Analiza odabranih obilježja prehrambene industrije Republike Hrvatske

Šarić, Mihaela

Undergraduate thesis / Završni rad

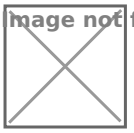
2017

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:137:679143

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

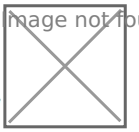
Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**



Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula





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

MIHAELA ŠARIĆ

ANALIZA ODABRANIH OBILJEŽJA PREHRAMBENE INDUSTRIJE REPUBLIKE HRVATSKE

Završni rad

Pula, siječanj 2017.

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

MIHAELA ŠARIĆ

ANALIZA ODABRANIH OBILJEŽJA PREHRAMBENE INDUSTRIJE REPUBLIKE HRVATSKE

Završni rad

JMBAG: 0303036278, redovita studentica
Studijski smjer: Financijski management

Kolegij: Gospodarstvo Hrvatske
Mentor: doc.dr.sc. Kristina Afrić Rakitovac

Pula, siječanj 2017.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Mihaela Šarić, kandidatkinja za prvostupnicu ekonomije, 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

_____

IZJAVA o korištenju autorskog djela

Ja, Mihaela Šarić, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom ***Analiza odabranih obilježja prehrambene industrije Republike Hrvatske*** 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, 10. siječnja 2017.god.

Potpis

_____

SADRŽAJ

UVOD..... 1
1. OBILJEŽJA PREHRAMBENE INDUSTRIJE REPUBLIKE HRVATSKE 2
1.1. Odabrana obilježja……...……..2
1.2. Financijska i tržišna ocjena..... 4
1.3. Analitički hijerarhijski proces..... 7
2. IZVOZNA USMJERENOST PREHRAMBENE INDUSTRIJE HRVATSKE..... 9
2.1. Analiza izvoznih trendova i pokazatelja na globalnom tržištu 9
2.2. Analiza izvoznih trendova i pokazatelja na segmentiranim međunarodnim tržištima 20
2.2.1. CEFTA 20
2.2.2. EU-15.....25
2.2.3. NMS-12……...…….…….…….30
3. PERSPEKTIVE PREHRAMBENE INDUSTRIJE……..…..……...…..…….36
3.1. Ljudski potencijali…….…….36
3.2. Brendiranje prehrambene industrije…..…….…….37
3.3. Ulaganje u istraživanje i razvoj i razvoj tehnologije…….……....38
3.4. Klasteri prehrambene industrije……..38
ZAKLJUČAK……40
LITERATURA…….…...……..43
POPIS GRAFIKONA I TABLICA……..….....44
SAŽETAK……...……...……...46
SUMMARY.....……..……47

UVOD

Tema ovog rada je analiza odabranih obilježja prehrambene industrije. U radu će se analizirati odabrana obilježja prehrambene industrije, te će se podaci sistematizirati kako bi se dobila cjelovita slika. Prehrambena industrija je jedna od najvažnijih sastavnica svakog gospodarstva, tako i hrvatskoga. Zapošljava velik broj ljudi, ostvaruje najviše prihoda unutar prerađivačke industrije te posjeduje značajan broj proizvodnih kapaciteta. Prehrambenu industriju su pogodile brojne promjene u posljednjih 20 godina kao što su liberalizacija tržišta, promjena cijena sirovina, promjena kupovne moći, drugačiji način života, veća briga za zdravlje i sl. Važnost ove industrije se ogleda u proizvodnji robe široke potrošnje potrebne svakom pojedincu. Glavni cilj ovog rada je prikazati i analizirati odabrana obilježja hrvatske prehrambene industrije, te utvrditi konkurentnost prehrambene industrije na odabranim tržištima.

Obzirom na navedeno, u prvom poglavlju ovoga rada navode se obilježja prehrambene industrije, te financijska i tržišna ocjena i AHP vrednovanje. U drugom poglavlju prikazani su izvozni trendovi koji su prikazani analizama na globalnom tržištu, te na segmentiranim tržištima, što je upotpunjeno grafikonima i tablicama kako bi se prikazali podaci u određenim razdobljima, tj. kako su se ti podaci kroz godine mijenjali. U tome poglavlju velikim brojem tablica i grafikona nastoji se približiti i pojednostaviti na najbolji mogući način navedenu temu, kako bi bila što jasnija i preglednija. Obzirom na statističke podatke, najnovije informacije sežu do 2013. godine, te su do te godine prikazani podaci za analizu odabranih obilježja. U trećem poglavlju navode se perspektive prehrambene industrije, kako bi se prikazalo što je potrebno razvijati za boljitak prehrambene industrije Republike Hrvatske. Prilikom obrade teme korištene su metoda deskripcije, metoda generalizacije, metoda analize i sinteze, te induktivna metoda.

1. ODABRANA OBILJEŽJA PREHRAMBENE INDUSTRIJE REPUBLIKE HRVATSKE

1.1. Odabrana obilježja

Prehrambena industrija može se definirati kao prerada biljnih, životinjskih i mineralnih sirovina radi zadovoljavanja prehrambenih potreba ljudi. Prehrambena industrija ključan je dio svake nacionalne ekonomije jer omogućuje državi da bude relativno neovisna o uvozu prehrambenih proizvoda, odnosno izvozom prehrambenih proizvoda očvršćuje se konkurentnost nacionalne ekonomije. Također, prehrambena industrija ima veliku važnost u Republici Hrvatskoj zbog duboke povezanosti s drugim industrijskim granama kao što su poljoprivreda, stočarstvo, kemijska i biokemijska industrija, transport i trgovina.

