



**Darko Švetak**  
urednik

## »» Recesija i kako je izbjeći

**Od travnja do lipnja njemački se bruto nacionalni proizvod smanjio za 0,1 posto u odnosu na prethodni kvartal pa postoji mogućnost da najjača europska ekonomija uđe u recesiju. Slično je i u Italiji. Budući da su te zemlje važni uvoznici hrvatske robe i usluga, tamošnja bi kriza stigla odmah i do nas.**

Zato pogledajmo kako su prošlih nekoliko kriza izbjegle domaće metaloprerađivačke, plastičarske i gumarske tvrtke, ali i one iz IT sektora koji posljednje krize nije ni osjetio.

Tvrtke koje su se brzo izvukle odmah su pronašle nova, uglavnom strana tržišta, zbog čega su morale napredovati kako bi bile konkurentne. Zato su morale znatno uložiti u nove strojeve, mjernu tehniku i kontrolu kvalitete, a svakako i u bolju organizaciju proizvodnje.

Izbjegavanje krize podrazumijeva pozorno osluškivati tržišta koja treba osvojiti – što se traži, ali i što se više plaća. Doduše, u strojar-skim se tehnologijama najveći dio komunikacije o novom proizvodu zbiva putem nacрта ili prototipa pa nije, kao u razvoju softvera pri kojemu se novi proizvod često naručuje usmeno, potreban stalni predstavnik na, primjerice, američkom tržištu.

Postoje domaće tvrtke koje su se iz krize izvukle pivotiranjem, što u svijetu (uglavnom softverskih) startupova označava korjenitu promjenu onoga što tvrtka radi. Neki su se poduzetnici iz krize izvukli prelaskom s veliki-koserijskih proizvoda na pojedinačne, ali vrlo kompleksne i stoga skupe. Neki su potpuno promijenili industrijsku granu kojoj prodaju, a neki su pronašli partnere u cijelom nizu djelatnosti iako su dotad radili samo za jednu tvornicu. Ima i onih koji su kupili propalu tvrtku i zadržali samo njezin mali, profitabilni dio, a ostatak tako kupljenih strojeva iskoristili za proširenje prvobitne proizvodnje.

Jedan od boljih savjeta je ne držati sva jaja u istoj košari, makar ta košara bila europska automobilska industrija. Unatoč krizi, kažu praktičari promjena u poslovnim procesima, nipošto se ne smije zanemariti istraživa-nje i razvoj te bi, kako preporučuju, stalno trebalo imati odjel koji se bavi razvojem novih proizvoda i usluga, čak i ako to znači da treba cijeli poslovni model preko noći preokrenuti naglavce.

Samo se nemojte uspravati kako ne biste završili poput Kodaka koji je izumio digitalnu kameru pa unatoč tomu propao jer nije znao što bi s njom.



Official Media Partner  
of ISTMA World



[www.linkedin.com/company/irt3000](http://www.linkedin.com/company/irt3000)



[facebook.com/irt3000](https://facebook.com/irt3000)



[@irt3000](https://twitter.com/irt3000)

Časopis IRT3000 je još lakše dostupan. S vama smo kako na društvenim, tako i na poslovnim mrežama Facebook, Twitter i LinkedIn, gdje možete najbrže stupiti s nama u kontakt i pratiti aktualne aktivnosti našeg tima.