Mjere utjecaja Republike Hrvatske na konkurentnost poduzeća

Branković, Jelena

Undergraduate thesis / Završni rad

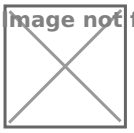
2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:167621

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

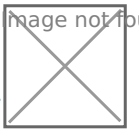
Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**



Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula





Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
˝Dr. Mijo Mirković˝

JELENA BRANKOVIĆ

MJERE UTJECAJA RH NA KONKURENTNOST PODUZEĆA

Završni rad

Pula, 2016.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
˝Dr. Mijo Mirković˝

JELENA BRANKOVIĆ

MJERE UTJECAJA RH NA KONKURENTNOST PODUZEĆA

Završni rad

JMBAG: 0303008610, izvanredna studentica

Studijski smjer: Management i poduzetništvo

Predmet: Politika konkurencije

Mentor: doc.dr. sc. Dragan Benazić

Pula, rujan 2016.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Jelena Branković, kandidat za prvostupnika poslovne ekonomije, smjera Management i poduzetništvo, ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Studentica

Jelena Branković

U Puli, 27. rujna 2016. godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Jelena Branković dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile

u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom Mjere utjecaja RH na konkurentnost poduzeća koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 27. rujna 2016.

Potpis

Jelena Branković

Sadržaj

1. Uvod 1

1.1. Problem i cilj istraživanja 1

1.2. Metode i izvori istraživanja 2

1.3. Struktura rada 2

2. Definiranje pojma konkurentnost i obilježja konkurentnosti 3

2.1. Definicija i pojam konkurentnosti 3

2.2. Porterov dijamant konkurentnosti 6

2.3. Mjerenje konkurentnosti 8

2.3.1. Izvještaj o globalnoj konkurentnosti 9

2.3.2. Izvještaj ″Doing Business″ 11

2.3.3. Izvještaj IMD (Institute of Management Development) 14

2.4. Konkurentski izazovi Hrvatske 15

3. Utjecaj RH na konkurentnost poduzeća 16

3.1. Stvaranje preduvjeta za gospodarski rast 16

3.2. Osiguranje ravnopravnog tržišnog natjecanja za sva poduzeća 18

3.2.1. Koncentracija poduzetnika 19

3.2.2. Zabranjeni sporazumi 20

3.2.3. Zlouporaba vladajućeg položaja 21

3.3. Jačanje konkurentnosti gospodarstva učinkovitim korištenjem EU sredstava 22

3.3.1. Aktivnosti za unaprjeđenje konkurentnosti 22

3.3.2. Osnivanje klastera konkurentnosti 26

4. Primjeri utjecaja mjera RH na konkurentnost poduzeća 28
4.1. OPG Sandra Babac 28
4.2. Cluster Club – Adriatic Economic Cluster Club 30
5. Zaključak 32
LITERATURA 33
POPIS ILUSTRACIJA 34

1. Uvod

U procesu pridruživanja Europskoj uniji (u daljnjem tekstu EU) Republika Hrvatska (u daljnjem tekstu RH) trebala je provesti promjene zakona i propisa koje su znatno utjecale na poslovnu zajednicu. Te su promjene bile nužne kako bi hrvatske tvrtke zadovoljile standarde EU i bile konkurentne kako na tržištu EU tako i na globalnom tržištu. Hrvatskoj je bio nužan program mjera koji bi djelovao kao osnova za mobilizaciju svih zainteresiranih društvenih skupina i institucija koje svoj interes nalaze u modernizaciji zemlje i njezinu gospodarskom napredovanju.

Danas, kako bi dosegla prosjek zemalja EU kojima teži, RH kao zemlja u razvoju mora investirati kako bi dosegla stupanj razvoja razvijenih zemalja. Do zadovoljavajućeg stupnja razvoja može doći provedbom politika i mjera za povećanje konkurentnosti hrvatskog gospodarstva s posebnim naglaskom na poticanje investicija te poboljšanje investicijskog okruženja i promidžbu RH kao poželjne ulagačke destinacije.

1.1. Problem i cilj istraživanja

Problem istraživanja odnosi se na mogućnost uvida da li se uspješno i brzo ostvaruju projekati u RH, jer se time povećavaju šanse da Hrvatska postane visoko konkurentna zemlja u regiji sa značajnim rastom i razvojem koji će biti utemeljen na znanju, proizvodima i uslugama visoke dodatne vrijednosti koji će doprinijeti novom zapošljavanju.

Cilj istraživanja je dobivanje uvida kojim mjerama RH utječe na konkurentnost poduzeća. Kako svojim djelovanjem kroz privlačenje i poticanje investicija, te podizanjem razine konkurentnosti hrvatskog gospodarstva osigurava poduzećima da postanu visoko konkurentna. Da li svojim djelovanjem kroz poticanje specijalizacije sektora, stvaranje klastera konkurentnosti te identificiranjem mjera za pojednostavljenje poslovanja podiže razinu konkurentnosti.

1.2. Metode i izvori istraživanja

Prilikom izrade rada korištene su metode analize i sinteze. Metode analize i sinteze korištene su u cijelom radu, jer su tijekom rada korišteni razni izvori koji su sažeti u jedinstven tekst.

1.3. Struktura rada

Struktura rada sastavljena je od pet dijelova. Prvi dio rada je uvod u kojem se definiraju predmet, cilj, metode izrade rada i struktura rada. Drugi dio definira pojam konkurentnosti i obilježja konkurentnosti. Treći dio rada predstavlja sveukupan utjecaj RH na konkurentnost poduzeća kroz stvaranje preduvjeta za gospodarski rast, osiguravanjem ravnopravnog tržišnog natjecanja i jačanjem konkurentnosti gospodarstva učinkovitim korištenjem sredstva EU. Četvrtim dijelom kroz dva je primjera predstavljen utjecaja mjera koje su potaknule konkurentnost poduzeća. Peti dio odnosi se na zaključak.

2. Definiranje pojma konkurentnost i obilježja konkurentnosti

Konkurentnost je sposobnost zemlje da postigne uspjeh na svjetskom tržištu koji omogućuje podizanje životnog standarda. Gleda se na ljestvici globalnog indeksa konkurentnosti koji se temelji na shvaćanju konkurentnosti kao skupa institucija, politika i čimbenika koji određuju produktivnost zemlje.

2.1. Definicija i pojam konkurentnosti

Konkurentnost je sposobnost zemlje da u slobodnim i ravnopravnim tržišnim uvjetima proizvede robe i usluge koje prolaze test međunarodnog tržišta, uz istovremeno zadržavanje i dugoročno povećanje realnog dohotka stanovništva[1], definicija je konkurentnosti prema OECD[2]-u.

Teorijama međunarodne razmjene, koje potječu od Adama Smitha objašnjavala se konkurentnost država. Globalna ekonomija prekomplicirana je da bi se objasnila tradicionalnim teorijama, stoga je svojim promišljanjem Michael Porter, harvardski profesor, predstavio teoriju konkurentnosti, prema kojoj nacionalno blagostanje nije naslijeđeno, već stvoreno strateškim izborima. Polazeći od pretpostavke da se u prošlosti razvitak zemlje zasnivao na komparativnim prednostima, kao što su jeftina radna snaga i prirodni resursi, dok se danas zasniva na naprednim faktorskim uvjetima, zasnovanim na znanju i razvijenoj infrastrukturi, visokoj tehnologiji i inovacijama. Porter smatra da nije važno koje proizvode proizvodite, već kako ih proizvodite.

Ključ uspjeha poduzeća održiva je konkurentska prednost u industriji, a bit strateškog ponašanja poduzeća je povezivanje s najvažnijim segmentom njegove okoline, industrijom. Industrijski položaj poduzeća treba utvrditi je li ono iznad ili ispod prosječne profitabilnosti industrije. Konkurentskim pozicioniranjem postiže se

[1] http://www.konkurentnost.hr/Default.aspx?sec=77 (5.9.2016.)
[2] Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj

povoljniji industrijski položaj koje omogućuje poduzeću iznadprosječne industrijske profite u dugom roku.[3]

Porterov model *pet konkurentskih sila* temelji se na pretpostavci da dugoročna profitnost industrije, kao i poduzeća unutar industrije, ovisi o utjecaju pet konkurentskih sila[4]:

1. Ulazak novih sudionika - postojanju poduzeća koja su spremna ući na tržište, ukoliko profitabilnost industrije bude dovoljno velika (opasnost od potencijalnih konkurenata)
2. Prijetnja supstitutivnih proizvoda ili usluga - prelasku kupaca na zamjenske proizvode ukoliko zadobiju njihovu preferenciju izbora
3. Pregovaračkoj moći kupaca
4. Pregovaračkoj moći dobavljača
5. Rivalitet - jačini suparništva između poduzeća koja djeluju unutar promatrane industrije

Profitni potencijal industrije i definiranje međuindustrijske razlike određuju se jačinom navedenih pet konkurentskih sila.

Cilj svakog poduzeća trebao bi biti pronaći poziciju u industriji gdje se poduzeće može najbolje obraniti od konkurentskih sila i gdje može najbolje utjecati na njih u svoju dugoročnu korist. Posjedovanje održive konkurentske prednosti oslanja se na takvo strateško pozicioniranje poduzeća.

Prema Porteru, dvije su vrste konkurentskih prednosti, a to su *niski troškovi i diferencijacija*. Isporučivanjem jednake vrijednosti isporučene kupcima uz niže troškove od industrijske konkurencije (prednost niskih troškova) ili davanjem veće vrijednosti kupcima uz prosječne industrijske troškove (diferencijacija), gradi se konkurentska prednost. Kada je poduzeće djelotvornije od suparnika u obrani nasuprot konkurentskih sila tada postoji konkurentska prednost. Rijetka je i postoji samo u posebnim slučajevima istodobna troškovna i diferencijska prednost. Uz najbolja industrijska poduzeća vezuje se konkurentna prednost. Poduzeća moraju izabrati vrstu konkurentske prednosti na temelju koje će graditi strategiju. Kada je

[3] Porter, E.M.: *Konkurentska prednost, Postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja*, Masmadia, Zagreb, 2008., str. 21
[4] Ibidem, str. 23

poduzeće sposobno poslovati na razini najbolje poslovne prakse u svojoj industriji, taj je izbor nužan.

