

Međunarodna razmjena Hrvatske s državama Europske unije

Grubišić, Martina

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Libertas International University / Libertas međunarodno sveučilište**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:223:603922>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-24**



Repository / Repozitorij:

[Digital repository of the Libertas International University](#)



**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE
ZAGREB**

MARTINA GRUBIŠIĆ

SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI RAD

**MEĐUNARODNA RAZMJENA HRVATSKE S
DRŽAVAMA EUROPSKE UNIJE**

Zagreb, travanj 2019.

**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE
ZAGREB**

**SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ
MENADŽMENT BANKARSTVA, OSIGURANJA I FINANCIJA**

**MEĐUNARODNA RAZMJENA HRVATSKE S DRŽAVAMA
EUROPSKE UNIJE**

KANDIDAT: Martina Grubišić, bacc. oec.

MENTOR: doc. dr. sc. Davor Perkov

KOLEGIJ: Strategijski menadžment

Zagreb, travanj 2019.

Sažetak

Republika Hrvatska je ulaskom u Europsku uniju (1. srpnja 2013.) dobila mogućnost za poboljšanje i proširenje gospodarskih mogućnosti, prije svega participacijom na slobodnom europskom tržištu. S obzirom na to da su glavni ciljevi Europske unije usmjereni na uravnotežen gospodarski i društveni razvoj, ponajprije politikom slobodnog tržišta roba, usluga, ljudi i kapitala, Hrvatska je članstvom dobila bolju priliku za sudjelovanje na tom zajedničkom tržištu. Izvoz je jedna od najvažnijih komponenti u ukupnome gospodarskom rastu i realizaciji konkurentskih prednosti te se iz tog razloga u ovome specijalističkom diplomskom radu istražuje izvoz Republike Hrvatske – konkretno međunarodna razmjena Hrvatske s ostalim članicama Europske unije. Ulazak u Europsku uniju, među ostalim, je i ulazak na jedinstveno tržište svih zemalja članica Europske unije te se očekuje da utječe na izvoz Republike Hrvatske. Kako bi se što bolje razvila kao država te poboljšala uvjete vanjske trgovine Hrvatska je od osamostaljenja do danas potpisala brojne sporazume i međunarodne ugovore s Europskom unijom.

Ovaj specijalistički diplomski rad dokazuje da se hrvatski izvoz (odnosno izvozna kretanja) nije statistički povećao nakon ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju. Upravo razlozima zbog kojih se izvoz ipak nije povećao bavi se ovaj rad, te se zaključuje da Republika Hrvatska ipak nije adekvatno koristila mogućnosti sufinanciranja koja su joj se ponudila iz bespovratnih sredstava fondova Europske unije. Bespovratna sredstva usmjerena su na gospodarski prosperitet Republike Hrvatske te na razvoj konkurentnosti i poticanje na veći izvoz (a manji uvoz). Tema rada je aktualna, kompleksna i zanimljiva s obzirom na to da je Republika Hrvatska zadnja ušla u integraciju europskih zemalja od koje se očekuju velike gospodarske koristi.

Ključne riječi: međunarodna razmjena, konkurentnost hrvatskog gospodarstva, jedinstveno tržište Europske unije, hrvatski izvoz

Summary

By joining the European Union (July 01, 2013), the Republic of Croatia has been given the opportunity to improve and expand economic opportunities, primarily by participating in a free European market. Given that the European Union's main objectives are geared towards balanced economic and social development, primarily through the policy of free market of goods, services, people and capital, Croatia has given its membership a better opportunity to participate in that common market. Exports are one of the most important components in total economic growth and the realization of competitive advantages, and for this reason, this paper examines the export of the Republic of Croatia, and specifically the international exchange of Croatia with the other members of the European Union. Entry into the European Union is, among other things, the entry into the single market of all EU member states, and it is expected that the event of Croatia's accession to the European Union will have an impact on Croatia's exports. From independence until today, Croatia has signed numerous agreements and international agreements with the European Union to develop as well as a state, but also to improve the conditions of foreign trade.

This specialist graduate thesis shows that Croatian exports (ie export movements) did not increase statistically after Croatia's accession to the European Union. It is precisely the reasons why export statistics did not increase, this paper deals with, and it is concluded that the Republic of Croatia did not adequately use the possibilities of co-financing offered by the European Union's grants. Grants are geared towards the economic prosperity of the Republic of Croatia, and to the development of competitiveness and the stimulation of greater exports (and smaller imports). I decided on this topic because of its relevance, complexity and interest, since the Republic of Croatia has recently entered into the integration of European countries that are expected to have great economic benefits.

Key words: international exchange, competitiveness of the Croatian economy, competitive advantages, the single market of the European Union, Croatian exports

SADRŽAJ

SAŽETAK.....	III
SUMMARY.....	IV
SADRŽAJ.....	V
1. UVOD.....	1
1.1. Problem istraživanja	2
1.2. Ciljevi i svrha istraživanja.....	2
1.3. Istraživačka pitanja	3
1.4. Metodologija istraživanja	3
1.5. Struktura specijalističkog diplomskog rada	4
2. DEFINIRANJE KONKURENTNOSTI NA NACIONALNOJ RAZINI.....	5
2.1. Definiranje pojma konkurentnosti.....	5
2.2. BDP – ključni pokazatelj konkurentnosti.....	7
2.3. Porterov dijament konkurentnosti.....	8
2.3.1. Analiza pet konkurentskih sila.....	12
2.4. Međunarodna konkurentnost.....	14
3. KONKURENTNOST HRVATSKOGA GOSPODARSTVA.....	16
3.1. BDP kao indikator konkurentnosti u hrvatskom gospodarstvu.....	16
3.2. Indeks globalne konkurencije – mjerilo konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva.....	18
3.3. Indeks Svjetske banke – mjerilo konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva.....	19
3.4. Komparativne prednosti hrvatskoga gospodarstva.....	21
3.5. SWOT analiza hrvatskoga gospodarstva.....	23
4. IZVOZ REPUBLIKE HRVATSKE.....	26
4.1. Definiranje i rasprava o izvozu.....	26
4.2. Motivacije izvoza.....	27
4.3. Utjecaj izvoza na gospodarstvo države.....	28
4.4. Sposobnost i karakteristike poduzeća koje izvozi.....	28
4.5. Odabir tržišta.....	29
4.6. Elementi izvoznog plana i strategija.....	30

4.7. Program carina 2020.....	33
4.8. Izvoz Republike Hrvatske.....	35
4.8.1. Republika Hrvatska u odnosu na susjedne zemlje.....	37
4.8.2. Hrvatska na tržištu Europske unije.....	41
4.8.3. Turizam – izvozna usluga Republike Hrvatske.....	43
5. FINANCIRANJE IZVOZA.....	45
5.1. Financiranjem proizvodnje i prodaje.....	46
5.2. Troškovi financiranja.....	46
5.2.1. Dužina financiranja.....	47
5.2.2. Rizici financiranja.....	48
5.3. HBOR kao izvozna banka.....	49
6. IZVOZNA KRETANJA U REPUBLICI HRVATSKOJ PRIJE I POSLIJE ULASKA U EUROPSKU UNIJU.....	51
6.1. Kvantitativni pokazatelji vrijednosti izvoza Republike Hrvatske u razdoblju od 2001. do 2012. godine.....	52
6.2. Kvantitativni pokazatelji vrijednosti izvoza Republike Hrvatske u razdoblju od 2013. do 2015. godine.....	53
6.3. Izvoz Republike Hrvatske u posljednje tri godine.....	54
6.4. Struktura izvoza u Republici Hrvatskoj.....	55
6.4.1. Javne financije.....	57
6.5. Apsorpcija bespovratnih sredstava iz fondova Europske unije u Republici Hrvatskoj (i ostalim članicama Europske unije).....	58
7. ZAKLJUČAK.....	63
LITERATURA.....	65
POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA.....	72
ŽIVOTOPIS.....	74

1. UVOD

Europska unija je nadsocijalna institucija utemeljena na četiri slobode: slobode kretanja ljudi, slobode kapitala, slobode robe i slobode usluga unutar granica Unije.¹ Tim se slobodama povećava konkurentnost među članicama. Europska unija predstavlja i tržište koje je po broju potrošača veće nego SAD ili Japan. Gospodarske mogućnosti koje pruža taj integracijski prostor ne bi mogla zadobiti niti jedna europska država pojedinačno. Povećavanjem tržišta, povećava se konkurencija, čime se zaključuje da poslovnu prednost imaju oni koji predstavljaju najveće konkurente. Republika Hrvatska kao punopravna članica Europske unije od 1. srpnja 2013. godine ima mogućnost svojim gospodarskim djelatnostima konkurirati na tržištu Europske unije, što ovisi o njezinoj sposobnosti prihvatanja i primjene ekonomskih, tržišnih, socijalnih, pravnih i slobodarskih standarda i kriterija, odnosa i oblika, koji se primjenjuju u Europskoj uniji. Republika Hrvatska je zemlja s mnoštvo gospodarskih mogućnosti kojima može konkurirati na tržištu Europske unije, a suradnja sa zemljama članicama može biti od obostrane koristi. Izvoz hrvatskih proizvoda može pridonijeti gospodarskom jačanju, povećanju zaposlenosti i porastu BDP-a.²

Ovaj specijalistički diplomski rad bavi se pitanjima konkurentne prednosti koju hrvatski poslovni subjekti ostvaruju kako na području Republike Hrvatske, tako i na cjelokupnom području EU-a. Rad se sastoji od sedam poglavlja. U uvodnom poglavlju opisani su: problem istraživanja, ciljevi i svrha istraživanja, istraživačka pitanja, metodologija istraživanja i struktura rada. Drugim poglavljem definira se konkurentnost na nacionalnoj razini. U trećem poglavlju analizirana je konkurentnost hrvatskoga gospodarstva. Četvrto poglavlje obrađuje pojam izvoza te definira i analizira izvoz Republike Hrvatske. Peto poglavlje govori o financiranju izvoza, a šesto provodi analizu izvoznih kretanja u Republici Hrvatskoj prije i poslije ulaska u Europsku uniju. Na kraju rada je zaključak u kojem autorica ovoga rada izvlači najvažnije postulate analiziranog i napisanog.

¹ Krmpotić, Ž. (2017.), *Pristupanje Republike Hrvatske Europskoj uniji*, završni rad, Gospić: Veleučilište „Nikola Tesla“, str. 1.

² Fištrek, J. (2015.), *Mogućnost gospodarske suradnje Republike Hrvatske sa zemljama članicama Europske unije*, diplomski rad, Zadar: DIU Libertas Međunarodno sveučilište, Sveučilište u Zadru, str. 6.

1.1. Problem istraživanja

Problematika uspješnosti izvoza zahtijeva prilagodbu gospodarstvenika zahtjevima Europske unije što se tiče standarda kvalitete proizvoda i usluga te odnosa cijene i kvalitete.³ Republika Hrvatska posjeduje velike izvozne potencijale, ponajprije u poljoprivrednom i u (i dalje najznačajniji) turističkom sektoru, koji se naziva i „nevidljivi izvoz“. Bez obzira na postojeće potencijale, Republika Hrvatska i dalje ima problem njihove nedovoljne iskorištenosti kao i njihova izvoza. Upravo se time bavi ovaj specijalistički diplomski rad.

Poduzetnicima – izvoznici stoga se predlaže okrupnjavanje u vidu klastera kako bi ojačali svoje financijske, tržišne i ljudske potencijale te pregovaračku moć na međunarodnom tržištu.⁴ Promatranjem međunarodne razmjene (izvoz) Republike Hrvatske i ostalih članica EU-a, zaključuje se da je potreban visok stupanj potpore različitih tijela, od kojih su na razini države najrelevantnije regionalne razvojne agencije, odnosno Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske. Kako je navedeno, tematika ovoga rada je međunarodna razmjena Hrvatske s državama Europske unije, s velikim naglaskom na izvoz – odnosno na posljedice koje Republika Hrvatska ima članstvom u zajednici država kao što je Europska unija.

1.2. Ciljevi i svrha istraživanja

Ciljevi istraživanja koje je provedeno u svrhu izrade diplomskoga rada su:

- utvrđivanje pozitivnih i negativnih implikacija (zaključaka, učinaka, posljedica) koje Republika Hrvatska ima ulaskom u Europsku uniju, a koje se odnosi na izvoz te na poticanje izvoza i poticanje konkurentnosti
- deskriptivna analiza i praćenje trendova u kretanju izvoza na razini Republike Hrvatske prije i nakon ulaska u Europsku uniju
- definiranje najrelevantnijih činitelja koji unaprjeđuju konkurentnost hrvatskih poslovnih subjekata (kako na domaćem, tako i na međunarodnom tržištu, odnosno tržištu na razini Europske unije)

³ Goić, Š. (2016.), *Utjecaj ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju na izvoz*, diplomski rad, Zadar: Sveučilište u Zadru, str. 5.

⁴ Ibid.

- istraživanje (te definiranje) poveznica među izvoznim kretanjima (i trendovima) i stopama iskorištenosti (bespovratnih) sredstava na razini Europske unije iz EU fondova.

Svrha istraživanja je utvrditi kako je ulazak Hrvatske u Europsku uniju utjecao na izvozna kretanja u hrvatskom gospodarstvu i spoznati koji su ključni čimbenici za unaprjeđenje konkurentnosti, a time i izvoznih aktivnosti poslovnih subjekata koji posluju u Republici Hrvatskoj.⁵

1.3. Istraživačka pitanja

Pri izradi specijalističkog diplomskog rada autorica je postavila određena pitanja te je sljedećim tekstom pokušala odgovoriti na pitanja:

I.P.1. Koji su pozitivni, a koji negativni elementi ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju s aspekta izvoza?

I.P.2. Kakva je razlika u trendovima izvoza koje prati Republiku Hrvatsku u razdoblju prije i nakon ulaska u Europsku uniju?

I.P.3. Na koje sve načine Europska unija podupire razvoj izvoza država članica Europske unije, odnosno na koji način podupire razvoj konkurentnosti Republike Hrvatske?

I.P.4. Na čemu Republika Hrvatska mora temeljiti svoju konkurentnost u izvozu da bi mogla povećati izvoz te dominirati europskim tržištem?

I.P.5. Koja je poveznica izvoznih kretanja (na razini Europske unije) sa stopom iskorištenosti bespovratnih sredstava iz EU fondova koji se „realiziraju“ u Republici Hrvatskoj?

1.4. Metodologija istraživanja

U ovome specijalističkom diplomskom radu primijenjene su sljedeće metode:

- metoda deskripcije
- metoda analiza i sinteze
- metoda dedukcije
- metoda indukcije
- metoda komparacije.

⁵ Goić, Š., op. cit., str. 5.

1.5. Struktura specijalističkog diplomskog rada

Ovaj specijalistički diplomski rad sastoji se od sedam poglavlja. U uvodnom dijelu obrađen je problem istraživanja, ciljevi i svrha istraživanja, istraživačka pitanja te su navedene primijenjene metode istraživanja. Drugo poglavlje naslova „Definiranje konkurentnosti na nacionalnoj razini“ analizira: pojam i povijesni razvoj koncepta konkurentnosti, BDP kao ključni pokazatelj konkurentnosti nacionalnoga gospodarstva i Porterov dijamant konkurencije, indikatore međunarodne konkurentnosti. Treće poglavlje „Konkurentnost hrvatskoga gospodarstva“ detaljno obrađuje: BDP kao pokazatelj konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva, GCI kao mjerilo konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva, Indeks Svjetske banke kao mjerilo konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva, ocjenu konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva prema Porterovom dijamantu konkurentnosti te SWOT analizu hrvatskoga gospodarstva. Četvrto poglavlje bavi se izvozom. obrađuje pojam izvoza, motive za ulazak na strana tržišta, značenje izvoza za gospodarstvo, sposobnost tvrtke za izvoz, odabir ciljanog tržišta, izvozni plan i strategiju, program „CARINA 2020“, uspoređuje Republiku Hrvatsku u odnosu na susjedne zemlje, opisuje Hrvatsku na tržištu Europske unije te se dotiče turizma kao jedne od najvažnijih gospodarskih grana i najznačajnijih usluga Republika Hrvatske. Peto poglavlje govori o financiranju izvoza te su definirane potrebe za financiranjem proizvodnje i prodaje, troškovi financiranja, duljina financiranja te rizici vezani uz financiranje. Šesto poglavlje prati izvozna kretanja u Republici Hrvatskoj prije i nakon ulaska u EU. obrađeni su kvantitativni pokazatelji vrijednosti izvoza Republike Hrvatske od 2001. do 2012. godine, kvantitativni pokazatelji vrijednosti izvoza Republike Hrvatske od 2013. do 2015. godine, struktura izvoza u Republici Hrvatskoj, usporedba kvantitativnih pokazatelja o izvozu Republike Hrvatske prije i nakon ulaska u Europskoj uniji, i prikaz stope apsorpcije bespovratnih sredstava iz EU fondova u Republici Hrvatskoj i drugim članicama Europske unije. Sedmo poglavlje ujedno je zaključak. Na kraju rada je popis literature te popis tablica, slika i grafikona.

2. DEFINIRANJE KONKURENTNOSTI NA NACIONALNOJ RAZINI

Pojam konkurentnosti, odnosno kompetitivnosti sve je važniji u suvremenom gospodarstvu. Konkurentnost se promatra na različitim razinama – na razini pojedinca (pojedinih poslovnih subjekata), na razini regije ili na nacionalnoj razini. Konkurentnost se može promatrati na mikrorazini, mezorazini i makrorazini. Konkurentnost hrvatskoga gospodarstva jedan je od najvažnijih preduvjeta vezanih uz međunarodnu razmjenu Republike Hrvatske i njezin uspjeh i poziciju na međunarodnom tržištu. U postojećoj tripolarnoj strukturi svjetske ekonomije Hrvatska je prirodno usmjerena na integraciju u Europsku uniju. Hrvatska može u potpunosti iskoristiti sve prednosti geografskog položaja na raskrsnici putova između zapadne i jugoistočne Europe te suradnje Europe i Mediterana.

2.1. Definiranje pojma konkurentnosti

„Konkurentnost je sposobnost postizanja uspjeha na tržištima koji omogućava visoko produktivno gospodarstvo i poboljšanje životnog standarda cjelokupnog stanovništva.“⁶ Dakle, konkurentnost ili kompetitivnost mogu se definirati kao koncept koji proizlazi iz poslovne sposobnosti poslovnih subjekata, pojedinih industrijskih sektora ili nacionalne ekonomije da na određenim tržištima uspješnije plasira proizvode i usluge u odnosu na druge poslovne subjekte, industrijske sektore ili nacionalne ekonomije.⁷ Konkurentnost je ključni koncept u suvremenoj ekonomiji s obzirom na to da iz konkurentnosti gospodarstva na različitim razinama proizlazi i viša kvaliteta života zajednice. Cilj postizanja konkurentnosti je postizanje socioekonomskog napretka na razini društva.⁸ Pojam konkurentnosti počinje se proučavati još u 18. stoljeću, te popularnost ovoga, prije svega ekonomskog pojma eksponencijalno raste. Ekonomisti Smith (1776), Ricardo (1817) te Solow (1956) sustavno su proučavali sastavnice konkurentnosti i načine njezina poticanja, a temelj suvremenog poimanja konkurentnosti postavio je Porter.⁹ Popularni ekonomist Adam Smith (škotski ekonomist i etičar, najpoznatiji zbog djela „Bogatstvo naroda“) te David Ricardo u 18.

⁶ Bejaković, P. (2004.), *Labor Force Competitiveness in Croatia: status and problems*, Zagreb: Institut za javne financije, str. 32.

⁷ Ibid., str. 32-33.

⁸ Domac, J., Richards, K., Risović, S. (2005.), Socio – economic drivers in implementing bionergy projects, *Biomass and Bionergy*, 28(2), 97-106.

⁹ Aca, H. D. (2012.), Literature review of the evolution of competitiveness concept, *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 21(1), str. 41-46.

stoljeću definirali su pojam konkurentnosti teorijom apsolutne (komparativne) prednosti. Navedena teorija bila je (i danas jest) značajan poticaj za razvoj svih oblika međunarodnih trgovanja te specijalizaciju na razini nacionalnih ekonomija pojedinačnih država.¹⁰

Teorija apsolutnih prednosti zagovara slobodnu trgovinu s obzirom na to da je cjenovno prihvatljivije nabavljati robu koja se ne može proizvesti uz najniže troškove putem unutarnje i vanjske trgovine, a proizvoditi jedino onu robu u čijoj proizvodnji nacionalna ekonomija ima apsolutne prednosti.¹¹ Teorija komparativnih ili apsolutnih prednosti objašnjava kako se nacionalne ekonomije trebaju specijalizirati za proizvodnju proizvoda koje mogu provesti uz najniže troškove proizvodnje, a ostale proizvode nabavljati međunarodnom trgovinom iz drugih zemalja.¹² Američki ekonomist Robert Solow (dobitnik Nobelove nagrade) definirao je elemente koji utječu na poticanje (povećanje) konkurentnosti pojedinačnih nacionalnih ekonomija. Navedeni elementi definirani su formulom, a postupak izračuna nazvan je Solowljev model konkurentskog rasta.¹³

Sowljev model konkurentskog rasta definiran je sljedećim elementima:

- proizvod (P) koji se nudi na tržištu definiran je s tri glavna čimbenika
- kapital (K) koji se ulaže u proizvodnju proizvoda
- broj zaposlenika (N) koji su sudjelovali u proizvodnji proizvoda (P)
- stupanj tehničko-tehnološkog razvoja (A).

Sowljevu konkurentskom modelu agregatna funkcija proizvodnje, a time i konkurentnost kao sposobnost uspješnijega tržišnog plasmana od drugih poslovnih subjekata, industrijskih sektora ili nacionalnih ekonomija proizlazi iz funkcije kapitala, radne snage i tehnološkog napretka ili matematički izraženo:¹⁴

$$Y = f(K, A, N)$$

¹⁰ Goić, Š., op. cit., str. 8.

¹¹ Kiragu, S. M. (2014.), Assessment of challenges facing insurance companies in building competitive advantage in Kenya, *International journal of social sciences and entrepreneurship*, 1(11), str. 467- 490

¹² Goić, Š., op. cit., str. 8.

¹³ Durlauf, S. N., Kourtellos, A., Minkin, A. (2001.), The local Solow growth model, *European Economic Review*, 45(4), str. 938-940.

¹⁴ Ibid., str. 934.

Od 18. stoljeća gospodarstvo se rapidno razvija. Razvojem gospodarstva, razvijala se tehnika, što je utjecalo na preoblikovanje društva. Razvoj društva ili ekonomije znanja u kojem neopipljive sastavnice, znanja, vještine i sposobnosti zaposlenika, te strukturni i relacijski kapital imaju temeljnu ulogu u kreiranju konkurentne prednosti uvelike je uvjetovan brzim i snažnim razvojem informacijsko-komunikacijske tehnologije.¹⁵ S obzirom na disperziju elemenata koji su imali utjecaj na razvoj konkurentnosti na svim razinama, razvio se velik broj najrazličitijih modela za mjerenje konkurentnosti. Valja imati na umu da je pojam konkurentnosti teško definirati, zato što obuhvaća širok spektar kvalitativnih i kvantitativnih elemenata.

2.2. BDP – ključni pokazatelj konkurentnosti

Jedna od definicija konkurentnosti glasi da je konkurentnost „sposobnost neke zemlje da dostigne visoke stope rasta BDP-a po glavi stanovnika“.¹⁶ BDP je temeljni indikator koji se koristi u izračunu konkurentnosti na razini nacionalne ekonomije, kao i temeljni makroekonomski pokazatelj uopće s obzirom na to da upućuje na sposobnost nacionalnoga gospodarstva da generira novostvorenu vrijednost u određenom razdoblju koje uobičajeno iznosi godinu dana.¹⁷ BDP je indikator koji se izračunava na temelju sljedećih sastavnica: osobna potrošnja (C), investicije (I), javna ili državna potrošnja (G), neto izvoz (izračunava se kao razlika između izvoza i uvoza, odnosno kao E-M).¹⁸ Formula za izračun BDP-a glasi:¹⁹

$$Y = C + I + G + (E - M)$$

Da bi se izmjerila konkurentnost na razini pojedinoga nacionalnog gospodarstva, koristi se bruto domaći proizvod po glavi stanovnika, odnosno (skraćeno) BDP *per capita*. Na temelju BDP *per capita* izračunava se prosperitet i produktivnost pojedinih nacionalnih ekonomija te se uspoređuje standard, odnosno kvaliteta života građana.²⁰ Iako je bruto domaći proizvod

¹⁵ Kamukama, N., Ahiazu, A., Ntayi, J. M. (2011.), Competitive advantage: mediator of intellectual capital and performance, *Journal of intellectual capital*, 12(1), str. 152-164.