Prema NKD-u 2007. proizvodnja prehrambenih proizvoda se nalazi unutar područja C "Prerađivačka industrija". Ovo područje uključuje fizičke ili kemijske transformacije materijala, tvari ili sastojaka u novi proizvod. Rezultat prerađivačkog procesa jest proizvod koji može biti gotov u smislu da je spreman za uporabu ili konzumiranje, ili polugotov proizvod koji je input za daljnju preradu.[1]

Djelatnost Proizvodnja prehrambenih proizvoda uključuje preradu i konzerviranje mesa i proizvodnju mesnih proizvoda, preradu i konzerviranje riba, rakova i školjki, preradu i konzerviranje voća i povrća, proizvodnju biljnih i životinjskih ulja i masti, proizvodnju mliječnih proizvoda, proizvodnju mlinarskih proizvoda, škroba i škrobnih proizvoda, proizvodnju brašna i brašnastih proizvoda, proizvodnju ostalih prehrambenih proizvoda i proizvodnju pripremljene hrane za životinje.[2]

Djelatnost Proizvodnja pića uključuje destiliranje, pročišćavanje i miješanje alkoholnih pića, proizvodnju vina od grožđa, proizvodnju jabukovače i ostalih voćnih vina, proizvodnju ostalih nedestiliranih fermentiranih pića, proizvodnju

[1] Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske; *Nacionalna klasifikacija djelatnosti 2007*., Zagreb, 2008., Narodne novine br. 58/07
[2] Log.cit.

piva, proizvodnju slada i proizvodnju osvježavajućih napitaka; proizvodnju mineralne vode i drugih flaširanih voda.[3]

U kriznim poslovnim uvjetima, kakvi su u hrvatskom gospodarstvu prisutni od kraja 2008. godine, prehrambena industrija uspjela je zadržati stabilnost poslovanja pokazavši veću otpornost, u odnosu na neke druge djelatnosti, prema smanjenju osobne potrošnje i općem padu gospodarske aktivnosti.[4] Pozitivna odlika prehrambene industrije u Hrvatskoj je izvozna orijentacija s udjelom ostvarenih prihoda na stranom tržištu od 18,5% (Ministarstvo gospodarstva, 2014.). Zemlje u koje se izvozi su najčešće naše susjedne zemlje: Slovenija, Bosna i Hercegovina, Srbija i Italija. Nakon ulaska Hrvatske u EU pružaju se i veće mogućnosti za izvoz na tržišta ostalih zemalja članica. Prehrambena industrija osigurava plasman primarne poljoprivredne proizvodnje pa tako indirektno utječe i na razvoj poljoprivrede i pratećih djelatnosti.

Hrvatska prehrambena industrija zapošljava 20% industrijskih djelatnika, ostvaruje oko 20% ukupnih prihoda prerađivačke industrije, te predstavlja veliki potencijal za hrvatsko gospodarstvo. Godine 2013., hrvatska prehrambena industrija obuhvaćala je nešto manje od 3000 gospodarskih subjekata koji se bave proizvodnjom hrane i pića. Ukupni prihodi prehrambene industrije iznosili su 34 milijarde kuna sa oko 40 tisuća zaposlenih u ovom sektoru.[5]

U radu su, prema kriteriju ostvarenog prihoda, određene najveće tvrtke hrvatske prehrambene industrije. U cilju rangiranja tvrtki prema financijskoj uspješnosti i tržišnoj prepoznatljivosti primijenjena je AHP metoda višekriterijskog odlučivanja u kojoj su kao kriteriji poslužili određeni financijski i tržišni pokazatelji. Analizom financijskih izvješća poduzeća (Bilanca i Račun dobiti i gubitka)

[3] Loc. cit.
[4] MINGO*: Industrijska strategija Republike Hrvatske 2014.-2020.*, 2014. god., str. 136
[5] Juričev-Sudac L.; *SWOT analiza prehrambene industrije Republike Hrvatske*, 2015., Ekonomski fakultet Zagreb, str.3

određeni su najvažniji financijski pokazatelji, dok je tržišna ocjena tvrtki, dobivena anketnim istraživanjem prepoznatljivosti tvrtki i njihovih marki.[6]

1.2. Financijska i tržišna ocjena

Za potrebe određivanja najvećih tvrtki prehrambene industrije korišten je kriterij ostvarenog prihoda u 2012. godini.

Tablica 1. Prihodi odabranih tvrtki prehrambene industrije 2012. godine

REDNI BROJ	TVRTKA	PRIHODI U 2012. GOD. (HRK)
1.	Vindija d.d.	2.809.824.700,00
2.	Podravka d.d.	2.049.869.000,00
3.	Pik Vrbovec d.d.	1.867.615.500,00
4.	Belje d.d.	1.717.233.700,00
5.	Dukat d.d.	1.684.591.800,00
6.	Jamnica d.d.	1.641.906.600,00
7.	Ledo d.d.	1.176.151.200,00
8.	Mesna industrija Braća Pivac d.o.o	1.114.288.300,00
9.	Zvijezda d.d.	984.168.900,00

Izvor: Hadelan L., et al.; Višekriterijska ocjena najvećih tvrtki prehrambene industrije u Hrvatskoj, Agronomski fakultet Zagreb, 2012. god., str.3

Što se tiče financijske ocjene, prema kriteriju ostvarenog prihoda, najveća tvrtka hrvatske prehrambene industrije je Vindija koja je u 2012. godini ostvarila prihod oko 2,8 milijardi kuna, što predstavlja rast od 0,5% u odnosu na 2011. godinu. Nešto veći rast prihoda od oko 5% ostvarila je u istom razdoblju Podravka. Obje mesne industrije na listi najvećih tvrtki ostvarile su rast, PIK Vrbovec za 10%, MI braća Pivac za 7%. Najveći rast prihoda, od oko 22%, ostvarila je Jamnica. Istovremeno, manje prihode u odnosu na 2011. godinu ostvarile su mliječna industrija Dukat (-6%), Zvijezda (-11%) i Ledo (-4%).[7]

[6] Hadelan L., et al.; *Višekriterijska ocjena najvećih tvrtki prehrambene industrije u Hrvatskoj*, Agronomski fakultet Zagreb, bitstream/208114/2/1.pdf, str. 3
[7] Loc. cit.

