда уопште. У Солоуовом моделу, раст је узрокован акумулацијом капитала и аутономном технолошком промјеном. Он је доказао да функција производње показује константне приносе (*constant returns of scale* - *CRS*), односно удвостручавањем свих инпута води ка удвостручавању аутпута. Ова врста поједностављене претпоставке, уједно је и главна слабост његовог модела, пошто ће одржавање једног константног инпута (радне снаге) и удвостручавањем капитала произвести мање од удвостручене количине аутпута. Овај познати закон је закон умањења маргиналне корисности. Солоуов модел је типичан примјер једне од егзогених теорија раста. Својом резидуалном анализом, Солоу је подијелио промјене продуктивности радне снаге у два дијела:

- 1) повећање јединице капитала по јединици радне снаге,
- 2) технолошки прогрес који укључује побољшања у људском фактору.

Касније, исти теоретичар је указао да је технолошки прогрес најважнији инпут-фактор који омогућава дугорочни раст реалног дохотка и унапређе-

<sup>3</sup> Georgescu-Roegen, N. *Methods in Economic Science. Journal of Economic Issues*. V. 13, N. 2 (June): 317-328, 1979.

<sup>4</sup> Анализа варијансе у моделу једноставне линеарне регресије, прим. аут.

<sup>5</sup> Сазнајте више: Solow, R. M. *Growth Theory, An Exposition*. Oxford University Press, 2000.

ње животног стандарда. У свом излагању<sup>6</sup> на церемонији поводом додјеле Нобелове награде, Солоу упућује на конкурентност (или погодне комплементарности) као подстицај иновација, што се у великој мјери подудара са Шумпетеровим размишљањима. Такође, Солоу наглашава да дугорочно економије имају убрзане стопе раста, које се међу земљама знатно разликују. Управо то се не може објаснити неокласичном теоријом раста. Нова, или *ендогена теорија раста* постала је популарна током посљедњих неколико деценија захваљујући брзом технолошком напретку. У томе контексту, Пол Ромер тврди да се технологија (као и знање на којој се базира) мора посматрати као равноправни трећи фактор, заједно са капиталом и земљом у напредној економији<sup>7</sup>. Ромер долази до закључка да повећана економска отвореност подиже домаћу продуктивност, што позитивно утиче на животни стандард нације<sup>8</sup>.

Ендогена теорија раста је базирана на идеји да је дугорочни раст одређен подстицајним мјерама. Попут Шумпетера, Ромер прихвата да технолошки изуми, с циљем одређивања технолошког вишка, смањују трошкове будућих иновација, а високообразована радна снага има важну улогу у одређивању стопе дугорочног раста. Нова, или ендогена теорија раста је пред крај 20. вијека постала популарна у Сједињеним Америчким Државама<sup>9</sup> (а касније у тек индустријализованим земљама попут Кине и Индије, које посљедњих година интезивно инвестирају у иновације).

Мултинационалне компаније очекују да Европска унија<sup>10</sup> (ЕУ) у својој економској политици може слиједити нову теорију раста по узору на друге кључне играче на глобалном тржишту. Такве амбиције јасно су наглашене и у најновијој развојној стратегији ЕУ<sup>11</sup>. Као алтернатива новој теорији раста, доктрина ЕУ се ослања на *Пакт стабилности и раста* који се односи на стабилност економске и монетране уније. Међутим, како тврди Солоу позивајући се на теорију раста, приступ ЕУ у погледу фактора раста, још увијек је егзоген. И, пошто заостаје у економској политици раста, ЕУ страхује да не изгуби у глобалној трци са Сјеверном Америком (као што се то догодило у другој индустријској револуцији), а у новије вријеме и у трци са Азијом.

<sup>6</sup> Solow, R. M. *Lecture to the memory of Alfred Nobel*. December 8, 1987: Growth Theory and After, 1987.

<sup>7</sup> Romer, P. Endogenous Technical Change. *Journal of Political Economy*. 98, pp. 338-354, 1990.

<sup>8</sup> Погледати детаљније: Romer, P. *Increasing Returns and New Developments in the Theory of Growth*. Chicago: University of Chicago, 1989.

<sup>9</sup> САД у даљем тексту, прим. аут.

<sup>10</sup> ЕУ у даљем тексту, прим. аут.

<sup>11</sup> European commission (2010), Communication from the commission, Europe 2020, a strategy for smart, sustainable and inclusive growth, Brussels

Нова теорија раста била је унапријеђена од стране нео-шумпетеријанских теоретичара, попут Кеничи Охмае<sup>12</sup>, Тома Петерса<sup>13</sup> и Алвина Тофлера<sup>14</sup>. Они су понудили перспективу економског раста која се значајно разликује од традиционалног погледа, вјерујући да подстицаји креирани од стране тржишта увелико утичу на брзину и правац економског прогреса. Кључ у процесу раста је тржишни систем, подржан хибридним институцијама као што су универзитети или R&D<sup>15</sup> лабораторији, те другим неформалним мрежама, укључујући консалтинг фирме и технолошке паркове.

Савремени теоретичари економског раста вјерују, као што је и Вилиам Бормол оцијенио, да је изучавање пословне економије субјективно<sup>16</sup> без разумијевања стварног предузетничтва. Традиционално, теоретичари из области друштвених наука и креатори политика економског развоја вјеровали су да је економски прогрес резултат прогреса у знању или технологији (*Кухнова њарадија*). У том погледу, револуција умјесто еволуције представља суштинску тезу присталица неошумпетерове теорије. Познати закон Гордона Мура *нове криве њрошкова* је примјер неошумпетеријанског открића. Гордон Мур, као суоснивач Интела, 1965. године је доказао да се број транзистора на једном чипу удвостручава сваких 24 мјесеца<sup>17</sup>. Сличан закон може се примијенити и на цијену коштања хард диска у погледу капацитета по јединици информације, те за неке друге техничке уређаје. Овај закон се показао истинитим у безброј циклуса развоја високе технологије. Њиме се предвиђа технолошки прогрес и објашњава зашто се компјутерска индустрија константно појављује са производима који су мањи, јачи и јефтинији.

