

HRVATSKI IZVOZ I IZVOZNICI: KOLIKO SMO PODUZETNI?

Prof.dr.sc. Mirna Leko Šimić
Ekonomski fakultet u Osijeku

**“Hrvatska mala poduzeća i izazovi Europske unije:
opasnost ili nada?”**



IZVOZ KAO GOSPODARSKA AKTIVNOST

- Značaj na mikro i makro razini
- Mikro:
 - Smanjenje ovisnosti o domaćem tržištu
 - Disperzija rizika
 - Otvara mogućnosti uključivanja u druge oblike međunarodnog poslovanja
 - Smanjenje proizvodnih troškova
 - Stabilizacija fluktuacija potražnje

IZVOZ KAO GOSPODARSKA AKTIVNOST

- Makro:
 - Doprinosi gospodarskom razvoju
 - Devizne rezerve
 - Omogućava potrebnu razinu uvoza
 - Stvara pozitivnu percepciju o konkurentnosti gospodarstva na domaćem tržištu

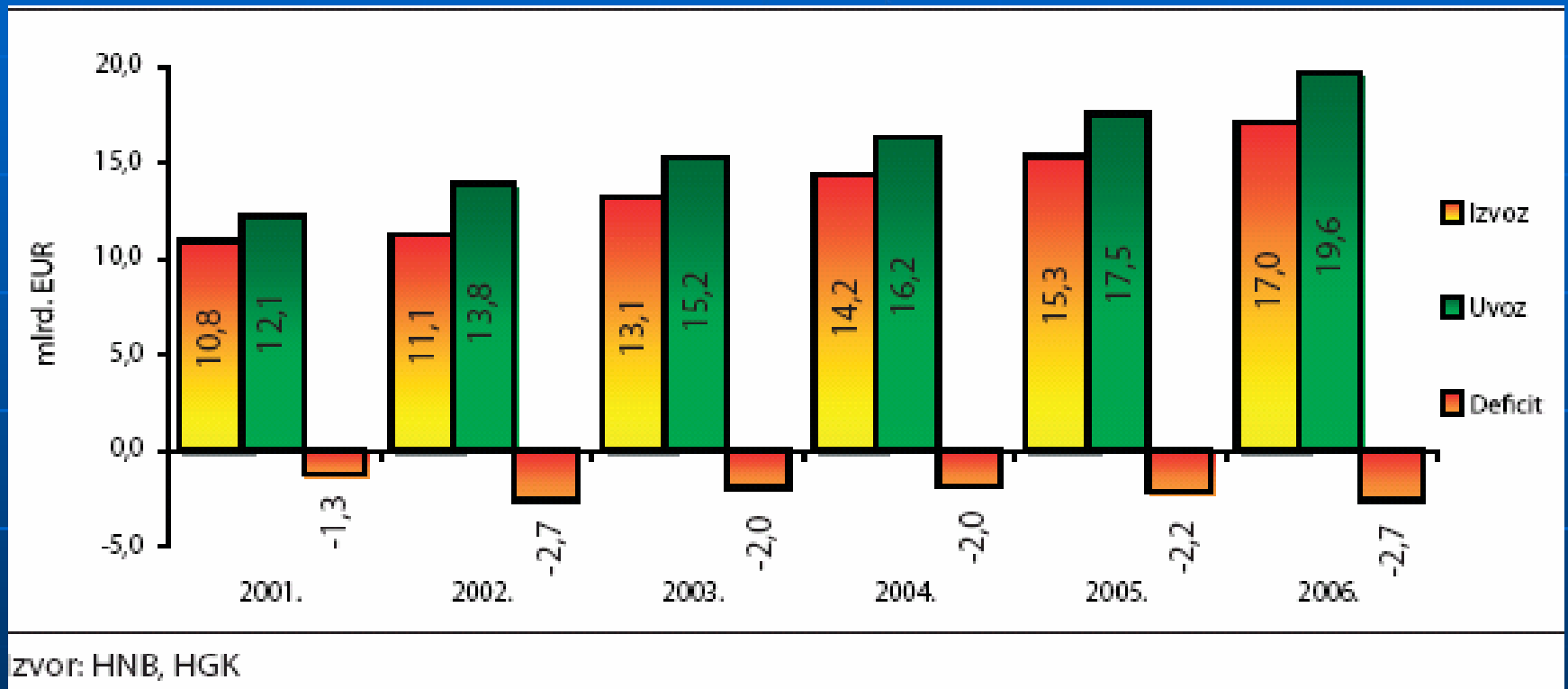
IZVOZ I MALA I SREDNJA PODUZEĆA

- Globalizacija → relativno smanjenje značenja veličine, starosti i materijalnih resursa poduzeća
- Liberalizacija tržišta → povećana međunarodna i lokalna konkurencija
- Izvoz – optimalan model internacionalizacije za MSP
 - Institucionalna, poslovna i međunarodna znanja