Tablica 2. Financijski pokazatelji odabranih tvrtki prehrambene industrije

RBR.	TVRTKA	KOEFICIJENT TEKUĆE LIKVIDNOSTI	KOEFICIJENT ZADUŽENOSTI	KOEFICIJENT OBRTA IMOVINE	KOEFICIJENT PROFITABILNOSTI
1.	Vindija d.d.	0,93	0,67	1,33	3,0
2.	Podravka d.d.	1,57	0,56	0,74	-1,8
3.	Pik Vrbovec d.d.	1,63	0,60	1,51	21,3
4.	Belje d.d.	0,88	0,72	0,44	-9,2
5.	Dukat d.d.	1,61	0,28	1,18	7,1
6.	Jamnica d.d.	2,38	0,27	0,96	13,7
7.	Ledo d.d.	1,57	0,38	0,62	10,2
8.	MI braća Pivac	2,60	0,35	2,24	9,8
9.	Zvijezda d.d.	2,02	0,24	0,86	3,3

Izvor: Hadelan L., et al.; Višekriterijska ocjena najvećih tvrtki prehrambene industrije u Hrvatskoj, Agronomski fakultet Zagreb, 2012. god , str.3

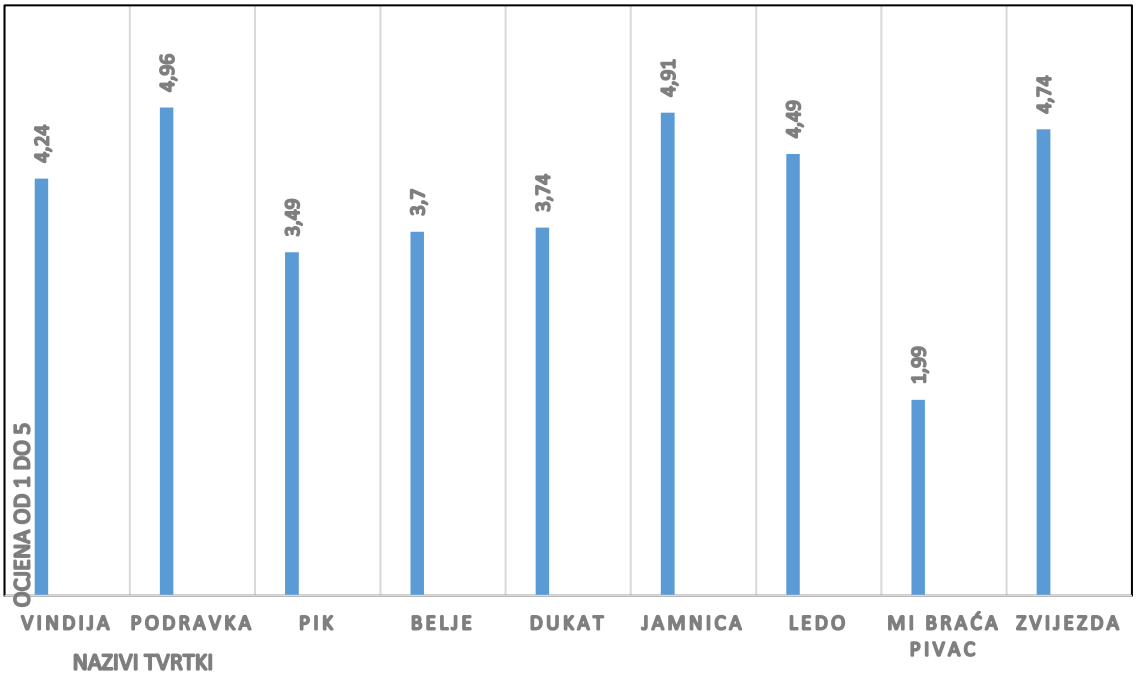
U pogledu likvidnosti, odnosno mogućnosti podmirenja kratkoročnih obveza, analizirane tvrtke ostvarile su različite rezultate. Prihodovno najveća prehrambena industrija u Hrvatskoj, Vindija, u 2012. je ostvarila nedostatnu likvidnost. Za razliku od Vindije, tvrtke koje se nalaze na začelju liste nisu imale problema s likvidnošću. Zaduženost je pokazatelj koji se najčešće nalazi u obrnutom odnosu s pokazateljem likvidnosti, što se dokazalo i na primjeru analiziranih tvrtki . Najveće probleme sa zaduženošću imala je tvrtka Belje iz Agrokorovog koncerna, dok je Zvijezda, također članica istog koncerna, najmanje zadužena među analiziranim poduzećima. U pogledu aktivnosti, najveći koeficijent obrta imovine ostvarila je Mesna industrija braća Pivac, što je nastavak značajne aktivnosti ove tvrtke iz prethodnih godina. U pogledu profitabilnosti, koja se često navodi kao najvažniji financijski pokazatelj, tvrtke su u 2012. poslovale dosta različito. Zbog financijskog gubitka Podravka i Belje ostvarile su negativne vrijednosti povrata kapitala, dok su na vrhu prema ovom podkriteriju Agrokorove

tvrtke PIK Vrbovec, Jamnica i Ledo. Nadprosječnu profitabilnost ostvarila je i Mesna industrija braća Pivac.[8]

Tržišna ocjena tvrtki određena je anketnim istraživanjem postavljenim na Google Docs aplikaciji pomoću koje su prikupljene ocjene ispitanika o prepoznatljivosti pojedinih tvrtki i njihovih tržišnih marki. Uzorak čini 150 ispitanika, od čega su 80 ispitanika ženskog spola, a 70 ispitanika muškog spola.[9]

Ispitanici su na popisu najvećih tvrtki izabrali onu za koju smatraju da je najprepoznatljivija, čiji su proizvodi najučestaliji u maloprodaji i koja je najprisutnija na domaćem medijskom prostoru.