¹⁶ Dragičević, M. (2012.), *Konkurentnost, projekt za Hrvatsku*, Uvod u konkurentnost, Zagreb, str. 19.

¹⁷ Goić, Š., op. cit., str. 12.

¹⁸ Jurčić, L. (2010.), Financijska kriza i fiskalna politika, *Ekonomski pregled* 61(5-6), str. 317-334.

¹⁹ Ibid., str. 318.

²⁰ Porter, M. E., Delgado, M., Ketels, C., Stern, S. (2008.), *Moving to a new global competitiveness index*, The global competitiveness report, str. 43-46

jedan od primarnih te ujedno i najrelevantnijih pokazatelja na temelju kojih se definira konkurentnost, radi se o pokazatelju koji može dovesti korisnike u zabludu ako se ne koristi i tzv. horizontalna analiza bruto domaćeg proizvoda odnosno ako se ne spozna trend rasta ili pada stope bruto domaćeg proizvoda *per capita* u pojedinoj nacionalnoj ekonomiji.

Međutim, to ne mora biti točno što potvrđuju i pokazatelji prema kojima nacionalna gospodarstva u razvoju bilježe višu stopu rasta od razvijenih gospodarstava svijeta (npr. zemlje Azijski tigrovi).²¹ Na temelju vertikalne i horizontalne analize nacionalnih ekonomija putem BDP-a dobije se matrica s četiri kvadranta:²²

- zemlje s niskom apsolutnom vrijednošću BDP-a *per capita* i niskom stopom rasta BDP-a
- zemlje s niskom apsolutnom vrijednošću BDP-a *per capita* i visokom stopom rasta BDP-a
- zemlje s visokom apsolutnom vrijednošću BDP-a *per capita* i niskom stopom rasta BDP-a
- zemlje s visokom apsolutnom vrijednošću BDP-a *per capita* i visokom stopom rasta BDP-a.

2.3. Porterov dijamant konkurentnosti

Prethodno analizirane teorije predstavljaju tzv. „klasične teorije o konkurentnosti“. Klasične teorije o konkurentnosti komparativnim prednostima daju važnost kao apsolutnim prednostima koje jedna zemlja ima u odnosu na drugu. U ovome poglavlju predstaviti će se predstavnik suvremenih teorija o konkurentnosti koja će se pobliže analizirati. Michael Porter (autor „Teorije konkurentske prednosti“) jedan je od začetnika suvremene teorije o konkurentnosti koja se temelji na tome da se jasno razdvajaju pojmovi „komparacijska prednost“, od „konkurentska prednost“. Konkurentska prednost odnosi se na sposobnost pojedinog poduzeća, industrijskog sektora ili nacionalne ekonomije da realizira višu

²¹ Fagerberg, J., Srholec, M., Knell, M. (2007.), *The competitiveness of nations: Why some countries prosper while others fall behind*, World development, 35(10), str. 1595-1620

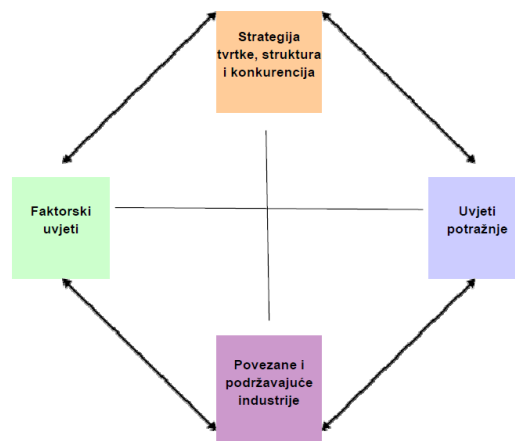
²² Ibid., str. 1597

novostvorenu vrijednost u odnosu na druge na temelju kombiniranja četiriju ključna čimbenika, a to su:²³

- mogućnost prodaje na globalnom tržištu (izvoz)
- mogućnost privlačenja investicija (lokacija)
- mogućnost prilagodbe gospodarstva
- mogućnost stvaranja i povećanja raspoloživog dohotka.

Michael Porter smatra da se konkurentska prednost (na nacionalnoj razini) ostvaruje utjecajem različitih činitelja, a najrelevantnijima se smatraju visokostručni i visokospecijalizirani ljudski potencijal, snažna tehnološka baza i baza znanja, potpora javnog sektora i kultura. Porter determinante prikazuje dijagramom „dijamanta“ kojim prikazuje konkurentske prednosti na nacionalnoj razini.

Slika 1. „Dijamant“ konkurentnosti



Izvor: obrada autorice prema Smith, A. J. (2010.), The competitive advantage of nations: is Porter's Diamond Framework a new theory that explains the international competitiveness of countries, Southern African Business Review, 14 (1), str. 105-130

Na temelju Porterova dijamanta konkurentnosti zaključuje se da su čimbenici konkurentnosti na razini nacionalne ekonomije faktorski uvjeti; strategija tvrtke, struktura i konkurencija, uvjeti potražnje te povezane i podržavajuće industrije. Među navedenim čimbenicima konkurentnosti postoji povezanost.²⁴ Faktorski uvjeti stoga se dijele na ljudske resurse, fizičke

²³ Lovrinčević, Ž., Mikulić, D., Rajh, E. (2008.), Usporedba metodologija mjerenja konkurentnosti nacionalnog gospodarstva i položaj Hrvatske, *Ekonomski pregled*, 59(11), str. 603-645.

²⁴ Rougman, A. M. (2012.), The regional and global competitiveness of multinational firms, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(2), str. 218-235.

resurse, resurse znanja, kapitalne resurse i infrastrukturne resurse.²⁵ Porter dijeli faktorske uvjete na osnovne i napredne. Faktorski uvjeti su uvjeti koji ne traže posebna ulaganja, dok se naprednim uvjetima smatraju oni uvjeti koji zahtijevaju dodatna ulaganja. Takvi uvjeti su ujedno specijalizirani faktorski uvjeti koji imaju primarnu važnost u osiguranju dugoročno održive konkurentske prednosti zemlje.²⁶

Uvjete potražnje u Porterovom modelu konkurentnosti definirao je 1961. godine Linder koji je prvi put objasnio značajke intraindustrijske trgovine te je naveo kako zemlje sa sličnom razinom BDP-a imaju slične uzorke potražnje.²⁷ Spomenuti ekonomist također smatra da osim veličine lokalne potražnje, na konkurentnost veliki utjecaj imaju zahtjevi kupaca. Upravo zahtjevi kupaca su esencijalni temelj koji utječe na ostali proces potražnje, razvoja, prodaje te općenitih usluga na suvremenom tržištu. Na temelju navedenog zaključuje se kako su Porterovi uvjeti potražnje snažan čimbenik u kreiranju konkurentske prednosti, budući da:²⁸

- veća lokalna potražnja inicira iznimno ulaganje resursa tvrtki u proizvodnju određenih proizvoda, odnosno pružanje u odnosu na strane tvrtke što postupno dovodi do uske specijalizacije i stjecanja konkurentske prednosti lokalnih tvrtku u odnosu na inozemnu konkurenciju; stečena specijalizacija esencijalan je preduvjet u uspješnom osvajanju inozemnih tržišta
- visoki zahtjevi kupaca potiču značajna ulaganja poslovnih subjekata u kvalitetu finalnih proizvoda i usluga što također potiče nacionalnu konkurentnost i povećava potencijale za uspjeh na međunarodnom tržištu
- sofisticirano lokalno tržište je poticaj da lokalne tvrtke anticipiraju globalne trendove.

Ova shema predstavlja ocjenu konkurentnosti promatranoga gospodarstva na temelju analize faktorskih uvjeta, uvjeta potražnje, strategije poduzeća, strukture i konkurencije u pojedinim industrijskim sektorima te na temelju kriterija podržavajućih industrija. Faktorski uvjeti u Hrvatskoj dijele se na naslijeđene i stečene faktore. Naslijeđeni faktorski uvjeti su povoljan geoprometni položaj, bogatstvo vodnih resursa, očuvanost okoliša, izvori nafte na tri nalazišta, Jadransko more kao značajan prirodni resurs, šumsko bogatstvo te rudno bogatstvo

²⁵ Smith, A. J. (2010.), op. cit., str. 105-130.

²⁶ Van Wyk, J. (2010.), Double diamonds, real diamonds: Botswana's national competitiveness, *Academy of Marketing Studies Journal*, 14(2), str. 55.

²⁷ Hallak, J. C. (2010.), A product – quality view of the linder hypothesis, *The review of Economics and Statistics*, 92(3), str. 453-466.

²⁸ Ibid., str. 455.

u fondu zaliha nemetalnih mineralnih sirovina. Izniman prirodni resurs, odnosno naslijeđeni faktorski uvjet za razvoj konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva predstavlja i velik broj zaštićenih prirodnih područja na području Republike Hrvatske.²⁹

U Republici Hrvatskoj, kao i u brojnim drugim zemljama u Europskoj uniji, prisutan je problem starenje stanovništva,³⁰ što znači da se na dugoročnoj razini očekuje drastično smanjenje radnog kontingenta stanovništva kao čimbenika stjecanja konkurentnosti. U Hrvatskoj postoji problem jaza između potreba tržišta rada i kurikuluma obrazovnih ustanova što posljedično pojačava problem strukturne nezaposlenosti.³¹ S druge strane, Hrvatska nije cjenovno konkurentna za visoko kvalitetne domicilne stručnjake (npr. u polju medicine, inženjerstva, IT tehnologije) te je suočena s problemom odljeva mozгова.³² Na temelju izloženog, zaključuje se da su resursi znanja za inovacijsku sposobnost nacionalne ekonomije nedostatni. Kapitalni resursi u Hrvatskoj također se mogu ocijeniti nekompetentnim. Investicijska klima nije pogodna za privlačenje domicilnih ili inozemnih stranih ulaganja zbog visokih poreznih opterećenja i nestabilnog pravnog okruženja u državi.³³ Veliki problem javlja se kod malih i srednjih tvrtki jer su suočene s problemom akumuliranja kapitala koji bi omogućio pokretanje poslovanja, a sve zato što banke teško stječu povjerenje i samim time strože i teže odobravaju potrebne kredite. Kako bi se umanjili problemi malih poduzetnika, pokrenute su inicijative financiranja putem Hrvatske banke za obnovu i razvoj te mreže poslovnih anđela.³⁴

2.3.1. Analiza pet konkurentskih sila

Biti konkurentan danas nije pitanje uspjeha, nego pitanje opstanka pa izgradnja i stalno podizanje konkurentnosti postaje ključni zadatak menadžmenta. Poduzeća zato moraju biti fleksibilna, inovativna i kontinuirano usavršavati svoje poslovanje. Moraju imati strategiju

²⁹ Božić, I. (2015.), *Prirodni resursi i hrvatsko gospodarstvo*, Pula: Fakultet ekonomike i turizma Dr. Mijo Mirković, str. 28.

³⁰ Peračković, K., Pokos, N. (2015.), U starom društvu – Neki sociodemografski aspekti starenja u Hrvatskoj, *Društvena istraživanja – Časopis za opća društvena pitanja*, 1, str. 89-110

³¹ Bečić, M. (2014.), Značaj obrazovanja na tržištu rada prema ekonomskoj teoriji, *Ekonomski misao i praksa*, 1, str. 213-232

³² Tomić, C. H., Pleše, B. (2013.), *Skilled mobility as a challenge for Croatian diaspora and migration policies. Skilled migration and development practices*, str. 80.

³³ Dritsaki, C., Stiakakis, E. (2014.), Foreign direct investments, exports, and economic growth in Croatia: A time series analysis, *Procedia Economics and Finance*, 14, str. 181-190.

³⁴ Širola, D., Iskra, V. (2014.), Analiza sustava poticanja poduzetništva na europskoj, hrvatskoj i lokalnoj razini. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 2(1), str. 139-162

kojom mogu ostvarivati bolju poziciju u odnosu na konkurente u svojoj industriji. Sa stajališta ponude, industriju čine poduzeća koja nude asortiman proizvoda ili usluga s važnim zajedničkim proizvodnim obilježjima, uglavnom s generično istovjetnim tehnologijama ili procesima kao što su bankarstvo, turizam, maloprodaja, proizvodnja automobila, elektronika i ostale grane. Sa stajališta potražnje industriju čini skupina poduzeća, proizvode kojih kupci jedinstveno opažaju i doživljavaju. Model pet konkurentskih sila (engl. *Five Forces Analysis – SF model*), koji je Porter razvio 80-ih godina prošlog stoljeća, predstavlja analizu atraktivnosti industrije s aspekta dugoročne profitabilnosti pa je eksternoga karaktera. Što se tiče utvrđivanja atraktivnosti, industrijske grane omogućuje:

- analizu konkurentskog procesa u grupaciji, grani ili djelatnosti
- razumijevanje postojeće konkurentske situacije
- predviđanje buduće konstelacije konkurentskih sila.

Model polazi od klasičnog načela „Structure-Conduct-Performance“ (SCP) prema kojemu se tržišna situacija (industrijska struktura) odražava na ponašanje poduzeća, tj. uključuje međutjecaj konkurenata, dobavljača, kupaca i alternativnih rješenja na vrijednost određenog tržišta. Načelo SCP-a ilustrira utjecaj industrijske strukture na rukovođenje i izvedbu pojedinih suparnika kao i efekte izvanjskih čimbenika. Datira iz pionirskih radova Edwarda Masona iz 1930. godine, ali je među korporativnim stratezima stekao širu praktičnu primjenu tek nakon globalnog uspjeha Porterovih knjiga i stručno-znanstvenih radova. SCP je zapravo strukturalni pristup u kojem se:

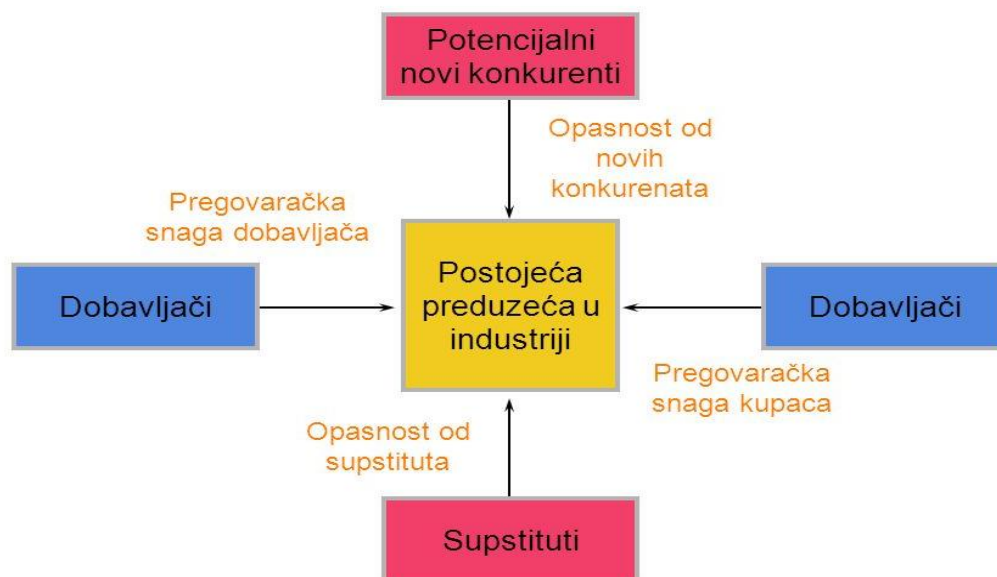
- industrijska struktura raščlanjuje kroz obilježja nacionalne ekonomije i parametre industrije
- vođenje promatra kroz analizu lanca vrijednosti i generičke strategije
- izvedba svodi na djelotvornost poduzeća (ispodprosječnu, prosječnu i nadprosječnu) te izgradnju održive konkurentske prednosti.³⁵

³⁵ Horvat, Đ., Perkov, D., Trojak, N. (2017.), *Strategijsko upravljanje i konkurentnost u novoj ekonomiji*, drugo dopunjeno i prošireno izdanje, Zagreb: Effectus, str. 278-279.

Na temelju spomenutih varijabli, Porter analizira pet konkurentskih sila:

1. Prijetnja od novih konkurenata (ili povratka starih)
2. Prijetnja od supstituta (nadomjestaka)
3. Pregovaračka moć kupca
4. Pregovaračka moć dobavljača
5. Intenzitet suparništva među konkurentima³⁶

Slika 2. Model pet tržišnih sila



Izvor:

https://www.google.hr/search?q=Model+pet+tr%C5%BEi%C5%A1nih+silas&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiEwOHXyZvhAhWvyqYKHfDFAOQQ_AUIDigB&biw=1707&bih=838&dpr=1.13, pristupljeno 23.03.2019

2.4. Međunarodna „konkurencija“

S obzirom na to da ovaj diplomski rad u središte pozornosti stavlja „međunarodnu razmjenu“, autorica se osvrnula i na međunarodnu konkurenciju. Na navedenoj razini koriste se različiti elementi, odnosno indikatori kojima se utvrđuje razina konkurentnosti, a postoji ih nekoliko:

³⁶ Ibid., str. 279.

- Indeks globalne konkurentnosti (GCI)
- Indeks poslovne konkurentnosti (BCI)
- Indeks lakoće poslovanje Svjetske banke (WB)
- Indeks ekonomskih sloboda (HF)
- Indeks izvozne konkurentnosti.

U nastavku će se pojedinačno analizirati i definirati navedene razine konkurentnosti. Indeks globalne konkurentnosti je indeks pomoću kojeg Svjetski ekonomski forum evaluira globalnu konkurentnost zemalja u svijetu od 2004. godine. Indeks povezuje dva glavna aspekta konkurentnosti – makroekonomski i mikroekonomski, dok je najvažniji i glavni cilj procijeniti i ocijeniti kolika je sposobnost određene nacionalne ekonomije da bi se osigurala visoka razina životnog standarda njezinih građana. Indeks poslovne konkurentnosti (Michael Porter) koristi se za mjerenje i analizu konkurentne sposobnosti većeg broja država koje se stavljaju u zajednički omjer. Cilj ovoga indeksa je rangirati promatrane države te definirati njihove snage (prednosti) i slabosti. Definiranjem snaga i slabosti (konkretno kod konkurentnosti) pomaže se promatranim državama jer se ocjenjuju industrijske grane u međunarodnom okruženju te se definiraju kritične točke poslovanja.

Indeks lakoće poslovanja nije „standardni“ indeks te se pomoću njega promatraju i time definiraju promatrane državne ekonomije (konkretno 189 zemalja). Cilj ovoga indeksa je privlačenje stranih investitora, a temeljni kriteriji na temelju kojih se rangira lakoća poslovanja su mogućnosti pokretanja posla, proces dobivanja građevinskih dozvola, proces uvođenja komunalnih priključaka, proces registracije nekretnina, proces dobivanja bankovnih kredita, porezna politika, međunarodna trgovina, ugovorno poslovanje i proces rješavanja problema insolventnosti.³⁷ Ukupne ekonomske slobode, definirane kao višestruka prava i slobode, mogu se kvantificirati kao indeks većeg broja elemenata, a te su slobode: sloboda poslovanja, sloboda trgovine, porezna sloboda, sloboda od države, monetarna sloboda, sloboda ulaganja, financijska sloboda, sloboda od korupcije i sloboda rada.³⁸

Konkurentnost izvoza pojedine zemlje moguće je mjeriti kao udio izvoza pojedine nacionalne ekonomije u ukupnom izvozu na globalnoj razini; kao omjer između vrijednosti ukupnog

³⁷ <http://www.doingbusiness.org/rankings> (pristupljeno 12. lipnja 2018.)

³⁸ Bezić, H., op. cit., str. 48.

izvoza i ukupnog uvoza na razini nacionalne ekonomije ili kao udio vrijednosti izvoza i uvoza u ukupnom BDP-u na razini nacionalne ekonomije.³⁹ Na temelju opisanog indeksa izvozne konkurentnosti ocjenjuje se je li konkurentnost pojedinih industrijskih sektora na prosječnoj razini (= 1), na iznadprosječnoj razini u odnosu na nacionalnu izvoznju konkurentnost (> 1) ili na ispodprosječnoj razini u odnosu na nacionalnu izvoznju konkurentnost (< 1).⁴⁰ Navedeni indeksi predstavljaju tzv. „kvantitativne“ parametre koji pomažu u procjeni konkurentnosti (na nacionalnoj i na sektorskoj razini).

Svaki poslovni subjekt mora razvijati svoju strategiju konkurentnosti na svjetskom tržištu temeljenu na vlastitim potencijalima koji predstavljaju dugoročnu komparativnu prednost, a time se mora i osigurati povećanje dodane vrijednosti proizvoda i usluga. Izvozeći na međunarodno tržište, poslovni subjekti najbolje uče i stječu međunarodna iskustva koristeći različite modele međunarodnoga marketinga (Root, 1987. prema Kovač, 2012). Kod podizanja dodane vrijednosti izvoznih proizvoda, najznačajniji faktori vezani su uz primjenu znanja i inovacija te upotrebu novih tehnologija. Isto tako izrazito je važna primjena najnovijih znanja vezanih uz marketing, prodaju i distribuciju. Za uspjeh hrvatskoga gospodarstva u cjelini što se tiče međunarodne razmjene nedvojbeno je najvažniji transfer znanja i tehnologija te strateško povezivanje s međunarodnim poslovnim subjektima.

³⁹ 158.129.0.15/index.php/EE/article/viewFile/11617/6300 (pristupljeno 12. lipnja 2018.)

⁴⁰ Bezić, H., op. cit., str. 49.

3. KONKURETNOST HRVATSKOGA GOSPODARSTVA

Sljedeća cjelina proučava indikatore konkurentnosti u hrvatskome gospodarstvu, indekse globalne konkurentnosti pri mjerenju konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva te indeks Svjetske banke i Porterov „dijamant“.

3.1. BDP kao indikator konkurentnosti u hrvatskome gospodarstvu

BDP je makroekonomski indikator koji pokazuje vrijednost finalnih dobara i usluga proizvedenih u zemlji tijekom promatrane godine u novčanim jedinicama.⁴¹ U Tablici 1. prikazan je bruto domaći proizvod kao pokazatelj konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva o čemu je već bilo riječi.

Tablica 1. Bruto domaći proizvod kao pokazatelj konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva

God.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.
Stopa rasta / pada BDP-a	4,9	5,1	2,1	- 6,9	- 2,3	-0,2	-2,2	-0,9	-0,4	1,6	3,2	2,8

Izvor: Izrada autorice na temelju dostupnih podataka na mreži

Tablica 1. pokazuje da je BDP u prve dvije promatrane godine rastao sporim intenzitetom, sve do 2008. godine kada dolazi do nagloga pada (3 %). Kaotična i nestabilna situacija se nastavlja i cijelu 2009. godinu, koju karakterizira kriza ekonomije i gospodarstva u Republici Hrvatskoj, kako na nacionalnoj razini, tako i na svjetskoj razini. Negativni trend BDP-a karakterističan je za 2009., 2010., 2011., 2012., 2013. te 2014. Godinu. Nakon niza godina s negativnom stopom BDP-a, konačno 2015. godine dolazi do pozitivnog trenda u iznosu od 1,6 %. Trend je rastao 2016. i 2017. godine. Prema nekim mrežnim podacima, dolazi se i do sljedećeg zaključka: „Hrvatsko gospodarstvo poraslo je u prvom tromjesečju 2018. godine za

⁴¹ https://hr.wikipedia.org/wiki/Bruto_doma%C4%87i_proizvod (pristupljeno 22. lipnja 2018.)

2,5 % na godišnjoj razini, što je brže nego u prethodnom kvartalu i više nego li se očekivalo, a najveći pozitivni doprinos BDP-u pružio je rast potrošnje kućanstava.“⁴²

Grafikon 1. BDP Republike Hrvatske od 2006. do 2017. godine



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz Tablice 1.

