

PROGRAM GOSPODARSKOG OPORAVKA VLADE RH

IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROVEDBENE MJERE „IZRADA ANALIZE I ODABIR CILJANIH TRŽIŠTA ZA DIREKTNU PROMOCIJU HRVATSKE KAO POSLOVNE DESTINACIJE I IZVOZNIH POTENCIJALA NAŠEG GOSPODARSTVA“ (POGLAVLJE 5.2 PROMOCIJA HRVATSKOG GOSPODARSTVA)

Jedan od strateških ciljeva Vlade Republike Hrvatske je povećanje izvoza hrvatskih proizvoda i usluga. Izvozna orijentacija je najbolja strategija za dugoročni i održivi rast i razvoj hrvatskog gospodarstva, a izvozni posao izrazito zahtjevan i kompleksan, stoga je potrebno i dalje poticati izvozno orijentirane tvrtke te snažnije promovirati hrvatsko gospodarstvo na stranim tržištima.

Za stvaranje uvjeta i pretpostavki za povećanje izvoza nužno je svakako uspostaviti sustav gospodarske diplomacije koja će koristiti i kanalizirati kako unutarne tako i vanjske resurse s ciljem kreiranja konkretnih mjera za jačanje prisutnosti hrvatskih tvrtki na stranim tržištima.

Temeljem toga, udruga Hrvatski izvoznici, u suradnji s Ministarstvom gospodarstva, rada i poduzetništva je izradila *Dubinsku analizu hrvatskog izvoznog potencijala* s ciljem definiranja sektora s potencijalom rasta i potencijalnih tržišta za hrvatsko gospodarstvo.

Ovom analizom želi se ukazati na određene sektore odnosno proizvode koje bi država kroz svoje aktivne i pasivne mjere trebala podržati pri izlasku na međunarodna tržišta.

Osim toga, ovom analizom želi se ukazati i na tržišta gdje hrvatski proizvodi i usluge mogu tražiti svoje izvozne prilike.

Slične analize napravile su mnoge razvijene zemlje i zemlje u razvoju, te su na temelju istih oblikovale selektivne mjere za poticanje tih proizvoda. Također, identificiranje i poticanje dinamičnih proizvoda te njihovo organiziranje u neku formu sličnu klasteru, može povući i druge proizvode u daljni rast.

Analiza je izrađena temeljem statističkih podataka Državnog zavoda za statistiku (na razini proizvoda) i podataka Hrvatske narodne banke (usluge), zatim izvješća UNCTAD-a i Svjetske banke te temeljem ankete provedene među tvrtkama izvoznicima.

Prema dosadašnjim kretanjima u razdoblju 2000.-2007. (razdoblju koje je prethodilo globalnoj ekonomskoj krizi, koje smo prepoznali kroz kretanje relativnog salda u pojedinačnom sektoru^{*}, te pokazatelju intra-industrijske trgovine (IIT)^{**}, Hrvatska iskazuje komparativne prednosti i potencijal u sljedećim sektorima (poredanim po razredima djelatnosti, a ne po važnosti):

ROBE: ratarstvo (žitarice, uzgoj voća i povrća, cvijeća i dr.), stočarstvo, šumarstvo i sječa drveta, ribarstvo (marikultura), rudarstvo (vađenje ukrasnog kamena, vađenje šljunka, proizvodnja soli), prerađivačka industrija (prehrambena industrija, proizvodnja duhana, tekstilna industrija, koža i obuća, proizvodnja piljene i rezane drvene građe, papir, celuloza i tisak, kemijska industrija, nemetali, metalna industrija, strojevi i oprema, motorna vozila, te ostala prerađivačka industrija).

^{*} odnos izvoza i uvoza u sektoru

^{**} izvoz minus uvoz u odnosu prema ukupnoj trgovini u sektoru

USLUGE: građevinarstvo, trgovina, prijevoz, hoteli i restorani, veze, računalstvo i obrada podataka, financijske usluge, osiguranje i poslovne usluge.

Podsektori s izrazitom komparativnom prednošću i tendencijom rasta izvoza su : proizvodnja metalnih cisterni i rezervoara, proizvodnja igara i igračkaka, proizvodnja metalnih konstrukcija i dijelova, proizvodnja motora i turbina te proizvodnja sportskih čamaca i čamaca za razonodu. Također, podsektori s komparativnom prednošću ali koji moraju poraditi na vlastitoj konkurentnosti jesu: proizvodnja strojeva za posebne namjene, proizvodnja uređaja za dizanje i prenošenje, instrumenata za mjerenje, ispitivanje i navigaciju te proizvodnja proizvoda od drva, pluta i pletarskih proizvoda.