Grafikon 1. Prosječne tržišne ocjene tvrtki prehrambene industrije



Izvor: Hadelan L., et al.; Višekriterijska ocjena najvećih tvrtki prehrambene industrije u Hrvatskoj, Agronomski fakultet Zagreb, 2012. god, str.4

Jedan od podkriterija tržišne ocjene odnosi se na ocjenu prepoznatljivosti tržišne marke pojedinih tvrtki. U tu su svrhu ispitanici predloženim tržišnim markama dodjeljivali ocjene od 1 (potpuno neprepoznatljiva marka) do 5

[8] Ibidem, str. 4
[9] Ibidem, str. 2

(izuzetno prepoznatljiva marka). Najviše prosječne ocjene dodijeljene su tržišnim markama Podravke i Jamnice. Najniža ocjena dodijeljena je proizvodima MI braće Pivac.[10]

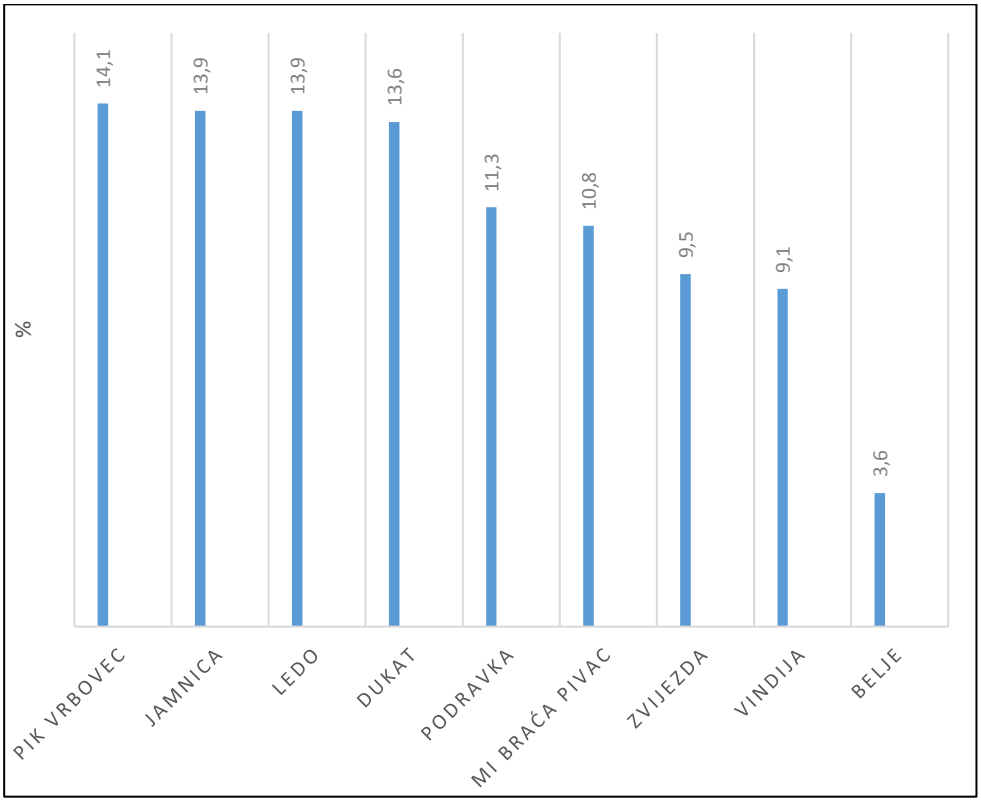
1.3. Analitički hijerarhijski proces (AHP)

Analitički hijerarhijski proces ili kraće AHP pristup utemeljio je 1980. godine Thomas l. Saaty. AHP predstavlja jednu od najpoznatijih metoda stručne analize scenarija i donošenja odluka konzistentnim ocjenjivanjem hijerarhija koje se sastoje od ciljeva, scenarija, kriterija i alternativa. AHP je metoda za podršku u odlučivanju. Analitički hijerarhijski proces (eng. Analitycal Hierarchy Process) je postupak vrednovanja, financijski pokazatelji i tržišne ocjene predstavljaju ulazne varijable za izradu AHP modela kojim je omogućeno objedinjavanje svih prethodnih ocjena u jedinstvenu i jednoznačnu ocjenu pojedine tvrtke. Kako je riječ o matematičkom modelu koji je realiziran kao softver za PC platforme sa punom tehničkom podrškom, u informatičkoj varijanti Expert Choica može se primjenjivati u višekriterijskom odlučivanju.[11]

Bez obzira na to što je osnovna zadaća ove metode povećati objektivnost i znanstvenu utemeljenost procjenjivanja i rangiranja pojedinih alternativa, određenu razinu subjektivnosti nije moguće izbjeći. U ovom se radu ona očituje u ekspertnom vrednovanju važnosti pojedinih kriterija i podkriterija ukupne ocjene. Procjena je da su financijski pokazatelji relevantniji u ukupnoj ocjeni tvrtke u odnosu na tržišne ocjene zbog čega je određen omjer 2:1.[12]

[10] loc.. cit.
[11] Saaty T.L.; *Multicriteria Decision Making: The Analytic Hierarchy Process*, RWS Publications, 4922 Ellsworth Ave., Pittsburgh, PA 15213, str.83
[12] Hadelan L. et al., op.cit. str. 6

Grafikon 2. Redoslijed tvrtki prema AHP metodi



Izvor: Hadelan L., et al.; Višekriterijska ocjena najvećih tvrtki prehrambene industrije u Hrvatskoj, Agronomski fakultet Zagreb, 2012. god , str.6

Sintetizirajući financijske i tržišne ocjene dobiven je konačni redoslijed u kojem je najboljom tvrtkom hrvatske prehrambene industrije ocijenjen PIK Vrbovec (0,141). Drugo mjesto s istim prioritetom dijele Jamnica i Ledo (0,139). Na začelju poretka analiziranih tvrtki nalaze se Zvijezda, Vindija i Belje.