Dvije osnovne vrste konkurentskih prednosti u kombinaciji s rasponom aktivnosti koje tvrtka nastoji ostvariti dovode do tri generičke strategije, dakle troškovno vodstvo, diferencijacija i fokusiranje[5].

Dakle, tri su *generične konkurentske strategije* prema Porteru, a to su:

1. Strategija troškovnog vodstva – svodi se na izgradnju konkurentske prednosti najnižih troškova u cijeloj industriji
2. Strategiju diferencijacije u cijeloj industriji
3. Strategija fokusiranja – sa fokusiranim troškovnim vodstvom i fokusiranom diferencijacijom

Sustavan način proučavanja svih aktivnosti koje poduzeće obavlja predstavlja *lanac vrijednosti*, kao i oblika njihove interakcije u svrhu analize izvora konkurentske prednosti.[6] Lanac vrijednosti dijeli poduzeće na njegove strategijski bitne aktivnosti, kako bi se razumjelo kretanje troškova kao i postojeći i potencijalni izvori diferencijacije. Izgradnja konkurentske prednosti ovisi o tome kako poduzeće upravlja svojim lancem vrijednosti u odnosu na lance vrijednosti svojih konkurenata. Lanac vrijednosti se zasniva na promatranju poduzeća kao skupa odvojenih, ali povezanih aktivnosti kojima se stvara vrijednost za kupce. To se odnosi na one kojima se oblikuju, proizvode, promiču, prodaju i distribuiraju proizvodi ili usluge. S ciljem razumijevanja ponašanja troškova i mogućih izvora diferencijacije poduzeće se dijeli na strateški važne djelatnosti.

Konkurentska prednost postiže se komparativnom vrijednošću koju poduzeće postiže na tržištu te u fokus stavlja poduzeće i njegovo poslovanje na tržištima. Nemogućnost poduzeća da konkurentnu strategiju provede u djelo dovodi do gubljenja konkurentske prednosti poduzeća, njihovih proizvoda i usluga. Konkretnom konkurentnom strategijom koja se lako provodi, omogućuje se poduzeću stvaranje vrijednosti za svoje kupce uz pomoć svih njegovih zaposlenika. Cilj svakog poduzeća je razviti strategiju poduzeća i izgraditi konkurentske prednosti s ciljem poboljšanja poslovanja poduzeća.

[5] Ibidem, str. 29
[6] Ibidem, str. 49

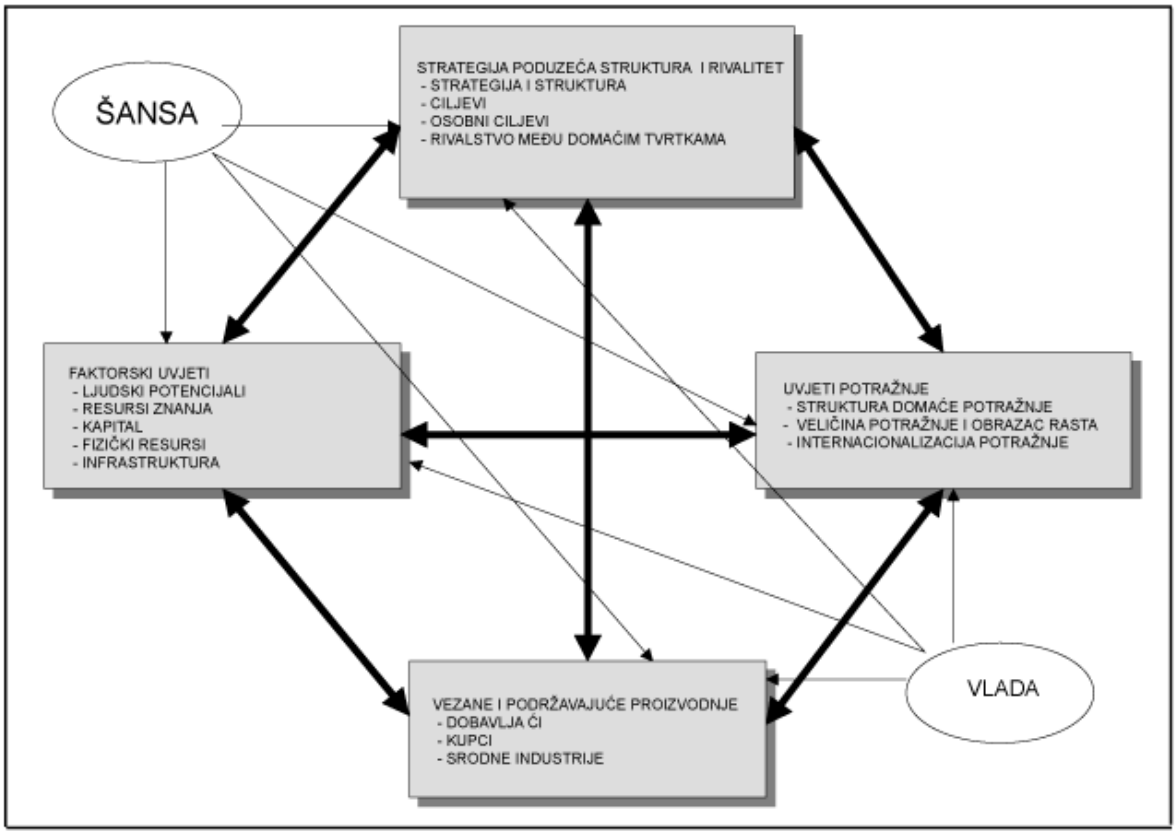
U stvaranju produktivnog i konkurentnog gospodarstva, javni i privatni sektor su međusobno povezani, iako su po svojim osnovnim ulogama različiti. Efikasnost fiskalne i monetarne politike, pravnog sustava, stabilne demokratske institucije uvelike utječu na uspješnost ekonomije neke zemlje, no nisu dovoljni. Bogatstvo nastaje na mikroekonomskoj razini gospodarstva, utemeljeno na kvaliteti mikroekonomskog poslovnog okruženja. Kao višedimenzionalan fenomen, konkurentnost se sagledava na razini poduzeća, sektora i nacije u cjelini.

2.2. Porterov dijamant konkurentnosti

Prema Porteru nacionalna konkurentnost se ne nasljeđuje, već se stvara i neprekidno gradi. Geografska blizina ima ključnu ulogu kao izvor nacionalne konkurentske prednosti, što je u skladu sa sve brojnijom literaturom o tome kako međusobna zavisnost tvrtki, industrija, javnih i ostalih institucija utječe na inovacije i rast.

Porterov dijamant pretpostavlja da rast konkurentnosti i prosperitet neke ekonomije može izazvati samo integracija mikro i makroreformi te prilika i politika vlade. Naglašava izvore nacionalne konkurentske prednosti, koja uključuje bitnu ulogu geografske blizine. Međuovisnost tvrtki, industrija, javnih i ostalih institucija utječe na inovacije i rast. Prema Porteru, uspjeh na međunarodnom tržištu primarni je pokazatelj konkurentske snage nacije.

Gotovo svaka suvremena analiza konkurentnosti i regionalnih i industrijskih klastera kao bitnih suvremenih mehanizama rasta konkurentnosti počinje Porterovim dijamantom i četrima ključnim pokretačima konkurentnosti. Slikom 1. je predočene su odrednice Porterovog dijamanta nacionalnih konkurentskih prednosti.



Slika 1. Porterov dijamant nacionalne konkurentske prednosti

Izvor: NVK: *55 preporuka za povećanje konkurentnosti,* Nacionalno vijeće za konkurentnost, Zagreb, 2004.

Dijamant kao sistem predstavlja povezanost svih elemenata. Primjerice kod faktorskih uvjeta kao što su ljudski potencijali, kapital, infrastruktura nije važno koliko ih je nego kako se nadograđuju i kombiniraju, dok recimo nedostatak prirodnih čimbenika proizvodnje potiče inovativnost.

Kod uvjeta potražnje sofisticirani zahtjevi domaćih potrošača vode ka prednosti proizvođača i na stranim tržištima. Primjerice jako ˝trendovsko˝ tržište pomaže u anticipiranju globalnih trendova.

Podražavajuća proizvodnja odnosi se na raspoloživost i kvalitetu usluga, inputa. Njihova konkurentnost stvara inovativne i troškovno efektivne inpute.

Zatim, lokalni uvjeti utječu na strategiju poduzeća, strukturu i rivalitet.

Uloga Vlade je da potiče poduzeća u povećanju svojih mogućnosti, primjerice poticanje uvođenja standarada kvalitete.

Promatrani čimbenici koji utječu na međunarodnu konkurentnost nacije Porterovim dijamantom stvorili su metodu mjerenja konkurentnosti koja je višediomenzionalna i dinamički promatra čimbenike. Metoda dijamanta konkurentnosti fokusirana je na konkurentsku prednost koja proizlazi iz veza i mreža, tako svaki element dijamanta može upozoriti na industrijske segmente koji su najrazvijeniji ili manje razvijeni.

Šanse i vlada su dodatni elementi dijamanta. Na sve elemente dijamanta i njihove međuveze oni imaju osobit utjecaj. U onim industrijskim segmentima gdje je dijamant najbolji prilika za uspjeh neke industrije je najveća. Elementi Porterova dijamanta konkurentnosti mogu se analizirati za svaku državu. Također se mogu analizirati utjecaji šansi i vlada, te na taj način procijeniti njezina konkurentska prednost s obzirom na položaj neke države u regiji ili šire. Na sve elemente dijamanta šanse i vladini utjecaji snažno utječu.