Илка Туоми<sup>18</sup> је примијетио да се технологија полупроводника током четири деценије развијала у врло специфичним економским условима. У основи, економски и друштвени захтјеви имали су ограничену улогу у брзом развоју микроелектронике. Супротно популарним тврдњама, Туоми вјерује да заједничке карактеристике Муровог закона ипак нису биле валидне у неколико посљедњих деценија. Попут Муровог закона, BCG (Boston

<sup>12</sup> Ohmae, K. *The End of Nation State*. Cambridge: A Harvard Business Review Book, 1995.

<sup>13</sup> Peters, T. *Thriving on Chaos*. New York: Harper & Row, 1990.

<sup>14</sup> Toffler, A. *Future Shock*. London: Bodley Head, 1970. Toffler, A. *Third Wave*. New York: Bantam, 1980.

<sup>15</sup> R&D, истраживање и развој, прев. аут.

<sup>16</sup> Прочитати детаљније : Baumol, W. *Entrepreneurship: productive, unproductive, and destructive*. *Journal of Political Economy*. 98(5), pp. 893-921, 1990. Baumol, W. *Entrepreneurship, management, and the structure of payoffs*. Cambridge and London: MIT Press, 1993.

<sup>17</sup> Moore's original statement can be found in his publication „Cramming more components onto integrated circuits”, *Electronic Magazine*, 19.4.1965.

<sup>18</sup> Tuomi, Ilkka „The Lives and Death of Moore's Law”. [http://www.firstmonday.org/issues/issue7\\_11/tuomi/](http://www.firstmonday.org/issues/issue7_11/tuomi/)

Consulting Group) крива искуства представља важан индикатор конкурентске предности, што значи да се временско раздобље скраћује при стицању привременог монополског профита. Данас се на полупроводницима граде блокови модерног информатичког друштва. Они су недиференциране масовне компоненте којима се тргује на основу њихове цијене. Релевантна теорија предвиђања понуде и тражње је неокласична теорија цијене, а не Муров закон. Многи производи који су се промовисали као висока технологија током 60-их и 70-их година прошлог вијека, данас се посматрају као роба.

За више од четири деценије своје примјене, Муров закон све више излази изван оквира саме Мурове тезе. Међутим, овај закон је остао мјерило за технолошку револуцију и емпиријски доказ шумпетеријанске креативне деструкције. Мајкл Јенсен<sup>19</sup> је направио савремену интерпретацију процеса Шумпетерове креативне деструкције и предвидио динамику модерне индустријске револуције, поређењем раста бруто домаћег производа са R&D статистичким показатељима. У вријеме нафтне кризе, средином 70-их година прошлог вијека, западне земље су убрзано улагале у R&D. Раст R&D трошкова је растао два пута брже од раста бруто домаћег производа.

### 3. Информационо-комуникационе технологије и Шумпетерова креативна деструкција

Револуција информационо-комуникационих технологија<sup>20</sup> постала је главни извор шумпетеријанске креативне деструкције и иновација у индустријским земљама. У томе контексту могу се идентификовати двије кључне снаге глобалног тржишта:

1. Процес шумпетеријанске динамике који захтијева политику која његује процес подстицаја инвестиција у иновације, предузетнички капитал и *start-ups* (нових бизниса) итд.

Силиконска долина (Калифорнија) је примјер предузетничког, законом заштићеног капитализма персонификованог у оснивачу Микрософта Билу Гејтсу. Када је у питању Европа, једно од уских грла у ЕУ је слабо развијено тржиште приватног, односно ризичног капитала, нарочито у поређењу са САД.

2. Формација глобално конкурентских кластера мултинационалних компанија.<sup>21</sup>

<sup>19</sup> Jensen, M. *The Modern Industrial Revolution, Exit, and Failure of Internal Control Systems*. Journal of Finance, 1992.

<sup>20</sup> ИКТ у даљем тексту, прим. аут.

<sup>21</sup> МНК у даљем тексту, прим. аут.

Географска концентрација фирми била је специфична за Европу, као што је Алфред Маршал детаљно написао у *Принципима економије*, а касније и у САД<sup>22</sup>. Књига Мајкла Портера *Конкурентска предност нације*<sup>23</sup>, предлаже дијамантски модел као доктрину за укрупњавање и сједињавање предузетничког окружења, које утиче на капацитет предузећа да креира одрживу конкурентну предност на глобалном тржишту. Укрупњавање МНК свакако има елементе колективног капитализма, који је Шумпетер предвидио још 50-их година 20. вијека. Због све јаче доминације на глобалном тржишту робе, МНК су у позицији да колективно одреде правила игре у глобалној економији. Међутим, нова креативна деструкција коју иницирају мале и иновативне фирме на мањем географском простору је једина компензациона моћ МНК. Иновативне фирме, углавном *start-ups*, у циљу бржег развоја и раста, улазе у неформалне савезе, или такозване кластере<sup>24</sup>. Ако неколико нових фирми настане као *spin-off* фирме мајке или више њих, кластер може да настане спонтано. Шумпетерово предузетништво, као комбинација власничког и колективног капитализма, оличено је у функционисању регионалних кластера, попут Силиконске долине, који представљају средину између локалних мрежа и кластера. То уједно представља двополарни шумпетеријански динамизам: с једне стране кластер глобалне конкурентности и с друге стране локалну предузетничку мрежу, чији нексус резултира формирању нових брзо-растућих фирми.