Konačan redoslijed tvrtki uvjetovan je sa subjektivno zadanim odnosima težinskih važnosti kriterija i podkriterija pa je u određenoj mjeri podložan promjenama. Primjerice, u uvjetima podjednake važnosti financijskih i tržišnih kriterija PIK Vrbovec bio bi tek četvrti u ukupnom poretku, dok bi najboljom tvrtkom bio ocijenjen Dukat. S druge strane, u uvjetima prevladavajućih tržišnih kriterija, do izražaja bi došla snaga tržišnih marki pa bi tako Podravka, unatoč lošim financijskim pokazateljima, bila ocijenjena kao najbolja prehrambena tvrtka u Hrvatskoj.

2. IZVOZNA USMJERENOST PREHRAMBENE INDUSTRIJE HRVATSKE

Povećanje izvozne konkurentnosti hrvatske prehrambene industrije preduvjet je njezina razvoja. Promjene na strani potražnje i izražena konkurencija dodatno naglašavaju složenost problema. U tom je kontekstu sposobnost prilagodbi novim tržišnim prilikama posebno značajna za ostvarivanje kontinuiranog gospodarskog rasta i izvoza. Liberalizacija i otvorenost tržišta, te u najnovije vrijeme globalni pad potražnje nameću nove zahtjeve i izazove jačanju izvozne konkurentnosti. Analiza izvoznih trendova i pokazatelja započinje uvidom u stanje i kretanje izvoza hrvatske prehrambene industrije na globalnom tržištu. Nakon toga, slijede analize izvoznih trendova na segmentiranim međunarodnim tržištima, i to: CEFTA-e, EU-15 i NMS-12.[13]

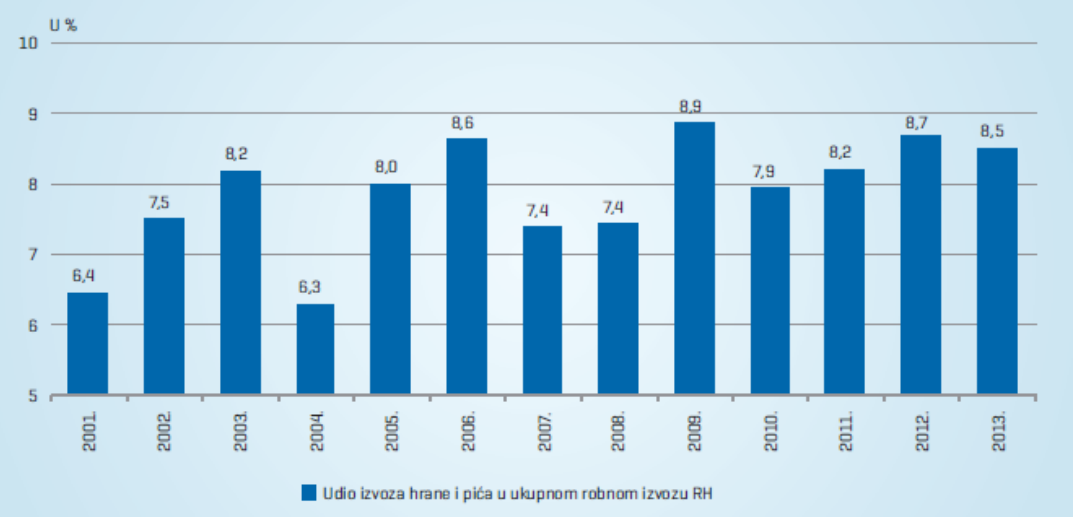
2.1. Analiza izvoznih trendova i pokazatelja na globalnom tržištu

Značaj prehrambenog sektora za industrijski razvoj Hrvatske je velik. Osim učinaka na BDP, zaposlenost i izvoz, potiče i razvoj ostalih ekonomskih sektora, posebno poljoprivrede i turizma. Tradicija u poslovanju, kvaliteta ljudskih resursa, prepoznatljivost pojedinih tržišnih marki na međunarodnom tržištu, neelastičnost potražnje u uvjetima recesije i kvalitetna sirovinska osnova neke su od glavnih odlika domaće prehrambene industrije. S obzirom na relativno malo domaće tržište, izlazak na međunarodna tržišta od neupitne je važnosti za hrvatsku prehrambenu industriju. Hrvatska je u 2013. godini izvezla prehrambenih proizvoda ukupne vrijednosti 676,3 milijuna eura (ili 5,1 milijardu kuna), dok je izvoz pića iznosio 101,6 milijun eura (ili 772,1 milijun kuna).[14]

[13] Buturac G., Vizek M.*; Izvoz prehrambene industrije i učinci na gospodarstvo: slučaj Hrvatske,* 204 EKONOMSKI PREGLED, 66 (3) 203-230 (2015), str. 209

[14] Loc. cit.

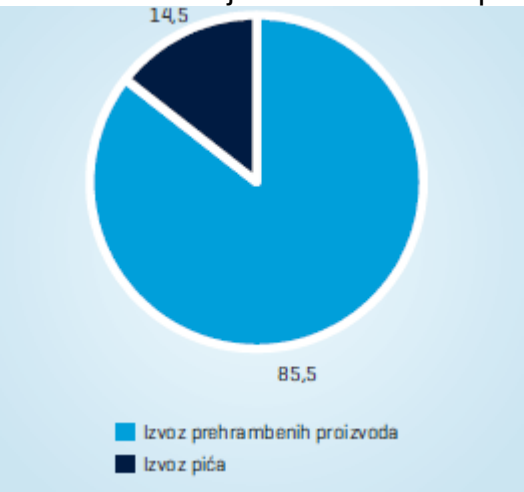
Grafikon 3. Udio izvoza hrane i pića u ukupnom robnom izvozu RH u razdoblju 2001.-2013.