Strategija rasta konkurentnosti oslanja se na strategiju troškova koja podrazumijeva niske troškove i visoku efikasnost i/ili strategiju diferencijacije koja se odnosi na visoke troškove i visoku dodanu vrijednost i više se fokusira na profesionalce i uvjete tržišta. Različita težina varijablama konkurentnosti za različite strategije dana je Kako bi se pronašla različita konkurentna pozicija za različite strategije.

Konkurentnost i relevantne strategije treba razumijevati i dizajnirati na različitim razinama koje su rangirali proizvodi, tvrtke, industrije ili države, ističe se tim modelom.

2.3. Mjerenje konkurentnosti

Koristan izvor usporednih informacija o glavnim prednostima i nedostacima predstavlja izvješće o konkurentnosti pojedinih zemalja sukladno mjerenju faktora koji utječu na konkurentnost i produktivnost gospodarstva. Ne odnosi se samo na utvrđivanje redoslijeda zemalja, već i mogućnost zemljama da spoznaju vlastite nedostatke i da njihovim otklanjanjem poboljšaju svoju konkurentnost.

2.3.1. Izvještaj o globalnoj konkurentnosti

Izvještaj o globalnoj konkurentnosti u različitim fazama gospodarskog razvoja mjeri konkurentnost 140 država. Poseban naglasak se stavlja na makroekonomsko okruženje, kvalitetu državnih institucija, stanje tehnologije i prateće infrastrukture kao ključnih čimbenika koji doprinose stvaranju uvjeta za konkurentnost. Rezultati se temelje na statističkim podacima dvije prethodne godine i na anketi gospodarstvenika u 14 000 tvrtki širom svijeta.

Indeks se sastoji od 12 stupova konkurentnosti, a oni su podijeljeni na 3 zasebne cjeline. Cjeline predstavljaju ključ za različite načine vođenja gospodarstva, a temelje se na:[7]

1. Osnovnim uvjetima
— Institucije
— Infrastruktura
— Makroekonomsko okruženje
— Zdravstvo i osnovno obrazovanje

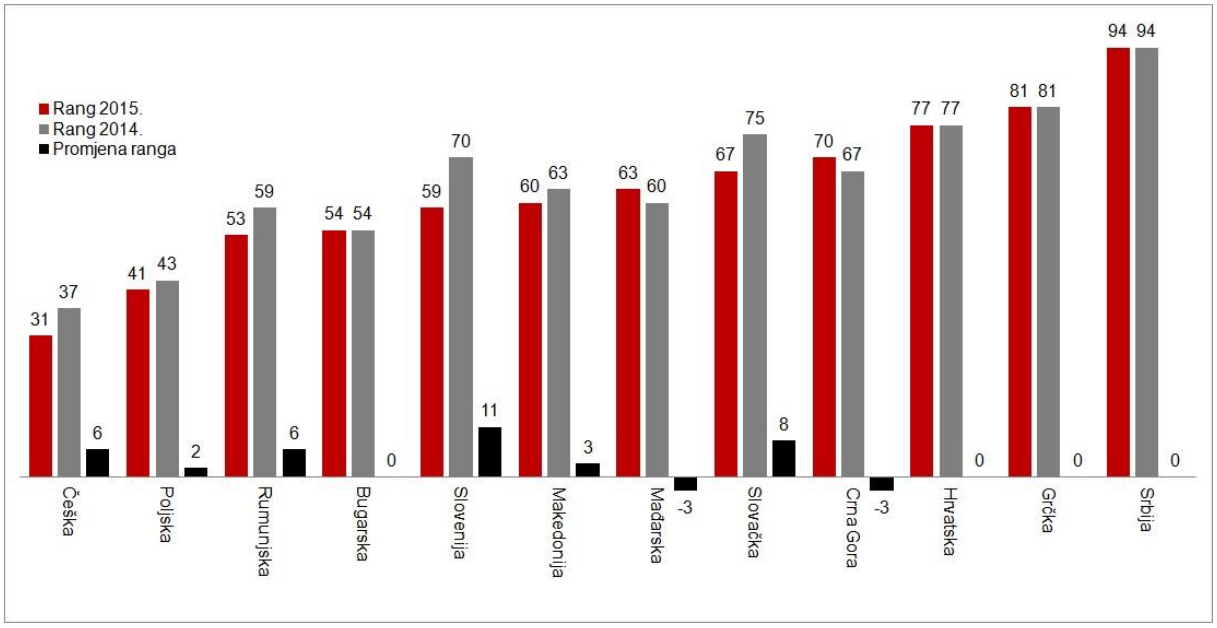
2. Faktorima efikasnosti
— Više obrazovanje i trening
— Efikasnost tržišta roba
— Efikasnost tržišta rada
— Razvoj financijskog tržišta
— Tehnološka spremnost
— Veličina tržišta

3. Inovacijskim faktorima
— Poslovna sofisticiranost
— Inovativnost

[7] http://www.aik-invest.hr/konkurentnost/mjerenje-konkurentnosti/indeks-globalne-konkurentnosti/ (5.9.2016.)

Fazu razvoja u kojoj se gospodarstvo neke zemlje nalazi određuje razina BDP-a per capita. Područja koja su ključna za ostvarivanje ekonomskog rasta i poboljšanje konkurentnosti moguće je odrediti na osnovu BDP-a. Kako se radi o dobrovoljnom procesu svaka država objektivno sagledava svoje snage i slabosti jer teži razvoju i poboljšanju te upornim radom povećava i održava svoju konkurentnost.

Prema rezultatima ovogodišnjeg izvještaja Hrvatska je zadržala prošlogodišnju poziciju što je prikazano na grafikonu slikom 2. Nalazi se na 77. mjestu te s ocjenom 4,1 stagnira na ljestvici konkurentnosti. Od zemalja s kojima se Hrvatska uspoređuje, napredak se vidi kod Slovenije, Slovačke, Češke, Makedonije, Rumunjske i Poljske, što je također vidljivo iz grafikona.



Slika 2. Prikaz rezultata ovogodišnjeg Izvještaja o globalnoj konkurentnosti 2015. – 2016.

Izvor: http://www.aik-invest.hr/wp-content/uploads/2012/12/wef2015rankHRV.jpg (5.9.2016.)

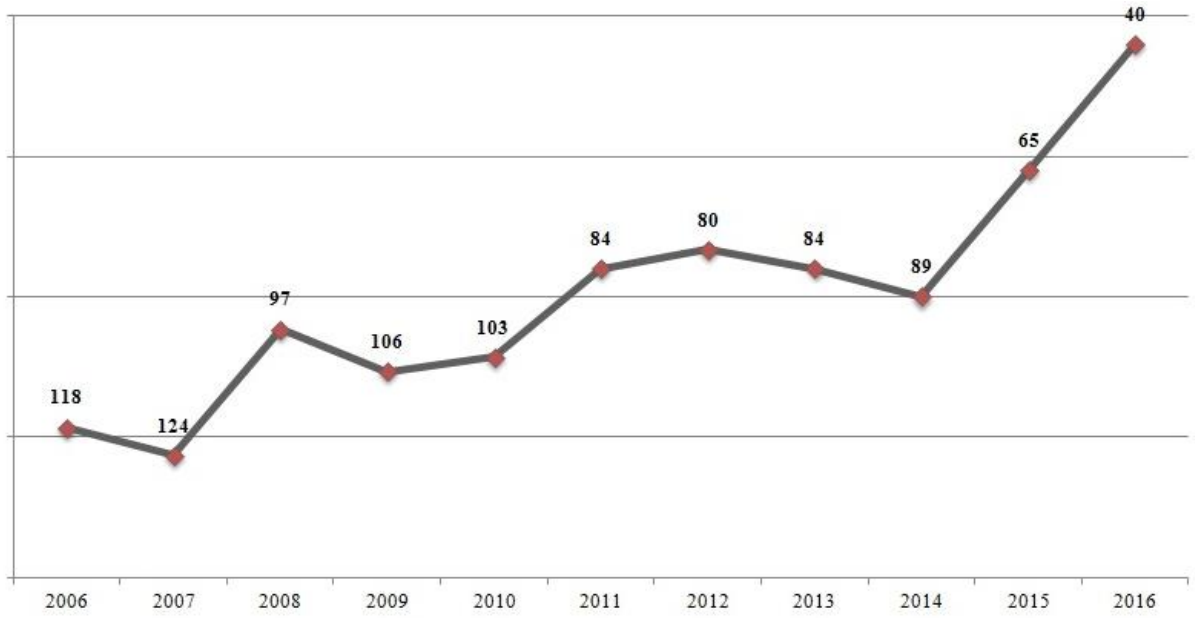
Prema rezultatima ovogodišnjeg izvještaja Hrvatska je zadržala prošlogodišnju poziciju stagnirajući na ljestvici konkurentnosti.

Prema objavljenim rezultatima, područja u kojima su potrebne intenzivnije reforme odnose se na makroekonomsko okruženje i razvoj financijskih tržišta.

2.3.2. Izvještaj ˝Doing Business˝

Doing Business je godišnji izvještaj napravljen od strane Svjetske banke koji koristi metodologiju pokazatelja za ocjenu lakoće poslovanja u 10 tematskih područja.[8] Ekonomska aktivnost ovisi o zakonskoj regulativi za uspostavljanje prava vlasništva, smanjenju troškova rješavanja sporova, predvidivosti ekonomskih interakcija i provođenju ugovornih obaveza kao osnovnoj pretpostavci izvještaja.

Viši rang zemlje prema izvještaju indikatorima Doing Business-a govori o povoljnoj poslovnoj klimu u konkurentnosti gospodarstva, jer je cilj da zakonska regulativa bude kreirana kako bi bila efikasna, dostupna svima i jednostavna u implementaciji. Izvještaj uključuje 189 zemalja svijeta i istražuje propise koji jačaju ili ograničavaju poslovanje. Slikom 3. prikazan je položaj Hrvatske na Doing Business ljestvici unazad deset godina.