Autorica smatra da je važno usporediti BDP Republike Hrvatske s ostalim europskim državama koje također imaju epitet „nekadašnje tranzicijske države“, stoga Tablica 2. nudi usporedbu stope kretanja BDP-a u nekoliko takvih država. Tranzicijske zemlje su zemlje koje su u prijelazu iz komandnoga gospodarstva u tržišno gospodarstvo, tj. iz socijalizma u parlamentarnu demokraciju.⁴³

Tablica 2. Stopa kretanja BDP-a u Republici Hrvatskoj u usporedbi s ostalim tranzicijskim zemljama od 2009. do 2014. godine

Godina / stopa rasta / pada BDP	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.
RH	-6,9	-2,3	-0,2	-2,2	-0,9	-0,4	1,6	3,2	2,8
Češka	-4,8	2,3	2	-0,8	-0,7	2,00	0,00	4	4,7
Slovačka	-5,3	4,8	2,7	1,6	1,4	2,4	1,27	3,3	3,4
Slovenija	-7,8	1,2	0,6	-2,6	-1	2,6	-1,17	3,15	5
Mađarska	-6,6	0,8	1,8	-1,5	1,5	3,6	-0,07	1,2	4
Poljska	2,6	3,7	4,8	1,8	1,7	3,4	3,00	3,5	4

Izvor: Izrada autorice na temelju dostupnih podatka na mreži

⁴² <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/drzavni-zavod-za-statistiku-objavljuje-podatke-o-hrvatskom-bdp-u---518854.html> (pristupljeno 22. lipnja 2018.)

⁴³ <https://hr.wikipedia.org/wiki/Tranzicija> (pristupljeno 22. lipnja 2018.)

Usporedbom trendova rasta i pada bruto domaćeg proizvoda u navedenim tranzicijskim državama, autorica zaključuje kako su strukturirani problemi hrvatskoga gospodarstva i ekonomije imali veći utjecaj na trend pada bruto domaćeg proizvoda u odnosu na prelijevanje negativnih učinaka svjetske gospodarske ekonomske krize. Dodatan zaključak je da su navedene tranzicijske države otvorenije i konkurentnije od Hrvatske na tržištu (europskom i svjetskom).

3.2. Indeks globalne konkurentnosti kao mjerilo konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva

Indeks globalne konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva u razdoblju od 2006. do 2015. godine prikazan je Grafikonom 2. Kako bi se pokazatelj GCI-ja na primjeru hrvatskoga gospodarstva mogao adekvatno protumačiti, važno je znati da je najveća vrijednost GCI indeksa vrijednost 7.⁴⁴

Grafikon 2. Indeks globalne konkurentnosti hrvatskog gospodarstva od 2008. do 2018. godine



Izvor: <https://tradingeconomics.com/croatia/competitiveness-index> (pristupljeno 22. lipnja 2018.)

⁴⁴ Strand, R., Freeman, R. E. (2015.), Scandinavian cooperative advantage: The theory and practice of stakeholder engagement in Scandinavia, *Journal of business ethics*, 127(1), str. 65-85.

GCI indeks hrvatskoga gospodarstva je u promatranom razdoblju (2008. – 2018.) bio najviše ocijenjen 2009. godine (4,22 %). Zbog spomenute ekonomske svjetske krize, GCI indeks je pao 2010. i 2011. godine, no nakon te dvije godine laganim trendom počinje rast. Zadnje mjerenje indeksa 2018. godine pokazalo je da je indeks porastao na 4,19 %. Najnovije istraživanje „Global Competitiveness“ za 2017. – 2018. godinu proučavalo je 137 država. Izvješće je temeljeno na 110 ekonomskih varijabli koje su organizirane na dvanaest različitih dijelova koje se proučavaju: institucije, zdravstvo, osnovno obrazovanje, visoko obrazovanje, osposobljavanje itd. Za podizanje razine konkurentnosti Republike Hrvatske ključnim se smatra ulaganje u inovaciju i zaštitu prava intelektualnog vlasništva. Opći zaključak je da Hrvatska bilježi stagnaciju i zaostajanje upravo u područjima koja su od vitalnog značaja za osiguranje dugoročno održive konkurentne prednosti.⁴⁵ Na temelju usporedbe tranzicijskih zemalja prema GCI indeksu može se zaključiti kako je Hrvatska prema stupnju konkurentnosti bliža zemljama kao što su Bugarska i Albanija, nego razvijenijim tranzicijskim zemljama poput Poljske ili Češke.⁴⁶

3.3. Indeks Svjetske banke kao mjerilo konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva

Analiza „lakoće poslovanja“ u Republici Hrvatskoj u 2015. i 2016. godini na temelju WB indeksa Svjetske banke prikazana je u Tablici 3.

Tablica 3. Analiza lakoće poslovanja u Republici Hrvatskoj 2015. i 2016. godine (WB indeks Svjetske banke)

Kriterij ocjene	2016.	2015.	Promjena
Pokretanje poslovanja	83	86	-3
Izdavanje građevinskih dozvola	129	127	2
Opskrba električnom energijom	66	63	3
Registracija nekretnina	60	67	-7
Odobranje kredita	70	61	9
Zaštita interesa manjinskih dioničara	29	27	2
Porezna politika	38	38	0
Međunarodna trgovina	1	1	0
Ugovorno poslovanje	10	9	1
Rješavanje problema insolventnosti	59	57	2

Izvor: <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/croatia/> (pristupljeno 13. lipnja 2018.)

⁴⁵ Vedriš, M. (2012.), Croatia on the threshold of the European Union: A challenge or a problem competitiveness or how to be better, *Ekonomika preduzeća*, 60(5-6), str. 248-260.

⁴⁶ Ibid., str. 259.

Ukupna vrijednost WB indeksa o lakoći poslovanja Svjetske banke za 2015. godinu iznosila je 39, a u 2016. godini 40.⁴⁷ Porezna politika, među ostalim, predstavlja strukturu izravnih i neizravnih poreza te važan dio poslovanja. Od 2015. godine porezna politika u Hrvatskoj je reformirana, a proces reforme nije olakšao, već otežao poduzetnicima njihovo poslovanje. Središnja vlast je podigla stopu obveznih doprinosa za zdravstveno osiguranje te je uvećan iznosi doprinosa za Hrvatsku gospodarsku komoru.⁴⁸ S obzirom na naslov ovoga diplomskoga rada, treba se osvrnuti i na međunarodnu razmjenu, odnosno međunarodnu trgovinu Hrvatske. Međunarodna trgovina smatra se najslabijim aspektom hrvatske ekonomije i gospodarstva zbog većeg uvoza nego izvoza, te slabe iskorištenosti izvoznih potencijala. Ipak, u 2015. godini država je implementirala elektronski carinski sustav kao bi olakšala proces međunarodne trgovine.⁴⁹

Financijski okvir 2014. – 2020.

Europska komisija potvrdila je 30. listopada 2014. godine dokument pod nazivom „Sporazum o partnerstvu“, čiji sadržaj opisuje na koji način će Republika Hrvatska pristupiti ispunjavanju zajedničkih ciljeva Strategije Europa 2020. Taj dokument je okvir za korištenje Europskih strukturnih i investicijskih fondova u financijskom razdoblju 2014. – 2020. (ESI fondovi). Ukupna alokacija iz ESI fondova za Republiku Hrvatsku u financijskom razdoblju 2014. – 2020. iznosi 10,676 milijardi eura, od čega bespovratna sredstva Europskog socijalnog fonda (ESF) iznose 1,516 milijardi eura. Operativni programi su plansko-programski dokumenti u kojima se detaljnije opisuju i razrađuju mjere i aktivnosti za učinkovitu provedbu i korištenje ESI fondova. Za razdoblje 2014. – 2020. godine Hrvatska je pripremila dva operativna programa za provedbu Kohezijske politike:

- **Operativni program „Konkurentnost i kohezija“** za korištenje Europskog fonda za regionalni razvoj i Kohezijskog fonda čija je ukupna indikativna alokacija 6,881 milijardu eura
- **Operativni program „Učinkoviti ljudski potencijali“ (OP ULJP 2014. – 2020.)** za korištenje Europskog socijalnog fonda i Inicijative za zapošljavanje mladih čija je

⁴⁷ Qureshi, Z., Diaz-Sanchez, J. L., Varoudakis, A. (2015.), The post-crisis growth slowdown in emerging economies and the role of structural reforms, *Global Journal of Emerging Market Economies*, 7(2), str. 179-200.

⁴⁸ Goić, Š., op. cit., str. 29.

⁴⁹ Vukasović, M. (2015.), *Implementacija NCTS sustava u carinski sustav Republike Hrvatske*, Zagreb: Fakultet prometnih znanosti, str. 32.

ukupna indikativna alokacija 1,582 milijarde eura. Kada se alociranim sredstvima pribroji nacionalno sufinanciranje, ukupna financijska vrijednost OP ULJP 2014. – 2020. iznosi oko 1,850 milijardi eura. Operativnim programom definiraju se prioritetne osi, investicijski prioriteti i specifični ciljevi vezani uz investicijske prioritete. OP ULJP 2014. – 2020. obuhvaća sljedeće prioritetne osi:

Prioritetna os 1: Zapošljavanje i mobilnost radne snage 532.933.273 eura

Prioritetna os 2: Socijalno uključivanje 328.000.000 eura

Prioritetna os 3: Obrazovanje i cjeloživotno učenje 450.000.000 eura

Prioritetna os 4: Dobro upravljanje 191.276.944 eura

Prioritetna os 5: Tehnička pomoć 80.000.000 eura.⁵⁰

3.4. Komparativne prednosti hrvatskog gospodarstva

Hrvatska je na 84. mjestu (od 185 zemalja prema izvješću Svjetske banke „Doing Business“), na 81. mjestu (od 144 zemlje prema „Indeksu globalne konkurentnosti“ Svjetskoga gospodarskog foruma) te se ubraja u gospodarstva koja se temelje na učinkovitosti (srednji stup) prema izvješću projekta GEM (Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013. – 2020.). Kad se govori o komparativnim prednostima neke zemlje, podrazumijeva se specijalizacija svake zemlje u proizvodnji i izvozu onih roba i usluga s kojima je puno efikasnija od drugih zemalja, uz relativno niži trošak (Babić i Babić, 2003). Postoje određene robne skupine koje su efikasno pridonijele izvozu i čija je proizvodnja porasla tijekom godina unatoč financijskoj krizi i koja i dalje ima utjecaj na hrvatsko gospodarstvo.

Kada se gleda vanjskotrgovinska bilanca Hrvatske, vrlo je važna proizvodnja ostalih prijevoznih sredstava (brodova), proizvodnja kemikalija i kemijskih proizvoda, metala te proizvodnja koksa i rafiniranih naftnih proizvoda kojih hrvatsko gospodarstvo bilježi znatan izvoz (prikazano na Slici 1.). Dakako, porastao je izvoz strojeva i uređaja te prehrambenih

⁵⁰ <https://carina.gov.hr/istaknute-teme/eu-fondovi/financijski-okvir-2014-2020/5177> (pristupljeno 9. prosinca 2018.)

proizvoda. Može se reći da je prerađivačka industrija bitan segment za razvoj hrvatskoga gospodarstva. Ove djelatnosti pridonijele su hrvatskome gospodarstvu, no promjena cijena, tečaja i ostalih vanjskih faktora negativno je utjecala na čitavo gospodarstvo, stoga kod većine djelatnosti primjećujemo lagani pad izvoza (Statistički ljetopis 2014; 2015). Početkom recesije, koja je pogodila Hrvatsku kao i većinu zemalja, 2009. godine primjećuje se golem pad proizvodnje svih djelatnosti. Svaka zemlja ima svoje komparativne prednosti s kojima se ističe na tržištu i za kojima postoji velika potražnja. Kada se sagledaju pokazatelji prema kojima se temelje komparativne prednosti, poput pokrivenosti uvoza izvozom, razine BDP-a te godišnje stope rasta izvoza, može se zaključiti kako Republika Hrvatska ima mnogo potencijala kod prerađivačke industrije, a ne smije se zaboraviti i turizam koji godišnje donosi najviše prihoda. Hrvatska je zemlja koja ima velik broj poljoprivrednih površina koje stoje neiskorištene, a sve je više nezaposlenih. Kako bi se isticali, važno je naglašavati vlastite komparativne prednosti. Uostalom, to je jedini način da se smanji trenutni deficit.

Hrvatska ima komparativne prednosti u više djelatnosti i trebala bi se usredotočiti na pojačanu proizvodnju onih sirovina i usluga za kojima je potražnja značajnija. Postoje različite strategije pomoću kojih bi Hrvatska mogla istaknuti svoje prednosti, ali često puta se te strategije ne ostvare u potpunosti. Analizu komparativnih prednosti je potrebno napraviti jer, zašto proizvoditi samo one robe koje se mogu nabaviti i u bilo kojim drugim zemljama, samo možda u manjoj količini. Hrvatska mora postaviti kriterije inovativnosti te ući na tržište sa nečim potpuno novim. Ponajprije treba sagledati troškove proizvodnje kod svih djelatnosti i zaključiti za kojima od njih postoji velika potražnja, a da troškovi nisu toliko visoki.

Kao što govori teorija komparativnih prednosti Davida Ricarda, postoje zemlje koje konkuriraju s više djelatnosti i možda im nije potrebna vanjska trgovina u tolikom broju, no ako se izade na tržište s nižim cijenama, s dobrom kvalitetom roba i usluga, ostale zemlje će se zainteresirati jer uvijek se mora s nekim trgovati. Nitko nema apsolutno sve te nijedna zemlja ne može u potpunosti kvalitetno razvijati i proizvoditi sirovine (Babić i Babić, 2003). Hrvatska je mala zemlja i srednje bogata sa sirovinama koje posjeduje. Često se u potpunosti ne mogu iskazati njezine komparativne prednosti, a najveći uzrok tome je manjak financijskih sredstava. Hrvatska, nažalost, nije zemlja koja obiluje rudnim bogatstvima, odnosno energijom poput nafte i plina.

3.5. SWOT analiza hrvatskoga gospodarstva

Za potrebe prepoznavanja ključnih problema hrvatskoga gospodarstva provedena je SWOT analiza. Riječ je o vrlo poznatom sredstvu za analizu situacije koje prikazuje snage, slabosti, prilike i prijetnje određene pojave ili situacije. Naziv analize dolazi od riječi *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* i *Threats* koje tvore akronim SWOT, a označavaju redom: snage, slabosti, prilike i prijetnje. Na osnovi SWOT analize, moguće je bolje razumjeti okolinu djelovanja, vlastite snage i slabosti, te spoznati koji je najbolji način da se ostvari željeni cilj.⁵¹

Geostrateški položaj Republike Hrvatske jedan je od glavnih snaga hrvatskoga gospodarstva. Prostorna struktura hrvatskog teritorija izravno potvrđuje značenje veza između srednjeg Podunavlja i Sredozemlja te važnost njezina prometnog položaja. Od Republike Hrvatske očekuje se da ima ulogu transverzalnih vrata Europe prema jugoistočnoj Europi i Mediteranu. Stvaranje prometne politike koja će vrednovati položaj Republike Hrvatske od iznimnog je značaja (Strategija poticanja investicija u RH 2014-2020). Ulaskom u Europsku uniju, Hrvatska je postala integralni dio tržišta s više od 500 milijuna ljudi čime se znatno povećao njezin potencijal za privlačenje izravnih (stranih) investicija. Ljudski potencijali bitna je prednost hrvatskoga gospodarstva. U novome globalnom kontekstu radna snaga mora imati sposobnosti da odgovori na promjene vezane uz razvoj i rast unutar zemlje te na promjenjive uvjete na globalnom tržištu. Hrvatska obrazovana radna snaga se povećava. Ljudi su počeli shvaćati da stalno usavršavanje pridonosi cijelom gospodarstvu jer se jedino na taj način predstavlja kapital neke zemlje.

Tablica 4. SWOT analiza hrvatskoga gospodarstva

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none">▪ Povoljan geostrateški položaj i dobra prometna povezanost▪ Razvijena poslovna, prometna i telekomunikacijska infrastruktura▪ Obrazovana radna snaga▪ Tradicija industrijske proizvodnje▪ Prirodni uvjeti za proizvodnju energije iz obnovljivih izvora	<ul style="list-style-type: none">▪ Postojanje administrativnih prepreka za investicije▪ Gospodarska struktura ovisna o tradicionalnim, nisko-tehnološkim sektorima▪ Dijelom zastarjela tehnologija i niska dodana vrijednost industrijske proizvodnje▪ Razmjerno visok trošak rada i niska

⁵¹ Perkov, P., Pavlović, D. (2018.), *Trgovinsko poslovanje u teoriji i praksi*, Zagreb: Libertas međunarodno sveučilište, str. 229-230.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Izgrađen zakonodavni i institucionalni okvir za investicije ▪ Razvijena poslovna infrastruktura i poslovne potporne institucije ▪ Raznoliki prirodni resursi (šume, poljoprivredne površine, 5.800 km jadranske obale, vode i hrvatski dio Jadranskog mora) ▪ Ulaskom u Europsku uniju Republika Hrvatska je postala dio tržišta od 500 milijuna stanovnika ▪ Usvojen pristup integriranoj zaštiti i upravljanju obalnim područjem i morskim okolišem 	<p>produktivnost</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nedovoljna primjena sustava upravljanja kvalitetom i standarda korporativnog upravljanja ▪ Neusklađeno tržište rada s potrebama gospodarstva ▪ Odljev mozgova ▪ Nedovoljna umreženost javnog, privatnog i znanstveno-istraživačkog sektora ▪ Nepovoljna struktura investicija (koncentracija investicija u uslužnom sektoru) ▪ Nedostatak greenfield investicija u visokotehnološke i izvozno-orijentirane sektore ▪ Nedefinirani industrijski lanci vrijednosti ▪ Nedovoljna razvijenost tržišta rizičnog kapitala i visok trošak kapitala ▪ Nedovoljno razvijena infrastruktura u potpomognutim područjima ▪ Neučinkovito stavljanje u funkciju državne imovine ▪ Nedovoljno ulaganje u istraživanje i razvoj te niski stupanj komercijalizacije inovacija ▪ Nedovoljna primjena KET tehnologija ▪ Nedovoljno ulaganje u promociju Republiku Hrvatsku kao prepoznatljive i poželjne investicijske destinacije
MOGUĆNOSTI	IZAZOVI (prijetnje)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pametna sektorska specijalizacija Republike Hrvatske ▪ Mogućnost korištenja strukturnih instrumenata Kohezijske politike EU-a ▪ Razvoj i internacionalizacija klastera konkurentnosti ▪ Transfer tehnologije kroz izravne strane investicije ▪ Jačanje izvrsnosti industrije putem razvoja tehnoloških platformi ▪ Promocija Republike Hrvatske kao atraktivne investicijske destinacije ▪ Mobilizacija investicijskog potencijala dijaspore ▪ Cjeloživotno obrazovanje i mogućnost brze prekvalifikacije radne snage ▪ Jačanje uloge gospodarske diplomacije u proaktivnom privlačenju investicija 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Globalne promjene na svjetskom tržištu vezano uz privlačenje izravnih stranih investicija (Brazil, Indija, Kina) ▪ Jačanje investicijske atraktivnosti drugih zemalja u Jugoistočnoj Europi ▪ Globalna financijska kriza ▪ Nestabilna politička situacija u okruženju, odnosno u zemljama koje nisu članice EU-a ▪ Narušavanje ravnoteže postojećih prirodnih resursa

Izvor: Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske

U globalnom kontekstu hrvatsko gospodarstvo se susreće s izazovima tržišnog natjecanja za postizanjem izvrsnosti u poslovnim procesima. Inovacije su ključni pokretač produktivnosti te povećane energetske i materijalne učinkovitosti, koje dovode do unaprjeđenja proizvoda i usluga kao i stvaranja novih tržišta. Hrvatska nije dovoljno učinkovita u pretvaranju izvrsnosti svojih ideja u tržišno učinkovite proizvode i usluge (Strategija poticanja investicija u RH 2014-2020). Za uspješno konkuriranje na globalnom tržištu hrvatska industrija ne zadovoljava kriterije koji zahtijevaju visoko-tehnološke ni tradicionalnije industrije. Potrebno je uvesti napredne tehnologije kojima će hrvatska industrija moći konkurirati na globalnom tržištu. Iako je u prednostima navedena obrazovana radna snaga, ona se pojavljuje i u nedostacima. Naime, sve više mladih obrazovanih ljudi odlazi iz Hrvatske „trbuhom za kruhom“ tražiti posao u susjednim zemljama. Svjedoci smo drastičnog povećanja iseljenja Hrvata, čak 30 000. Problem je u tome da obrazovana radna snaga nema adekvatnog zapošljavanja u hrvatskom gospodarstvu što potvrđuju i podaci Hrvatskog zavoda za zapošljavanje.

Zbog financijske krize hrvatska poduzeća raspolažu s ograničenim sredstvima za ulaganje u istraživanje, razvoj i inovacije, proizvodnju, te je izvoz temeljen na niskoj i srednje niskoj tehnologiji. Ako se hrvatsko gospodarstvo uspoređi s drugim gospodarstvima u središnjoj i istočnoj Europi (Strategija poticanja investicija u RH 2014-2020), Hrvatska ostvaruje spori napredak u preobrazbi strukture proizvodnje i izvoza prema proizvodima koji intenzivno koriste tehnologiju i kvalificiranu radnu snagu. Kao što pokazuje SWOT analiza, hrvatsko gospodarstvo raspolaže s mnoštvom prilika koje bi hrvatska poduzeća trebala iskoristiti kako bi povećala izvoz te na taj način smanjila negativnu trgovinsku bilancu. Jedna od najznačajnijih prilika hrvatskoga gospodarstva jest transfer tehnologije kroz izravne strane investitore. Ako strani investitori uoče potencijal hrvatskoga gospodarstva, moguć je razvitak suradnje koja bi poboljšala izvoz hrvatskih proizvoda na strana tržišta. U tome bi uvelike i pridonijela promocija hrvatskoga gospodarstva stranim ulagačima. Vanjske prijetnje hrvatskoga gospodarstva slične su prijetnjama susjednih zemalja te na njih hrvatsko gospodarstvo ne može utjecati. Prijetnje kao što su globalna financijska kriza polako jenjavaju iz razvijenijih zemalja, a ako hrvatsko gospodarstvo uvidi svoje prilike, velika je mogućnost da će i Hrvatska izaći iz financijske krize.

4. IZVOZ REPUBLIKE HRVATSKE

Izvoz je sva ona količine robe, dobara, usluga, tehnologije, licenci i autorskih prava koje određena država proizvodi te izvozi u inozemstvo. Ako je vrijednost izvoza veća od vrijednosti uvoza, razlika pridonosi povišenju bruto domaćeg proizvoda.⁵²

4.1. Definiranje i rasprava o izvozu

Izvoz je tzv. nastup na inozemnom tržištu putem prodaje proizvoda i usluga na tržištima izvan nacionalnoga. Poslovi koji su strogo vezani uz izvoz su plaćanje, prijevoz, osiguranje u prijevozu i prodaja te su regulirani posebnim propisima.

Slika 3. Države izvoznice Europske unije 2018. godine



Izvor: <http://www.datamyne.com/multisite/wp-content/blogs.dir/1/files/2016/06/eu-map-1.png?x14874>
(pristupljeno 22. lipnja 2018.)

Kretanje uvoza i izvoza objašnjava se načelom komparativnih prednosti jer je glavni i jedinstveni cilj svake zemlje izvoziti proizvode i usluge koji su kvalitetniji nego što druge zemlje proizvode, odnosno izvoze. Države potiču izvoz i proizvodnju dobara (proizvoda i

⁵² <https://hr.wikipedia.org/wiki/Izvoz> (pristupljeno 22. lipnja 2018.)

usluga) za izvoz na onim lokacijama gdje će se postići najniži fiksni i varijabilni troškovi proizvodnje. Osim izvoza proizvoda i usluga, čest je izvoz i kapitala koji može biti izravno ili neizravno ulaganje. Upravo takva vrsta ulaganja poprima megalomanske razmjere i odvija se ekvivalentno u razvijenim i nerazvijenim dijelovima svijeta. Način na koji izvoz kapitala funkcionira jest ostvarivanje profita i naplate kamata na kapital koje su u inozemstvu više nego u vlastitoj zemlji.