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.10

Uvid u strukturu robnog izvoza Hrvatske potvrđuje značajnu ulogu prehrambenog sektora. U razdoblju 2001.-2013. udio je prehrambene industrije u ukupnom izvozu porastao sa 6,4 posto na 8,5 posto (Grafikon 3). U promatranom je razdoblju izvoz prehrambene industrije rastao u prosjeku 6,6 posto godišnje, a ukupni izvoz 4,4 posto.

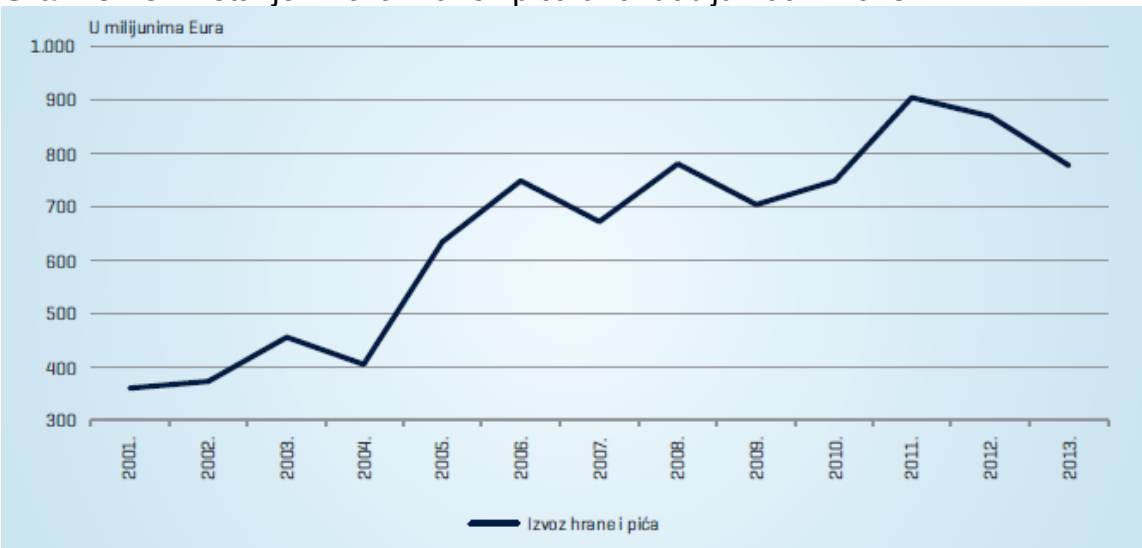
Grafikon 4. Omjer izvoza hrane i pića u ukupnom izvozu sektora u 2013. godini



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.10

Struktura izvoza ukupnog prehrambenog sektora pokazuje da se 85,5 posto izvoza odnosi na prehrambene proizvode, dok je preostalih 14,5 posto izvoz pića (Grafikon 4).

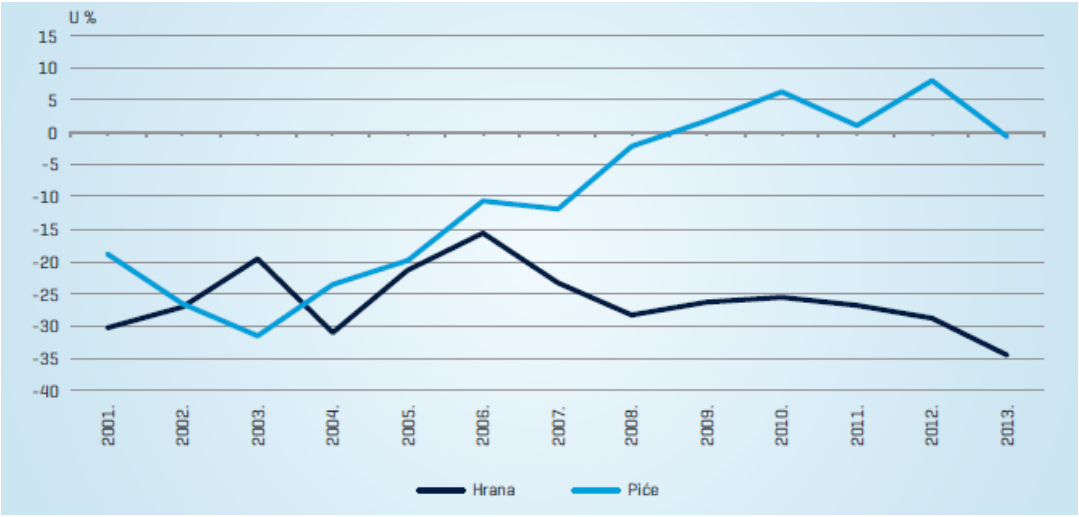
Grafikon 5. Kretanje izvoza hrane i pića u razdoblju 2001.-2013.



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Izvoz prehrambene industrije i učinci na gospodarstvo: slučaj Hrvatske; Ekonomski pregled, 66 (3), 2015., str.210

Kretanje izvoza hrane i pića u razdoblju 2001.-2013. godine prolazilo je kroz različite faze (Grafikon 5). Snažan izvozni rast zabilježen je u razdoblju 2001.-2006. i u 2011. godini. Nešto veći izvozni pad u 2009. godini očekivan je s obzirom na posljedice globalne recesije.