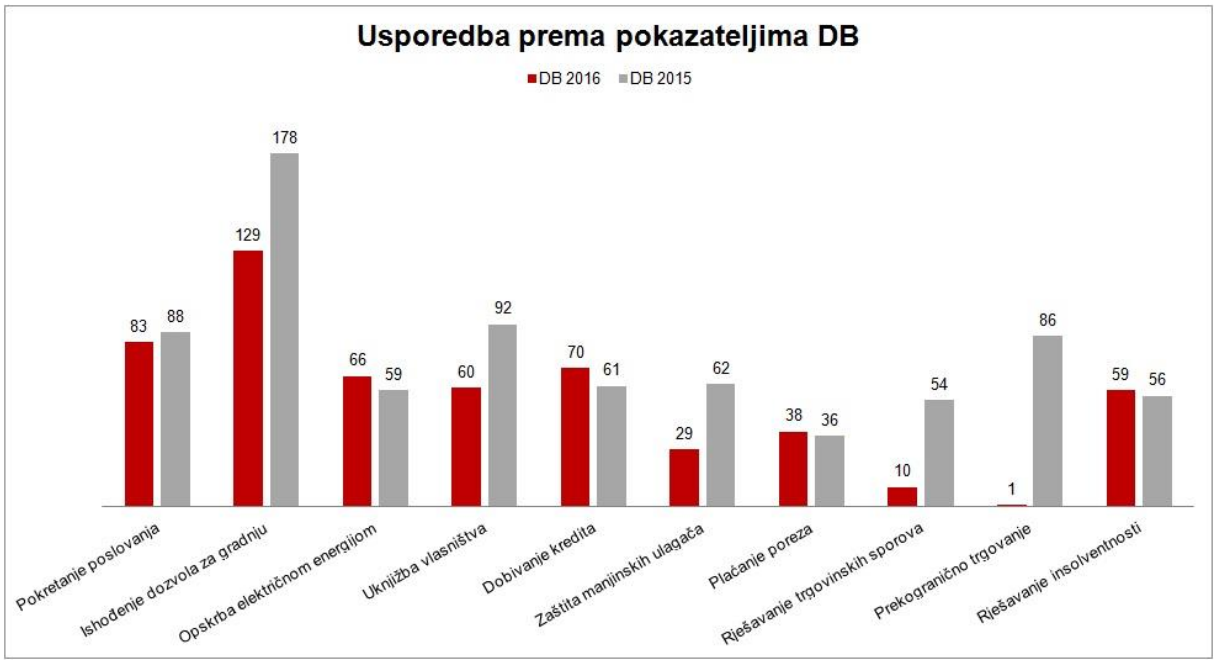
Slika 3. Prikaz položaja Hrvatske na Doing Business ljestvici unazad deset godina

Izvor: http://www.aik-invest.hr/wp-content/uploads/2012/12/db-2016-rang.jpg (5.9.2016.)

[8] http://www.aik-invest.hr/konkurentnost/mjerenje-konkurentnosti/indeks-lakoce-poslovanja/ (5.9.2016.)

Hrvatska se nalazi na 40. mjestu od 189 zemalja prema zadnjem izvještaju Doing Business Svjetske banke.

Slikom 4. prikazana je usporedba prema pokazateljima Doing Businessa u 2015. i 2016. godini.



Slika 4. Usporedba prema pokazateljima Doing Businessa za 2015. i 2016. godinu

Izvor: http://www.aik-invest.hr/wp-content/uploads/2012/12/db2016-pokazatelji-usporedba (5.9.2016.)

Usporedbom prema pokazateljima Doing Businessa iz 2015. godine Hrvatska u 2016. godini bilježi najveći pomak u području Prekograničnog trgovanja u kojem se nalazi na prvom mjestu čime je ostvaren pomak od 85 mjesta. Zatim je zabilježen pomak u Dobivanju građevinskih dozvola na 129 mjesto sa 178 u odnosu na 2015. godinu. Slijedi Rješavanje trgovačkih sporova koje je ove godine na 10 mjestu kod je 2015 bilo na 54. zatim slijede područja Zaštite manjinskih ulagača s pomakom od 33 mjesta, potom Uknjižba vlasništva s 32 mjesta.

Prvo mjesto u Prekograničnom trgovanju pridaje se ulaskom Hrvatske u EU, kao članici carinske unije u kojoj je ukinut postupak vezan za izvoz i uvoz roba. Kako su

najvažniji trgovinski partneri Hrvatske članice EU, vrijeme i trošak postupaka su minimalni.

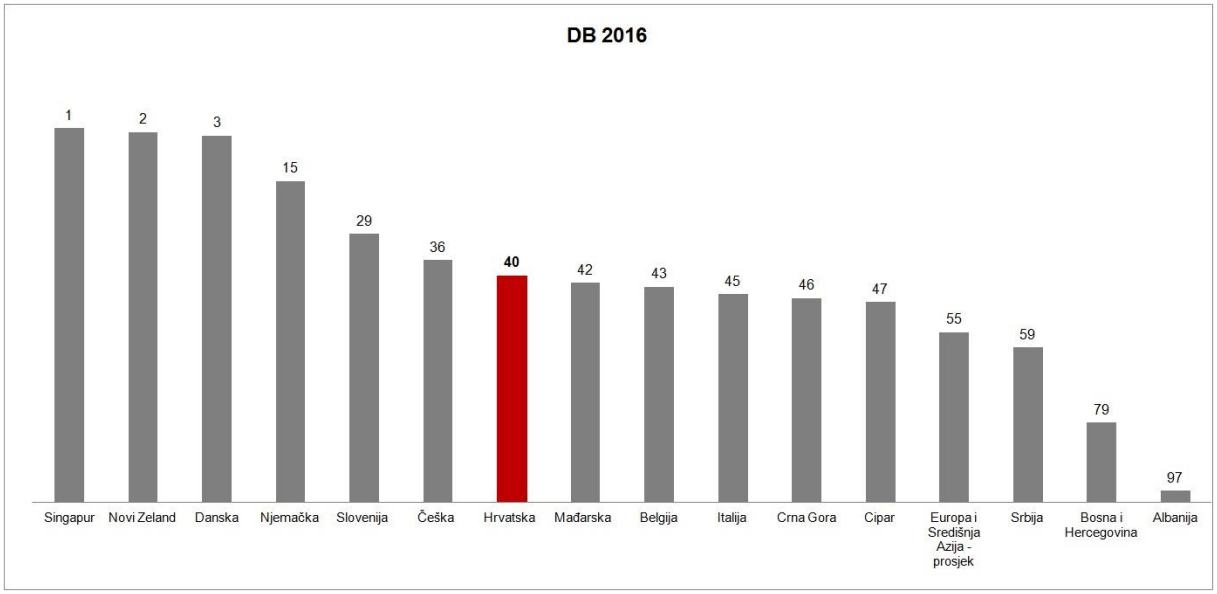
Zabilježeni pomak za Dobivanje građevinske dozvole pozitivan je u svim segmentima indeksa sa skraćivanjem vremena, smanjenjem broja procedura i troškom.

Reforma iz područja Rješavanja trgovačkih sporova najviše je doprinijela ostvarivanjem dobrog rezultata. Odnosi se na uvođenje elektroničkih javnih dražbi u ovrsi i racionalizacije cijelog ovršnog postupka.

Plaćanje poreza obilježava skraćivanje vremena trajanja postupka i povećanje porezne stope zbog čega je ostvaren pomak za 2 mjesta što je vidljivo u usporedbi. Najmanji pomak bilježi Rješavanje insolventnosti.

˝Udaljenost od najbolje prakse˝ uspoređuje gospodarstva bazirajući se na regulatornoj praksi, pokazujući apsolutnu udaljenost od najbolje prakse za svaki pokazatelj koji Doing Business mjeri. Udaljenost od najbolje prakse se prikazuje od 0 do 100, gdje 0 predstavlja najgori rezultat, a 100 najbolju praksu.

Hrvatska je za 2016. godinu ostvarila ukupan rezultat od 72,71 u odnosu na prošlu 2015. godinu kada je ostvarila rezultat 66,53 za 6,18 bodova. Slikom 5. prikazana je pozicija Hrvatske na ljestvici udaljenosti od najbolje prakse.



Slika 5. Pozicija Hrvatske prema pokazateljima Doing Bussinesa u 2016.

Izvor: http://www.aik-invest.hr/wp-content/uploads/2012/12/db-2016-drzave-komparativno1.jpg (5.9.2016.)

Hrvatska se svrstava na 40-o mjesto od 186 zemalja što je vidljivo na grafikonu i spada u grupu zemalja u kojoj su Češka na 36-om mjestu i Japan koji je na 34-om mjestu. Zatim slijede Mađarska (42), Belgija (43), Italija (45).

2.3.3. Izvještaj IMD (Institute of Management Development)

Institute of Management Development izdaje svjetski godišnjak konkurentnosti.

Metodologija istraživanja temelji se na analizi 4 faktora konkurentnosti:[9]

1. Gospodarski rezultati
2. Efikasnost javnoj sektora
3. Efikasnost poslovnog sektora
4. Infrastruktura

Svaki faktor konkurentnosti još ima pet indeksa, što čini sveukupno dvadeset indeksa i preko tristo odabranih kriterija.

Istraživanje se temelji na čvrstim statističkim pokazateljima i posebno dizajniranim anketama čiji je cilj mjeriti čimbenike konkurentnosti koji nisu raspoloživi iz standardnih statističkih podataka.

Prema rezultatima IMD-ovog ˝Godišnjaka svjetske konkurentnosti 2015.˝ Hrvatska se nalazi na 58. mjestu. Istraživanjem je zastupljena 61 zemlja, a Hrvatska bilježi poboljšanje za jedno mjesto na ljestvici konkurentnosti. Hrvatska bilježi drugo poboljšanje pozicije u posljednjih sedam godina.

Na poboljšanje važnih pokazatelja vanjskotrgovinske konkurentnosti uzroci rasta ocjene konkurentnosti Hrvatske odnose na izvoz usluga (turističkih), a uočeno je poboljšanje kod pokazatelja stranih ulaganja.