4.2. Motivacija izvoza

Glavni motiv za ulazak na bilo kakvo tržište je zarada, odnosno profit. Ako određeno poduzeće smatra da može zadovoljiti potražnju potrošača te zaraditi (nakon što se pokriju svi prateći troškovi), ulazi se u posao. S obzirom na to da se diplomski rad temelji na međunarodnoj razmjeni na državnoj razini (dakle nacionalnoj razini), treba spomenuti podatak da su neke države prisiljene baviti se izvozom upravo zato što ono što izvoze ne postoji u drugim dijelovima svijeta i zbog činjenice da potreba za proizvodima ili uslugama nije na visokoj razini u matičnoj izvoznicičkoj države.

Kao najvažniji faktori koji utječu na odluku nacionalnoga gospodarstva da izvozi, navode se sljedeći:⁵³

- ostvarivanje dobiti
- razvoj i rast poduzeća
- bolja iskorištenost proizvodnih kapaciteta
- mogućnost većeg zapošljavanja
- marketinška sposobnost poduzeća
- poduzetnički motivi u poduzeću
- inovacija proizvoda
- zasićenost domaćeg tržišta
- prednost stranog pred domaćim tržištem.

⁵³ Marković, M. (1994.), *Međunarodni marketing*, Split: Logos, str. 84.

4.3. Utjecaj izvoza na gospodarstvo države

Izvoz se tumači na dvije razine – mikro- i makrorazina. Prema pisanju nekih mrežnih stranica, „glavni problem hrvatskog gospodarstva i nadalje pak ostaju deficit u robnoj razmjeni i deficit tekućeg računa platne bilance“.⁵⁴

- **Mikrorazina izvoza**

Mikrorazina se očituje kroz:

- smanjenje ovisnosti o domaćem tržištu
- disperziju rizika
- otvaranje mogućnosti uključivanja u druge oblike međunarodnog poslovanja
- smanjenje proizvodnih troškova (ekonomija obujma)
- stabilizaciju fluktuacije potražnje

- **Makrorazina izvoza**

Makrorazina se očituje kroz:⁵⁵

- doprinosi gospodarskom razvoju
- devizne rezerve
- omogućavanje potrebne razine uvoza uz uravnoteženu vanjskotrgovačku bilancu
- stvaranje pozitivne percepcije o konkurentnosti gospodarstva na domaćem tržištu.

4.4. Sposobnost i karakteristike poduzeća da izvozi

Da bi određeno poduzeće izvezilo određeni proizvod ili usluge, prvo treba provesti analizu potražnje za proizvodom, ispitati tržište te procijeniti postoji li sposobnost i kompetentnost unutar poduzeća, što uključuje kapacitete i menadžment. Osim kapaciteta i ostalih srodnih karakteristika, važno je da poduzećem upravlja kvalitetno obrazovan i iskusan menadžerski tim ljudskih resursa koji se mogu izboriti za laskavu poziciju na međunarodnom tržištu.

⁵⁴ https://hr.wikipedia.org/wiki/Gospodarstvo_Hrvatske#Uvoz_i_izvoz (pristupljeno 23. lipnja 2018.)

⁵⁵ https://www.google.hr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwimqcz7toDPAhXFHxokKHc3ADqIQFggkMAI&url=http%3A%2F%2Fwww.efos.unios.hr%2Fstrategija-ulaska-na-inozemno-trziste%2Fwp-content%2Fuploads%2Fsites%2F278%2F2013%2F04%2F5.-predavanje.pdf&usq=AFQjCNEixBCs3shorMTk5A7sPWE5hl9y_g&sig2=Rd2ByUVRffgEa6tk6_bZ3Q&bvm=bv.131783435,d.bGs&cad=rja (pristupljeno 14. lipnja 2018.)

Pozicioniranje poduzeća ujedno diktira budućnost i uspjeh istoga. Nakon provedene analize i istraživanja, sljedeći korak poduzeća je definirati cilj, viziju i misiju poduzeća, koje treba predstavljati ono što poduzeće jest te ono kakvim se poduzeće vidi u budućnosti. Određivanje jasne slike onoga što će poduzeće proizvoditi i izvoziti, ujedno obuhvaća i spremnost poduzeća da prihvati nova načela poslovanja te prilagođavanje potrebama inozemnim kupaca, te rad u skladu s inozemnim zakonima.

Analize koje se provode kako bi vrhovni menadžment određenog poduzeća donio odluku o izvozu na međunarodno tržište, također mora sadržavati saznanja o tome postoje li kompetentni ljudski resursi s dovoljnim iskustvom koji će se brinuti za svu administraciju koja je u srodstvu s izvozom. Zahtjevi međunarodnoga tržišta su specifični te je samim time potreban obrazovan menadžment koji će se baviti isključivo izvozom, te čije će sposobnosti biti u što većoj mjeri prilagođene isključivo međunarodnom načinu poslovanja. Takvi ljudski potencijali moraju poznavati međunarodni jezik vanjske trgovine te biti u kontinuiranom kontaktu s distributerima i kupcima. Za pokretanje posla vrijednog i stabilnog na međunarodnom tržištu nužna su visoka financijska sredstva te brza opskrba inputima u slučaju porasta potražnje.

4.5. Odabir tržišta

Kako je navedeno, kod izvoza (na međunarodno tržište) iznimno je važno napraviti kvalitetan plan i strategiju implementacije svoga proizvoda na tržište. Kada se radi o međunarodnom tržištu gdje se susreće velika ponuda i potražnja, važno je istražiti tržište. Istraživanje može biti:⁵⁶

- interno ili sekundarno
- eksterno ili primarno.

Prikupljanje sekundarnih podataka u suvremenom svijetu nije problem jer je dovoljno prelistati mrežne portale ili statistička izdanja, literaturu u obliku znanstvenih časopisa, političke novine, financijska izvješća itd. Da bi poduzeće s tendencijom izvoza dobilo podatke

⁵⁶ Priručnik za izvoznike u sedam koraka, <http://metsonda.metro.hr/projects/hio/download/prirucnik.pdf> (pristupljeno 15. lipnja 2018.)

i „osjetljivije“ informacije o stranim tržištima, mogu se angažirati specijalizirane agencije. Kod primarnog istraživanja informacije se ne prikupljaju kao kod sekundarnog, već se informacije temelje na podacima koji su dobiveni iz susreta s potencijalnim distributerima, posrednicima, kupcima, odnosno dobivaju se direktno s određenog tržišta u odnosu na određeni proizvod. Na temelju tih podataka donose se relevantnije odluke i strategije, a takvo istraživanje obuhvaća:⁵⁷

- provjeru potencijalnih tržišta
- procjenu ciljanih tržišta
- donošenje zaključaka.

Najvažniji segment međunarodnog tržišta su kulturne razlike jer se na tržištu susreću različiti profili ljudi koji potječu iz različitih kultura koje su provenijencija njihovih manira, razmišljanja, iskustava i potreba. Na temelju prikupljenih podataka donose se odluke o vrijednosti sredstava koja će se uložiti za nastup na međunarodnom tržištu te se odabiru najučinkovitije metode.

4.6. Elementi izvoznog plana i strategija

Izvoznom planu i strategiji prethode elementi iz prethodnog potpoglavlja. Kada se odredi analiza poduzeća te međunarodnog tržišta, izrađuje se izvozni plan, važan i nužan segment poslovanja, koji utječe na buduću uspješnost poslovanja na međunarodnom tržištu. Kvalitetno osmišljen plan pruža uvid u rad poduzeća te pomaže u definiranju prednosti i slabosti (mana) koje se mogu unaprijediti, izmijeniti ili poboljšati dodatno uložnim performansama. Izvozni plan mora biti jezgrovit, ali jednostavan dokument, jasan i razumljiv svim zaposlenicima poduzeća. U izvoznom planu mora biti izražena misija i vizija, te imena ljudskih resursa zaposlenih u odjelu izvoza. Plan je podložan promjenama zbog promjena potražnje kupaca i promjena propisa i zakona te konstantno treba raditi na njegovu unaprjeđenju.

Prvi dio izvoznog plana temelji se na najbitnijem segmentu poslovanja – navode se proizvodi i usluge te se popisuju njihove karakteristike i elaborira važnost njihova izvoza. Kao drugi element analizira se ciljno tržište – istraživanje i upoznavanje tržišta. Da bi se postiglo kotiranje i uspjeh poduzeća, potrebno je istražiti i upoznati tržište jer poznavanje pruža

⁵⁷ Ibid.

mogućnost za veći uspjeh. Poznavanjem dobrih i negativnih strana tržišta mogu se lakše zaobilaziti, odnosno lakše suočavati s preprekama i procesima koji mogu usporiti očekivani intenzitet izvoza i prodaje neke usluge ili proizvoda. Treći element predstavlja izbor i definiranje strategije te analizu konkurencije. Precizno kreirana strategija veoma je važna nit vodilja da bismo znali kojim putem i kako do svog cilja⁵⁸. Definiranje uvjeta prodaje, strategije distribucije i promocije uvelike pomaže u snalaženju na tržištu⁵⁹. Četvrti element pretpostavlja zakonska pitanja. Prilikom izvoza nameće se nužnost pridržavanja zakonskih pravila i normi koja su utvrđena od strane države u koju se uvozi (u slučaju diplomskoga rada, radi se o normama koje donosi Europska unija).

Razni čimbenici koji utječu na stanje na tržištu moguća su prijetnja opstanku proizvoda i njegovoj daljnjoj prodaji po cijeni koja pokriva sve naše troškove stoga je potrebno unaprijed planirati neku vrstu zaštite odnosno spremnost na odupiranje raznim rizicima koji mogu nastati. Pad cijena zbog povećane ponude, rast kamatnih stopa na posuđeni novac odnosno kredite te političke nestabilnosti pojedinih zemalja mogu dovesti do velikih promjena na tržištu koje mogu krenuti u negativnom smjeru.

Elementi izvoznog plana kategoriziraju se prema:

1. proizvodima i uslugama

- opis proizvoda i usluga
- ključne karakteristike
- prilagodba i redizajn potreban za izvoz
- proizvodnja proizvoda i usluga
- razvoj budućih proizvoda i usluga
- komparativna prednost u proizvodnji

2. pregledu ciljnog tržišta

- kako istraživati tržište
- političko i gospodarsko okruženje

⁵⁸ Vrtarić, N. (2016.), *Izvoz Republike Hrvatske na međunarodna tržišta*, diplomski rad, Koprivnica: Sveučilište Sjever, str. 9.

⁵⁹ Ibid.

- veličina tržišta
- ključni segmenti tržišta
- procesi nabave i kriteriji za kupnju
- opis ostalih ključnih sudionika, uključujući konkurenciju
- tržišni udio koji ima uvoz
- carinske i necarinske prepreke
- gospodarski trendovi i ostali tržišni čimbenici
- perspektive tržišta

3. strategiji ulaska na tržište

- ciljna tržišta
- opis ključne konkurencije
- analiza konkurentnog pozicioniranja
- pozicioniranje proizvoda
- uvjeti prodaje
- strategija distribucije
- strategija oglašavanja
- promocije
- opis posrednika i partnera

4. zakonskim i logičkim pitanja

- zaštita intelektualnog vlasništva
- ostala regulatorna pitanja
- načini prijevoza i osiguranja tereta
- trgovinska dokumentacija
- korištenje pružatelja trgovinskih usluga

5. faktorima rizika

- tržišni rizici

- kreditni i valutni rizici
- politički i ostali rizici

6. financijskom planu

- prihodi ili izvori financiranja
- troškovi marketinga i oglašavanja
- operativni proračun
- ostali troškovi i izdaci

7. planu provedbe

- ključne aktivnosti
- kriteriji i postupak evaluacije.

4.7. Program „Carina 2020.“

Programom Carina 2020. osigurava se okvir Unije za podupiranje funkcioniranja i osuvremenjivanja carinske unije u cilju jačanja unutarnjeg tržišta suradnjom između država sudionica, njihovih carinskih tijela i njihovih službenika. U tom smislu, taj je program alat kojim se pridonosi provedbi velikog broja carinskih politika na razini Europske unije. Carinska unija temelj je Europske unije i ključni element u funkcioniranju jedinstvenog tržišta. Jedinstveno tržište može dobro funkcionirati jedino ako postoji jedinstvena primjena zajedničkih pravila i na njegovim vanjskim granicama i na carinskom području. Iz toga proizlazi da carinske uprave Unije moraju djelovati kao jedno tijelo i postizati iste rezultate na čitavom području carinske unije. Carinskim zakonikom Unije (CZU), uključujući njegove provedbene i delegirane akte, namjerava se, među ostalim, omogućiti potpuno osuvremenjivanje carinskih postupaka i zajednička provedba pravila u carinskoj uniji bez kojih ne bi bilo moguće postići jednake uvjete za europsku trgovinu.

Carinske uprave ispunjavaju različite temeljne zadatke: moraju osigurati nesmetani tijek trgovine uz istovremenu primjenu potrebnih kontrola kako bi se očuvala zaštita, zdravlje i sigurnost građana Unije kao i sigurnost financijskih i gospodarskih interesa Unije. Kao što je

vidljivo iz posebnih ciljeva, u programu Carina 2020. s oba ta aspekta postupa se kao s prioritetom i podupire se provedba pojednostavljenih i suvremenih carinskih postupaka, integriranih elektroničkih sustava i metoda kontrole uspostavljenih carinskom politikom Unije i CZU-om. Temeljni posao carinskih uprava postaje složeniji zbog dodatnih izazova i prijetnji kao što su terorističke aktivnosti i rastući uspjeh e-trgovine. Kako bi se proveo zakonodavni carinski okvir Europske unije, svakodnevnne aktivnosti carinske unije pojačane su programskim aktivnostima kojima se omogućuje bliska suradnja između samih carinskih uprava kao i suradnja s Komisijom Europske unije. Programom se podupire i suradnja između carinskih i poreznih tijela kako bi se omogućilo suzbijanje poreznih prijevara i osiguralo ubiranje carina i povezanih poreza. Najvažniji izvor rasta Unije, legitimna trgovina, mora biti u mogućnosti funkcionirati preko granica što je moguće brže i učinkovitije. Stoga se u programu Carina 2020. prednost daje aktivnostima kojima se jača učinkovitost i djelotvornost carinskih provjera, uključujući suradnju s drugim provedbenim agencijama i tijelima uključenima u taj proces. Slijedom toga, programom će se olakšati razvoj okruženja jedinstvenog prozora Europske unije za trgovce, a što se planira postupno i pragmatično kako bi se u obzir uzela složenost struktura Unije i inicijativa država članica. Programom se podupire razvoj sustava za centralizirano carinjenje (pri uvozu i izvozu) kako bi se gospodarskim subjektima omogućilo podnošenje jedinstvene deklaracije za potrebe carine i poreza na dodanu vrijednost i obavljanje njihovih poslova povezanih s carinom preko jedne uprave, neovisno o tome gdje se roba predočuje ili stavlja u carinski postupak. Inicijativa Europske unije za trgovca u skladu s propisima, program za ovlaštene gospodarske subjekte (AEO), kojim se pouzdanim trgovcima koji posluju u skladu s propisima omogućuju olakšice u odnosu na sigurnost i zaštitu te lakši pristup carinskim pojednostavljenjima, pojačana je programskim mjerama koje pridonose usklađenoj provedbi programa, promiču i jačaju njegove koristi i olakšavaju zajedničku procjenu programa za trgovca u skladu s propisima s trećim zemljama.⁶⁰

4.8. Izvoz Republike Hrvatske

Već je bilo riječi o vanjskoj trgovini te će se ovo poglavlje baviti konkretnim izvozom Republike Hrvatske. Izvoz promatranom državi omogućuje povišenje životnog standarda te

⁶⁰ www.new.uino.gov.ba/get/7285 (pristupljeno 13. siječnja 2019.)

jačanje konkurentnosti i proizvodne snage. Postoje različiti interesi za ostvarivanje izvoza (profit ili društveni interes), ovisno o tome sudjeluje li u njoj država s drugačijim društvenim, političkim ili gospodarskim uređenjem.⁶¹ U Republici Hrvatskoj izvozi oko 13 % poduzeća, no ona drže polovicu radnika zaposlenih u svim poduzećima.⁶² Izvozna poduzeća ostvaruju oko 65 % od ukupnih prihoda od prodaje i ulažu veliku količinu sredstava u razvoj i to oko 70 % od ukupno ulaganih sredstava u razvoj.⁶³ Hrvatska koja i dalje ima epitet „tranzitna zemlja“, i danas, u 2018. godini ima omjer uvoza naspram izvoza gotovo 2 : 1. U Hrvatskoj se i dalje osjećaju posljedice rata iz devedesetih te gospodarska kriza (koja je pogodila svijet u 2009. godini). Usporedbom zemalja srednje Europe (koje također imaju povremeno epitet „tranzitne zemlje“), ipak se dolazi do zaključka da je udio izvoza roba i usluga u Hrvatskoj znatno viši u odnosu na ostale zemlje. Rast izvoza pridonosi rastu BDP-a, povećava devizne rezerve, jača ukupnu konkurentnost zemlje, stvara nova radna mjesta i pridonosi dugoročno održivom gospodarskom rastu.⁶⁴ Prema pisanju određenih mrežnih portala, ukupan hrvatski izvoz u 2018. godini u prva dva mjeseca je iznosio 15,5 milijardi kuna, dok se iz inozemstva u istom razdoblju uvezlo robe u vrijednosti 26,2 milijarde kuna.⁶⁵ Ukupan izvoz Republike Hrvatske od siječnja do prosinca 2017. godine iznosio je 104,3 milijarde kuna, a istodobno je uvoz iznosio 162,7 milijardi kuna, dok je vanjskotrgovinski deficit iznosio 58,3 milijarde kuna.⁶⁶ To je prikazano Slikom 4.

⁶¹ Cerovski, M. (2015.), *Izvozni postupak na primjeru poduzeća Dukat d.d.*, diplomski rad, Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet

⁶² Vrtarić, N., op. cit., str.12

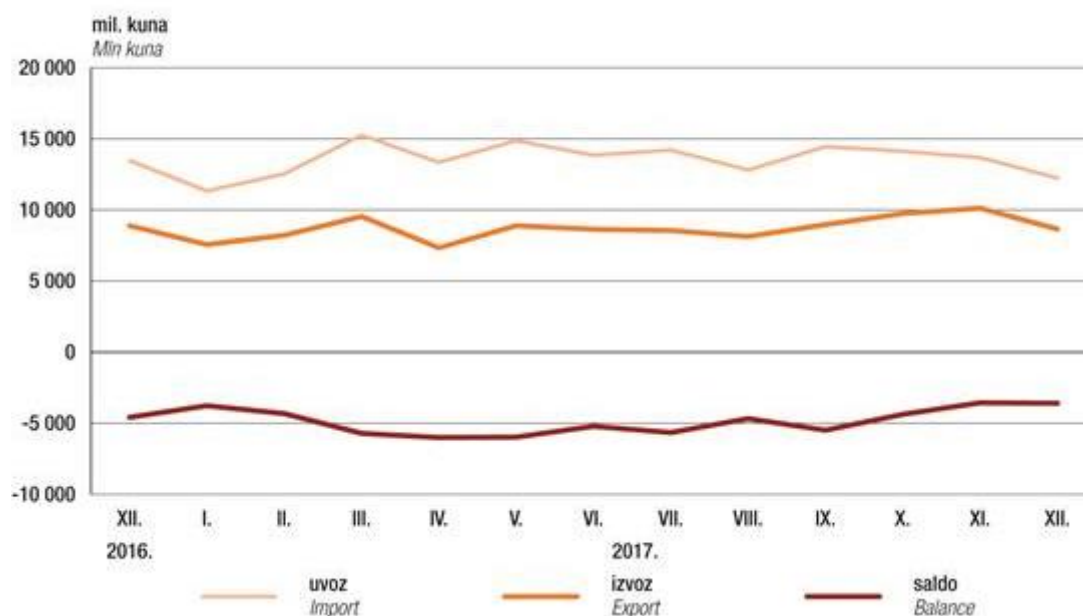
⁶³ Ibid.

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ <https://www.jutarnji.hr/biznis/financije-i-trzista/u-prva-dva-mjeseca-rast-izvoza-uvoza-jos-vise-najveci-skok-izvoza-hrvatska-ostvarila-prema-izraelu-i-kuvajtu/7221891/> (pristupljeno 21. lipnja 2018.)

⁶⁶ https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/04-02-01_12_2017.htm (pristupljeno 21. lipnja 2018.)

Slika 4. Robna razmjena s inozemstvom od prosinca 2016. do prosinca 2017. godine u milijardama kuna



Izvor: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/04-02-01_12_2017_files/image002.jpg (pristupljeno 19. lipnja 2018.)

Kao što se vidi, rastu izvoz i uvoz te vanjskotrgovinski deficit i pokrivenost uvoza izvozom. Prema konačnim podacima robne razmjene Republike Hrvatske s inozemstvom, u 2017. godini u usporedbi s 2016. vidljivo je da izvoz i uvoz i dalje rastu, kao i vanjskotrgovinski deficit te pokrivenost uvoza izvozom. Ukupan izvoz Republike Hrvatske u 2017. iznosio je oko 105 milijardi kuna, što je u usporedbi s 2016. povećanje od oko 12 milijardi kuna, odnosno oko 13 %. Istodobno je ukupan uvoz iznosio oko 163 milijarde kuna i povećao se za oko 15 milijardi kuna, odnosno 10 % u usporedbi s godinom prije. Deficit robne razmjene s inozemstvom u 2017. iznosio je oko 59 milijardi kuna te je porastao za oko 5 %, odnosno veći je za 3 milijarde kuna nego prošle godine. Pokrivenost uvoza izvozom iznosila je 64 % u 2017., dok je godinu prije iznosila nešto manje od 63 %.

Uvoz i izvoz po sektorima odnosi se na sljedeće kategorije: hrana i žive životinje, piće i duhan, sirove materije (osim goriva), mineralna goriva i maziva, životinjska i biljna ulja i masti, kemijski proizvodi, proizvodi svrstani prema materijalu, strojevi i prijevozna sredstva, razni gotovi proizvodi, proizvodi i transakcije.

Tržište Europske unije daleko je najvažnije za Republiku Hrvatsku jer robna razmjena s državama članicama Europske unije u 2017. čini gotovo 65 % ukupnog izvoza, koji je u odnosu na godinu prije porastao za oko 10 %, te oko 78 % ukupnog uvoza, koji je porastao za oko 11 %. Najveći vanjskotrgovinski partneri iz Europske unije u 2017. godini su: Italija, Njemačka i Slovenija. Italija, s udjelom od gotovo 14 % ukupnog izvoza, zemlja je partner u koju je izvezeno najviše robe u 2017., i to oko 13 % više u odnosu na 2016. Udio uvoza robe iz Njemačke u ukupnome hrvatskom uvozu u 2017. iznosi više od 15 % i uvezeno je gotovo 5 % robe više nego godinu prije. Slovenija je i dalje jedna od najvažnijih zemalja partnera u ukupnoj robnoj razmjeni Republike Hrvatske u 2017., s udjelom od gotovo 11 % ukupnog izvoza i ukupnog uvoza. U tu je zemlju u 2017. izvezeno 3 % robe manje, dok je uvoz bio oko 8 % veći. Prema privremenim podacima Eurostata, Republika Hrvatska u 2017. u izvozu i uvozu EU-28 s trećim državama sudjeluje s 0,3 %. U razdoblju između 2016. i 2017. kretanje robne razmjene uvrstilo je Republiku Hrvatsku među šest zemalja s najvećim porastom izvoza i uvoza u druge države članice EU-a.