MALA I SREDNJA PODUZEĆA U HRVATSKOM GOSPODARSTVU

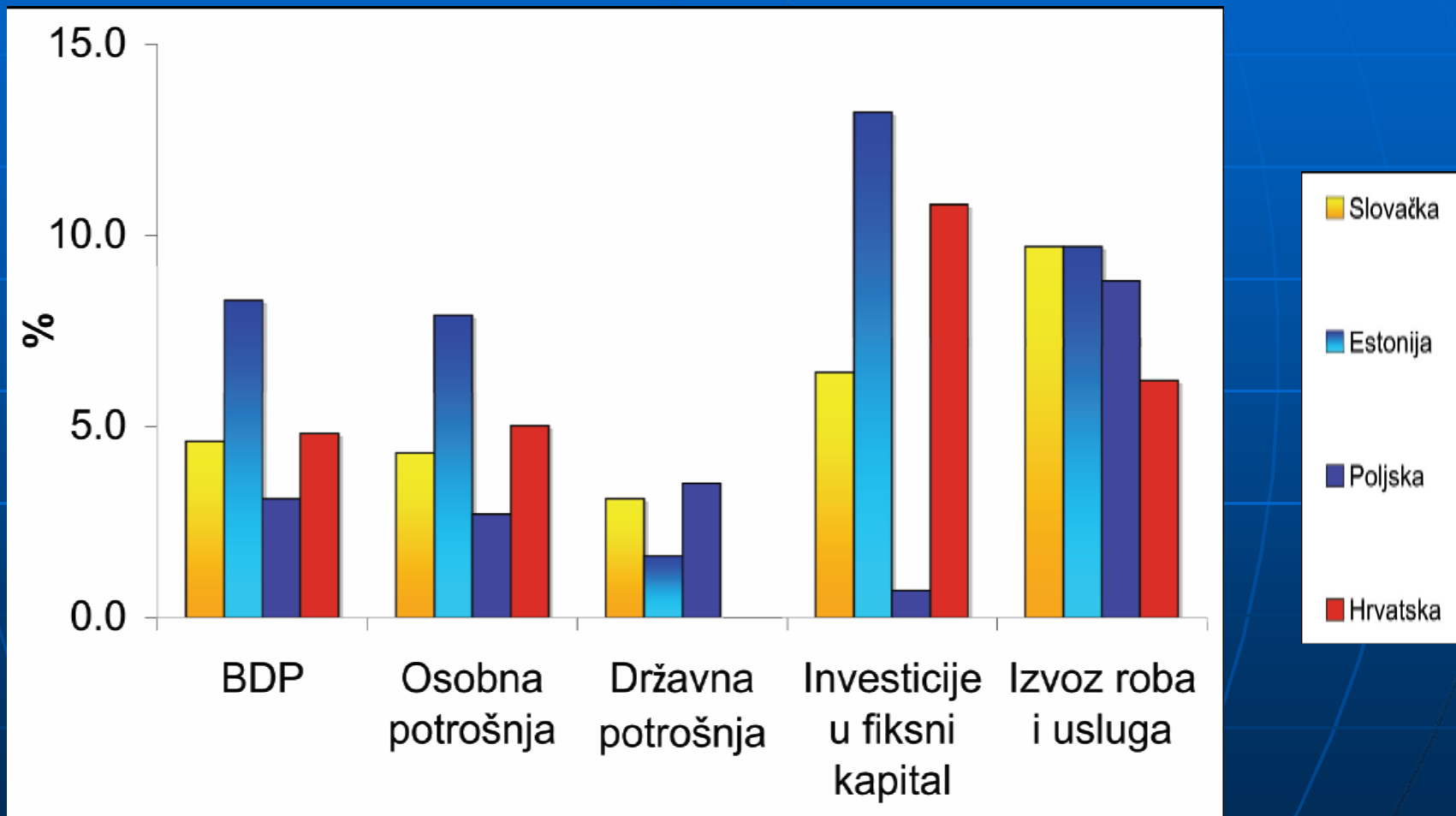
- Udio MSP u broju poduzeća 99%
- Udio MSP u zaposlenosti 52%
(MSP + obrti + zadruge = 64%)
- Udio MSP u BDP-u 55%
- Udio MSP u ukupnom izvozu 25%