Prema izvještaju uočene slabosti odnose se na:

- Slaboj otpornosti na krizu, niskom ekonomskom rastu, niskoj nezaposlenosti
- Birokraciji, neprilagodljivoj politici Vlade, lošem pravnom i regulativnom okviru
- Cijeni kapitala, porezima i doprinosima

[9] http://www.aik-invest.hr/konkurentnost/mjerenje-konkurentnosti/istrazivanje-imd-2013/ (5.9.2016.)

- Slabom poduzetništvu, prilagodljivosti poduzeća, poslovnom upravljanju, društvenoj odgovornosti
- Zastarjelosti proizvodne tehnologije, niske inovativnosti, nedovoljnom transferu znanja, neadekvatnom visokoškolskom i menadžerskom obrazovanju

Najpovoljniji indikatori po mišljenju gospodarstvenika odnose se na:

- Kvalificiranu radnu snagu
- Pouzdanoj infrastrukturi
- Troškovnoj konkurentnosti

Najkonkurentnije europske zemlje svoj uspjeh oslanjaju na izvozno usmjerenu proizvodnju, snažno malo i srednje poduzetništvo te fiskalnu disciplinu. Na globalnoj razini SAD zadržava prvu poziciju zahvaljujući efikasnosti poslovnog i financijskog sektora, svojoj inovativnosti i dobroj infrastrukturi.

2.4. Konkurentski izazovi Hrvatske

S izazovima jedinstvenog i inovativnog pristupa postizanja konkurentnosti suočavaju se države koje žele stvarati nove vrijednosti. Postizanje konkurentnosti određeno je ispunjavanjem preduvjeta. Preduvjeti se odnose na transparentnost i učinkovitost djelovanja institucija, usklađivanje s međunarodnim standardima, oslobođenje od korupcije, vladavine prava, demokratičnosti i fleksibilnosti te funkcioniranje slobodnih, uravnoteženih i objektivnih medija.

Konkurentski izazovi Hrvatske posebno se odnose na čimbenike poput umreženosti u pogledu ICT infrastrukture, u kojem se omjeru primjenjuju znanja, koja je izlazna vrijednost inovacija, kreativnost i ICT. Zatim, kreativnost i otvorenost za različita mišljenja i dijalog s građanima, uključenost u međunarodno okruženje, da li je Hrvatska uspješno brendirana kao država.

3. Utjecaj RH na konkurentnost poduzeća

Izvješća o konkurentnosti Hrvatske upozoravaju na ozbiljnost problema konkurentskog napredovanja Hrvatske, prepoznajući pritom cijeli niz područja u kojima treba provesti promjene, uvesti politike i mjere koje će pridonijeti dugoročno održivom poboljšanju produktivnosti, konkurentnosti Hrvatske.

3.1. Stvaranje preduvjeta za gospodarski rast

Postizanje konkurentnosti određeno je ispunjavanjem preduvjeta. Preduvjeti se odnose na transparentnost i učinkovitost djelovanja institucija, usklađivanje s međunarodnim standardima, oslobođenje od korupcije, vladavine prava, demokratičnosti i fleksibilnosti te funkcioniranje slobodnih, uravnoteženih i objektivnih medija.

U stvaranju produktivnog i konkurentnog gospodarstva, javni i privatni sektor su međusobno povezani, iako su po svojim osnovnim ulogama različiti. Efikasnost fiskalne i monetarne politike, pravnog sustava, stabilne demokratske institucije uvelike utječu na uspješnost ekonomije neke zemlje.

Stanju hrvatskog gospodarstva odgovarale bi mjere kojima se na konkurentskoj osnovi potiču proizvodnja i rast domaće ponude što bi posredno djelovalo na rast optimizma potrošača i oživljavanje domaće potražnje. Putem unapređenja međunarodne konkurentnosti kao nužnog preduvjeta dugoročnog gospodarskog rasta i razvoja trebalo bi ostvariti iskorištavanje potencijala inozemne potražnje u pokretanju gospodarstva. Mjere za ostvarivanje ovih ciljeva trebale bi pomoći razvojnoj politici zemlje, putem kojih upravo država može pomoći poduzećima da uspješno prijeđu u internalizaciju poslovanja.

Dugoročna dimenzija podrške razvoju poduzetništva uključuje sustavan razvoj poduzetničke kulture i poduzetništva čak i kao načela odgovornog poslovanja i samoinicijative u poslovnom pothvatu. Pomoć države u transferu tehnologije i znanja, zajedno s razvojem znanstvenog i obrazovnog sustava osnažuje tehnološku spremnost gospodarstva za primjenu novih znanja u kreiranju novih proizvoda i

usluga koji će putem dublje specijalizacije i rasta produktivnosti, omogućiti uspješno probijanje poduzeća na nova tržišta.

Općenito govoreći kao najvažnije vanjske čimbenike ograničenja u poslovanju poduzeća poduzetnici obično navode visoko porezno opterećenje, neefikasnu državnu administraciju, zakonodavstvo koje regulira poslovanje poduzeća, pravnu nesigurnost i potporu institucija. Na sve to bi RH trebala utjecati uvođenjem mjera koje bi pridonijele konkurentnosti poduzeća. Kako se najvažniji čimbenici većinom odnose na pravno i institucionalno okruženje, dok se inputi u inovacijski proces navode kao manje važni kao što su problemi vezani za financiranje, ljudske potencijale i tehnologiju, bilo bi pogrešno zaključiti da poduzeća nemaju problema s tehnologijom i ostalim inputima.

Kao manje snažno ograničenje, poduzetnici navode unutarnje čimbenike. Time se pretpostavlja da se poduzeća lakše mogu postaviti prema onim čimbenicima koji su pod njihovom kontrolom, nego prema onima koji dolaze iz okruženja.

Kao problem domaćih poduzeća, uspoređujući vanjske čimbenike s unutarnjim čimbenicima, unutarnji čimbenici konkurentnosti slabije su ocjenjeni.

Ne uočava se značajnija razlika u ocjenama različitih unutarnjih čimbenika između malih, srednjih i velikih poduzeća. Kao najveća unutarnja ograničenja konkurentnosti poslovanja navode se niska ili nepostojeća ulaganja u istraživanje i razvoj i inovacije, te nepostojanje ekonomije obujma. Kao ograničenja u poslovanju uočljivo je da su troškovni aspekti proizvodnje visoko rangirani. To su troškovi proizvodnje, nedostatak obrtnih sredstava, cijene proizvoda i usluga, niska proizvodnost rada.

Rastućom konkurentnosti osigurala bi se stabilna pozicija hrvatskog gospodarstva na međunarodnom planu, kao preduvjeta za ostvarenje dugoročnog održivog rasta i razvoja.

Ciljevi za financijsko razdoblje od 2014. do 2020. su zapošljavanje, konkurentno gospodarstvo, ravnomjerni rast i razvoj, jednake mogućnosti za sve. Na raspolaganju su sredstva iz europskih strukturnih i investicijskih fondova, te sredstva nacionalnog sufinanciranje. Primjeri dobre prakse u korištenju EU fondova na državnoj, regionalnoj i lokalnoj razini poticajna su za buduće korisnike.

3.2. Osiguranje ravnopravnog tržišnog natjecanja za sva poduzeća

Pravo tržišnog natjecanja jedno je od temelja tržišnog gospodarstva. Svrha mu je osigurati ravnopravan položaj poduzetnika na tržištu, bez obzira na veličinu, tržišnu snagu i druga obilježja. Zaštita tržišnog natjecanja podrazumijeva također sustav nadzora i politiku državnih potpora na razni središnje države i na regionalnoj i lokalnoj razini.

Agenciju za zaštitu tržišnog natjecanja ima savjetodavnu ulogu u području državnih potpora dok je za kontrolu državnih potpora nadležna Europska komisija. Agencija je pravna osoba s javnim ovlastima koja samostalno i neovisno obavlja poslove u okviru djelokruga i nadležnosti određenih zakonom. Agencija za svoj rad odgovara Saboru, a radom Agencije upravlja Vijeće za zaštitu tržišnog natjecanja s pet članova, uključujući predsjednika Vijeća. Stručne poslove u području zaštite tržišnog natjecanja i državnih potpora obavlja stručna služba.

Agencija je zadužena za utvrđivanje sprječavanja, ograničavanja ili narušavanja tržišnog natjecanja u svim sektorima. Agencija vodi upravne postupke i pritom primjenjuje odredbe ZZTN-a.

Agencija u primjeni europskog prava tržišnog natjecanja surađuje s Europskom komisijom i tijelima za zaštitu tržišnog natjecanja država članica EU u okviru Europske mreže nacionalnih tijela za zaštitu tržišnog.

Inicijativu za pokretanje postupka u obliku pisanog zahtjeva, obavijesti, prigovora ili drugog podneska može podnijeti svaka fizička ili pravna osoba, strukovna ili gospodarska interesna udruga, komora poduzetnika, udruga potrošača, Vlada RH, te tijela središnje državne uprave i lokalne samouprave. Kada u provedenom postupku utvrdi povredu Agencija izriče upravno – kaznene mjere koje mogu iznositi od 1% do 10% vrijednosti ukupnog godišnjeg prihoda poduzetnika. Odgovarajućim podzakonskim propisom detaljno su uređeni način i kriteriji koje Agencija primjenjuje pri izricanju upravno – kaznene mjere.

3.2.1. Koncentracija poduzetnika

Koncentracija poduzetnika donosi korist potrošačima, tržišnom natjecanju i cijelom gospodarstvu. Za ocjenu učinaka koncentracija nadležna je Agencija. Na ocjenu se moraju prijaviti samo koncentracije koje kumulativno premašuju zakonom utvrđeni prag ekonomske veličine.

Koncentracija nastaje pripajanjem ili spajanjem poduzetnika koji osnivaju novo društvo ili nastavljaju poslovati pod imenom jednoga od njih. Nastaje također stjecanjem kontrole ili prevladavajućeg utjecaja jednog ili više poduzetnika nad drugim, stjecanjem većine dionica ili udjela ili stjecanjem većine prava glasa.[10]

Zajednički pothvat (joint venture), ugovorno udruživanje u zajedničkom poslovnog pothvatu[11]. Također je koncentracija ako trajnije djeluje kao neovisan gospodarski subjekt.