Географско подручје, које се чини катализатором глобалног раста, представља само маргинални дио укупне глобалне базе. Региони који су засновани на знању, или умрежени региони, потенцијални су побједници глобалног надметања и могу се назвати глобалним *жаришћима* или *жаришним тачкама*. Да би разумјели нову теорију раста, економска жаришта често служе као предмет анализе. По моделу који су развили Паундера и Ст. Џона<sup>25</sup> постоје три еволуционе фазе настајања жаришта: 1) покретање кластера и појављивање жаришта, 2) тежња ка укрупњавању фирми, и 3) преоријентација фирми, која укључује опадање перформанси жаришта. Бројни су примјери постојања *животног циклуса* економског развоја регије паралелно са технолошким циклусима или динамиком тражње. То најбоље показује географска концентрација предузећа или *жаришних тачака*, као што су Рута 128 у Бостону, (миникомпјутери) или Минеаполис, Минесота (*mainframe*) које су доживјеле драстичан пад економских активности.

<sup>22</sup> Sassen, S. *Global Cities: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press, 1991.

<sup>23</sup> Porter, M. *Competitive Advantages of Nations*. New York: Macmillan, Free Press, 1990.

<sup>24</sup> Saxenian, A. *Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge: Harvard University Press, 1994.

<sup>25</sup> Pounder, R.St., John, C. Hot Spots and Blind Spots: Geographical clusters of the firms and innovation. *Academy of Management Review*. Vol. 121 No.4, 1192-1225, 1996.

Цикличност економског развоја регије, односни пораст и пад економских активности указује да регионални кластери конкурената доживе сличну судбину као и већина великих индустријских центара. Специфична карактеристика жаришта је та да се регионални кластер предузећа (1) такмичи у истој индустрији, (2) почиње као језгро од неколико нових фирми које као група расту пуно брже него остале фирме у датом сектору и (3) има исте потребе за непокретном, техничком и другом инфраструктуром.

Нису сви регионални кластери постали и жаришта. Фирме које су лоциране једна близу друге у намјери да искористе прилике на локалном тржишту, не сачињавају жаришта. Добри примјери за то су хотели, трговине на мало и ресторани. Жаришта имају своју динамику у личним односима предузетника, пољу образовања и управљачкој култури менаџера/предузетника и експерата. Истраживања су показала да жаришта иницирају бржи раст у односу на саму индустрију, али искуства говоре да опадање пословних активности у самом жаришту не осјећају и фирме изван њега<sup>26</sup>.

Кластери и фирме које га чине успјешним у фази настајања, када постоји пуно могућности за њихов раст, јесте резултат њихове иновативност и правременог изласка на тржиште. Али, иако знамо да постоји нека врста економског *шајминја*, тешко је предвидјети настајање кластера.

Евидентно је да су фирме које су дио кластера успјешније од оних које то нису, посебно у почетној фази животног циклуса иновативних производа. У фази стварања кластера главни елементи су агломерација пословних активности, успостављање легитимитета и убрзано настајање локалних конкурената, који кроз повећање уноса, такмичарских паритета и диференцијације катализирају иновативност жаришта. Велики допринос у стварању кластера свакако има и сектор образовања, посебно колеџи и универзитети. То најбоље показује случај Силиконске долине гдје су тамошњи универзитети и високе школе имали кључну улогу у развоју високих технологија у компјутерској индустрији<sup>27</sup>. Ту је прије свега *Калифорнијски универзитет* у Берклију, важан центар за истраживање полупроводника и компјутерске науке (препознатљиве докторке студије у електроинжињерингу), те *Сџан-форџ*, *МИТ*, *Сан Хозе државни универзитет* и други универзитети на Западној обали.

### Нордијске земље и нове теорије економског раста

Нордијске земље су најбољи примјер примјене нових теорија раста. С правом се може тврдити да су ове земље од краја 80-их година година про-

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> S Saxenian, A. *Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge: Harvard University Press, 1994.



шлог вијека лабораторијски тест за настанак тзв. *m-Commerce* (бежичне технологије), који је дио кластера ИКТ. Мобилни телефони, који су се претходно користили само за разговор, постају симболи глобалне мрежне у пословању. Увођењем мобилних телефона дошло је до унапређења пословне културе како у великим корпорацијама, тако и мањим фирмама. Тај тренд је, такође, заживио у јавној управи, високом школству и другим институцијама. Нордијске земље су успјешно одржале креативност изазова и искористиле добру комбинацију удруживања и умрежавања, те у томе погледу су неколико корака испред других европских земља.

Креативност је заиста моћна конкурентска предност. Управо је у томе објашњење зашто нордијске земље, попут Финске и Шведске, имају водећу позицију у једној од најбрже растућих индустрија - *m-Commerce*, и у глобалном умрежавању (*networking*). Позивајући се на примјере нордијских земаља, нема сумње да ће постојећа и будућа технологија имати велики утицај на људе и њихово понашање у приватном и пословном контексту, иако је тешко предвидјети све импликације које намеће дигитална револуција. Вјероватно ће највеће иновације настати унакрсном фертилизацијом сектора и професија. Као пример можемо навести повезивање умјетника и научника кроз комбиновање креативности и научних истраживања. То се огледа у комплементарности латералног и холистичког приступа умјетника и научника, с једне стране, и способности предузетника и пословних људи да комерцијализацију идеје, са друге стране.