Povećanju izvoza u 2017. najviše je pridonijela farmaceutska industrija čija je vrijednost izvoza povećana za 30,0 % (1.166 milijuna eura), potom izvoz prehrambenih proizvoda (1.078,5 milijuna eura) za 0,1 % više te proizvoda električne opreme (939,2 milijuna eura za 8,5 % više), motornih vozila, prikolica i poluprikolica (537,9 milijuna eura za 18,5 % više) te strojeva i uređaja (976 milijuna eura za 8,9 % više) nego u 2016. Pad vrijednosti izvoza zabilježen je kod izvoza namještaja i nekih proizvoda prehrambene industrije. Istodobno, kod uvoza je ostvarena stopa rasta od 10,6 %, najviše zbog povećane vrijednosti uvoza strojeva i uređaja za 1.750 milijuna eura ili 7,7 % više, prehrambenih proizvoda za 2.037 milijuna eura ili 9,5 %, motornih vozila i prikolica za 1.550 milijuna eura ili za 13,4 % više nego u 2016. Kao posljedica takvih kretanja u 2017. došlo je do pogoršanja vanjskotrgovinskog deficita s inozemstvom. Vanjskotrgovinski deficit iznosio je 58,3 milijarde kuna ili 7,8 milijardi eura i u kunama je bio 4,7 % veći nego u 2016.⁶⁷

⁶⁷ <https://www.teb.hr/novosti/2018/rekordan-rast-izvoza-hrvatske-u-2017-i-vanjskotrgovinskog-deficita/> (pristupljeno 31. siječnja 2019.)

4.8.1. Republika Hrvatska u odnosu na susjedne zemlje

Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju otvorilo se novo tržište na kojem vrijede povlašteni trgovinski ugovori, ali je ukinuta povlastica na temelju Srednjoeuropskog ugovora o slobodnoj trgovini (CEFTA 2006) čime je ograničeno tržište na koje je Hrvatska izvozila oko 20 % ukupnog izvoza.⁶⁸

Slika 5. Kretanje izvoza Republike Hrvatske u razdoblju od 2012. do 2017. godine

geo	time	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Estonia		15,422.1	15,960.5	16,321.3	15,994.6	16,663.7	17,949.7
Ireland		187,657.6	191,184.7	219,786.2	326,610.2	335,041.0	355,419.3
Greece		54,844.9P	54,834.8P	57,836.5P	55,930.8P	53,058.9P	59,043.6P
Spain		319,223.0	330,453.0	339,502.0	355,752.0P	368,515.0P	396,725.0P
France		609,994.0	621,707.0	637,764.0	672,558.0	672,035.0P	707,721.0P
Croatia		18,265.2	18,712.4	19,661.2	21,471.5	22,733.2	24,951.9
Italy		461,173.8	463,128.8	475,301.0	494,563.9	500,948.3	537,341.0
Cyprus		10,416.0	10,639.3	10,925.6	11,447.9	11,789.6P	12,261.7P
Latvia		13,523.9	13,766.8	14,345.9	14,690.4	14,965.8	16,239.3
Lithuania		27,220.1	29,387.9	29,658.0	28,383.2	28,789.1	34,033.1
Luxembourg		82,244.5	88,641.5	104,100.5	116,032.6	117,282.5	127,377.5

Izvor: Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&plugin=1&language=en&pcode=tec00110>, (pristupljeno 15. lipnja 2018.)

Podaci sa Slike 5. predstavljaju kretanje „izvoza“ zemalja Europe u milijunima u razdoblju od 2012. do 2017. godine. Podatke je statistički obradio EUROSTAT. Izvoz Hrvatske je u razdoblju od 2012. do 2017. godine „narastao“ od 18.265,2 milijuna eura do 24.951,9 milijuna eura, što je znatan rast. Za rast i razvoj hrvatskoga gospodarstva s aspekta međunarodne ekonomije izrazito je važno povećanje izvoza, ali onog koji ima povoljnu strukturu, i u kojem dominiraju proizvodi s visokom dodanom vrijednošću u odnosu na izvoz sirovina.⁶⁹ Usprkos relativno uspješnom procesu konvergencije prema razvijenijim državama iz okruženja, u analiziranom razdoblju hrvatska industrija, koja ima najznačajniji udio u vanjskotrgovinskoj razmjeni, kontinuirano je smanjivala svoj udio u bruto dodanoj

⁶⁸ Vrtarić, N. (2016.), op. cit., str. 13.

⁶⁹ Kovač, I. (2012.), Analiza međunarodne robne razmjene Republike Hrvatske od godine 2001. do 2010., *Ekonomski pregled*, 63(1-2) str. 87-118.

vrijednosti, te je povećanje međunarodne razmjene roba prije rezultat porasta uvoza, nego li izvoza.⁷⁰

Pretraživanjem i analiziranjem pokazatelja izvoza, autorica rada zaključila je da se Hrvatska nalazi u lošijem položaju od Rumunjske i Bugarske kada se radi o izvozu, te da Hrvatska ima manju otvorenost prema europskom tržištu u odnosu na tranzitne države poput Slovenije, Mađarske ili Češke.

Tablica 5. Izvoz i uvoz Republike Hrvatske u odnosu na druge zemlje članice Europske unije u kunama

	Izvoz <i>Export</i>			<i>Import</i>	Uvoz		
	I. – XII. 2016.	I. – XII. 2017.	indeksi <i>Indices</i> I. – XII. 2017. I. – XII. 2016.		I. – XII. 2016.	I. – XII. 2017.	
Ukupno	92 763 217	104 600 956	112,8	148 474 542	163 313 126	110,0	Total
Zemlje Europske unije	61 627 044	67 866 858	110,1	114 682 833	127 496 309	111,2	EU countries
Austrija	5 943 867	6 552 044	110,2	11 837 954	12 358 923	104,4	Austria
Belgija	989 454	1 793 966	181,3	2 795 774	3 501 322	125,2	Belgium
Bugarska	523 294	563 355	107,7	1 269 730	1 009 785	79,5	Bulgaria
Cipar	108 953	386 967	355,2	66 976	46 313	69,1	Cyprus
Češka	1 332 422	1 844 742	138,5	3 120 903	4 012 930	128,6	Czech Rep.
Danska	279 062	349 389	125,2	997 933	1 479 309	148,2	Denmark
Estonija	82 030	106 429	129,7	30 987	31 131	100,5	Estonia
Finska	160 385	247 530	154,3	257 688	246 993	95,8	Finland
Francuska	2 180 474	2 587 200	118,7	3 601 317	4 020 316	111,6	France
Grčka	397 730	472 930	118,9	735 399	643 436	87,5	Greece
Irska	257 989	325 731	126,3	432 552	457 431	105,8	Ireland
Italija	12 692 777	14 289 812	112,6	18 736 592	20 977 217	112,0	Italy
Letonija	108 868	103 050	94,7	55 502	69 019	124,4	Latvia
Litva	244 775	198 710	81,2	176 556	192 807	109,2	Lithuania
Luksemburg	48 896	250 365	512,0	92 366	101 315	109,7	Luxembourg
Mađarska	3 553 933	3 517 265	99,0	10 567 740	12 412 507	117,5	Hungary
Malta	204 809	533 695	260,6	55 526	37 281	67,1	Malta
Nizozemska	2 429 248	1 241 064	51,1	5 828 559	6 338 117	108,7	Netherlands
Njemačka	10 948 905	12 877 057	117,6	23 930 659	25 081 967	104,8	Germany
Poljska	1 261 755	1 492 551	118,3	4 539 291	5 803 840	127,9	Poland
Portugal	383 140	435 693	113,7	181 962	220 194	121,0	Portugal
Rumunjska	828 388	1 122 876	135,5	1 134 600	1 323 181	116,6	Romania
Slovačka	1 326 021	1 231 686	92,9	2 434 541	3 067 116	126,0	Slovakia
Slovenija	11 593 997	11 247 370	97,0	16 215 815	17 557 286	108,3	Slovenia
Španjolska	1 494 821	1 621 272	108,5	2 999 884	3 578 137	119,3	Spain
Švedska	939 300	898 837	95,7	986 765	949 633	96,2	Sweden
Ujedinjena Kraljevina	1 306 007	1 565 438	119,9	1 598 031	1 978 547	123,8	UK

Izvor: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-02-02_01_2018.htm (pristupljeno 6. prosinca 2018.)

⁷⁰ Ibid.

Prerađivačka industrija, čiji udio u ukupnom izvozu u 2017. iznosi 89 %, ostvarila je porast izvoza od oko 13 % i time najviše utjecala na porast ukupnog izvoza Republike Hrvatske. Proizvodnja koksa i rafiniranih naftnih proizvoda, kao dio prerađivačke industrije, sudjelovala je u ukupnom izvozu s oko 7 % i ostvarila je najveći doprinos porastu izvoza, i to s oko 40 %. Na povećanje izvoza znatan utjecaj imala je i proizvodnja osnovnih farmaceutskih proizvoda i farmaceutskih pripravaka, s udjelom od oko 8 % u ukupnom izvozu i porastom izvoza od 27 %. Porastu uvoza u 2017. također je najviše pridonijela prerađivačka industrija, s udjelom oko 87 % u ukupnom uvozu i povećanjem uvoza od oko 9 %. Ostala prerađivačka industrija, kao dio prerađivačke industrije, s udjelom od oko 3 % u ukupnom uvozu, najviše je pridonijela povećanju uvoza, i to za oko 38 % u odnosu na godinu prije. Povećanju uvoza isto tako znatno je pridonijela i Proizvodnja metala, s udjelom od oko 6 % u ukupnom uvozu i porastom od gotovo 17 %. Strojevi i prijevozna sredstva i dalje ostvaruju gotovo četvrtinu vrijednosti ukupnog izvoza i uvoza.

Tablica 6. Izvoz i uvoz po sektorima SMTK-a za 2017. godinu u kunama

	Izvoz <i>Export</i>			Uvoz <i>Import</i>		
	I.-XII. 2016.	I.-XII. 2017.	indeksi <i>Indices</i> I.-XII. 2017. I.-XII. 2016.	I.-XII. 2016.	I.-XII. 2017.	indeksi <i>Indices</i> I.-XII. 2017. I.-XII. 2016.
Ukupno	92 763 217	104 600 956	112,8	148 474 542	163 313 126	110,0
0 Hrana i žive životinje	10 376 077	10 431 116	100,5	16 529 450	17 962 278	108,7
1 Pića i duhan	1 460 363	1 866 995	127,8	1 754 531	2 220 340	126,5
2 Sirove materije, osim goriva	6 907 393	7 987 139	115,6	2 519 350	2 933 600	116,4
3 Mineralna goriva i maziva	8 765 989	11 115 835	126,8	18 249 967	21 612 335	118,4
4 Životinjska i biljna ulja i masti	374 617	449 721	120,0	741 878	740 024	99,8
5 Kemijski proizvodi	12 293 515	14 760 103	120,1	22 692 495	22 639 326	99,8
6 Proizvodi svrstani prema materijalu	14 517 298	16 899 324	116,4	26 462 104	29 185 373	110,3
7 Strojevi i prijevozna sredstva	21 819 079	24 435 771	112,0	38 039 085	41 955 409	110,3
8 Razni gotovi proizvodi	15 699 667	16 213 182	103,3	21 393 759	23 934 382	111,9
9 Proizvodi i transakcije, d. n.	345 179	250 185	72,5	55 534	106 926	192,5
Neraspoređeno	204 040	191 585	93,9	36 388	23 134	63,6

Izvor: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-02-02_01_2018.htm (pristupljeno 6. prosinca 2018.)

Iz Tablice 5. vidljivo je da je najveća vrijednost izvoza i uvoza, odnosno gotovo četvrtina ukupnog izvoza i uvoza Republike Hrvatske, prema Standardnoj međunarodnoj trgovinskoj klasifikaciji (SMTK), ostvarena u sektoru Strojevi i prijevozna sredstva. Izvoz tog sektora u 2017. iznosio je nešto više od 24 milijarde kuna i čini nešto više od 23 % ukupnoga hrvatskog izvoza. Uvoz je u istom razdoblju iznosio 42 milijarde kuna i ostvario je udjel od gotovo 26 %.

4.8.2. Hrvatska na tržištu Europske unije

Kako je Hrvatska postala punopravna članica Europske unije, postala je i punopravni sudionik i izvoznih kanala u europsku gospodarsku obitelj. Kako bi se produbila gospodarska suradnja Hrvatska je učinila i nekoliko ključnih koraka. Vlada RH uspostavila je 4. srpnja 2013. godine Povjerenstvo za internacionalizaciju hrvatskoga gospodarstva.

Glavne zadaće Povjerenstva za internacionalizaciju hrvatskoga gospodarstva su:

- na temelju uske međusobne suradnje i konzultacija s poslovnom zajednicom identificirati ključne odrednice politike jačanja hrvatskog izvoza i nastupa hrvatskih kompanija u inozemstvu, predlagati odgovarajuće provedbene mjere te pratiti njihovu provedbu
- koordinirati planove i aktivnosti svih tijela državne uprave čije djelovanje utječe na kretanje hrvatskog izvoza i davanje potpore nastupu hrvatskih kompanija u inozemstvu, te na prezentaciju investicijskih projekata u inozemstvu, uz jasnu podjelu nadležnosti i odgovornosti
- predlagati Savjetu Povjerenstva zakonska i druga rješenja potpore izvozu i nastupu hrvatskih kompanija u inozemstvu (Povjerenstvo za internacionalizaciju hrvatskoga gospodarstva).

Vlada RH zadužila je Povjerenstvo za pripremu Akcijskog plana podrške hrvatskom izvozu za razdoblje 2014. – 2015., kojim bi se svi relevantni resursi države – Vlade i njezinih partnera poslovnih udruženja (Hrvatska gospodarska komora, Hrvatska obrtnička komora, Hrvatska udruga poslodavaca, Hrvatski izvoznici), akademskih institucija i ostalih – stavili u funkciju podrške hrvatskim izvoznicima (Povjerenstvo za internacionalizaciju hrvatskoga gospodarstva).

Povijesno gledano, snažnija trgovinska razmjena tadašnjih istočnoeuropskih zemalja i njihovo otvaranje prema Europi i svijetu počinje tek na početku osamdesetih godina, što znači oko 20 do 25 godina kasnije od Hrvatske, i to pod nadzorom SEV (gospodarska integracija socijalističkog bloka). Odvajanjem Hrvatske iz bivše Jugoslavije i daljim političkim i ratnim zbivanjima, prekinuta je do tada uspostavljena suradnja i tokovi dobara i usluga između Hrvatske i zemalja Europe (Vizjak, 2001). U tu svrhu postignut je sporazum o suradnji Republike Hrvatske i Europske unije.

Sporazum o suradnji Hrvatske i Zajednice morao bi uspostaviti međusobnu suradnju na gospodarskoj, tehničkoj, tehnološkoj i financijskoj osnovi, uz posebnu pozornost prema

industrijskoj suradnji, razvitku znanosti i tehnologije, poljoprivrede, ribarstva, transporta, turizma, zaštite ljudskog okoliša i poboljšanja uvjeta života, poticanje razvitka ljudskih potencijala, općeg i stručnog obrazovanja i usavršavanja, međusobne suradnje kroz statistiku, telekomunikacije, usklađivanje standarda i financijsku suradnju korištenjem financijskih sredstava Europske investicijske banke i drugih financijskih institucija Europske unije (Vizjak, 2001).

Republika Hrvatska učinila je potrebne korake gospodarske suradnje kako bi ostvarila puno pravo izvoza prema državama Europske unije sa svim beneficijama. Te je korake poduzela još i prije ulaska u Europsku uniju, a oni se odnose na: sklapanje bilateralnih ugovora o slobodnoj trgovini, prilaz zajedničkom tržištu, prilagodbu svih zakonskih i gospodarskih pravila zemlje pristupnice jedinstvenome tržištu i pristup zemlje monetarnoj uniji, kao vrhuncu međusobne suradnje.

Pozitivni mogući statički učinci ostvareni pristupom nove zemlje Zajednici, ostvaruju se preko zone slobodne trgovine kojoj je nova zemlja pristupila, jer je iskustvo pokazalo da sve zemlje koje su pristupile slobodnoj zoni trgovine već nakon nekog vremena počinju osjećati blagodati pristupa slobodnog tržišta, što se osjeća kao stvaranje trgovine.

Drugi se učinak osjeća kao skretanje trgovine, tj. jeftiniji je uvoz iz drugih zemalja svijeta, zamjenjuje se većim uvozom iz zemalja slobodne trgovinske zone. Uspješan i pouzdan izračun statističkih učinaka koji utječu na vanjskotrgovinsku bilancu Hrvatske prema Uniji ovisi ponajprije o potrebi dobivanja pouzdanog izračuna prosječne godišnje stope rasta uvoza i izvoza Hrvatske prema zemljama članicama Unije. Problem je u tome što je, iako Hrvatska može konkurirati na tržištu Europske unije s iznimnom kvalitetom svojih proizvoda i usluga, omjer uvoza i izvoza nejednak.

Iako je tendencija hrvatskoga gospodarstva bila povećati stopu izvoza naspram stope uvoza, to se svejedno nije dogodilo. Problem je nastao kada je Republika Hrvatska postala punopravna članica Unije. Kada se to ostvarilo, došlo je do „otvaranja granica“, a s time je i količina jeftinijih proizvoda postala isplativija za uvoz, stoga je došlo do suprotnog efekta u izvozu i uvozu proizvoda. Otvaranje tržišta članica Europske unije s jedne strane utjecalo je na rast izvoza hrvatskih proizvoda, što je onda utjecalo na rast proizvodnje, a s druge je strane utjecalo na povećani izvoz uvoznih proizvoda, bilo da se radi o izvozu roba iz Europske unije na tržišta trećih zemalja ili izvozu njihovih proizvoda na tržište Europske unije.

Nakon višemjesečnih savjetovanja i kontakata s poslovnom zajednicom, razmatranja zahtjeva i potreba hrvatskih izvoznika te prikupljanja doprinosa svih članova Povjerenstva, razrađen je niz aktivnosti i mjera koje čine ostvariv plan podrške izvoznicima u svim fazama izvoza – od

razvoja proizvoda, financiranja, edukacije i rušenja administrativnih barijera u zemlji – do potpore u inozemstvu. Povjerenstvo za internacionalizaciju hrvatskoga gospodarstva kroz izradu i provedbu Akcijskog plana želi hrvatskim izvoznicima pružiti kvalitetnu i kontinuiranu institucionalnu podršku, koja će znatno pridonijeti uspješnosti njihova poslovanja na međunarodnom tržištu. Iako Hrvatska ima sve mogućnosti kvalitetnog izvoznitva, problem je nastao jer je ova sezona bila izrazito kišna, a time i neisplativa za proizvodnu sirovina, od čega Hrvatska ostvaruje i najveću zaradu pri izvozu. Stoga se u ovoj godini uvoz rapidno povećao, a izvoz smanjio. Iako se radilo na gospodarskoj suradnji s članicama Europske unije, oblici suradnje nisu bili dostatni kako bi se spriječio ovakav rapidan uvoz čime je Hrvatska zapravo u financijskom gubitku.

Postavlja se pitanje na koji način popraviti takvo stanje u gospodarstvu. Suradnja s članicama Europske unije očito nije dostatna da bi se došlo do pravog rješenja. Nažalost, Grčka i Hrvatska jedine su zemlje u Europskoj zajednici koje konstantno bilježe gubitke. Hrvatski gospodarstvenici smatraju da je novčana pomoć iz europskih fondova elegantno rješenje, no u isto vrijeme radi se o državnom dugu koji će biti teško kasnije pokriti.

4.8.3. Turizam – izvozna usluga Republike Hrvatske

Turizam je za Republiku Hrvatsku iznimno visokovrijedni resurs te ujedno jedna od najvažnijih gospodarskih grana. Turizam se definira kao skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.⁷¹ Prema istraživanju Tomas (2017.), u Hrvatsku dolaze turisti koji su prosječne dobi od 41 godine, dok 54 % turista ima između 30 i 49 godina. Mjesečna primanja prosječnih hrvatskih gostiju: 24 % ima do 2.000,00 € mjesečno, 63 % ima između 2.000,00 € i 3.000,00 €, dok 40 % ima iznad 3.000,00 € mjesečno. Turisti posjećuju Hrvatsku zbog pasivnog odmora i opuštanja (55 %), novih iskustava i doživljaja (31 %), gastronomije (29 %), upoznavanja prirodnih ljepota (26 %), zabave (24 %), sporta i rekreacije (20 %), kulturnih znamenitosti i događaja (12 %), wellnesa (8 %), zdravstvenih razloga (7 %) i ronjenja (6 %).⁷² Jedna od najvažnijih stavki u promatranju dolazaka turista u Lijepu Našu je potrošnja koju turisti

⁷¹ Pirjevac, B. (1998.), *Ekonomika obilježja turizma*, Zagreb: Golden marketing, str. 19.

⁷² *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2017. Godini* (2018.), Institut za turizam, Tomas istraživanje

ostvaruju, te porast zapošljavanja hrvatskih državljana. Prema spomenutom istraživanju, prosječna dnevna potrošnja po osobi iznosi 78,77€ (smještaj 38,77€, hrana i piće izvan objekta smještaja 12,96%, kupnja 12,03€, kultura i zabava 2,72€, sport i rekreacija 3,05€, izleti 2,66€, lokalni prijevoz 4,70€, i ostalo 1,89€). Najvišu potrošnju ostvaruju turisti iz Sjedinjenih Američkih Država, Velike Britanije, Španjolske, Rusije te skandinavskih zemalja.

Hrvatska ima jednu od najviših stopa nezaposlenosti u Europi, ali za vrijeme turističke sezone (ljetu), sezonski poslovi u turizmu i poljoprivredi „popravljaju“ loš trend statistike. Hrvatski turizam u 2018. godini doživio je porast prometa za oko 5 %, dodatni rast investicija te zapošljavanja za oko 15 000 ljudi više nego prethodne godine, kao i izmjene turističkih i drugih zakona koji bi trebali pridonijeti jačanju učinkovitosti i konkurentnosti sektora.⁷³ Prema riječima ministra turizma, Garija Cappellija, „U 2018. u turizmu očekujemo dalji porast i fizičkog i financijskog prometa od oko 5 %, što su konzervativna očekivanja, jer se dosta toga novog priprema za jačanje prometa u pred i posezoni iduće godine, uključujući i snažniju suradnju s turoperatorima i avioprijevoznicima, koji planiraju više programa i letova u proljetnim i jesensko-zimskim mjesecima prema Hrvatskoj iz svijeta.“⁷⁴

Tablica 7. Turistički promet stranih turista od siječnja do rujna 2018. godine

ZEMLJE	TURISTI		INDEX 18./17.	UDJEL U % 2018.	NOĆENJA		INDEKS 18./17.	UDJEL U % 2018.
	2017.	2018.			2017.	2018.		
Njemačka	2.482.138	2.596.121	104,59	16,9	18.841.604	19.167.362	101,73	24,1
Austrija	1.230.845	1.265.736	102,83	8,2	6.680.864	6.746.540	100,98	8,5
Slovenija	1.203.168	1.260.642	104,78	8,2	6.922.448	7.036.503	101,65	8,8
Italija	1.041.794	1.077.026	103,38	7,0	4.766.752	4.866.185	102,09	6,1
Poljska	920.650	914.636	99,35	5,9	6.013.351	5.993.186	99,66	7,5
UK	698.000	761.090	109,04	4,9	3.543.644	3.869.614	109,20	4,9
Češka	735.099	747.953	101,75	4,9	5.046.453	5.103.134	101,12	6,4
Mađarska	527.589	579.767	109,32	3,8	2.724.569	2.923.996	107,32	3,7
Francuska	505.678	549.087	108,58	3,6	1.875.423	1.984.013	105,79	2,5
SAD	400.871	494.523	123,36	3,2	1.050.214	1.257.037	119,69	1,6
Ostalo	4.747.366	5.132.058	108,10	33,4	19.679.062	20.723.647	105,31	26,0
Ukupno	14.493.198	15.375.639	106,09	100,0	77.144.384	79.671.217	103,28	100,0

Izvor: Državni zavod za statistiku, obrada autorice (pristupljeno 7. prosinca 2018.)

⁷³ <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/turizam-u-2018-ocekuje-daljnji-rast-prometa-investicija-i-zapostljavanja/6888537/> (pristupljeno 19. lipnja 2018.)

⁷⁴ Ibid.