Podsektori s vrlo dobrom komparativnom prednošću i tendencijom rasta izvoza su: proizvodnja opeke, crijepa i ostalih proizvoda za građevinarstvo, proizvodnja rublja, zatim proizvodnja komunikacijske opreme, djelatnosti bežične telekomunikacije te računalno programiranje. Oni podsektori koji imaju vrlo dobru komparativnu prednost ali iskazuju relativan pad izvoza su proizvodnja ostale građevne stolarije i elemenata, proizvodnja ostalog namještaja, proizvodnja električne opreme te proizvodnja željezničkih lokomotiva i tračničkih vozila.

Dubinska analiza temeljena je na postojećim pokazateljima/podacima o proizvodima koji daju trenutačnu vrijednost BDP-a od otprilike 10.000 € po glavi stanovnika. Također, postoje dinamični proizvodi koji omogućavaju brži rast BDP-a. Za daljnje postupanje predlaže se izrada analize kojom bi se identificirali dinamični hrvatski proizvodi, koji kroz primjenu visoke tehnologije u sebi sadrže znatnu komponentu hrvatskog znanja i pameti, a poticanje kojih može u budućnosti osigurati porast BDP na razinu od 15 - 20 tisuća eura po glavi stanovnika.

Što se postojećih tržišta tiče, Hrvatska trguje s razvijenim zemljama, ali u skladu s trendovima u svijetu sve više trguje i sa zemljama u razvoju (osobito Rusija, i istočne zemlje).

Oko 2/3 ukupne razmjene Hrvatska obavlja s bližim susjedima odnosno zemljama regije : Njemačkom, Italijom, Austrijom, Slovenijom te BiH – u zadnje vrijeme se tim zemljama vrlo brzo približava Srbija. Sa zemljama u regiji treba graditi nove i sačuvati postojeće odnose, te eventualno povećati udjele na tim tržištima. Tradicionalna izvozna tržišta zemalja Europske unije također treba nastojati proširiti novim, tehnološki složenijim proizvodima.

Veliki potencijal rasta imaju zemlje tzv. BRIC-a (Brazil, Rusija, Indija i Kina). Sve one osim možda Kine u ovom trenutku (jer zahtijeva veliku logistiku i premošćivanje ogromnih poslovnih i kulturnih barijera) predstavljaju mogućnosti rasta izvoza, na što treba odmah obratiti pažnju jer se predviđaju dugogodišnje stope rasta tih gospodarstava.

Velike su mogućnosti u zemljama Sjeverne Amerike koje predvode oporavak svijeta. Na bazi komparativnih prednosti i intra-industrijske trgovine, Hrvatska bi se trebala, koncentriranim i dobro koordiniranim naporima, otisnuti na prekomorska tržišta SAD-a, Kanade i Meksika.

Drugi val proširenja trgovine vidimo u Europi. Mogućnosti trgovine na bazi komparativnih prednosti mogu povećati vrlo brzo izvoz Hrvatske u Veliku Britaniju, Irsku, Skandinavske zemlje, te Beneluks. Izvoz u Francusku i Španjolsku također se može povećati na temelju komparativnih prednosti, ali i intra-industrijske trgovine.

U trećem valu bi trebalo krenuti u zemlje nove Europe (Poljska, Češka, Slovačka, Mađarska, Bugarska, Rumunjska), Tursku, Kazahstan i istočnu Europu (Ukrajinu).

U četvrtom valu bi trebalo otvoriti tržišta sjevera Afrike (Alžir, Maroko) i zemalja Zaljeva (Saudijska Arabija, Katar, Egipat i Sirija) koje se sve više integriraju s EU.

U petom valu bi trebalo otvoriti ostale velike zemlje Latinske Amerike (Argentina, Čile, Urugvaj, Paragvaj, Peru), Afrike (JAR, Nigerija, Kamerun, Kenija, Tanzanija), te Azije (Indonezija, Malezija, Tajland, Vijetnam, Koreja, Japan).

Ova Dubinska analiza je prvi korak u daljnjem kreiranju novih sustavnih mjera i aktivnosti za snažniju promociju hrvatskog gospodarstva, a također služi kao podloga za uspostavu proaktivne i učinkovite gospodarske diplomacije koja će biti čvrsta potpora našem gospodarstvu u njegovom iskoraku na nova brzorastuća tržišta. Pored toga, analiza će poslužiti za izradu strateških dokumenata koji su neophodni za razvoj politika potpore izvozu i korištenje sredstava iz fondova Europske unije.