У нордијским земљама, успјех регионалних ИКТ кластера, као што је кластер у регији Оулу, омогућио је настанак двије брзорастуће, успјешне компаније - *Nokia* и *Ericsson*. Обје фирме одавно су усвојиле модел организације без граница; повезивање великих и малих фирми, мобилност људских ресурса и интелектуалног капитала кроз безгранично удруживање као континуирану креативност и иновацију. У томе контексту, не смије се заборавити улога друштвеног капитала који је комплементаран технолошкој супериорности. Све то је помогло да земље нордијског региона, изузев Исланда, стекну водеће позиције у продору интернета на европско тржиште.

Имајући дугу традицију истраживачког лабораторија у државном власништву, кључни актери нордијских фирми у ИКТ индустрији могу да комбинују универзитетски и предузетнички тип организацијске културе и конкурентског понашања. У областима креативне деструкције, попут *m-Commerce*, ова врста предузетничке културе је више него доминантна. Нордијске ИКТ фирме остварују властите моделе привременог монополског профита што јасно истиче и Шумпетерова теорија предузетништва и

креативне деструкције. Као што открива истраживање Hamel i Prahalad<sup>28</sup>, нордијске ИКТ компаније су мијењале свој фокус: од тржишног ка опортунистичком учешћу. Истински спектар могућности може се лако сагледати у случају m-Commerca.

Велике шпекулације на глобалном тржишту и на тржишту базираном интернету које чини више од милијарду корисника, значи да је процес открића на успостављању тржишта тотално хаотичан. Како предузетничке могућности зависе од асиметрије информација и шпекулација на тржишту, међу тржишним учесницима постоји много побједника и губитника. Предност нордијских ИКТ фирми се састоји од јединствене способности да се интегришу интернет и мобилност. У индустријама које се заснивају на знању (нпр. рачунарски програми, услуге интернета), нове услуге се развијају/расту без помоћи централизованог извора снабдијевања и без јасне стратегије и плана. Одличан примјер је метеорски успон оперативног система *Linux*, који је програмирао 21-годишњи студент компјутерских наука Линус Торвалдс, као и сталне дораде од стране *Linux* заједнице програмера, испитивача/контролора и корисника. *Linux* заједница волонтера и *ad hoc* чланова је убрзала развој и еволуцију самог софтвера и то без планираног буџета за развој производа, људских ресурса и маркетинга. *Linux* заједница је добар примјер како ентузијазам и љубав према иновативности могу убрзати развој технологије и направити „креативну деструкцију” могућом. У томе погледу изазови и питања у контексту Шумпетерове теорије су сљедећи: Могу ли се нордијски предузетници такмичити са глобалним гигантима ИКТ индустрије и да ли је примјер Линус Торвалдса само изоловани случај? Постоји ли нешто у нордијском културном наслијеђу, систему едукације, менталитету или географском контексту што поспјешује креативност, иновативност и предузетништво, неопходно да се побиједе многи индустријски гиганти у ери брзог и револуционарног технолошког напретка?

Постојање људског капитала и његова мобилност у великој мјери дају одговор на горе постављена питања. Заиста, људски и интелектуални капитал су постали кључни економски ресурси, с обзиром да су пословна инфраструктура и инвестициони капитал доступни и другдје, па знање и креативност постају једина дугорочна конкурентска предност. Развој интернета и сродних технологија повећао је тражњу за иновативним идејама, креативним рјешењима и уникатним производима. Међутим, да би боље разумјели Шумпетерову теорију економског динамизма, неопходно је претходну дискусију ставити у један шири контекст.

<sup>28</sup> Hamel, G., Prahalad, C.K. *Competing for the future*. Cambridge: Harvard University Press, MA, 1994.

#### 4. Нове економске географије

Кренимо од Алфреда Маршала, једног од утицајнијих економиста 19. и 20. вијека који се, између осталог, бавио анализом специјализованих индустријских области којима доминирају велике компаније. У том смислу, маршалијанско индустријско подручје је алтернатива гигантској фирми, што данас представља МНК. У својим анализама, Маршал је истицао важност тзв. индустријске атмосфере, иако није улазио у анализу друштвеног контекста.

У Маршаловој концептуализацији индустријске области, могућност користи од вањских економија, захваљујући просторној близини,<sup>29</sup> главни је разлог који подстиче фирме да се лоцирају једна близу друге. То је концепт екстерналија који односи на користи које фирма узима јер је лоцирана у индустријској зони. У Маршаловим анализама, индустријске области могу допринијети вањским економијама регионално концентрисаних фирми. Теоријски, географске агломерације и регионалне неједнакости резултат су равнотеже тензије између центрипеталних и центрифугалних сила. Маршал је описао три главне центрипеталне силе, назване маршалијанска триада, које су основа постојања агломерације: ефекти који резултирају специјализацијом због подјеле рада у индустријској зони; ефекти који резултирају креирањем инфраструктуре, информације и комуникације; и R&D, којим поједина фирма може стећи предност и ефекти који резултирају из расположивости високоспецијализоване радне снаге.

Позивајући се на Маршалово истраживања, Генар Мирдал<sup>30</sup> развио је модел *ценџар-периферија* који се, иако једноставне концептуализације, још увијек користи на различитим географским нивоима. По њему, кључни концепт просторног развоја је кумулативна узрочност, што се може објаснити ефектима ширења и „ерозије” (одлива). У односима између главних и периферних земаља, постоје ефекти ширења и ерозије. Ефекти ширења су позитивне користи, у смислу преноса технологије од главних ка периферним земаљама. Одлив мозга, који се односи на тенденцију да високообразовано становништво периферних земаља мигрирају ка развијеним земаљама или центрима, може се посматрати као примјер негативних ефеката или ерозије. Многе индустрије (укључујући индустрије услуга као што је банкарство) концентрисане су географски и јасно је да су такви кластери важан извор међународне специјализације и трговине. Чини се да генерално боље дјелују регионални кластери у односу на национални просјек у САД. Компаративна анализа 34 регионална кластера у 17 европских земаља

<sup>29</sup> Myrdal, G. *Economic Theory & Underdeveloped Regions*. London: Duckworth, 1957.

