

**Neki istraživački nalazi projekta IZVOZNI
POTENCIJAL HRVATSKOGA MALOGA
GOSPODARSTVA, 2006.**

**Hrvatska mala poduzeća i izazovi EU: opasnost ili nada?
Ekonomski institut, Zagreb, 5.12.2007.**

Dr. sc. Drago Čengić, Institut Ivo Pilar, Zagreb

Pregled izlaganja

1. **Podatci o uzorku korištenom za istraživanje**
2. **Dominantni tipovi izvoza**
3. **Zapreke većim izvoznim prihodima**
4. **Područja poželjne pomoći države**
5. **Strategije poslovanja i izvozni potencijal**
6. **Mjere za povećanje izvoznih prihoda**
7. **Primjerena strategija povećanja izvoza?**

O uzorku poduzeća/ispitanika

Obuhvaćene županije/zone (%)

Središnja Hrvatska	32,8
Grad Zagreb	19,2
Istra, Hrv. Primorje	14,3
Zagrebačka županija	12,8
Dalmacija	10,6
Slavonija	10,2

*** Izvor uzorka:

Croatian Export Directory, HGK, 2003. (N = 535, n/r = 265)

Djelatnost poduzeća (%)

1. Proizvodnja metala i metaloprerađivačka industrija	41,5
2. Poljoprivreda, pr. hrane, tekstila, kože; prerada drva, pr. papira	27,2
3. Građevinarstvo, prijevoz, turizam, druge usluge	17,0
4. Pr. naftnih derivata, kemijskih, nemetalnih proizvoda	14,3

Tržišta u zadnje tri godine (%)

1. Nacionalno tržište (RH)	44,9
2. Inozemna tržišta	44,9
3. Lokalno tržište	10,2

Dominantni tipovi izvoza (N = 265)

- 1. Izravan izvoz proizvoda pod tuđim imenom naručiteljima u inozemstvu (F1 = 19,88% objašnjene varijance)**
- 2. Izvoz proizvoda pod tuđim imenom preko posrednika u zemlji (F2 = 18,88%)**
- 3. Izravan izvoz vlastitih proizvoda preko tuđih kanala/ posrednika u inozemstvu (F3 = 18,31%)**

Problemi-grozdovi koji priječe veće izvozne prihode poduzeća (temeljem faktorske analize)

- * Teškoće u pronalaženju distributera/poslovnih partnera (F1=9,27%)**
- * Problemi povezani s financiranjem izvoza i razvojem (novih) proizvoda i usluga (F2 = 7,30%)**
- * Uvozne carine u zemljama uvoza i slabo poznavanje izvoznoga poslovanja (F3 = 7,17%)**
- * Nedostatak kompetentnoga osoblja za poslove izvoza i komunikaciju s inozemnim tržištima (F4 = 7,03%)**
- * Dugačke procedure i prekomplicirana izvozna dokumentacija (F5 = 6,69%)**
- * Osiguranje izvoza i ne/plaćanje za izvezenu robu (F6 = 4,23%)**

Problemi-grozdovi gdje je najpotrebnija pomoć države (temeljem faktorske analize)

- * Brže pronalaženje distributera i poslovnih partnera za izvozne proizvode (F1 = 13,61%)**
- * Brže stjecanje tehničke kompetencije za komunikaciju sa stranim tržištem i izvoznim poslovanjem (F2 = 11,06%)**
- * Pojednostavljenje izvozne dokumentacije i procedura u državnoj upravi (F3 = 10,67%)**
- * Snažnije financiranje izvoza i osiguranja jamastava za izvozne poslove (F4 = 8,93%)**
- * Proizvodnja boljega izvoznoga proizvoda i povećanje proizvodnih kapaciteta (F5 = 5,35%)**

Rast i strategije poslovanja: tragom teorijskog modela M. Portera

1. Strategija nisko troškovnoga vodstva (brojni potrošači)
2. Usmjeren (fokusirana) nisko troškovna strategija (tržišne 'niše')
3. Strategija široko utemeljenoga razlikovanja proizvoda/usluga (brojni potrošači)
4. Usmjeren strategija razlikovanja (tržišne 'niše')
5. Strategija najboljega omjera cijene i troškova

Sadašnje i buduće strategije poslovanja poduzeća - izvoznika

Sadašnje strategije poslovanja

1. Ulaganje u obrazovanje rukovodilaca i stručnjaka/inženjera (F1 = 17,67%)
2. Ulaganja u kvalitetnije/nove proizvode (F2 = 13,83%)
3. Ulaganja u informatizaciju i smanjenje troškova proizvodnje (F3 = 8,62)
4. Ulaganja u širenje tržišta u zemlji i stvaranje poslovnih saveza s domaćim poduzećima (F4 = 6,53%)
5. Ulaganje u poslovne saveze s poduzećima u inozemstvu (F5 = 4,71%)

Buduće strategije poslovanja

1. Ulaganje u obrazovanje rukovodilaca i stručnjaka/inženjera (F1 = 21,55%)
2. Ulaganje u proizvodnju kvalitetnijih proizvoda i u povećanje proizvodnje (F2 = 17,32%) (izvozno relevantna!!!)
3. Ulaganja u proizvodnju usko profiliranih proizvoda i u razvoj posve novih proizvoda (F3 = 15,92%)

Mjere za povećanje izvoznih prihoda za 30% u iduće tri godine (%)

1. jače partnerstvo s poduzećima u inozemstvu	20,0
2,5. proizvodnja novih proizvoda s većom vrijednošću	18,1
2,5. veća proizvodnja sadašnjih proizvoda / usluga	18,1
4. promjena tečaja (devalvacijom kune)	12,5
5. veća pomoć Vlade RH/ nadležnih ministarstava	10,6
6. ostale mjere (partnerstvo s poduzećima u zemlji, kupnja poduzeća u zemlji, kupnja poduzeća u inozemstvu, nekako drugačije)	20,8

Koja je primjerena nacionalna strategija za povećanje izvoza (%)

- | | |
|---|-------------|
| 1. Strategija samostalnog izvoza pojedinačnih poduzeća -
ovisno o mogućnostima poduzeća | 42,8 |
| 2. Strategija izvoza uz vodstvo državne agencije za izvoz,
zadužene za promociju izvoza i nalaženje inozemnih
poslovnih partnera | 25,0 |
| 3. Strategija okupljanja poduzeća oko vodećega izvoznika
u grani/djelatnosti | 20,5 |
| 4. Strategija izvoza kroz domaću potrošnju (poljoprivreda
-----> turizam,...) | 4,9 |
| 5. Nešto drugo | 4,9 |

Jedno istraživačko pitanje - kao mogući uvod u raspravu!

**Kako odgovoriti na ova očekivanja
poduzeća izvoznika s obzirom na moguće
mjere za povećanje izvoza?**