5. FINANCIRANJE IZVOZA

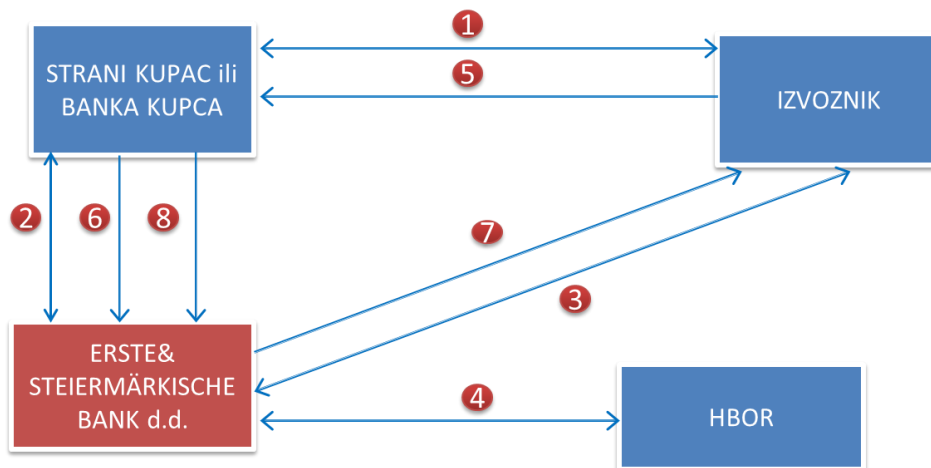
Kod plana i promišljanja realizacije konkretnog izvoznog posla potencijalni izvoznik nikako ne smije zaboraviti tri osnovna koraka:⁷⁵

- temeljito i objektivno sagledati sve ili većinu rizika vezanih uz realizaciju izvoznog posla
- realno procijeniti troškove vezane uz umanjivanje ili eliminaciju rizika
- procijeniti potrebu za dodatnim financiranjem, analizirati vlastite mogućnosti i raspoloživu ponudu financiranja.

Činitelji koje je potrebno uzeti u obzir kod odabira financiranja su:⁷⁶

- potreba za financiranjem proizvodnje i prodaje
- troškovi financiranja
- dužina trajanja financiranja
- rizici vezani uz financiranje.

Slika 6. Primjer strukturiranog financiranja izvoza na temelju Erste & Steiermarkische Bank d.d.



Izvor: <https://erstesvijet.bankarenje.hr/wp-content/uploads/2014/11/proces.png> (pristupljeno 19. lipnja 2018.)

⁷⁵ metsonda.metro.hr/projects/hio/download/prirucnik.pdf (pristupljeno 15. lipnja 2018.)

⁷⁶ Ibid.

5.1. Financiranje proizvodnje i prodaje

Procjena potrebe za financiranjem mora se provesti zato što manjak financijskih sredstava može predstavljati odgađanje rokova i time nepotrebno produljenje posla kojim se, među ostalim, može umanjiti reputacija kod vanjskih kupaca, distributera ili posrednika. Dodatni problemi koji se vežu za pogrešnu procjenu potrebe za financiranjem odnose se na lošu organizaciju unutar vlastitog menadžment tima. Procjena potrebe za financiranjem podrazumijeva sljedeće:⁷⁷

- je li potrebno odobriti odgodu plaćanja
- određivanje namjene financiranja
- proučavanje financijskog tržišta i ponuda kredita zbog sagledavanja troškova različitih vrsta financiranja
- sagledavanje mogućnosti povrata kredita
- sagledavanje rizika povezanih s realizacijom izvoznog posla
- realno sagledavanje visine potrebnih financijskih sredstava.

5.2. Troškovi financiranja

Kod financiranja izvoza činiteljem pod brojem jedan smatra se „financiranje proizvodnje i prodaje“, dok se pod brojem dva smatraju „troškovi financiranja“. Jedan od glavnih zadataka menadžment tima koji rade u odjelu financija je odabrati onaj način financiranja koji promatranom poduzeću najbolje odgovara te utječe na višu konkurentnost poduzeća na tržištu gdje se plasira izvozni proizvod ili usluga. Dostupna količina financija kojom raspolaže poduzeće utječe na način na koji će se novac „obrnuti“ ili u obrtnim sredstvima, promociji i marketingu, kupnji dodatnih sredstava za rad ili u obliku tekućeg poslovanja. Ovisno o načinu i vrsti financiranja, postoje različite vrste kamatnih stopa (ovdje je isključivo riječ o danim kreditima). Da bi se pokrili tekući troškovi poslovanja, potrebno je da poduzeće ima siguran, transparentan i relevantan izvor financiranja koji pomaže kotiranju na međunarodnom tržištu među izvozničkim poduzećima. Važnost informiranja pri podizanju kredita te uvjeta kreditiranja banaka specijaliziranih za pomoć pri financiranju izvozničkih poduzeća od iznimne su važnosti. Također, trošak koji se odnosi na korištenje financijskih sredstava (npr. u

⁷⁷ <https://www.hrvatski-izvoznici.hr/newsletter/broj-5> (pristupljeno 21. lipnja 2018.)

obliku kamata) utječe na konačnu cijenu proizvoda ili usluge te na ukupan financijski rezultat poduzeća.

5.2.1. Dužina financiranja

Izvozno financiranje obuhvaća dva međusobno povezana, a često i uvjetovana sustava:⁷⁸

- osiguranje izvoznih kredita
- pružanje financijske podrške izvozu odobravanjem kredita izvoznicima ili kupcima u inozemstvu od poslovnog bankarstva ili specijaliziranih institucija financiranja i izvoza.

Količina financijskih sredstava diktira hoće li provenijencije biti iz dugoročnih ili kratkoročnih izvora, jer upravo visina kamatne stope ovisi o duljini kreditiranja. Dulji rok kreditiranja predstavlja više kamatne stope, i obrnuto. Kod kratkoročnog financiranja izvozniku se nadoknađuje visok postotak sredstava koja su „zaleđena“ u izvezenoj robi, dok se za potrebe dugoročnog financiranja izvoza najčešće osniva posebna financijska institucija koja na osnovi velikog početnog kapitala obavlja financiranje dugoročnih izvoznih poslova.⁷⁹

Osnovni oblici financiranja su:⁸⁰

- refinanciranje nacionalnih izvoznika i proizvođača kroz sustav eskonta – diskonta, bankovnog avansa ili na osnovi ustupa potraživanja prema inozemstvu i reeskontna mjenica
- izravno odobravanje kredita zajmoprimca u inozemstvu
- izdavanje garancija za izvozne kredite
- kreditiranje inozemnih vlada u svrhu izvoza iz zemlje kreditora
- mješoviti krediti – kombinacija pomoći i kredita
- pružanje usluga u vezi s izvozom i osiguranje izvoznih poslova.

⁷⁸ <http://www.poslovni.hr/leksikon/izvozno-financiranje-754> (pristupljeno 15. lipnja 2018.)

⁷⁹ Ibid.

⁸⁰ Ibid.

5.2.2. Rizici financiranja

Donošenje odluke o kreditiranju određenog poduzeća za svaku je banku izrazito složen proces podložan različitim detaljnim analizama i provjerama. Analiza financijskih izvještaja usmjerena je ponajprije na kvantitativne i financijske informacije i zbog toga se često naziva i financijskom analizom.⁸¹ Na kreditnim tržištima prisutne su asimetrične informacije jer kreditori raspoložu s manjim brojem informacijama za ulaganje i aktivnostima tražitelja kredit nego sami tražitelji kredita, što dovodi do dviju aktivnosti financijskih institucija usmjerenih na dobivanje informacija, a to su aktivnosti provjera i nadgledanje.⁸² Da bi kreditor odobrio sredstva za financiranje izvoza potrebna je osnovna dokumentacija koja se najčešće traži:⁸³

- povijest poslovanja
- poslovni plan (za domaće tržište i izvoz)
- dokumentacija vezana za izvoznu transakciju (akreditivi, police osiguranja, uvozne dozvole, ugovori...)
- financijska izvješća za posljednje dvije godine (bilanca, račun dobiti i gubitka, porezna izvješća)
- projekcije toka gotovine, prihoda i troškova (financijski plan)
- informacije o upravljačkoj strukturi poduzeća
- projekcije vraćanja postojećih i budućih dugovanja
- popis imovine koja se eventualno nudi kao osiguranje povrata kredita.

Banka pri procjeni kreditne sposobnosti i ocjeni kreditnog rizika analizira najvažnije financijske izvještaje (bilanca i račun dobiti i gubitka).⁸⁴ Bilanca stanja sumira imovinu, obveze i vlasničku glavnica poduzeća u određenom trenutku, obično na kraju godine ili kvartala.⁸⁵ Račun dobiti i gubitka prikazuje prihode i rashode poduzeća tijekom određenog razdoblja, obično za jednu godinu ili tromjesečje.⁸⁶

⁸¹ Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager, L. (2008.), *Analiza financijskih izvještaja*, II. prošireno izdanje, Zagreb: Masmedia, d.o.o., str. 36.

⁸² Ribić, D., *Procjena kreditnog rizika*, stručni rad, Zagreb: Hypo Alpe-Adria-Bank d.d., str. 1.

⁸³ metsonda.metro.hr/projects/hio/download/prirucnik.pdf (pristupljeno 15. lipnja 2018.)

⁸⁴ Ribić, D., op. cit., str. 1.

⁸⁵ Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager, L., op. cit., str. 37.

⁸⁶ Van Horne, J. C., Wachowicz, J. M. (2002.), *Osnove financijskog managementa*, IX. izdanje, Zagreb: Mate d.o.o., str. 120.

5.3. HBOR kao izvozna banka

HBOR ima ključnu ulogu u poticanju hrvatskog izvoza i to putem financiranja ulaganja u modernizaciju proizvodnje i nove proizvode, obrtnih sredstava za pripremu izvoza, kreditiranja kupaca hrvatskih roba i usluga u inozemstvu, izdavanja činidbenih garancija te osiguranja naplate izvoznih poslova. Kao izvozna banka, HBOR je razvio niz programa kako bi omogućio izvoznicima ravnopravno natjecanje na međunarodnom tržištu. Programi prate izvoznike u svim fazama, od pregovaranja izvoznog posla do naplate ostvarenog izvoza:

- pregovaranje i javno nadmetanje (informacije o bonitetu kupca, garancije za sudjelovanje na međunarodnom javnom natječaju, pisma namjere)
- izvozni ugovor (financiranje pripreme proizvodnje za izvoz, garancija za povrat avansa, garancija za dobro izvršenje posla)
- izvoz dobara i usluga (kredit kupcu, kredit dobavljača)
- plaćanje i obveze po isporuci (garancija za uklanjanje manjkavosti u garantnom razdoblju).

KREDITIRANJE IZVOZNIKA

HBOR je razvio posebne programe za kreditiranje izvoznih poslova pri čemu su izvoznicima na raspolaganju obrtna sredstva kako za pripremu izvoza i naplate roba tako i za kreditiranje njihovih kupaca u inozemstvu kod većih izvoznih poslova.

Osim izvoznih poslova, izvoznicima su na raspolaganju i povoljna kreditna sredstva za ulaganje u modernizaciju proizvodnje i nove proizvode kao preduvjeta za povećanje konkurentnosti i uspješniji izlazak na inozemno tržište.

ČINIDBENE GARANCIJE PO NALOGU IZVOZNIKA

Izdavanjem činidbenih garancija, samostalno ili u suradnji s poslovnom bankom izvoznika, HBOR omogućuje izvoznicima sudjelovanje na međunarodnim nadmetanjima i zaključivanje ugovora:

- garancija za sudjelovanje na međunarodnim javnim natječajima
- garancija za dobro izvršenje posla
- garancija za povrat avansa

- garancija za uklanjanje manjkavosti u garantnom roku.

IZVOZNO-KREDITNO OSIGURANJE

HBOR poslove izvozno-kreditnog osiguranja obavlja u ime i za račun Republike Hrvatske s ciljem pružanja podrške hrvatskim gospodarstvenicima koji posluju na inozemnom tržištu.

Programi izvozno-kreditnog osiguranja razvijeni su u skladu s potrebama hrvatskih izvoznika kako bi se omogućila zaštita od rizika neplaćanja, od rizika nemogućnosti izvršenja izvoznih ugovora te kako bi se izvoznicima olakšao pristup izvorima financiranja i pribavljanja izvoznih garancija od poslovnih banaka. Korisnici HBOR-ovih programa izvozno-kreditnog osiguranja mogu biti izvoznici i/ili poslovne banke koje financiraju hrvatske gospodarstvenike prilikom realizacije njihovih izvoznih poslova. HBOR kao državni izvozno-kreditni osiguratelj korisnicima nudi osiguranje naplate od netržišnih komercijalnih i političkih rizika. Korisnicima HBOR nudi i osiguranje od privremeno netržišnih komercijalnih i političkih rizika na temelju Rješenja Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja o primjeni klauzule izuzeća na poslove kratkoročnog izvozno-kreditnog osiguranja i reosiguranja za rizike koji se privremeno smatraju netržišnima (NN 103/13), koje je potvrdila Europska komisija i koja je na snazi do 31. prosinca 2018.⁸⁷

⁸⁷ <https://www.hbor.hr/tema/izvoz/> (pristupljeno 7. prosinca 2018.)

6. IZVOZNA KRETANJA REPUBLIKE HRVATSKE PRIJE I POSLIJE ULASKA U EUROPSKU UNIJU

Zahvaljujući visokom stupnju globalizacije, omogućen je eksponencijalno brz razvoj na području transporta i komunikacija te vanjskotrgovinski poslovi (izvoz i uvoz) imaju sve veću važnost u gospodarstvu i ekonomiji država. Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju događaju se korjenite promjene najviše na području vanjskotrgovinske politike, te se Hrvatska obvezala primjenjivati Zajedničke trgovinske politike Europske unije (EU Trade Policy). Zajednička trgovinska politika određena je člankom 207. Ugovora o funkcioniranju Europske unije i isključiva je nadležnost Europske unije. Temelji se na jedinstvenim načelima u trgovinskim odnosima Europske unije sa svijetom, osobito u pogledu zajedničkih carinskih stopa koje proizlaze iz sklopljenih trgovinskih sporazuma, komercijalnih aspekata prava intelektualnog vlasništva, izravnih stranih ulaganja, ujednačavanja mjera liberalizacije trgovine, utvrđivanja zajedničke izvozne politike te korištenja trgovinskih zaštitnih mehanizama i uklanjanja trgovinskih prepreka. Zajednička trgovinska politika obuhvaća i određuje bilateralne trgovinske odnose Europske unije s trećim zemljama i multilateralne odnose Europske unije kroz suradnju s multilateralnim organizacijama (Svjetska trgovinska organizacija – WTO).

Svoje trgovinske interese u okviru Zajedničke trgovinske politike Republika Hrvatska zastupa sudjelovanjem u radu pripremnih tijela Vijeća Europske unije, ponajprije u Odboru za trgovinsku politiku i njegovim radnim skupinama i tijelima na različitim razinama na kojima države članice iznose i usuglašavaju svoja stajališta. Nakon usklađivanja, stavove država članica predstavlja Europska komisija koja u ime Europske unije pregovara bilateralne i multilateralne trgovinske ugovore te nastupa u Svjetskoj trgovinskoj organizaciji (WTO). Put Republike Hrvatske prema Europskoj uniji označila je, u smislu trgovinske politike, liberalizacija trgovine, slobodna trgovina sa zemljama u regiji, usklađivanje zakonodavstva te u konačnici članstvo u Svjetskoj trgovinskoj organizaciji, koje je predstavljalo osnovu i temelj za integriranje hrvatskoga gospodarstva u europsko i globalno tržište. Republika Hrvatska 30. studenoga 2000. godine postala je 140. članica WTO-a nakon okončanja bilateralnih pregovora o carinskim stopama za pristup roba i o uvjetima za pružanje usluga na hrvatskom tržištu. Od 1. srpnja 2013. godine kada je Republika Hrvatska postala članica Europske unije prestali su se primjenjivati svi nacionalni propisi u području trgovinske politike kao i

bilateralni i multilateralni sporazumi o slobodnoj trgovini koje je Republika Hrvatska sklopila prije članstva u Europskoj uniji. Članstvom u Europskoj uniji Republika Hrvatska je postala dio jedinstvenoga unutarnjeg tržišta Europske unije u kojem nema carinskih i necarinskih prepreka. Time su smanjeni prekogranični troškovi poslovanja, povećala se konkurencija te je hrvatskim gospodarstvenicima omogućen slobodan pristup tržištu svih država članica Europske unije, kao i tržištu država s kojima Europska unija ima sklopljene bilateralne sporazume o slobodnoj trgovini, odnosno ostale trgovinske sporazume.⁸⁸

6.1. Kvantitativni pokazatelji vrijednosti izvoza Republike Hrvatske u razdoblju od 2001. do 2012. godine

Tablica 7. prikazuje kretanje bruto vrijednosti izvoza Republike Hrvatske u promatranom razdoblju od 2001. do 2012. godine.

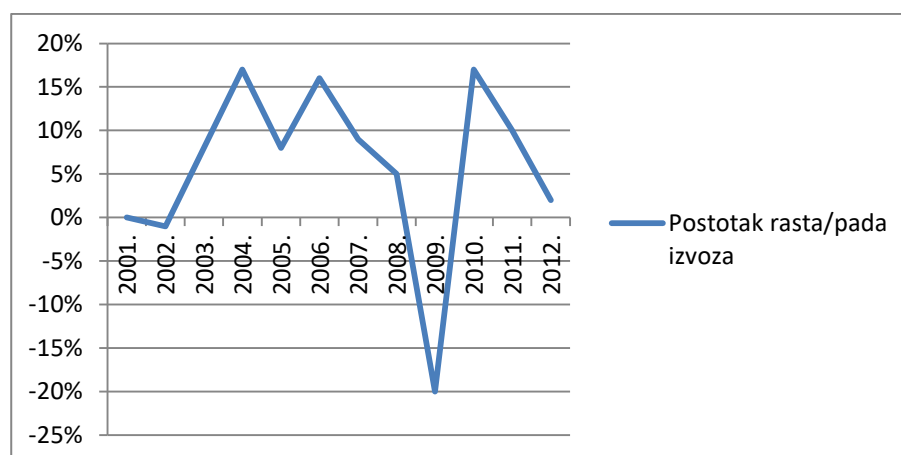
Tablica 8. Kvantitativni pokazatelji vrijednosti izvoza u Republici Hrvatskoj od 2001. do 2012. godine

Godina	Vrijednost izvoza u kunama	Postotak rasta/pada izvoza
2001.	38.917.000,00	0%
2002.	38.421.000,00	-1%
2003.	41.355.000,00	8%
2004.	48.363.000,00	17%
2005.	52.283.000,00	8%
2006.	60.437.000,00	16%
2007.	66.043.000,00	9%
2008.	69.205.000,00	5%
2009.	55.272.000,00	-20%
2010.	64.891.000,00	17%
2011.	71.234.000,00	10%
2012.	72.380.000,00	2%

Izvor: obrada autorice prema Kovač, I. (2012.), Analiza međunarodne robne razmjene Republike Hrvatske od 2001. do 2010. g., Ekonomski preglednik, 63(1-2), str. 87-118 i prema Državnom zavodu za statistiku, <https://www.dzs.hr/Hrv/DBHomepages/Robna%20razmjena%20s%20inozemstvom/Robna%20razmjena%20s%20inozemstvom.htm> (pristupljeno 16. lipnja 2018.)

⁸⁸ <http://www.mvep.hr/hr/trgovinska-politika-europske-unije/> (pristupljeno 10. siječnja 2019.)

Grafikon 3. Postotak rasta / pada izvoza u Republici Hrvatskoj od 2001. do 2012. godine



Izvor: Izrada autorice rada na temelju podataka iz Tablice 8.

Na temelju podataka iz Tablice 8. dolazi se do zaključka da je izvoz Republike Hrvatske u promatranom razdoblju bilježio pozitivan trend rasta, s izuzetkom u 2002. godini kada je zabilježen svojevrsan pad izvoznih aktivnosti. Najviša stopa izvoza zabilježena je 2004. godine, odnosno 2010. godine, kada je iznosila 14 %. Usporedbom vrijednosti izvoza u prvoj (2001. godina) i posljednjoj promatranom godini (2012. godina) dolazi se do zaključka da je ukupna bruto vrijednost izvoza Republike Hrvatske u posljednjoj godini bila za 33 milijuna kuna veća u odnosu na prvu godinu, o čemu svjedoči povećanje od 85 %.

6.2. Kvantitativni pokazatelji vrijednosti izvoza Republike Hrvatske u razdoblju od 2013. do 2015. godine

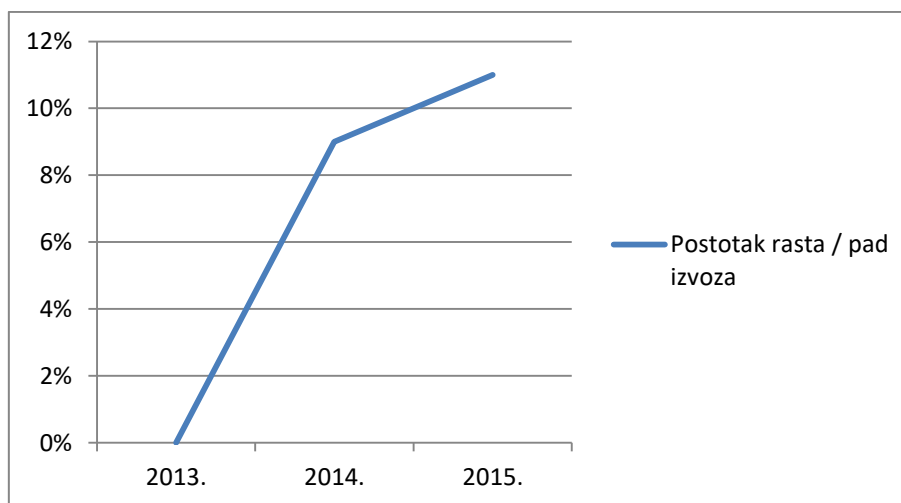
Tablica 8. prikazuje kretanje bruto vrijednosti izvoza Republike Hrvatske u promatranom razdoblju od 2013. do 2015. godine.

Tablica 9. Kvantitativni pokazatelji vrijednosti izvoza u Republiku Hrvatsku od 2013. do 2015. godine

Godina	Vrijednost izvoza u kunama	Postotak rasta / pad izvoza
2013.	72.594.000,00	0%
2014.	79.099.000,00	9%
2015.	87.793.000,00	11%

Izvor: Obrada autorice prema Državnom zavodu za statistiku, <https://www.dzs.hr/Hrv/DBHomepages/Robna%20razmjena%20s%20inozemstvom/Robna%20razmjena%20s%20inozemstvom.htm> (pristupljeno 16. lipnja 2018.)

Grafikon 4. Postotak rasta / pada izvoza u Republici Hrvatskoj od 2013. do 2015. godine



Izvor: Izrada autorice rada na temelju podataka iz Tablice 5.

Na temelju podataka iz Tablice 5. zaključuje se da je prosječna stopa rasta izvoza u promatranom razdoblju iznosila 7 %. Zanimljiv podatak jest da je rast izvoza u 2013. godini (godina ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju) iznosila samo 0,3 %, ali zahvaljujući kontinuiranom pozitivnom trendu rasta prosječna stopa izvoza progresivno raste.

6.3. Izvoz Republike Hrvatske u posljednje tri godine

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u 2016. godini je i dalje trend rasta, stoga je hrvatski izvoz porastao za 5,1 % u odnosu na 2015. godinu, što je treća godina zaredom da raste, dok je uvoz 2015. godine ojačao za 4,6 %.⁸⁹ Prema podacima istoga izvješća, izvezena roba imala je vrijednost od 92,9 milijardi kuna, što i je dalje porast od 4,6 % u odnosu na prethodnu godinu. Pokrivenost uvoza izvozom iznosila je 62,6 %, što je također rast (u prethodnoj godini iznosila je 62,4 %).⁹⁰ Prema Državnom zavodu za statistiku, u 2017. godini izvoz je dosegao 95,28 milijardi kuna, što je za 13,6 % više nego u 2016. godini,⁹¹ dok je vrijednost uvoza u Hrvatsku porasla za 10 %, odnosno 149 milijardi kuna. Deficit vanjskotrgovinske robne razmjene u 2017. godini uvećan je za 2,77 milijardi kuna, dok je

⁸⁹ <https://vlada.gov.hr/vijesti/drzavni-zavod-za-statistiku-u-2016-godini-porastao-izvoz/20131> (pristupljeno 22. lipnja 2018.)