<sup>30</sup> Sassen, S. *Global Cities: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press, 1991.

открива да новији и на науци засновани кластери доминирају у европском контексту<sup>31</sup>, те да су релативно мали поредећи се са оним у САД-у.

Пол Кругман је један од водећих економиста који је комплетирао маршалијанску тријаду, са јасним прегледом центрипеталне агломерације економија, које су релевантне у глобалној економији<sup>32</sup>, а то су: 1) ефекти величине тржишта - везе тражње и трошкова (примјер индустрије финансијских услуга, клијената и додатних услуга концентрисаних у Њујорку), 2) згуснута тржишта рада, те 3) чисте екстерне економије (локална концентрација економске активности може створити више или мање чисте вањске економије путем кружења информација).

Кругман (1995) такође идентификује центрифугалне силе које дјелују на географску концентрацију: 1) непокретни фактори (укључујући радну снагу - компаније селе своје активности тамо гдје и тржиште рада); 2) рентирање земљишта - концентрације економске активности генеришу повећану тражњу за локалним земљиштем (као што је у Лос Анђелесу рентирање земљишта центрифугална сила); 3) чисто екстерне дисекономије (као што је конгестија или прекомјерна акумулације).

Кругман употребљава назив *нова економска географија*, до којег је дошао посматрањима моделирања стратегије, која се концентрише на улогу ефеката величине тржишта у генерисању веза, које подстичу географску концентрацију с једне стране, а с друге стране се налазе супротне снаге непокретних фактора.

Ефекти *центар-периферија* се огледају у степену развијености земаља и регија. На почетку 21. вијека земље *центра* су развијене и богате. Ту спадају САД, ЕУ, Јапан, Канада и Аустралија. Земље *периферије* (Азије, Латинске Америке и Африке) мање су развијене - имају низак економски раст, ниже образовање и нижи животни стандард. Чини се да полупериферне земље побољшавају своју позицију у глобалној економији, док се неке периферне земље налазе у фази стагнације. Нове индустријске земље (НИЦ) као што су „4 змаја или азијски тигрови” (Јужна Кореја, Тајван, Хонг Конг и Сингапур) и „Мали змајеви” (Малезија, Тајланд, Индонезија и Филипини), однедавно биљеже константан економски раст и могу се класификовати као полупериферне.

Кад је у питању ЕУ, њена економска интеграција ствара нове економске регије које су из глобалне перспективе и богате и развијене. У томе контексту стварају се и нове форме регионалне подјеле рада. Један од циљева економске интеграције ЕУ је и смањење разлика у економској развијености

<sup>31</sup> Regional clusters in Europe, Observatory of European SMEs 2002/ No. 3, European Commission.

<sup>32</sup> Krugman, P. What's New About the New Economy Geography. *Oxford Review of Economic Policy*. Vol 14, No 2, pp. 7-17, 1998.

земаља чланица, као и регија у оквиру појединих земаља. Економска интеграција и глобализација су два тренда која карактеришу садашњи развој глобалне економије и гдје је смањена улога државе. У исто вријеме, понеки дијелови моћи се, због формалне интеграције (примјер ЕУ), помјерају према мултирегионалним организацијама.

Стварање уније слободне трговине ће довести до креирања трговине и њене дивергенције (смањење извозничке ефикасности). Трговина о којој говоримо је она која настаје када се домаћа производња замијени јефтинијом робом из увоза, из неке земље чланице (врло изражено у Босни и Херцеговини). Дивергенција трговине значи да се оригинални извози са свјетских тржишта замијене извозима земаља чланица са скупљим производима. Овај феномен доводи до помјерања од више до мање ефикасних произвођача, што узрокује губитке благостања. Из сличних разлога није сталан интерес поједине МНК или земље да промовише регионалну интеграцију ако би то значило подређеност успостављеног тржишта до повећане конкуренције међу новим учесницима.

Захваљујући либерализацији тржишта, Кругманова економска агломерација је потпуно релевантна. Значајан је ефекат величине тржишта *центра* на тржиштима ЕУ. Повезаност тражње значи да је подручје од Милана, у Италији, до Лондона, у Енглеској, преферирана локација за креирање додатних услуга у индустрији као што су банкарство и финансије. Неке регије са тенденцијом брзог економског раста историјски дуго егзистирају у такозваним половима економског раста, примери су: „*Third Italia*” (Трећа Италија); „*Baden- Württemberg*” и „*London City*”.

У последњих неколико деценија свједоци смо убрзаног раста економије обима појединих регија централне и источне Европе. Развој ових земаља зависиће како од унутрашњих тако и од вањских фактора. Такође се јављају алтернативне локације за нове локалне, регионалне и наднационалне фирме које стварају своју конкурентску позицију и развијају умрежавање у ланцу вриједности, а у циљу смањења трошкова производње, приступа новим каналима дистрибуције, унапређења логистике, аутсорсинга, итд.

Очигледно је да је Мирдалов модел *центар-периферија* динамичан. Према Алберту Хиршману<sup>33</sup>, просперитет главних градова се одвија кроз повећање прихода (на основу знања и креативности), са пратећим иновацијама водеће технологије. Урбани гета су дијелови познатог производног система Силиконске долине, као што су инжењерске лабораторије у Станфорд, или војне погодности R&D<sup>34</sup>. У САД, главни разлог груписања око

<sup>33</sup> Hirschman, A. *The Strategy of Economic Development*. New Haven: Yale University Press, 1958.