Poduzetnici se obično udružuju radi zajedničke nabave ili distribucije robe radi unapređenja poslovanja.

Koncentracija donosi korist potrošačima, tržišnom natjecanju i cijelom gospodarstvu u vidu:

- bolje iskorištavanje proizvodnih, trgovačkih i drugih izvora
- veća fleksibilnost pri strukturiranju cijena ili popustima (niže cijene, bolja kvaliteta i veći izbor)

Učinak koncentracija na tržišno natjecanje negativno utječe na:

- manji broj tržišnih takmaca (veća tržišna snaga sudionika koncentracije)
- slabije tržišno natjecanje (stvaranje ili jačanje vladajućeg položaja)
- mogućnost koluzije (dogovor o cijenama ili dogovor o podjeli tržišta)
- smanjivanje koristi za potrošače (rast cijena, pad kvalitete, izostanak ulaganja u inovacije, smanjena mogućnost izbora)
- zapreke ulasku na tržište

[10] Minivodič: *Zaštita tržišnog natjecanja i državne potpore*, Ministarstvo poduzetništva i obrta,2014.,str.5
[11] Loc. cit

Koncentracija poduzetnika je zabranjena ako može značajno narušiti tržišno natjecanje, a osobito ako je takvo narušavanje tržišnog natjecanja posljedica jačanja postojećeg ili stvaranja novog vladajućeg položaja sudionika koncentracije.

3.2.2. Zabranjeni sporazumi

Poduzetnicima je važna zabrana sklapanja ograničavajućih sporazuma zato što osigurava konkurentno tržište i ekonomski rast, a potrošačima omogućuje tržišno natjecanje i samim time niže cijene i veći izbor. Slobodu natjecanja ne smiju zlouporabiti stranke koje sklapaju sporazume tako da međusobno ograničavaju tržišno natjecanje.

Zabranjeni sporazumi su sporazumi kojima se:

- izravno ili neizravno utvrđuju kupovne ili prodajne cijene, odnosno drugi trgovinski uvjeti
- ograničavaju ili nadziru proizvodnja, tržišta, tehnološki razvoj ili ulaganje
- dijele tržišta ili izvori nabave
- primjenjuju nejednaki uvjeti na istovrsne poslove s različitim poduzetnicima, čime ih se dovodi u nepovoljniji položaj u odnosu na konkurenciju
- uvjetuje sklapanje ugovora prihvaćanjem od drugih ugovornih stranaka dodatnih obveza koje po svojoj prirodi ili običajima u trgovini nisu u vezi s predmetom tih ugovora

Kartel je najčešći oblik zabranjenog sporazuma između tržišnih takmaca kojeg je svrha ograničiti ili isključiti tržišno natjecanje sudionika sporazuma kako bi se povećanjem cijena ostvario dodatan, znatno veći profit.

Kartel između tržišnih takmaca obično je tajan, usmen, često neformalan, te sadrži odredbe o sankcioniranju članova u slučaju nepridržavanja dogovora.

Sadržajno je kartel obično dogovor poduzetnika o cijenama, količini proizvodnje, rabatima, izboru kupaca ili područja koje će opskrbljivati.

3.2.3. Zlouporaba vladajućeg položaja

Vladajući položaj poduzetnika na tržištu sam po sebi nije zabranjen, no poduzetnik veće tržišne snage koji je u vladajućem položaju ima posebnu odgovornost za postupanje prema drugim sudionicima na tržištu.[12] Tržišna snaga odnosi se na sposobnost poduzetnika da utječe na cijene, proizvodnju, inovacije, različitost i kvalitetu robe i usluga i na tržišno natjecanje tijekom duljeg razdoblja.

Smatra se da je poduzetnik u vladajućem položaju ako se zbog tržišne snage može na mjerodavnom tržištu ponašati u znatnoj mjeri neovisno o stvarnim ili mogućim konkurentima, potrošačima, kupcima ili dobavljačima. To se posebno odnosi na situaciju i kojoj nema konkurenata na mjerodavnom tržištu, te ako ima znatnu tržišnu snagu na mjerodavnom tržištu u odnosu na stvarne ili moguće konkurente.

Najčešći oblici zlouporabe vladajućeg položaja:

- pretjerane cijene - cijene se mogu smatrati pretjeranim ako poduzetniku omogućuju veću stopu povrata nego što bi bilo moguće na konkurentnom tržištu
- predatorske cijene - cijene koje kratkoročno podrazumijevaju gubitke kako bi se omogućila eliminacija konkurenata s ciljem da se dugoročno omogući naplaćivanje viših cijena
- diskriminacija putem cijena - naplaćivanje različitih cijena različitim kupcima za isti proizvod, te naplaćivanje iste cijene različitim kupcima unatoč različitim troškovima nabave
- vezanje proizvoda - dobavljač uvjetuje kupcu da svu potražnju ili dio potražnje za drugim (vezanim) proizvodom nabavlja od dobavljača prvog proizvoda
- odbijanje opskrbe - odbijanje opskrbe proizvodom ili onemogućivanje pristupa ″ključnoj infrastrukturi″

[12] Ibidem, str. 8

3.3. Jačanje konkurentnosti gospodarstva učinkovitim korištenjem EU sredstava

U procesu pridruživanja EU RH je trebala provesti promjene zakona i propisa koje su znatno utjecale na poslovnu zajednicu. Te su promjene bile nužne kako bi hrvatske tvrtke zadovoljile standarde Europske unije i bile konkurentne kako na tržištu Europske unije tako i na globalnom tržištu. Hrvatskoj je bio nužan program mjera koji bi djelovao kao osnova za mobilizaciju svih zainteresiranih društvenih skupina i institucija koje svoj interes nalaze u modernizaciji zemlje i njezinu gospodarskom napredovanju.

3.3.1. Aktivnosti za unaprjeđenje konkurentnosti

Predlaganjem aktivnosti za unaprjeđenje poslovne klime stvorit će se preduvjeti za poboljšanje konkurentnosti.

Povećanje konkurentnosti jedan je od ciljeva Agencije za investicije i konkurentnost (u daljnjem tekstu AIK) čija je osnovna djelatnost sustavna i operativna provedba politike i mjera za povećanje konkurentnosti hrvatskog gospodarstva.

Kroz provedbene aktivnosti AIK-a Hrvatska je postavila cilj povećanja konkurentnosti i pozicioniranja među vodeće destinacije za ulaganje. Aktivnosti za jačanje konkurentnosti provode se uz pomoć Radne skupine za poslovnu klimu i privatne investicije osnovane od Vlade RH. Za jačanje ukupne konkurentnosti koriste se pozitivna iskustva EU kroz poticanje sektorske specijalizacije i uspostavu klastera konkurentnosti koji okupljaju najbolje gospodarstvenike, predstavnike regionalne i lokalne samouprave te znanstveno-istraživačke institucije.

Provedbene aktivnosti Agencije za investicije i konkurentnost uključuju:

- Stvaranje kvalitetnih podloga za poboljšanje konkurentnosti
- Vođenje baze razvojnog potencijala
- Provođenje analiza u vezi ključnih komponenti konkurentnosti

- Praćenje trendova u zemlji i svijetu po pitanju konkurentnosti i razvoja ključnih sektora
- Podršku pri izradi strateških dokumenata namijenjenih jačanju konkurentnosti i njihovog provođenja
- Podršku pri uspostavi i radu klastera konkurentnosti

AIK se bavi sustavnom i operativnom provedbom politike i mjera za povećanje konkurentnosti hrvatskog gospodarstva. Poseban naglasak stavlja se na poticanje investicija pravnih osoba, poboljšanje učinkovitosti u primjeni inovacija i poticanju primjene financijskih mehanizama za podršku gospodarstvu uz uvjet poštivanja propisa iz područja zaštite okoliša, odnosno načela održivog razvitka.

Kroz obavljanje poslova povećanja konkurentnosti AIK daje podršku poboljšanju poslovne i investicijske klime u RH. To nastoji kroz provedbu strateških dokumenata Vlade RH, predlaganjem konkretnih mjera s ciljem otklanjanja administrativnih barijera i povećanja administrativne učinkovitosti i transparentnosti javne uprave.

Pružajući podršku Nacionalnom vijeću za konkurentnost u području mjerenja konkurentnosti i izradi preporuka za unapređenje konkurentnosti, te predlažući primjenu novih financijskih mehanizama za podršku gospodarstvu, Agencija za investicije i konkurentnost provodi politike i mjere sektorske specijalizacije regija.

Nacionalno vijeće za konkurentnost sastoji se od četiriju strana: Vlade i javnog sektora, gospodarstva, sindikata, obrazovanja i znanosti. Oni su svojim radom ustanovili dubinu problema Hrvatske konkurentnosti, zaostajanje Hrvatske za usporednim zemljama, kao i nužnost modernizacije zemlje kako bi se osigurao gospodarski napredak. Nacionalno vijeće na konkurentnost stvorilo je dokument ″55 preporuka za povećanje konkurentnosti″ čime su se željele mobilizirati sve interesne strane na jačanje konkurentnosti. Preporukama je predstavljen skup prijedloga i smjerova aktivnosti u pogledu buduće politike. Nužne su jer sveobuhvatni i suvisao razvojni program, utemeljen na pojačanim ulaganjima u gospodarstvo i radnu snagu, omogućuje svima da uživaju u rastućem i održivom životnom standardu u Hrvatskoj.