⁹⁰ Ibid.

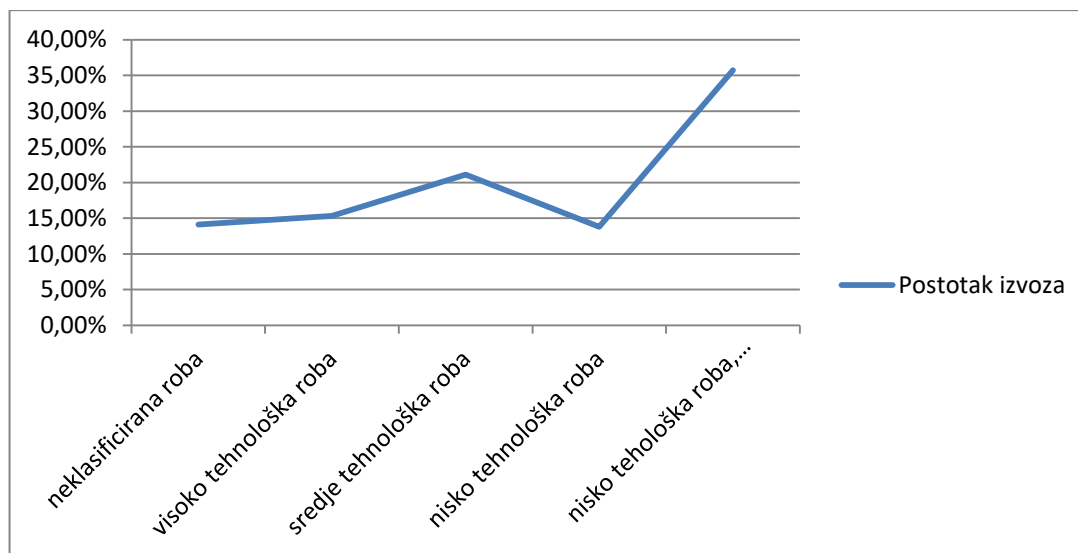
⁹¹ <http://www.poslovni.hr/trzista/u-2017-porastao-je-hrvatski-izvoz-ali-i-uvoz-336198> (pristupljeno 22. lipnja 2018.)

stopa pokrivenosti uvoza izvozom porasla na 63,9 %.⁹² Hrvatska je iz država Europske unije uvezla 116,28 milijardi kuna vrijednih roba. Prema mrežnim portalima, uvoz mjeren u eurima u siječnju 2018. godine bio je za 15 % veći nego u 2017. godini, dok je izvoz porastao 3 %.⁹³

6.4. Struktura izvoza u Republici Hrvatskoj

S obzirom na članstvo u Europskoj uniji, može se zaključiti da su upravo zemlje članice najrelevantniji međunarodni robni partneri Hrvatske. Slovenija je zemlja Europske unije u kojoj je izvoz s područja Republike Hrvatske najveći. Udio hrvatske robe na slovenskom tržištu iznosi oko 5 %.⁹⁴ Grafikon 5. prikazuje strukturu hrvatskog izvoza prema vrsti robe.

Grafikon 5. Struktura hrvatskog izvoza prema vrsti robe



Izvor: Izrada autorice na temelju različitih dostupnih mrežnih stranica i portala

Prema Grafikonu 5., naslućuje se da je udio niske tehnološke robe 35,7 % te ima najvišu razinu. Slijede niska tehnološka roba s udjelom izvoza od 13,8 %. Proizvodi srednje tehnološke robe imaju 21,1 % vrijednosti izvoza, dok visoka tehnološka roba ima 15,3 %

⁹² Ibid.

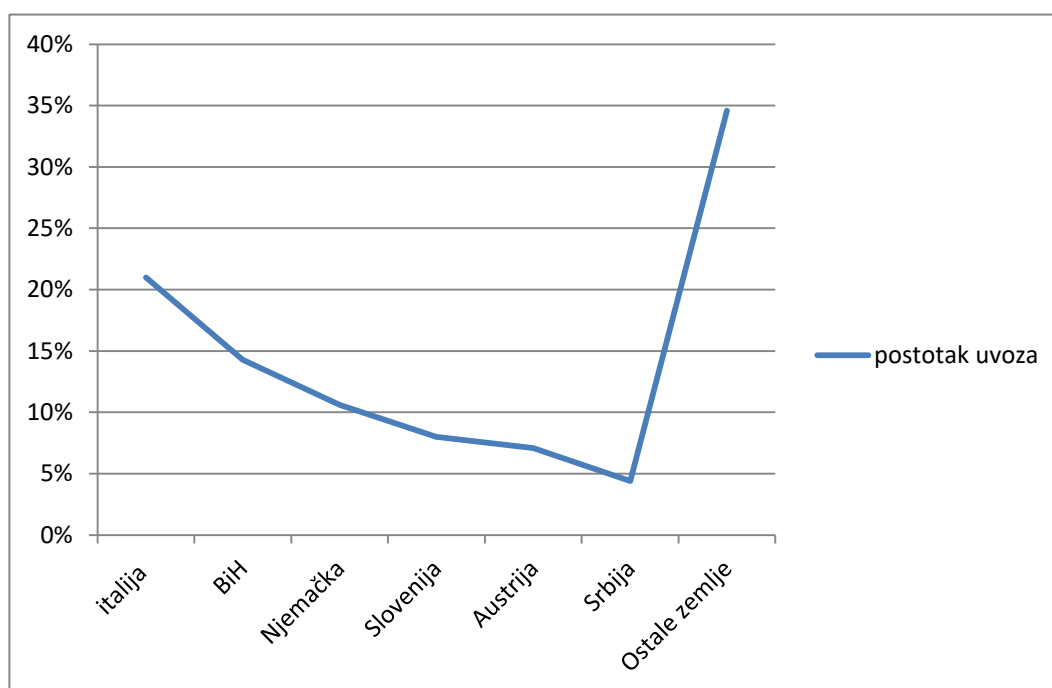
⁹³ <http://www.poslovni.hr/hrvatska/robni-izvoz-lani-porastao-125-pocetak-2018-slabasan-338565> (pristupljeno 22. lipnja 2018.)

⁹⁴ Čudina, A., Lukinić Čardić, G., Sušić, G. (2012.), Analiza relativnog položaja hrvatskog izvoza na tržištu Europske unije, *Ekonomski pregled*, 63(5-6), str. 291-321.

vrijednosti izvoza. Udjel proizvoda s nekvalificiranim faktorskim sastavom iznosi 14 %.⁹⁵ U 2015. godini najveće zemlje uvoznice (članice Europske unije) su bile Italija s 21 % uvoza, Njemačka s 10,6 % uvoza, dok je Bosna i Hercegovina kao nečlanica Europske unije imala uvoz hrvatskih proizvoda od 14,3 %.

Grafikon 6. prikazuje strukturu hrvatskog izvoza prema zemljama uvoznicama (članice Europske unije i nečlanice Europske unije) kroz promatranu reprezentativnu 2015. godinu

Grafikon 6. Struktura hrvatskog izvoza prema zemljama uvoznica



Izvor: Obrada autorice prema HNB, Struktura robnog izvoza

Nakon ulaska u Europsku uniju zabilježen je rast izvoza prema zemljama Europske unije uz istodobno smanjenje vrijednosti izvoza prema zemljama članicama CEFTA-e.⁹⁶ Hrvatska najviše izvozi sljedeće proizvode: riba, kukuruz, čokolada i drugi proizvodi s kakaom, pripravci za umake i pripremljeni umaci, sladni ekstrakti, šećer od šećerne repe i trske, pripravci koji se rabe za ishranu životinja, kruh, peciva, kolači i ostali pekarski proizvodi, prehrambeni proizvodi, soja u zrnu, lomljena soja itd.⁹⁷

⁹⁵ Ćudina, A., Lukinić Čardić, G., Sušić, G., op. cit., str. 291-321.

⁹⁶ <http://www.mvep.hr/hr/o-hrvatskom-izvozu/> (pristupljeno 16. lipnja 2018.)

⁹⁷ <http://profitiraj.hr/sto-hrvatska-uvozi-a-sto-izvozi/> (pristupljeno 22. lipnja 2018.)

S druge strane, Hrvatska najviše uvozi sljedeće proizvode: svinjsko meso, čokoladu i druge proizvode s kakaom, kruh, peciva, kolače i ostale pekarske proizvode, pripravke za ishranu životinja, uljane pogače i ostala biljna ulja, kukuruz, prženu i neprženu kavu, sir i skutu, mlijeko i vrhnje (nekoncentrirano i nezaslađeno).⁹⁸

6.4.1. Javne financije

Stanje i nepovoljni trendovi u javnim financijama doveli su do toga da je Republika Hrvatska gotovo odmah po ulasku u Europsku uniju ušla u Proceduru pri prekomjernom manjku. Države članice, naime, moraju imati zdrave javne financije, a one se ponajprije ogledaju u tome da proračunski manjak nije veći od 3 % BDP-a te da javni dug ne premašuje 60 % BDP-a. Hrvatska je od 2009. do 2014. imala velike deficite proračuna opće države koji su se kretali između 5 i 8 % BDP-a – trošilo se između 17 i 26 milijardi kuna godišnje više nego što se uprihodilo, a posljedično se i javni dug udvostručio u navedenom razdoblju. Od 2015. ostvaren je primarni suficit (ukupni deficit umanjen za plaćene kamate), a 2017. je i ukupni proračun opće države prvi put u povijesti (po ESA metodologiji) bio u suficitu. Pritisak Europske komisije da se javne financije dovedu u red – koji je ministrima financija omogućio da se lakše odupru pritiscima na rast rashoda – urodio je plodom te je 2018. godine Republika Hrvatska i službeno izašla iz Procedure pri prekomjernom proračunskom manjku. Što se tiče javnog duga, on je od dosegnutog maksimuma 2014. (84 % udjela u BDP-u) u silaznoj putanji. Tako je potkraj prošle godine javni dug iznosio 78 % BDP-a. No to je još uvijek iznad kriterija iz Maastrichta (60 % BDP-a), ali i osjetno iznad onoga prije početka krize 2008. (39 % BDP-a). Visok javni dug tako ostaje kao trajni podsjetnik na katastrofalno reagiranje ili, bolje rečeno, izostanak reakcije i nevoljkost u provođenju reformi nakon izbijanja gospodarske krize, te će još dugo biti izvor ranjivosti za hrvatsko gospodarstvo i fiskalnu održivost. Spomenimo još da je inozemni dug znatno snižen od ulaska u Europsku uniju (oko 6 milijardi eura): sa 106,9 % BDP-a u 2014. pao je na 82,3 % BDP-a potkraj 2017. Iz slika 4. i 5. vidljivo je da je Hrvatska prešla iz dvojnog deficita u dvojni suficit. Od visokih proračunskih deficita i deficita u razmjeni roba i usluga s inozemstvom, danas se ostvaruju suficiti u oba područja. To je najčvršći dokaz kako je današnji gospodarski rast zdraviji, održiviji i stubokom različit u odnosu na onaj prije krize.

⁹⁸ Ibid.

6.5. Apsorpcija bespovratnih sredstava iz fondova Europske unije u Republiku Hrvatsku (i ostalim članicama Europske unije)

Bespovratna sredstva (bespovratni poticaji) su financijske potpore kojima država potiče ciljane tržišne skupine koje zbog načina poslovanja, poslovnog okruženja ili drugih razloga nisu dovoljno profitabilni da bi bili zanimljivi za investiranje.⁹⁹ Kada se govori o ekonomskim koristima od pristupanja članstvu Europskoj uniji, većini ljudi bi vjerojatno prvo na pamet pala korist od tzv. EU fondova. Europski strukturni i investicijski fondovi (EU fondovi) zbilja mogu biti od velike koriste slabije razvijenim članicama: Hrvatskoj je, primjerice, u financijskom razdoblju 2014. – 2020. na raspolaganju ukupno 10,7 milijardi eura iz navedenih fondova, a taj iznos jednak je gotovo četvrtini hrvatskog BDP-a. Zanimljivo je da je doprinos navedenih sredstava gospodarskom rastu do sada bio gotovo zanemariv. Nažalost, Hrvatska slabo povlači dostupna joj sredstva, a s obzirom na to da je istodobno dužna godišnje uplaćivati u europski proračun 400 – 500 milijuna eura, neto efekt uplata do sada je bio krajnje skroman.

U Tablici 10. vidljive su transakcije s EU proračunom na razini toka novca: od ulaska u Europsku uniju do kraja 2017., Republika Hrvatska je primila tek 870 milijuna eura više nego što je uplatila.

Tablica 10. Transakcije s EU proračunom u milijunima eura

	PRIMLJENO	UPLAĆENO	RAZLIKA
2013.	208	238	-30
2014.	546	460	87
2015.	525	396	129
2016.	863	427	435
2017.	672	423	250
UKUPNO	2814	1944	870

Izvor: HNB, samostalna izrada autorice (pristupljeno 8. prosinca 2018.)

⁹⁹ https://hr.wikipedia.org/wiki/Bespovratna_sredstva (pristupljeno 22. lipnja 2018.)

Iz prikazanog se može izvući tri zaključka. Prvi je onaj o (ne)sposobnosti hrvatske administracije: niti pet godina članstva nije bilo dovoljno da se nauče i svladaju najefikasniji načini i procedure kako da se u što većoj mjeri, ako već ne u potpunosti, povuku i iskoriste dostupna sredstva. Drugi zaključak slijedi iz prvog: s obzirom na to da se neiskorištena sredstva mogu iskoristiti do 2022., to znači da nam snažniji gospodarski rast poduprt sredstvima iz EU fondova tek slijedi (ako postotak iskorištenosti u konačnici bude na prihvatljivoj razini, kao što je bio iz pretprijetnih fondova). I treći, možda i najvažniji zaključak: koristi od EU članstva su veće nego što su to dostupna sredstva iz strukturnih i investicijskih fondova. Pozitivna strana je i ta da se danas, za razliku od razdoblja prije članstva, državne investicije najvećim dijelom financiraju iz europskih sredstava. To je važno ne samo zbog manjeg pritiska na državni proračun, već i zato što su projekti financirani europskim sredstvima ekonomski opravdaniji (moraju biti) te je mogućnost za koruptivne radnje i neopravdane troškove znatno snižena zbog strožih europskih kontrola.

U drugom dijelu analize o promjenama u gospodarstvu koje su se dogodile od ulaska u Europsku uniju, naglasak će biti na pokazateljima koje građani izravnije osjećaju u svakodnevnom životu. Tako će biti riječi o kretanju visine plaća, zaposlenosti, nezaposlenosti, emigraciji, kretanju kamatnih stopa na kredite stanovništvu, medijalnom dohotku, siromaštvu itd., a osvrt će biti i na neka važna područja – poput mirovinskog i zdravstvenog sustava, javne uprave ili pravosuđa – koja se nisu značajnije promijenila nabolje i čije će rješavanje predstavljati imperativ u godinama koje dolaze.

Autorica rada implicira da Hrvatska ne iskorištava u potpunosti alocirana bespovratna sredstva iz fondova Europske unije. To se može potvrditi činjenicom da od kada je Hrvatska ušla u Europsku uniju do danas nisu ostvareni značajni statistički napredci u izvozu. Prikaz apsorpcije sredstava iz fondova Europske unije Hrvatske i ostalih zemalja članica Europske unije prikazuje sljedeća tablica.

Tablica 11. Stopa iskorištenosti sredstva iz fondova Europske unije u razdoblju od 2013. do 2018. godine

Zemlja	Apsorpcijska stopa u %
Poljska	95,00%
Portugal	95,00%
Luksemburg	95,00%
Danska	95,00%
Estonija	95,00%
Litva	95,00%
Slovenija	95,00%
Finska	95,00%
Austrija	95,00%
Cipar	95,00%
Švedska	95,00%
Francuska	94,70%
Nizozemska	94,50%
Irska	93,90%
Njemačka	93,90%
Belgija	93,60%
Slovačka	92,70%
Češka	91,50%
EU – 28	91,40%
Velika Britanija	91,10%
Bugarska	91,00%
Mađarska	89,60%
Španjolska	87,70%
Malta	83,10%
Italija	82,70
Rumunjska	77,10%
Hrvatska	65,20%
<i>Prosječna apsorpcijska stopa u %</i>	91,06%

Izvor: http://ec.europa.eu/regional_policy/en/ (pristupljeno 17. lipnja 2018.)

Podaci iz tablice potvrđuju prethodno postavljenu hipotezu autorice rada – nizak stupanj iskorištenosti alociranosti sredstava iz Europske unije. Od svih država iz tablice, Hrvatska ima najnižu stopu koja iznosi 65,20 %, dok prosječna apsorpcijska stopa iznosi 91,6 %. Ulazak Hrvatske u Europsku uniju stvara nove pretpostavke i tržišne potencijale, no i dalje sam po sebi ne rješava strukturne probleme nacionalnoga gospodarstva.

Hrvatska iz Europskih strukturnih i investicijskih fondova na raspolaganju ima gotovo 80 milijardi kuna. Razdoblje za koje nam je novac dijeljen odnosi se na razdoblje između 2014. i 2020. godine, no specifična pravila Europske unije omogućuju da ih trošimo do kraja 2023.

godine. Dakle, na raspolaganju nam je još pet godina. Prema službenim podacima Ministarstva regionalnog razvoja i fondova EU, stopa isplaćenosti sredstava iznos nešto više od 14 %. Jednostavnim postotnim računom dolazi se do zaključka da u sljedećih pet godina moramo potrošiti oko 68 milijardi kuna, odnosno prosječno 13,76 milijardi kuna godišnje. Ovogodišnji rebalans i tradicionalni hrvatski problemi u provedbi projekata ne daju nam pravo na optimizam.

Matematika je kod EU fondova neumoljiva i, unatoč različitim tumačenjima, friziranjima statistika i sličnim pothvatima, brojke su te koje na kraju pokažu kako stvari zaista stoje, a brojke za Hrvatsku, kao što vidimo, nisu dobre. Osim toga, u sljedećih nekoliko godina, kada provedba projekata bude u punom zamahu, Hrvatsku će pogoditi još nekoliko nepovoljnih faktora. Prvi se odnosi na indikatore, odnosno na ono što smo obećali postići provedbom projekata. Bez obzira na to odnosi li se to na broj kilometara izgrađenih cesta, stanovnika priključenih na mrežu vodoopskrbe i odvodnje ili broj novozaposlenih u malim i srednjim poduzećima, o indikatorima se još ne govori, a oni su zapravo najvažniji faktor jer pokazuju što smo zapravo učinili korištenjem europskog novca. Europska unija od ovoga programskog razdoblja fokusirala se na praćenje ovih postignuća i tu je moguće očekivati probleme pred kraj ovog razdoblja jer Hrvatska loše planira i daje obećanja koja ne može izvršiti.

Drugi faktor odnosi se na nepravilnosti. Prema informacijama dobivenim od tijela u sustavu, dosad je više od 200 milijuna kuna europskog novca uskraćeno korisnicima zbog nepravilnosti počinjenih u provedbi projekata. S porastom ugovaranja i broja projekata u provedbi, ove će brojke biti još veće i treba početi razmišljati koliki će biti ukupan utjecaj financijskih korekcija na cjelokupni iznos kojim nam je kao državi dodijeljen.

Treći i najnezgodniji faktor odnosi se na hrvatsko predsjedavanje Europskoj uniji u prvoj polovici 2020. godine. Naša ionako spora administracija 2020. godine morat će se nositi s velikim brojem projekata u provedbi, predsjedanjem i izradom operativnih programa za sljedeću financijsku perspektivu. S obzirom na to da 2021. godine počinje novo financijsko razdoblje, trebat će započeti s objavom novih natječaja, dodjelama i provedbom novih projekata, što znači da ćemo morati voziti vlak na nekoliko kolosijeka istovremeno, a to nam nije najjača strana. Navedeni scenarij nam je itekako poznat jer smo sličnu situaciju doživjeli u razdoblju između 2013. i 2016. godine i upravo je to razdoblje nepovoljno utjecalo na pripremu velikih projekata i, posljedično, slabu iskorištenost alokacije iz ovog razdoblja.

Unatoč uvjerenju Vlade da je sve u redu i da nam ide sve bolje, situacija je vrlo ozbiljna, a kritičnom će postati već 2019. godine. Šlepanje na porast stope ugovorenih sredstava neće još dugo biti razlogom za hvalu jer su rokovi za potrošnju tih sredstava iznimno mali. Svaki veliki projekt koji se ugovori u 2019. godini, a koji već sada nije započeo s provedbom, može se odmah prenijeti u novo financijsko razdoblje jer neće biti u stanju isplatiti sva ugovorena sredstva.

S obzirom na to da smo 2019. godine dužni Europsku uniju izvijestiti što smo postigli do kraja 2018. godine, u posljednjih nekoliko mjeseci, posebice proteklih nekoliko tjedana, uočavam velik porast aktivnosti u sustavima upravljanja i kontrole i to upravo onih koji se odnose na povećanje plaćanja u projektima. Trži se na veliko – izvještaji korisnika EU sredstava obrađuju se dosad neviđenom brzinom, tijela doslovno mole korisnike da traže predujmove i vrše plaćanja, a sve kako bi stopa isplaćenih sredstava do kraja godine narasla na razinu prihvatljivu Uniji. To nam govori dvije stvari. Prva je da sustav očigledno može kad hoće. Druga je da će, ako sustav nastavi ovim tempom, sva odgovornost leži na korisnicima koji više neće imati izgovore za sporost, nesposobnost i politikantstvo u odabiru onih koji će raditi na njihovim projektima.

7. ZAKLJUČAK

Republika Hrvatska se Europskoj uniji pridružila prije pet godina, što je i dalje čini relativno novom članicom, te na raspolaganju ima različita sredstva investicijskih fondova Europske unije čija je jedinstvena i prioritetna svrha osigurati konvergenciju prema gospodarskim uvjetima i stupnju socijalne pravde i sloboda u razvijenim zemljama Europske unije. Vanjska trgovina je iznimno važna za poslovanje svake države te je ujedno proces koji treba ispuniti u cilju zadovoljenja krajnjih potreba građana. Konkurentnost i izvozni potencijal Hrvatske evidentno ovisi o stabilnosti jurističkog okvira, dostupnosti i transparentnosti sredstava financiranju, te konačno o poticanju privlačne investicijske klime. Hrvatska se do sada nije uspješno realizirala kao uspješna izvoznačka država usprkos dostupnim financijskim fondovima.

Razvoj suradnje gospodarskih subjekata u Republici Hrvatskoj s partnerima iz zemalja članica Europske unije, posebice u sektoru proizvodnih i poslovno-tehničkih kooperacija, može u znatnoj mjeri utjecati na izlazak Republike Hrvatske iz gospodarske krize i osigurati plasman proizvoda i usluga iz takvih kooperacija na međunarodno tržište. Suradnja s Europskom unijom koja se odnosi na izvoz i gospodarsku suradnju s članicama od pristupanja Republike Hrvatske zajednici Europske unije krenula je u pozitivnom smjeru. Gospodarska suradnja utemeljena je na čestim posjetima hrvatskoga gospodarskog izaslanstva potencijalnim izvoznim partnerima zemalja Europske unije. Unaprjeđenje izvoza vrlo je bitan faktor za gospodarski rast Republike Hrvatske. Analizirani podaci su primjerice pokazali da je omjer uvoza i izvoza prije ulaska Republike Hrvatsku Europsku uniju bili znatno manji negoli nakon ulaska. Ulaskom u Europsku uniju Hrvatska je dobila mogućnost ne jedino vanjske trgovine sa zemljama članicama, već i s ostatkom svijeta što ulazi u krug međunarodne trgovine. Da bi se međunarodna suradnja sa zemljama članicama Europske unije poboljšala, zahtijeva se strukturalna preobrazba proizvodnog sustava u Hrvatskoj te preorijentacija politike vlade na reformu politike ulaganja, zakonskih odredbi vezanih za ulaganje i poslovnog okruženja u zemlji.