<sup>34</sup> S Saxenian, A. *Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge: Harvard University Press, 1994..

универзитета је могућност да је технологија, финансирана од стране Владе САД, катализатор економске агломерације у модерним индустријама које се базирају на науци. Може се аргументовано рећи да географска близина служи инкубацији нових технологија.

Према Кругману,<sup>35</sup> разлике у економском развоју нису у вези са локацијом. Оне земље које су близу екватора, нагињу сиромаштву више од оних земаља које се налазе у хладнијим зонама. Нордијске земље су успјешни примјери и ЕУ и глобалне економије. Колико ова чињеница зависи од географије - кључно је питање модела кластера. Очигледно је да постоје и велике развојне неједнакости унутар земаља, као и изражена тенденција популације у погледу концентрације у неколико густо насељених регија. Дакле, проблем земаља које су лоциране око екватора нису тропски климатски услови. То је, мање-више, политичка историја. Ове земље су биле колоније 1880-2000. године, када је била створена комерцијална и технолошка доминација регија западне хемисфере, посебно ЕУ, САД и Јапана. Према Кругману, мале историјске случајности могу узроковати да нека земља постане дио индустријског центра или периферија са градом од 10 милиона становника.

По моделу М. Портера, различите су фазе конкурентског развоја кроз који пролазе националне индустрије. Портер указује на четири кључне фазе<sup>36</sup> националног конкурентског развоја. Прве три фазе укључују успјешно изграђивање конкурентских предности нације и биће повезане са прогресивно растућим економским просперитетом<sup>37</sup>, док четврта фаза доводи до опадања конкурентских предности нације, јер је нова акумулација богатства проблематична. Другим ријечима: економија коју покреће раније акумулисано богатство, не може одржати свој динамизам пошто мотива-

<sup>35</sup> Krugman, P. The Role of Geography in Development International. *Regional Science Review*, Vol. 22, No. 2, pp.142-161, 1999.

<sup>36</sup> i) Фактор-покретач који се односно на услове на тржишту укључујући цијена рад, домаћа тражња за робама/услугама, приступ природним ресурсима итд. У овој фази домаћа производња је мање базирана на напредној технологији и слаба је конкурентност домаћих фирми на глобалном тржишту; ii) Инвестиције као покретач - у овој фази земље развијају конкурентске предности усавршавајући своју ефикасност у производњи стандардних производа и услуга, уз софистицирању производњу; фирме више инвестирају у напредну технологију и модернизацију производних могућности итд. У складу са тим се дефинишу развојне политике које су оријентисане на дугорочна дешавања; унапређење инфраструктурних и административних услова; iii) Иновација-покретач/ оријентација према иновацији, у овој фази домаће фирме креирају своју конкурентну предност на иновативним бизнис моделима, продуктивности, стварање кластера итд., гдје предузетништво и иновативност играју кључну улогу; и, iv) Богатство-покретач/оријентација према богатству: за разлику од других фаза, у овој фази фирме се базирају на прошлу акумулацију богатства, а у немогућности да генеришу ново, те тако губе конкурентност, како на домаћем тако и на глобалном тржишту. (Porter M. E. *The Competitive Advantage of Nations*. London: Macmillan, pp. 545-565, 1990.)

<sup>37</sup> Примјер Финске између 1880. и 1990. године.

ција инвеститора, менаџера и појединаца поткопава постојеће улагање и иновацију. Транзиција кроз наведене фазе није аутоматска, јер неке земље могу заостати у некој фази. Примјер овоме је Јужноафричка Република, држава која је и поред интензивног улагања у развој постала осјетљива на конкуренцију због релативно високих трошкова рада<sup>38</sup>. Радикалне структурне реформе послеријатног Јапана јасно демонстрирају ефикасну еволуцију кроз различите фазе Портеровог модела. Са становишта САД, Ругман<sup>39</sup> сматра одличним Портеров концепт дијаманта, идентификацију кластера и четири фазе економског развоја које су оправдане.

Међутим, свјетска економије не зависи само од економских кретања или наведених фактора, што доводи у питање саму валидности Портеровог модела. Све четири фазе се не могу тачно одвојити, али оне описују главне компоненте одређених фаза на којима се базира економски и индустријски развој конкурентности државе. Ове фазе такође одражавају изворе предности националних предузећа у међународној конкуренцији, као и природу и обим међународно успјешних индустрија.

Према новој парадигми економског развоја, која се базира на економији знања, приступ крајњим корисницима знања је кључан. С друге стране, глобализација значи повећање конкуренције, а осим тога наглашава и значај специјализације и употребу локалних компаративних предности. Глобална економија има, такође, своју тамну страну. Супституисање рада и капитала технологијом, заједно са помјерањем производње према локацијама гдје су трошкови нижи, резултирало је таласом смањивања корпоративних активности широм Европе и Сјеверне Америке<sup>40</sup>.

Једна од кључних тема *Нове економске географије* данас је свакако *Нова, дигитална економија*. Несумњиво је значајан утицај интернета и са интернетом повезаних технологија на економски раст. Сам интернет је отворио мноштво пословних могућности, тако да је оно што је стартовало као алтернативни канал маркетинга, убрзо проширено на комплетан економски систем.