Grafikon 6. Relativni deficit/suficit



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.11

Analizirajući trend vidljivo je da se deficit u trgovini prehrambenim proizvodima u razdoblju 2001.-2013. blago povećao, dok se u trgovini pićima on postepeno smanjivao da bi u razdoblju 2009.-2012. bio zabilježen suficit (Grafikon 6). U 2013. godini relativni deficit Republike Hrvatske u razmjeni s hranom iznosio je 34,5 posto, a u razmjeni pićima 0,7 posto.[15] Analiza izvoza hrane potvrđuje rast udjela u ukupnom svjetskom izvozu hrane u razdoblju 2001.-2006. Nakon 2006. udio se postepeno smanjuje da bi se u 2013. vratio na razinu zabilježenu u 2001. godini i iznosio 0,14 posto. Sličan trend pokazuje kretanje udjela pića u ukupnom svjetskom izvozu. Od 2001. do 2009. udio se postepeno povećavao da bi nakon 2009. uslijedilo njegovo smanjivanje. Ipak, promatrajući ukupno razdoblje 2001.-2013. udio pića u ukupnom svjetskom izvozu uspio se povećati i to s 0,09 posto na 0,12 posto.

Tablica 3. Osnovni trendovi izvoza hrane i pića Hrvatske u razdoblju 2001.-2013.

	Međugodišnja stopa promjene		**Relativni deficit**		**Udio u svjetskom izvozu u %**		**Udio 3 vodeća izvozna tržišta u ukupnom izvozu**	
	Hrana	*Pića*	*Hrana*	*Pića*	*Hrana*	*Pića*	*Hrana*	*Pića*
2001.	-	-	-30,2	-18,8	0,14	0,09	54,9	61,2
2002.	5,7	-6,8	-27,2	-26,6	0,17	0,09	56,7	63,4
2003.	23,5	4,9	-19,6	-31,6	0,21	0,10	59,6	67,0
2004.	-13,5	13,2	-31,0	-23,7	0,17	0,10	55,2	72,7
2005.	59,1	38,4	-21,2	-19,8	0,22	0,11	56,5	69,4
2006.	18,8	9,1	-15,7	-10,7	0,26	0,12	43,5	73,8
2007.	-12,6	15,7	-23,3	-11,8	0,21	0,13	51,8	72,0
2008.	14,4	30,1	-28,2	-2,2	0,19	0,15	47,2	68,2
2009.	-9,8	-9,3	-26,4	1,8	0,19	0,16	50,0	71,8
2010.	5,2	12,1	-25,5	6,4	0,16	0,15	48,2	72,9
2011.	21,6	15,6	-26,7	1,0	0,16	0,14	19,3	70,1
2012.	-4,2	0,7	-28,9	8,1	0,15	0,14	44,6	67,2
2013.	-10,5	-11,1	-34,5	-0,7	0,14	0,12	43,6	69,9

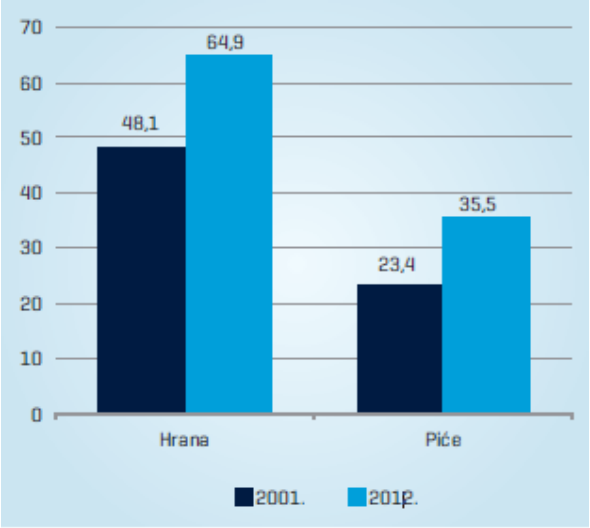
Izvor: : Buturac G., Vizek M.; Izvoz prehrambene industrije i učinci na gospodarstvo: slučaj Hrvatske; Ekonomski pregled, 66 (3), 2015, str.212

Međutim, dok su druge industrijske grane teško nalazile izlaz iz recesije, prehrambena je industrija već u 2010. godini pokazala otpornost na krizu i prve znakove oporavka. Pozitivni trendovi nastavljeni su i u 2011. kada je zabilježen

[15]Buturac G., Vizek M.; *Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske*, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.11

izraženiji izvozni rast. Ipak, zabrinjavaju najnoviji trendovi, npr. u 2013. godini došlo je do pada izvoza hrane za 10,5 posto na godišnjoj razini, dok se izvoz pića smanjio za 11,1 posto (Tablica 3). Obilježje je kumulativno prehrambenog sektora, postojanje značajnog vanjsko-trgovinskog deficita. Ipak, veličina i trend vanjsko-trgovinske bilance kod prehrambenih proizvoda i pića bitno se razlikuju. Uvoz prehrambenih proizvoda u 2013. godini bio je gotovo dvostruko veći od izvoza. U apsolutnom iznosu deficit je iznosio 713,2 milijuna eura (ili 5,4 milijarde kuna). Istovremeno je u trgovini pićima razina deficita bila znatno manja i iznosila je 1,4 milijun eura (ili 10,6 milijuna kuna).