HRVATSKI IZVOZ 2001-2006



- slabi rast izvoza
- brzi rast uvoza
- povećanje deficita vanjsko-trgovačke bilance

PROSJEČNE STOPE RASTA 2001-2005



HRVATSKI IZVOZ - KARAKTERISTIKE

- **76.000 registriranih poduzeća u Hrvatskoj – 10% izvoznika**
- **samo 3.144 imaju vrijednost izvoza veću od 1 million Kuna**
i.e. 135.000 Euro (2003)

- **Vrijednost izvoza per capita**

- **Hrvatska 1.500 \$**
- **Slovenija 4.774 \$**
- **Irska 22.120 \$**

HRVATSKI IZVOZ - KARAKTERISTIKE

Export	000 US\$	%
1. Italija	1 881 089	21,4
2. BiH	1 260 447	14,3
3. Njemačka	936 078	10,6
4. Slovenija	711 599	8,1
5. Austrija	628 265	7,1
6. SiCG	393 457	4,5
7. SAD	305 145	3,5
8. Liberija	244 327	2,8
9. Francuska	198 642	2,3
10. Mađarska	137 464	1,6
<i>Ukupno prikazani izvoz</i>	<i>6 696 513</i>	<i>76,2</i>
<i>Ukupni izvoz</i>	<i>8 808 988</i>	<i>100</i>

- **NAJZNAČAJNIJI PARTNERI:**
 - 6 zemalja EU (46%)
 - Ex YU (27%)

HRVATSKI IZVOZ - KARAKTERISTIKE

- Pokrivenost uvoza izvozom manja od 50% (2006. 48,3%)
- Nizak udio izvoza u BDP (2006. 24,1%)
- Generatori rasta izvoza brodogradnja i plin
- Značajan rast vrijednosti izvoza nafte i naftnih derivata, metala i hrane i pića (ribe, žitarice, šećer, konditorski proizvodi)
- Najveći rast izvoza u Italiju, Njemačku, Sloveniju, Srbiju i Crnu Goru
- Suficit u razmjeni s malim brojem zemalja, uglavnom ZUR; najveći s BIH, Srbijom i Crnom Gorom

IZVOZNE PERFORMANSE

- Financijski aspekt
- Strateški aspekt
- Osobno zadovoljstvo poduzetnika

- Dosadašnja istraživanja:
 - Problemi financiranja izvoza
 - Problemi izvoznih cijena
 - Problemi vezani uz promocijske aktivnosti
 - Problemi vezani uz kvalitetu proizvoda (Hrvatski izvoznik)

 - Poboljšanje suradnje s državom:
 - Pronalaženje poslovnih partnera i distributera
 - Stjecanje tehničkih kompetencija za komunikaciju s ino-tržištima
 - Pojednostavljenje izvozne dokumentacije i procedura
 - Snažnije financiranje izvoza i osiguranje jamstava
 - Pomoć u proizvodnji boljeg proizvoda i povećanju kapaciteta (I. Pilar)

MALA I SREDNJA PODUZEĆA U HRVATSKOM IZVOZU

- Istraživanje "Ivo Pilar"
 - Ekonomsko obrazovanje ima 1/3 predsjednika ili zamjenika predsjednika uprave, ili voditelja sektora
 - Potrošna dobra preko 45% izvoza
 - Preko 51% uspostavljenih poslovnih odnosa na poticaj ino-partnera; minimalno putem HGK, veleposlanstva
 - Osnovne konkurentske prednosti vezane uz odnos cijena – kvaliteta (72%)

IZVOZ I PODUZETNIŠTVO

- **IZVOZ** = poduzetnički čin jer je to "proces u kojem pojedinac ili poduzeće traže izvozne mogućnosti, bez obzira na ograničene resurse koje kontroliraju ili na prepreke okruženja s kojima se suočavaju" (Beh & Young, 2001)
- **MEĐUNARODNO PODUZETNIŠTVO** = kombinacija inovativnog, proaktivnog i na rizik spremnog ponašanja koje prelazi nacionalne granice i cilj mu je ostvariti novu vrijednost u poduzeću (McDugall & Oviatt, 2000)

KOLIKO SU PODUZETNI HRVATSKI IZVOZNICI?