Успјех интернета у више крајева свијета је илустрација класичне агломерације економија. Такође, за разлике од претходних достигнућа, интернет је креирао снаге и за деагломерацију и за агломерацију<sup>41</sup>. Интернет омогућава даљинску координацију иновативних активности. Ради његове главне

<sup>38</sup> Ozawa, T. Japan in a new phase of multinationalism and industrial upgrading: functional integration of trade, growth and FDI. *Journal of World Trade*. 25 (February), pp. 43-60, 1991.

<sup>39</sup> Rugman, A. Diamond in the Rough, *Business Quarterly*, Vol. 55, 1991, pp.61-64, 1991.

<sup>40</sup> Baily, M., Bartelsman, E., Haltiwanger, J. Downsizing and Productivity Growth: Myth or Reality? *Small Business Economics*. 8(4), pp. 259- 278, 1996.

<sup>41</sup> Castells, M. (1996) The Rise of the Network Society. *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. I. Blackwell, Oxford, 1996.

карактеристике да се не може „осјетити” или „додирнути”, интернет захтијева потребу за дубоким, личним контактима.<sup>42</sup> То је довело до пораста мрежне/ нет економије, која интегрише интернет са медијима и другим индустријама.

Осим информације, постоји и димензија знања, кључни ослонац глобалне економије. Знање представља способности појединаца или група повезаних значењем и разумијевањем, као и могућности да се организује, приступи и протумачи информација, док је информација знање које је редуковано на поруке које се преносе до оних који доносе одлуке<sup>43</sup>. Идеја је да могућност дигитализације велике количине информација може повећати профитабилност знања, производње, употребе и дифузије.

У контексту центрифугалних и центрипеталних сила, трошкови тражења и усклађивање/ подударане глобалних партнера су маргинални у односу на период прије појаве интернета и дигитализације. Осим складности, у индустрији медија јача и важност висококвалитетног садржаја, као конкурентског фактора. Изграђена и прилагођена информација дистрибуисана преко интернета постаће конкурентска предност. На основу тога, лако је закључити да је будућност традиционалних медија доведена у питање. Тренд развоја интернета и приступачност и кориштење нових технологија убрзавају прелаз од тржишта оријентисаног ка продавцу према тржишту које је оријентисано на купца. То се дешава и у јавној администрацији. Приступ оријентисан ка купцу/кориснику је ефикаснији у високо развијеним градовима или *дигиталним жаришћима*. Ове врсте ефеката агломерације на нову економску географију инспирисале су креаторе развојних политика широм свијета да покушају имитирати успјех Силиконске долине, нудећи смањивање пореза, инфраструктуре и регулаторне олакшице *high-tech* фирмама на специфичним локацијама.

Посљедице ефеката агломерације нису сасвим јасне. Могу се идентификовати два ефекта компензације. С једне стране, претпостављајући глобалну усклађеност компјутера, комуникација и система емитовања, релевантност Маршалове - Кругманове тражње и повезаност трошкова је редуцирана и ближа је снабдјевачима, тако да потрошачи постају мање важни. Са друге стране, потреба да се буде близу кључним потрошачима је кључна због трансфера материјалног знања. Ови непокретни фактори се могу потпуно искористити регионалним груписањем учесника. Извјесна подручја пословне активности су по својој природи глобална.

<sup>42</sup> Dasgupta, P., David, P. Towards a new economy of science, in Research Policy, No. 23. 1994; Burton-Jones, A. *Knowledge Capitalism*. Oxford: Oxford University Press, 1994.

<sup>43</sup> Gillespie A., Richardson, R., Cornford, J. *Regional Development and the New Economy*. European Investment Bank Papers, Vol 6 n 1, 2001, p 109-131, 2001.



Ипак се чини да су ефекти агломерације интернета јачи од ефеката деагломерације. Универзитетски центри чисто интелектуалних активности су чак хетерогенији од центара материјалних активности. Према томе, садашња или будућа усавршавања комуникационих технологија, као што је то интернет, не могу елиминисати улогу близине. Још увијек постоји захтјев лоцирања у близини потрошача/купца, па иако се често чини да је интернет неопходан услов за добијање информације, сам је недовољан при склапању трговине. Фирме у својим пословним активностима постају све више „слободне“<sup>44</sup>. Трошкови помјерања операција у различите земље (или регионе) су у константном паду. Трошак промјене локације наглашава праг на коме фирме могу одлучити да мијењају локације. Нематеријална имовина је релативно неограниченог капацитета и фирме могу експлоатисати њихову вриједност користећи их код куће, рентирајући их (нпр. лиценца) или продајући их (нпр. продаја брэнда). Она су релативно отпорна на удвостручене напоре конкурената.

Најновија дискусија о регионалној агломерацији укључује и ону коју је креирала држава. Заједничка карактеристика ове врсте ресурса јесте да је то производ дугорочних улагања у датој држави. Типични примјери су образовни систем, технолошке и организационе способности, инфраструктуре комуникација и маркетинга, продуктивност рада и истраживачке способности. У претходној дискусији се не смије заобићи креативност која је, уз знање, један од кључних изазова интеграција дигиталне технологије. У том смислу, корист од креативности ангажованог људског капитала је попут користи од развоја софтвера за претраживање података из електронских библиотека, што за резултат има компатибилност хардвера и софтвера у различитим системима. Међутим, главна препрека у прихватању нове економије није технолошке већ више културне природе. Култура, као колективно сјећање, укључује слике, симболе као и вриједности које датирају из далеке прошлости. Свијет је у срцу транзиционог процеса од индустријског ка информатичком друштву. Због ове транзиције, пословна заједница је стављена пред велике изазове. Могућности за испољавање креативности су неограничени. То је, између осталог, великим дијелом и условљено културом која у многим земљама доживљава корјениту трансформацију и све више се говори о новој или глобалној култури.