AIK je razvila strateški plan za razdoblje 2014. – 2016. godine. Opći cilj strateškog plana je privlačenje investicija i povećanje konkurentnosti. Uključuje provedbu politika i mjera za povećanje konkurentnosti hrvatskog gospodarstva. Planom se posebno

naglašava poticanje investicija te poboljšanje investicijskog okružena i promidžbu RH kao poželjne ulagačke destinacije. Program se provodi kroz:

- Pružanje podrške investicijskih projektima
- Izradi mjera za unaprjeđenje konkurentnosti
- Predlaganje izmjena zakonski i pod zakonskih akata
- Provedbu sektorske specijalizacije regija
- Promoviranju RH kao poželjne investicijske destinacije

Radi zajedničkog usmjerenja razvoja cilj je potaknuti suradnju lokalne uprave znanosti i privatnog sektora. Radi identificiranja projekata koji će doprinijeti unapređenju konkurentnosti odabranih sektora i gospodarstva u cjelini, izrađene su analitičke podloge za 12 sektora ključnih za razvoj gospodarstva, identificiranje niša te osnivanje klastera konkurentnosti. Ministarstvo gospodarstva dalo je temeljne smjernice za svaki sektor kako bi bili identificirani projekti od nacionalnog interesa.

Operativni program za regionalnu konkurentnost predstavlja početak procesa kojim se dugoročno uspostavila podloga za korištenje pretpristupne pomoći EU, no i pomoći nakon pristupanja. Projekti programa namijenjeni su institucionalnim akterima na nacionalnoj i regionalnoj razini. Pojedini projekti izravno su namijenjeni samim poduzetnicima, a svi projekti imaju isti zadatak što se očituje u jačanju konkurentnosti hrvatskog gospodarstva. Poduzetnicima su namijenjeni sljedeći projekti[13]:

1) Jačanje konkurentnosti hrvatskog malog i srednjeg poduzetništva
2) Program poboljšanja poslovne konkurentnosti putem e-businessa
3) Pružanje usluga savjetovanja malim i srednjim poduzetnicima
4) Razvoj investicijskog okruženja
5) Poboljšanje informiranosti hrvatske poslovne zajednice – BIZ Impact

1) Projekt *Jačanje konkurentnosti hrvatskog malog i srednjeg poduzetništva*

Malim i srednjim poduzetnicima namijenjena su sredstva kojima će se financirati dodjela bespovratnih sredstava. Njima bi se trebalo pomoći poduzetnicima koji žele uvesti energetski učinkovite proizvodne procese i ekološke standarde, te promijeniti najbolju praksu kako bi stvorili konkurentne proizvode.

[13] http://www.regionalna-konkurentnost.hr/default.aspx?id=3430 (15.9.2016.)

2) Projekt *Program poboljšanja poslovne konkurentnosti putem e-businessa*

Ovim će se projektom financirati razvoj e-poslovanja, posebno poduzetnika s područja od posebne državne skrbi. Sudjelovanjem na treninzima, koji su usmjereni usavršavanju elektroničkog poslovanja u lokalnim centrima za poduzetništvo kojima će i sami centi sudjelovati u programu i ojačati svoje kapacitete, poduzetnicima će biti pružen kvalitetan i sveobuhvatan trening za e-poslovanje.

3) Projekt *Pružanje usluga savjetovanja malim i srednjim poduzetnicima*

Projektom se predviđa sveobuhvatno i temeljito pružanje savjetodavnih usluga na područjima nužnim za uspješno poslovanje na međunarodnom tržištu, no i njihovo bezbolno prilagođavanje zajedničkom tržištu EU. Važan i nezaobilazan uvjet za uspješno poslovanje je poslovno savjetovanje poduzetnika, kao i neprestan rad i obuka poduzetnika o načinima, uvjetima i mogućnostima korištenja Europskih fondova.

4) Projekt *Razvoj investicijskog okruženja*

Jedan je od projekata koji će na neposredan način doprinijeti razvoju poduzetničke klime i poduzetništva. Njime bi se potaknulo stvaranje pozitivne klime za ulaganja u Hrvatsku i pružiti podrška realizaciji ulagačkih aktivnosti.

5) Projekt *Podrška razvoju klastera*

Sposobnost malog i srednjeg poduzetništva da postignu međunarodnu konkurentnost veoma je važna, stoga se ovim projektom nastoji osnovati tri odabrana pilot klastera kojima je ciljem poboljšanja njihove sposobnosti.

6) Projekt *Poboljšanje informiranosti hrvatske poslovne zajednice – BIZ Impact*

Ključna regulatorna područja za poslovanje u Hrvatskoj ovise o daljnjem razvoju kapaciteta stvaratelja politika i poslovnih organizacija za bolje identificiranje, analizu i

komunikaciju što bi se potaknulo ovim projektom. Provedba projekta trajala je od ožujka 2013. godine do ožujka 2015. godine.

Dalje jačanje i veća učinkovitost poslovno-savjetodavnog sektora ogleda se u informiranju i prenošenju znanja poduzetnicima o mogućnostima i procedurama dolaska do izvora financiranja (posebno onih iz EU).

3.3.2. Osnivanje klastera konkurentnosti

Osnivanjem klastera konkurentnosti osigurat će se identifikacija, izrada i provedba strateških projekata koji će se financirati iz fondova EU što će unaprijediti konkurentnost sektora i hrvatskog gospodarstva.

Klasteri konkurentnosti u RH zamišljeni su kao neprofitne organizacije koje okupljaju sve najbolje gospodarstvenike u određenom sektoru u svrhu poticanja rasta i razvoja hrvatskog gospodarstva. S ciljem jačanja konkurentnosti hrvatskih poduzeća, a posljedično i hrvatske ekonomije i društva, Vlada RH odlučila je grupirati sve javne, privatne i znanstveno-istraživačke predstavnike u inovativnim sektorima.

Okupljaju male, srednje i velike poduzetnike, predstavnike regionalne i lokane samouprave te znanstveno-istraživačke institucije, kako bi se uspostavila sinergija i zajednička suradnja.

Temeljni ustroj Hrvatskih klastera konkurentnosti čine dionici javnog, privatnog i znanstveno-istraživačkog sektora. Kvalitetno uspostavljena komunikacija i suradnja unutar formalne strukture klastera određuje krajnju učinkovitost klastera.

13 je Hrvatskih klastera konkurentnosti, a to su:[14]

1. Hrvatski klaster konkurentnosti automobilskog sektora
2. Hrvatski klaster konkurentnosti drvno-prerađivačkog sektora
3. Hrvatski klaster konkurentnosti prehrambeno-prerađivačkog sektora
4. Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija
5. Hrvatski klaster konkurentnosti kemijske industrije
6. Hrvatski klaster konkurentnosti zdravstvene industrije

[14] http://www.aik-invest.hr/konkurentnost/klasteri-konkurentnosti/ (5.9.2016.)

7. Hrvatski klaster konkurentnosti industrije tekstila, kože i obuće
8. Hrvatski klaster konkurentnosti građevinske industrije
9. Hrvatski klaster konkurentnosti ICT industrije
10. Hrvatski klaster konkurentnosti obrambene industrije
11. Hrvatski klaster konkurentnosti sektora elektro-energetskih i proizvodnih strojeva i tehnologija
12. Hrvatski klaster konkurentnosti pomorske industrije
13. Hrvatski klaster konkurentnosti personalizirane medicine

4. Primjeri utjecaja mjera RH na konkurentnost poduzeća

Primjerima uspješnih projekata želi se istaknuti doprinos i značaj koji imaju kako na sama poduzeća tako i na poboljšanje uvjeta lokalne zajednice, krajnjih korisnika te hrvatskih građana u cjelini odnosno gospodarskog razvoja RH. U okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija.

4.1. OPG Sandra Babac

Projekt pod nazivom ″Izgradnja i opremanje objekta za preradu, skladištenje i pakiranje proizvoda od voća″ bio je financiran u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija.

Ono što je projekt učinio uspješnim je činjenica da se smokvi ne pridaje velika tržišna vrijednost, iako od oko 1.500.000 tona svjetske proizvodnje više od 80 posto proizvodi Sredozemlje. Proizvodi se bez većih prerađivačkih kapaciteta i uglavnom ih u RH proizvode obiteljska gospodarstva na tradicionalan način. Ovim oglednim primjerom daje se uvid na postojanje dobrih uvjeta za uzgoj smokava na ovom području. Također, to se ne odnosi samo na nekoliko stabala, nego za podizanje i većih nasada smokava za komercijalno poslovanje.

Cilj projekta koji je ujedno iznjedrio i pokazni primjer ekološke proizvodnje i razvoja održivog turizma na OPG-u Babac u Poljiciama kod Zadra kroz ekološki uzgoj autohtonih sorti smokve i drugog voća te proizvodnja proizvoda dodane vrijednosti.[15]

Projekt je predložen od strane regionalnog koordinatora, Agencije za razvoj Zadarske županije (ZADRA NOVA). Ukupna vrijednost projekta iznosila je 1.100.737,43 HRK.

Projektom je ostvareno:

- proširenje osnovnih nasada za ekološki uzgoj voća
- pripremljen je i apliciran projekt na HBOR i IPARD fond
- izgrađen je i opremljen suvremeni pogon za ekološku preradu voća – brendiran i plasiran ekološki proizvod dodane vrijednosti u Dalmaciji

[15] Najuspješniji lokalni EU projekti u Hrvatskoj 2012.-2014., Zagreb, 2015., str. 125

Smokvu je moguće uzgajati plantažno uz bolju valorizaciju i usmjerenost na tržište. Profesionalnijem radu vodi takav uzgoj kod obiteljskih gospodarstava, kao i boljem nadzoru uzgoja, olakšanoj berbi, lakšem plasmanu i boljim ekonomskim rezultatima. Prvi eko-smokovik u Zadarskoj županiji je OPG Babac koji je prepoznao takvu priliku.

Želeći diversificirati svoju ponudu finalnih proizvoda (džemova), pristupili su uzgoju drugih ˝marginaliziranih˝ voćki, dunje, a u planu je i višnja.