- **ELEMENTI PODUZETNIČKOG PONAŠANJA:**
 - **INOVATIVNOST** = sposobnost poduzeća da stvori nove proizvode ili procedure, ili modificira postojeće u cilju zadovoljavanja promjenjivih zahtjeva tržišta
 - **PROAKTIVNOST** = konkurentsko, agresivno i aktivno pozicioniranje poduzeća na tržištu
 - **SPREMNOST NA PODUZIMANJE RIZIKA** = spremnost poduzeća da se uključi da se uključi u poslovne aktivnosti čiji rezultat može biti nesiguran

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

- 2004. godine
- 88 izvoznika
- anketni upitnik
- ispitanici - direktori poduzeća
- struktura:
 - prema tipu poslovne aktivnosti (radno vs. tehnološki ili kapitalno intenzivna)
 - prema broju zaposlenika
 - prema starosti poduzeća

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

	N	%
TIP AKTIVNOSTI		
-TRADICIONALNI	46	52.9
-NETRADICIONALNI	41	47.1
BROJ ZAPOSLENIKA		
-DO 50	13	14.8
-50 DO 250	35	39.8
-PREKO 250	40	45.5
STAROST PODUZEĆA		
-0 DO 10 GODINA	12	13.6
-10 DO 30 GODINA	24	27.3
-30 DO 50 GODINA	18	20.5
50 DO 80 GODINA	18	20.4
PREKO 80 GODINA	16	18.2

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

■ **INOVATIVNOST: 3.42**

- Max. "znanje i stručnost uposlenika" (3.76)
- Min. "primjena istraživanja u poslovanju" (3.10)

■ **PROAKTIVNOST: 3.67**

- Max. "aktivno tražimo partnere za unaprijeđivanje poslovanja na ino-tržištu" (3.95)
- Min. "često smo prvi u uvođenju novih proizvoda/procedura na tržištu" (3.33)

■ **SPREMNOST NA RIZIK: 3.12**

- Max. "nove projekte uvodimo polako i postepeno" (3.63)
- Min. "naše poslovne aktivnosti mogu se smatrati rizičnim" (2.67)

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

■ CLUSTER ANALIZA:

- Poduzetni vs. nepoduzetni cluster (50 vs. 26)
 - Nema razlike:
 - temeljne karakteristike (tip poslovnih aktivnosti, veličina poduzeća, starost poduzeća), značaj razlika u kulturnom okruženju i dinamici okruženja (političke, ekonomske, socijalne promjene)
 - Razlike:
 - Stupanj "neprijateljstva" okruženja: raspoloživost i dostupnost materijalnih (4.12. vs. 3.5) i financijskih resursa (3.64 vs 2.88), mogućnost razvoja poslovanja na ino tržištu (3.94 vs. 3.04), razlike u ekonomskom okruženju (3.74 vs. 3.23)

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

- Općenito relativno niska razina poduzetničkog ponašanja izvoznika (3.40)
- Puno značajniji utjecaj eksternih u odnosu na interne varijable
- Najveća ocjena proaktivnosti (traženje partnera); najniža spremnost na poduzimanje rizika
- Rezultat: oslanjanje na postojeće i stare poslovne kontakte, networking, slična tržišta

DA LI JE ZA EU HRVATSKA POŽELJAN PARTNER?

- DA!

- Poduzetničko okruženje i kvaliteta regulative u Hrvatskoj napreduju i postupno se približavaju prosjeku NEU-10 (ocjene Europske povelje).
- Hrvatska je dovoljno pripremljena da doprinese konkurentnosti EU u dimenziji 'poduzeća' odnosno poslovnog okruženja.
- Učinci pridruživanja za MSP bit će tim povoljniji što su MSP bolje pripremljena i konkurentnija

OČEKIVANE KORISTI

- Pristup jedinstvenom tržištu
- Bolja mogućnost suradnje i umrežavanja
- Pristup dodatnim izvorima financiranja iz nebankarskih izvora i horizontalnim državnim potporama
- Dostupnost novih tehnoloških, upravljačkih i organizacijskih znanja
- Pozitivni učinci na zaposlenost, životni standard i BDP.

OČEKIVANI TROŠKOVI

- Ulaganje u ljudski kapital, tehnologiju te istraživanje i razvoj
- Državni poticaji
- Troškovi unaprjeđenja institucija radi osiguravanja poticajnog poslovnog okruženja.

Hvala na pažnji!
Pitanja, komentari, diskusija...
lekom@efos.hr