<sup>44</sup> Grant, R. The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review* 33 (Spring) pp. 114-135, 1991. Maskell, P., et al (1998) Competitiveness, Localised Learning and Regional Development. Lucas, R. *On the Mechanics of Economic Development*. *Journal of Monetary Economics* 22: pp. 3-42, 1988.

## 5. Закључци

Дискусија је јасно показала да Шумпетерова креативна деструкција ствара економски дисконтинуитет као и услове за предузетничке амбиције за увођење иновација, те остваривање монополске добити. Конкуренција је сама по себи деструктивна - нормализује нивое добити након реализације иновацијских ефеката, додатне вриједности итд. Дискусија тако потврђује Шумпетерове тврдње да је конкуренција динамички процес која се рефлектује у разликама и борби међу компанијама, а не као статична конкуренција Валрасовог система. У Шумпетеровој властитој визији економског система, теорија економских циклуса и теорија раста су нераздвојни. Информациона технологија, као кључни покретач економског развоја, је последица а не узрок динамике економског раста. Дилеме на Шумпетерове тврдње су великим дијелом отклоњене и новом економском географијом гдје Варласов систем резидуалне анализе не може дати валидан одговор на динамику економских кретања у свијету. Неокласична теорија економског раста је далеко из нас.

## Литература

1. Baily, M., Bartelsman, E., Haltiwanger, J. Downsizing and Productivity Growth: Myth or Reality? *Small Business Economics*. 8(4), pp. 259- 278, 1996.
2. Baumol, W. Entrepreneurship: productive, unproductive, and destructive. *Journal of Political Economy*. 98(5), pp. 893-921, 1990. Baumol, W. *Entrepreneurship, management, and the structure of payoffs*. Cambridge and London: MIT Press, 1993.
3. Castells, M. (1996) The Rise of the Network Society. *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. I. Blackwell, Oxford, 1996.
4. Dasgupta, P., David, P. Towards a new economy of science, in *Research Policy*, No. 23. 1994; Burton-Jones, A. *Knowledge Capitalism*. Oxford: Oxford University Press, 1994.
5. European commission (2010), Communication from the commission, Europe 2020, a strategy for smart, sustainable and inclusive growth, Brussels
6. Georgescu-Roegen, N. Methods in Economic Science. *Journal of Economic Issues*. V. 13, N. 2 (June): 317-328, 1979.
7. Gillespie A., Richardson, R., Cornford, J. *Regional Development and the New Economy*. European Investment Bank Papers, Vol 6 n 1, 2001, p 109-131, 2001.

8. Grant, R. The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review* 33 (Spring) pp. 114-135, 1991.
9. Hirschman, A. *The Strategy of Economic Development*. New Haven: Yale University Press, 1958.
10. Jensen, M. *The Modern Industrial Revolution, Exit, and Failure of Internal Control Systems*. *Journal of Finance*, 1992.
11. Krugman, P. The Role of Geography in Development International.
12. Krugman, P. What's New About the New Economy Geography. *Oxford Review of Economic Policy*. Vol 14, No 2, pp. 7-17, 1998.
13. Lucas, R. *On the Mechanics of Economic Development*. *Journal of Monetary Economics* 22: pp. 3-42, 1988.
14. Moore's original statement can be found in his publication „Cramming more components onto integrated circuits”, *Electronic Magazine*, 19.4.1965.
15. Myrdal, G. *Economic Theory & Underdeveloped Regions*. London: Duckworth, 1957.
16. Ohmae, K. *The End of Nation State*. Cambridge: A Harvard Business Review Book, 1995.
17. Ozawa, T. Japan in a new phase of multinationalism and industrial upgrading: functional integration of trade, growth and FDI. *Journal of World Trade*. 25 (February), pp. 43-60, 1991.
18. Peters, T. *Thriving on Chaos*. New York: Harper & Row, 1990.
19. Porter M. E. *The Competitive Advantage of Nations*. London: Macmillan, pp. 545-565, 1990.
20. Porter, M. *Competitive Advantages of Nations*. New York: Macmillan, Free Press, 1990.
21. Pounder, R.St., John, C. Hot Spots and Blind Spots: Geographical clusters of the firms and innovation. *Academy of Management Review*. Vol. 121 No.4, 1192-1225, 1996.
22. Regional clusters in Europe, Observatory of European SMEs 2002/ No. 3, European Commission.
23. *Regional Science Review*, Vol. 22, No. 2, pp.142-161, 1999.
24. Romer, P. *Increasing Returns and New Developments in the Theory of Growth*. Chicago: University of Chicago, 1989.
25. Romer, P. Endogenous Technical Change. *Journal of Political Economy*. 98, pp. 338-354, 1990.
26. Rugman, A. Diamond in the Rough, *Business Quarterly*, Vol. 55, 1991, pp.61-64, 1991.
27. S Saxenian, A. *Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge: Harvard University Press, 1994.

28. Sassen, S. *Global Cities: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press, 1991.
29. Saxenian, A. *Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge: Harvard University Press, 1994.
30. Schumpeter, J. *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Routledge, 1942.
31. Solow, R. M. *Lecture to the memory of Alfred Nobel*. December 8, 1987: Growth Theory and After, 1987.
32. Solow, R. M. *Growth Theory, An Exposition*. Oxford University Press, 2000.
33. Toffler, A. *Future Chock*. London: Bodley Head, 1970. Toffler, A. *Third Wave*. New York: Bantam, 1980.
34. Tuomi, Ilkka „The Lives and Death of Moore’s Law”. [http://www.firstmonday.org/issues/issue7\\_11/tuomi/](http://www.firstmonday.org/issues/issue7_11/tuomi/)