Republika Hrvatska svojim komparativnim prednostima, geografskim položajem i prometnom povezanošću može postati vrlo privlačna zemlja za međunarodnu suradnju. Tu se otvara mogućnost suradnje hrvatskoga gospodarstva s tehnološki i inovacijski razvijenim zemljama. Suradnja primjerice s Njemačkom i Španjolskom, ulaganjima u brownfield i greenfield projekte bila bi dobra odskočna daska za izvoz hrvatskoga gospodarstva te poboljšanje

ekonomskih odnosa s članicama Europske unije. Izvoz stvara radna mjesta, povećava bruto domaći proizvod (BDP), smanjuje deficit tekućeg računa platne bilance, povećava devizne rezerve te unaprjeđuje konkurentnost zemlje usvajanjem i razvijanjem novih znanja i tehnologija.

Procjena budućih ulaganja u zajedničke pothvate u Republici Hrvatskoj povezana je s realnim potrebama gospodarstva kao i s normativnim okvirom. Mogućnosti privatnih ulaganja danas su daleko veće nego u odnosu na desetak godina ranije. Tome su pogodovali izgradnja infrastrukture, kontinuirani rad javne uprave na bržem rješavanju zemljišno-knjižnih problema i administrativnih zapreka poslovanju, liberalizacija uvoznog-izvoznog i propisa o deviznom poslovanju, harmonizacija računovodstvenih propisa, u sve većoj mjeri usvajanje zakonitosti poslovanja privatnog sektora u javni sektor, gospodarska diplomacija, inicijativa nevladinih udruga poput Hrvatske gospodarske komore za povezivanje poduzetnika s ciljem smanjenja troškova u nabavi, proizvodnji i distribuciji i stvaranja konkurentne prednosti izgradnjom prepoznatljivosti (tzv. inicijativa stvaranja klastera), ali i ulazak Republike Hrvatske u Europsku uniju. U svrhu unaprjeđenja izvoznoga potencijala, istraživanjem u ovome specijalističkom diplomskom radu, autorica je potvrdila imperativ koji se nameće, a to je edukacija postojećih ljudskih potencijala te osiguranje sufinanciranja izvoznih projekata.

Svrha istraživanja ovoga specijalističkog diplomskog rada, bila je utvrditi kako je ulazak Republike Hrvatske u Europsku uniju utjecao na izvozna kretanja u hrvatskom gospodarstvu i spoznati koji su ključni čimbenici za unaprjeđenje konkurentnosti, a time i izvoznih aktivnosti poslovnih subjekata koji posluju u Republici Hrvatskoj, na temelju čega je autorica postavila pet istraživačkih pitanja kojima se vodila prilikom pisanja ovog rada.

I.P.1. Koji su pozitivni, a koji negativni elementi ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju s aspekta izvoza?

I.P.2. Kakva je razlika u trendovima izvoza koje prati Republiku Hrvatsku u razdoblju prije i nakon ulaska u Europsku uniju?

I.P.3. Na koje sve načine Europska unija podupire razvoj izvoza država članica Europske unije, odnosno na koji način podupire razvoj konkurentnosti Republike Hrvatske?

I.P.4. Na čemu Republika Hrvatska mora temeljiti svoju konkurentnost u izvozu da bi mogla povećati izvoz te dominirati europskim tržištem?

I.P.5. Koja je poveznica izvoznim kretanjima (na razini Europske unije) sa stopom iskorištenosti bespovratnih sredstava iz EU fondova koji se „realiziraju“ u Republici Hrvatskoj?

Odgovori

I.P. 1. Najveći pozitivan utjecaj članstva u Europskoj uniji, u posljednjih pet godina svakako se ogleda u gospodarstvu koje je od otvaranja granica, uklanjanja administrativnih i carinskih prepreka slobodnoj trgovini ostvarilo velike uštede poslovanja, ali se suočilo i s jačom konkurencijom iz ostalih zemalja članica Europske unije. Hrvatska je od ulaska u Europsku uniju povećala izvoz za 56 %, s time da je izvoz u zemlje Europske unije veći za 70 %. Iako su i prije ulaska u Europsku uniju njezine članice bile hrvatski najvažniji izvozni partneri, njihov udio u ukupnom hrvatskom izvozu je s 59 % povećan na 65 %, a smanjen je udio izvoza u zemlje CEFTA-e, čemu pogoduje bescarinski pristup robama jedinstvenom tržištu Europske unije od 500 milijuna stanovnika i uklanjanje prepreka slobodi pružanja usluga.

I.P.2. Izvoz čini sve veći udio u BDP-u, te sve manja orijentacija poduzeća jedino na domaće tržište, što znatno utječe na strukturu današnjega gospodarskog rasta. U razdoblju prije ulaska Hrvatske u Europsku uniju, udjel ukupnog izvoza roba i usluga u BDP-u kretao se oko 40 % i nikada nije značajnije prešao taj prag – sve do ulaska Hrvatske u Europsku uniju. Snažan uzlet izvoza koji je uslijedio, a koji traje do danas, rezultirao je time da je 2018. godine omjer ukupnog izvoza roba i usluga i BDP-a prvi put u povijesti prešao 50 % (preciznije, 51,5 % BDP-a). Najvažniji uzrok ovakvog rasta ne leži u izvozu usluga kako se često misli (gdje je turizam najveća sastavnica), već doprinos pretežno dolazi od izvoza roba: prema podacima Državnog zavoda za statistiku, od kraja 2012. do kraja 2017. robni izvoz porastao je za 44,6 %, a izvoz usluga za 25,7 % (sve promatrano u stalnim cijenama). Gospodarstvo Republike Hrvatske naprosto se integrira u europske gospodarske lance vrijednosti te posljedično sve više izvozi. S druge strane, uvoz roba i usluga tek je u 2017. dostigao razine na kojima je bio prije krize pa Republika Hrvatska danas više izvozi nego uvozi.

I.P.3. Konkretni aktivnosti putem kojih se bespovratnim sredstvima iz ESF-a (Europskog socijalnog fonda) utječe na jačanje konkurentskih i izvoznih sposobnosti pojedinih država članica Europske unije su:

- poticanje ulaganja u ljudske resurse unaprjeđivanja vještina radne snage kroz cjeloživotno učenje, inovacije i poduzetništvo, ICT (informatičko društvo) i usavršavanje vještina upravljanja, profesionalno usmjeravanje, obuka predavača u različitim stručnim područjima i sl.
- prilagodba gospodarskim promjenama: produktivnija organizacija rada, ciljanje znanja i vještina, zapošljavanje i obuka
- poboljšanje pristupa tržištu rada kroz modernizaciju i jačanje institucija, aktivnim mjerama zapošljavanja (npr. samozapošljavanje), uključenje žena i imigranata
- socijalna uključenost koja se odnosi na osjetljive skupine, njihovo zapošljavanje, relevantnu pomoć i usluge te borba protiv svakog vida diskriminacije
- podržati rad službi za zapošljavanje i njihovo umrežavanje s istraživačkim centrima, provoditi studije o potrebama za određenim profilom radne snage
- partnerstvom do reformi (dijalog i suradnja u policy-making procesu) i jačanje administrativne sposobnosti u državnoj upravi i javnom sektoru u području gospodarstva, zapošljavanja, socijalne politike, okoliša i pravosuđa; reforma znanosti i obrazovanja; jačanje ljudskih potencijala u istraživanju i razvoj.

Zaključuje se kako bespovratna sredstva iz navedenog fonda pružaju priliku za unaprjeđenje faktorskih uvjeta za povećanje konkurentne sposobnosti u smislu unaprjeđenja konkurentnosti ljudskih potencijala te uvođenja suvremenih organizacijskih praksi orijentiranih na podizanje produktivnosti i učinkovitosti poslovanja. Navedene mjere imaju izniman utjecaj na jačanje konkurentnosti i uspješniju realizaciju izvoznih potencijala koje Republika Hrvatska posjeduje.

I.P.4. Tržište Europske unije daleko je najvažnije za Republiku Hrvatsku, jer robna razmjena s državama članicama Europske unije iz godine u godinu raste. U 2017. godini izvoz u zemlje Europske unije porastao je za oko 10 % u odnosu na prethodnu godinu te u sveukupnom izvozu iznosi 65 %. Povećanju izvoza u 2017. najviše je pridonijela farmaceutska industrija čija je vrijednost izvoza povećana za 30,0 % (1.166 milijuna eura), potom izvoz prehrambenih proizvoda (1.078,5 milijuna eura) za 0,1 % više te proizvoda električne opreme (939,2 milijuna eura za 8,5 % više), motornih vozila, prikolica i poluprikolica (537,9 milijuna eura za 18,5 % više) te strojeva i uređaja (976 milijuna eura za 8,9 % više) nego u 2016. Osim toga, Republika Hrvatska razvija turizam, iznimno visokovrijedan resurs, te je ujedno jedna od najvažnijih gospodarskih grana i izvozna usluga. Republika Hrvatska ima jednu od najviših stopa nezaposlenosti u Europi, ali za vrijeme turističke sezone (ljetno), sezonski poslovi u

turizmu i poljoprivredi „popravljaju“ loš trend statistike. Hrvatski turizam u 2018. godini doživio je daljnji porast prometa za oko 5 %, dodatni rast investicija, te zapošljavanja za oko 15 tisuća ljudi više nego prethodne godine, kao i izmjene turističkih i drugih zakona koji bi trebali pridonijeti jačanju učinkovitosti i konkurentnosti sektora.

I.P.5. Europski strukturni i investicijski fondovi (EU fondovi) mogu biti od velike koriste slabije razvijenim članicama: Hrvatskoj je, primjerice, u financijskom razdoblju 2014. – 2020. na raspolaganju ukupno 10,7 milijardi eura iz navedenih fondova, a taj iznos jednak je gotovo četvrtini hrvatskog BDP-a. No zanimljivo je da je doprinos navedenih sredstava gospodarsku rastu do sada bio gotovo zanemariv. Nažalost, Hrvatska slabo povlači dostupna joj sredstva, a s obzirom na to da je istodobno dužna godišnje uplaćivati u europski proračun 400 – 500 milijuna eura, neto efekt uplata do sada je bio krajnje skroman. U Tablici 10. vidljive su transakcije s EU proračunom na razini toka novca: od ulaska u Europsku uniju do kraja 2017., Republika Hrvatska je primila tek 870 milijuna eura više nego što je uplatila. Autorica rada implicira da Hrvatska ne iskorištava u potpunosti alocirana bespovratna sredstva iz fondova Europske unije. To se može potvrditi činjenicom da od kada je Hrvatska ušla u Europsku uniju (2013. godine) do danas, nisu ostvareni značajni statistički napredci u izvozu. Prikaz apsorpcije sredstava iz fondova Europske unije Hrvatske i ostalih zemalja članica Europske unije prikazuje Tablica 11. Podaci iz tablice potvrđuju prethodno postavljenu hipotezu autorice rada – nizak stupanj iskorištenosti alociranosti sredstava iz Europske unije. Od svih europskih država, Hrvatska ima najnižu stopu koja iznosi 65,20 %, dok prosječna apsorpcijska stopa iznosi 91,6 %. Ulazak Hrvatske u Europsku uniju stvara nove pretpostavke i tržišne potencijale, no i dalje sam po sebi ne rješava strukturne probleme nacionalnog gospodarstva.

LITERATURA

Knjige:

1. Bejaković, P. (2004.), *Labor Force Competitiveness in Croatia, status and problems*, Zagreb: Institut za javne financije
2. Božić, I. (2015.), *Prirodni resursi i hrvatsko gospodarstvo*, Pula: Fakultet ekonomike i turizma Dr. Mijo Marković
3. Dragičević, M. (2012.), *Konkurentnost, projekt za Hrvatsku, Uvod u konkurentnost*, Zagreb: Školska knjiga
4. Horvat, Đ., Perkov, D., Trojak, N. (2017). *Strategijsko upravljanje i konkurentnost u novoj ekonomiji*, drugo dopunjeno i prošireno izdanje, Zagreb: Effectus
5. Marković, M. (1994.), *Međunarodni marketing*, Split: Logos
6. Pirjevac, B. (1998.), *Ekonomika obilježja turizma*, Zagreb: Golden marketing
7. Perkov, P., Pavlović, D. (2018.), *Trgovinsko poslovanje u teoriji i praksi*, Zagreb: Libertas međunarodno sveučilište,
8. Van Horne, J. C., Wachowicz, J. M. (2002.), *Osnove financijskog managementa*, IX. izdanje, Zagreb: Mate d.o.o.
9. Vukasović, M. (2015). *Implementacija NCTS sustava u carinski sustav Republike Hrvatske*, Zagreb: Fakultet prometnih znanosti
10. Zelenika, R. (2000.), *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*, Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci
11. Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager, L. (2008.), *Analiza financijskih izvještaja*, II. prošireno izdanje, Zagreb: Masmedia, d.o.o

Znanstveni članci:

1. Aca, H. D. (2012.), Literature review of the evolution of competitiveness concept, *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 21(1), 101-119
2. Bečić, M. (2014.), Značaj obrazovanja na tržištu rada prema ekonomskoj teoriji. *Ekonomski misao i praksa*, 1, 213-232
3. Čudina, A., Lukinić Čardić, G., Sušić, G. (2012.), Analiza relativnog položaja hrvatskog izvoza na tržištu, *Ekonomski pregled*, 63 (5-6), 291-321
4. Domac, J., Richards, K., Risović, S. (2005.), Socio – economic drivers in implementing bioneregy projects, *Biomass and Bionenergy*, 28(2), 97-106

5. Dritsaki, C., Stiakakis, E. (2014.), Foreign direct investments, exports, and economic growth in Croatia: A time series analysis. *Procedia Economics and Finance*, 14, 181-190
6. Fagerberg, J., Srholec, M., Knell, M. (2007.), The competitiveness of nations: Why some countries prosper while others fall behind, *World development*, 35(10), 1595-1620
7. Hallak, J. C. (2010.), A product – quality view of the linder hypothesis, *The review of Economics and Statistics*, 92 (3), 453-466
8. Jurčić, Lj. (2010.), Financijska kriza i fiskalna politika, *Ekonomski pregled*, 61(5-6), 317-334
9. Kovač, I. (2012.), Analiza međunarodne robne razmjene Republike Hrvatske od godine 2001. do 2010., *Ekonomski pregled*, 63(1-2), 87-118
10. Lovrinčević, Ž., Mikulić, D., Rajh, E. (2008.), Usporedba metodologija mjerenja konkurentnosti nacionalnog gospodarstva i položaj Hrvatske, *Ekonomski pregled*, 59 (11), 603-645.
11. Porter, M. E., Delgado, M., Ketels, C., Stern, S. (2008.), Moving to a new global competitiveness index, *The global competitiveness report*, Chap. 1.2, edited by Michael E. Porter and Klaus Schwab, 43-63
12. Rougman, A. M. (2012.), The regional and global competitiveness of multinational firms, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(2), 218-235
13. Širola, D., Iskra, V. (2014.), Analiza sustava poticanja poduzetništva na europskoj, hrvatskoj i lokalnoj razini. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 2(1), 139-162
14. Van Wyk, J. (2010.), Double diamonds, real diamonds: Botswana's national competitiveness, *Academy of Marketing Studies Journal*, 14(2)
15. Qureshi, Z., Diaz-Sanchez, J. L., Varoudakis, A. (2015.), The post-crisis growth slowdown in emerging, 7(2), 179-200

Internetski izvori:

1. https://hr.wikipedia.org/wiki/Bruto_doma%C4%87i_proizvod (pristupljeno 22. lipnja 2018.)
2. <http://www.mvep.hr/hr/o-hrvatskom-izvozu/> (pristupljeno 16. lipnja 2018.)
3. <http://profitiraj.hr/sto-hrvatska-uvozi-a-sto-izvozi/> (pristupljeno 22. lipnja 2018.)
4. https://hr.wikipedia.org/wiki/Bespovratna_sredstva (pristupljeno 22. lipnja 2018.)

5. <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/drzavni-zavod-za-statistiku-objavljuje-podatke-o-hrvatskom-bdp-u---518854.html> (pristupljeno 22. lipnja 2018.)
6. <https://hr.wikipedia.org/wiki/Tranzicija> (pristupljeno 22. lipnja 2018.)
7. <https://hr.wikipedia.org/wiki/Izvoz> (pristupljeno 22. lipnja 2018.)
8. https://hr.wikipedia.org/wiki/Gospodarstvo_Hrvatske#Uvoz_i_izvoz (pristupljeno 23. lipnja 2018.)
9. https://www.google.hr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwimqcZ7toDPAhXFHxoKHc3ADqIQFggkMAI&url=http%3A%2F%2Fwww.efos.unios.hr%2Fstrategijaulaskanainozemnotrziste%2Fwpcontent%2Fuploads%2Fsites%2F278%2F2013%2F04%2F5.predavanje.pdf&usq=AFQjCNEixBCs3shorMTk5A7sPWE5hl9y_g&sig2=Rd2ByUVRffgEa6tk6_bZ3Q&bvm=bv.131783435,d.bGs&cad=rja (pristupljeno 14. lipnja 2018.)
10. <https://www.jutarnji.hr/biznis/financije-i-trzista/u-prva-dva-mjeseca-rast-izvoza-uvoza-jos-vise-najveci-skok-izvoza-hrvatska-ostvarila-prema-izraelu-i-kuvajtu/7221891/> (pristupljeno 21. lipnja 2018.)
11. https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/04-02-01_12_2017.htm (pristupljeno 22. lipnja 2018.)
12. <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/turizam-u-2018-ocekuje-daljnji-rast-prometa-investicija-i-zaposljavanja/6888537/> (pristupljeno 19. lipnja 2018.)
13. <https://www.hrvatski-izvoznici.hr/newsletter/broj-5> (pristupljeno 21. lipnja 2018.)
14. Internet izvor, link strane: <http://www.poslovni.hr/leksikon/izvozno-financiranje-754> (pristupljeno 15. lipnja 2018.)
15. <https://vlada.gov.hr/vijesti/drzavni-zavod-za-statistiku-u-2016-godini-porastao-izvoz/20131> (pristupljeno 22. lipnja 2018.)
16. <http://www.poslovni.hr/trzista/u-2017-porastao-je-hrvatski-izvoz-ali-i-uvoz-336198> (pristupljeno 22. lipnja 2018.)
17. <http://www.poslovni.hr/hrvatska/robni-izvoz-lani-porastao-125-pocetak-2018-slabasan-338565> (pristupljeno 22. lipnja 2018.)
18. <https://carina.gov.hr/istaknute-teme/eu-fondovi/financijski-okvir-2014-2020/5177> (pristupljeno 9. lipnja 2018.)
19. <http://www.mvep.hr/hr/trgovinska-politika-europske-unije/> (pristupljeno 10. siječnja 2019.)
20. <http://www.doingbusiness.org/rankings> (pristupljeno 12. lipnja 2018.)
21. 158.129.0.15/index.php/EE/article/viewFile/11617/6300 (pristupljeno 12. lipnja 2018.)
22. www.new.uino.gov.ba/get/7285 (pristupljeno 13. siječnja 2019.)

23. <https://www.teb.hr/novosti/2018/rekordan-rast-izvoza-hrvatske-u-2017-i-vanjskotrgovinskog-deficita/> (pristupljeno 31. siječnja 2019.)

24. metsonda.metro.hr/projects/hio/download/prirucnik.pdf (pristupljeno 15. lipnja 2018.)

25. <https://www.hbor.hr/tema/izvoz/> (pristupljeno 7. prosinca 2018.)

Ostali izvori:

1. Cerovski, M. (2015.), *Izvozni postupak na primjeru poduzeća Dukat d.d.*, diplomski rad, Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet
2. Fištrek, J. (2015.), *Mogućnost gospodarske suradnje Republike Hrvatske sa zemljama članicama Europske unije*, diplomski rad, Zadar: DIU Libertas Međunarodno sveučilište, Sveučilište u Zadru
3. Goić, Š. (2016.), *Utjecaj ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju na izvoz*, diplomski rad, Zadar: Sveučilište u Zadru
4. Institut za turizam, *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2017. godini, Tomas istraživanje*, 2018.
5. Krmpotić, Ž. (2017.), *Pristupanje Republike Hrvatske Europskoj uniji*, završni rad, Gospić: Veleučilište „Nikola Tesla“
6. Ribić, D. (2011.), *Procjena kreditnog rizika*, Hypo Alpe-Adria-Bank d.d., stručni rad, Zagreb
7. Vrtarić, N. (2016.), *Izvoz Republike Hrvatske na međunarodna tržišta*, diplomski rad, Koprivnica: Sveučilište Sjever

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

Popis tablica

Tablica 1. BDP kao pokazatelj konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva.....	16
Tablica 2. Stopa kretanja BDP-a u Republici Hrvatskoj u usporedbi s ostalim tranzicijskim zemljama od 2009. do 2014. godine.....	17
Tablica 3. Analiza lakoće poslovanja u Republici Hrvatskoj 2015. i 2016. godine (WB indeks Svjetske banke).....	19
Tablica 4. SWOT analiza hrvatskoga gospodarstva.....	23
Tablica 5. Izvoz i uvoz Republike Hrvatske u odnosu na druge zemlje članice Europske unije izražen u kunama.....	39
Tablica 6. Izvoz i uvoz po sektorima SMTK-a za 2017. – izraženo u kunama.....	40
Tablica 7. Turistički promet stranih turista od siječnja do rujna 2018. godine.....	44
Tablica 8. Kvantitativni pokazatelji vrijednosti izvoza u Republici Hrvatskoj od 2001. do 2012. godine.....	52
Tablica 9. Kvantitativni pokazatelji vrijednosti izvoza u Republici Hrvatskoj od 2013. do 2015. godine.....	53
Tablica 10. Transakcije s EU proračunom – u milijunima eura.....	58
Tablica 11. Stopa iskorištenosti sredstva iz fondova Europske unije.....	60

Popis slika

Slika 1. „Dijamant“ konkurentnosti.....	9
Slika 2. Model pet tržišnih sila.....	13
Slika 3. Države izvoznice Europske unije 2018. godine.....	26

Slika 4. Robna razmjena s inozemstvom od prosinca 2016. do prosinca 2017. godine.....	36
Slika 5. Kretanje izvoza Republike Hrvatske.....	38
Slika 6. Primjer strukturiranog financiranja izvoza na temelju Erste&Steiermarkische Bank d.d.....	45

Popis grafikona

Grafikon 1. BDP Republike Hrvatske (od 2006. do 2017. godine).....	17
Grafikon 2. Indeks globalne konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva od 2008. do 2018. godine.....	18
Grafikon 3. Postotak rasta / pada izvoza u Republici Hrvatskoj od 2001. do 2012. godine....	53
Grafikon 4. Postotak rasta / pada izvoza u Republici Hrvatskoj od 2013. do 2015. godine....	54
Grafikon 5. Struktura hrvatskoga izvoza prema vrsti robe	55
Grafikon 6. Struktura hrvatskoga izvoza prema zemljama uvoznica.....	56

ŽIVOTOPIS

OSOBNE INFORMACIJE

Martina Grubišić

📍 Medvedgradska 43, 10 000 Zagreb (Hrvatska)

📞 095 881-6179

✉ martinagrubic89@gmail.com

Spol Žensko | Datum rođenja 18.10.1989. | Državljanstvo Hrvatsko

OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

Veljača 2016. –

Specijalistički diplomski stručni studij "Menadžment bankarstva, osiguranja i financija"

Diplomski studij

Međunarodno sveučilište Libertas

Rujan 2008. – Rujan 2011.

Stručni studij poslovne ekonomije „Trgovinsko poslovanje“

Preddiplomski studij

Ekonomski fakultet u Zagrebu

Rujan 2004. – Svibanj 2008.

Opća gimnazija

Srednja škola

VII. gimnazija Zagreb

OSOBNE VJEŠTINE

Materinski jezik

hrvatski

Ostali jezici

	RAZUMIJEVANJE		GOVOR		PISANJE
	Slušanje	Čitanje	Govorna interakcija	Govorna produkcija	
engleski	B2	B2	B2	B2	B2
njemački	B1	B1	A2	A2	A2

Stupnjevi: A1/2: Temeljni korisnik – B1/B2: Samostalni korisnik – C1/C2 Iskusni korisnik

Zajednički europski referentni okvir za jezike

Komunikacijske vještine

Komunikativna, strpljiva, otvorena, sklona timskom radu

Vozačka dozvola

B kategorija