Projekt teži pokretanju ozbiljne proizvodnje, no potrebno je prvenstveno uložiti u izgradnju pogona i postupno širiti nasade čime bi se osnažili preradbeni kapaciteti OPG-a. Na jednom mjestu bi objedinila uzgoj, preradu i plasman proizvoda do krajnjeg kupca te time pridonijela razvoju uzgoja smokve u Županiji i to sve u skladu s ekološkim principima proizvodnje. Svojim primjerom projekt ucrtava put ostalim potencijalnim eko uzgajivačima, doprinosi reguliranom uzgoju smokve u Županiji i sprječava smanjenje broja stabala u Dalmaciji.

Poduzetničkim pothvatom od kojeg su korist ostvarile čak i županija i cjelokupna država, izgradnjom i opremanjem objekta za preradu, skladištenje i pakiranje proizvoda od voća, projekt je od kojeg se očekuje izvjesna profitabilnost i povrat sredstava. Projektom se pridonosi kreiranju povoljnijih uvjeta za zeleno poduzetništvo jer se njime pomaže razvoj tržišta za proizvode dodane vrijednosti temeljene na principima ekološke poljoprivrede, te prepoznatljivosti tradicijskih sorti dalmatinskog voća. Projekt pridonosi uspostavi tržišta za ekološke proizvode u Zadarskoj županiji i Dalmaciji te uspostavlja proizvodni pokazni primjer.

Primjerom je pokazano kako je takav oblik ulaganja financijski isplativ i u potpunosti u skladu s prirodom i tradicijom Dalmacije.

4.2. Cluster Club – Adriatic Economic Cluster Club

Osnivanjem klastera konkurentnosti želi se osigurati identifikacija, izrada i provedba strateških projekata koji će se financirati iz fondova EU što će unaprijediti konkurentnost sektora i hrvatskog gospodarstva. Kroz program ˝Cluster Club – Adriatic Economic Cluster Club˝ koji je bio financiran u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija, nastojalo se okupiti poduzetnike, predstavnike regionalne i lokane samouprave te znanstveno-istraživačke institucije, kako bi se uspostavila sinergija i zajednička suradnja.

Glavni cilj projekta bio je ubrzati i ojačati klaster sistem i omogućiti razvoj i osnivanje novih inicijativa klastera na programskom području uključujući javnu upravu i znanstvene institucije. Projekt je bio usmjeren na nautičku industriju i povezane subjekte, lance dobavljača za nautičku industriju. Jačanje kooperacije i inovacijskog potencijala među državama nastojalo se ostvariti putem organiziranja B2B[16] skupova na međunarodnim nautičkim sajmovima u Puli, Veneciji i Anconi.

Projektom se uz pomoć javne uprave i znanstvenih institucija nastojala promicati kooperacije među klasterima s programskog područja te stvaranje uvjeta za osnivanje novih klastera te putem pilot projekta promovirati suradnju i razvoj poduzetništva.

Projekt je predložen od strane regionalnog koordinatora, IDA – Istarske razvojne agencije d.o.o., a njegova ukupna je 2.819.001,71 EUR.

Ono što je projektom ostvareno:

- Putem projekta stvorena je baza klastera na programskom području – organizirani su vrlo uspješni B2B susreti tvrtki s programskog područja na sajmovima u Veneciji, Puli i Anconi
- U projektu su partneri proveli pilot projekte:
  - projekt izgradnje i renoviranja tradicionalnog broda trabakula[17] vodećeg partnera Unioncamere del Veneto u svrhu promoviranja projekta i suradnje među državama koje izlaze na Jadran

[16] Business to Business – poslovni susreti između tvrtki
[17] Tradicionalni teretni jedrenjak na istočnoj obali Jadrana s dva jarbola

- pilot projekt mini marine u Beogradu
- partneri su putem projekta financirali svu projektnu dokumentaciju kao i pilot projekt izgradnje Tehnološkog inkubatora u Puli

Korist koju su županija i cjelokupna država ostvarile projektom je jedan korak bliže realizaciji jednog od pet ciljeva strategije Europe 2020. Poduzetnici, osobito inovativni poduzetnici-početnici će svakako imati najviše koristi od realizacije projekta. Oni će svojom idejom te boravkom u Tehnološkom inkubatoru dobiti dodatni poticaj rastu i razvitku svoje poslovne ideje. Dok su članovi Tehnološkog inkubatora poduzetnici imaju poticaje u vidu povlaštenog najma prostora te besplatnih troškova komunalija (uključujući internet).

Voditelj radnog paketa pilot projekta bila je IDA koja je napravila pilot projekt Tehnološkog inkubatora. Pokazao se vrlo uspješnim jer je šest mjeseci nakon otvaranja popunio prostore novim inovativnim poduzetnicima.

Projektom je predstavljen izuzetno uspješan primjer realizacije projekta poduzetničke infrastrukture i pomaganja poduzetnicima početnicima.

5. Zaključak

Dugoročna dimenzija podrške razvoju poduzetništva uključuje sustavan razvoj poduzetničke kulture i poduzetništva čak i kao načela odgovornog poslovanja i samoinicijative u poslovnom pothvatu. Pomoć države u transferu tehnologije i znanja, zajedno s razvojem znanstvenog i obrazovnog sustava osnažuje tehnološku spremnost gospodarstva za primjenu novih znanja u kreiranju novih proizvoda i usluga koji će putem dublje specijalizacije i rasta produktivnosti, omogućiti uspješno probijanje poduzeća na nova tržišta. Rastućom konkurentnosti osigurala bi se stabilna pozicija hrvatskog gospodarstva na međunarodnom planu, kao preduvjeta za ostvarenje dugoročnog održivog rasta i razvoja.

Stanju hrvatskog gospodarstva odgovaraju mjere kojima se na konkurentskoj osnovi potiču proizvodnja i rast domaće ponude što posredno djeluje na rast optimizma potrošača i oživljavanje domaće potražnje. Putem unapređenja međunarodne konkurentnosti kao nužnog preduvjeta dugoročnog gospodarskog rasta i razvoja trebalo bi ostvariti iskorištavanje potencijala inozemne potražnje u pokretanju gospodarstva.

Mjere za ostvarivanje ovih ciljeva trebale bi pomoći razvojnoj politici zemlje, putem kojih upravo država može pomoći poduzećima da uspješno prijeđu u internalizaciju poslovanja. Na raspolaganju su sredstva iz europskih strukturnih i investicijskih fondova, te sredstva nacionalnog sufinanciranje. Primjeri dobre prakse u korištenju EU fondova na državnoj, regionalnoj i lokalnoj razini poticajna su za buduće korisnike. Dosadašnja praksa pokazala je razne primjere, no ima i izvrsnih na kojima treba graditi konkurentnost Hrvatske.

LITERATURA

KNJIGE I PUBLIKACIJE:

- Dragičević M.: *Konkurentnost: projekt za Hrvatsku,* Školska knjiga, Zagreb, 2012.
- Minivodič: *Zaštita tržišnog natjecanja i državne potpore*, Ministarstvo poduzetništva i obrta, 2014.
- *Najuspješniji lokalni EU projekti u Hrvatskoj 2012.-2014.*, Zagreb, 2015.
- NVK: *55 preporuka za povećanje konkurentnosti,* Nacionalno vijeće za konkurentnost, Zagreb, 2004.
- Porter, E.M.: *Konkurentska prednost, Postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja*, Masmadia, Zagreb, 2008.
- Prijedlog strategije poticanja investicija u RH za razdoblje 2014. – 2020., Ministarstvo gospodarstva, Zagreb, 2014.
- Skupina autora: *Kako pobuditi rast hrvatskog gospodarstva?*, Ekonomski institut, Zagreb, 2014.
- Strateški plan Ministarstva gospodarstva za razdoblje od 2016. – 2018. godine, Ministarstvo gospodarstva, Zagreb, 2015.

INTERNETSKI IZVORI:

- aik-invest.hr
- konkurentnost.hr
- mingo.hr
- poduzetnistvo.gov.hr
- regionalna-konkurentnost.hr
- strukturnifondovi.hr

POPIS ILUSTRACIJA

Slika 1. Porterov dijamant nacionalne konkurentske prednosti..... 7
Slika 2. Prikaz rezultata ovogodišnjeg Izvještaja o globalnoj konkurentnosti 2015. – 2016..... 10
Slika 3. Prikaz položaja Hrvatske na Doing Business ljestvici unazad deset godina 11
Slika 4. Usporedba prema pokazateljima Doing Businessa za 2015. i 2016. godinu 12
Slika 5. Pozicija Hrvatske prema pokazateljima Doing Bussinesa u 2016..... 13

Mjere utjecaja RH na konkurentnost poduzeća

Sažetak

Postizanje konkurentske prednosti nužno je ukoliko poduzeće želi dugoročno opstati na tržištu. Predmet istraživanja ovog rada odnosi se na mogućnost uvida da li se uspješno i brzo ostvaruju projekti u RH, jer se time povećavaju šanse da Hrvatska postane visoko konkurentna zemlja u regiji sa značajnim rastom i razvojem. Cilj istraživanja je dobivanje uvida kojim mjerama RH utječe na konkurentnost poduzeća. Kako svojim djelovanjem kroz privlačenje i poticanje investicija, te podizanjem razine konkurentnosti hrvatskog gospodarstva osigurava poduzećima da postanu visoko konkurentna. Da li kroz poticanje specijalizacije sektora, stvaranjem klastera konkurentnosti te identificiranjem mjera za pojednostavljenje poslovanja podiže razinu konkurentnosti.

Ključne riječi: konkurentnost, poduzeće, konkurentska prednost

The effect of Croatian policy on company competitiveness

Abstract

Competitive advantage is necessary if the company wants to survive at the market. The subject of this research refers to the possibility of insight it´s in Croatia possible successfull and quicky realize projects as this will incease the chanes for Croatia to become a highly competitive country in the region with significant growth and development. The goal of the research is to gain insight of the measures Croatia affect on competitiveness of company. Is their activities by attracting and encouraging investment and raising the level of competitiveness of Croatian economy provides companies to become highly competitive. Whether their actions by encouraging specialization sector by creating cluster and competitiveness by identifying measures to streamline operations raises competitiveness.

Keywords: competitiveness, company, competitive advantage