Grafikon 7. Izvozna orijentiranost – udio izvoza u bruto dodanoj vrijednosti sektora

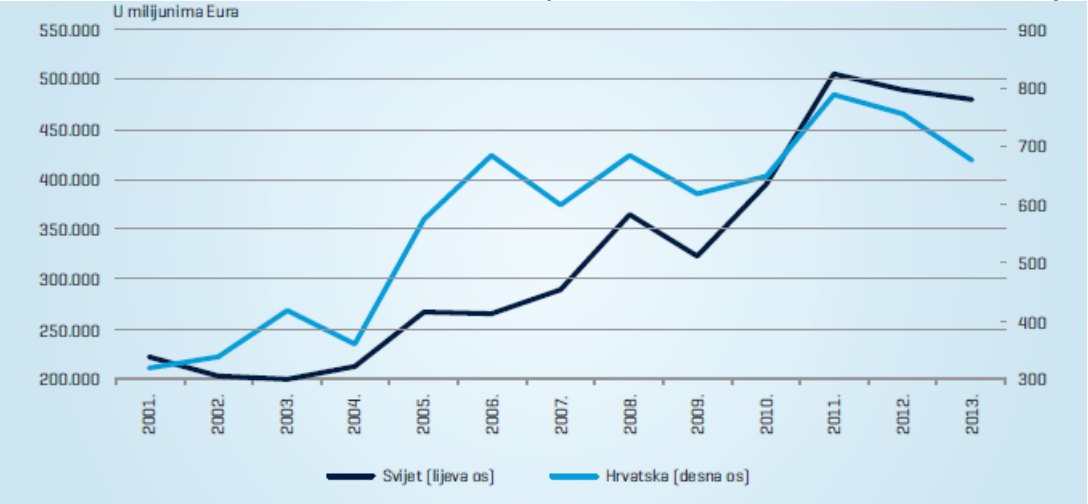


Izvor: : Buturac G., Vizek M.; Izvoz prehrambene industrije i učinci na gospodarstvo: slučaj Hrvatske; Ekonomski pregled, 66 (3), 2015, str.213

Izvozna orijentiranost, mjerena udjelom izvoza u bruto dodanoj vrijednosti sektora, pokazuje poboljšanje u razdoblju od 2001.-2012. godine (Grafikon 7). Od ukupne bruto dodane vrijednosti hrane ostvarene u 2001. godini 48,1% bilo je usmjereno na izvozna tržišta, a 51,9% na domaće tržište. U 2012. taj se omjer promijenio u korist izvoza. Pri tome je 64,9% ostvarene proizvodnje bilo usmjereno na izvoz, a 35,1% na hrvatsko tržište. Znatno manja izvozna orijentiranost prisutna je kod pića. U 2012. godini 35,5% bruto dodane vrijednosti prodano je na inozemnim tržištima, dok je 64,5% prodano na domaćem tržištu. Nadalje, specifičnost izvoza ovog sektora velika je razina izvozne koncentracije koja nije pogodna, naročito u uvjetima gospodarske krize. Trendovi izvozne

koncentracije rezultat su procesa tranzicije, postojećih trgovačkih veza i blizine snažne gospodarske strukture – Europske Unije. Međutim, dinamika promjene gospodarske strukture, razina integracija i specijalizacije mogu značajno pridonijeti većoj ili manjoj razini izvozne koncentracije.[16] Valja dodati da se izvozna koncentracija hrane u promatranom razdoblju smanjila, dok se izvozna koncentracija pića povećala.

Grafikon 8. Izvoz hrane Hrvatske u usporedbi s izvozom hrane ostatka svijeta



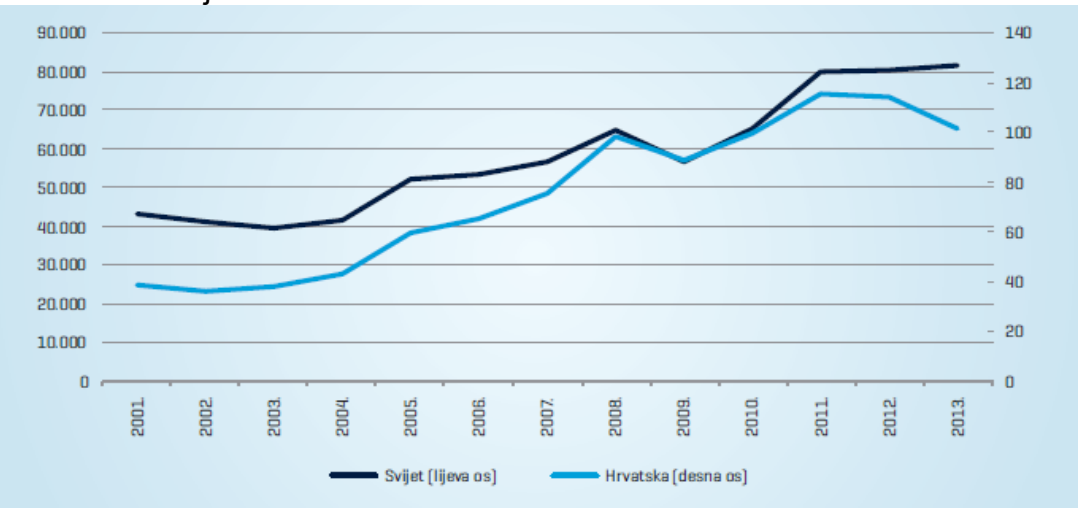
Izvor: : Buturac G., Vizek M.; Izvoz prehrambene industrije i učinci na gospodarstvo: slučaj Hrvatske; Ekonomski pregled, 66 (3), 2015, str.210

Posebno zanimljivim i važnim čini se odgovoriti na pitanja: kako se kretao izvoz hrane Republike Hrvatske u odnosu na globalne trendove? Jesu li stope rasta izvoza bile veće ili manje u usporedbi s globalnim izvoznim trendovima? Je li izvoz hrane Hrvatske slijedio globalne trendove ili je to bio izdvojen slučaj? Iz usporedbe trendova dade se nazrijeti sličan smjer kretanja, međutim dinamika je ipak različita. Upravo iz te dinamike mogu se nazrijeti prvi zaključci o položaju izvozne konkurentnosti hrane i pića na globalnom tržištu. Uvid u grafikon 8 pokazuje da je, izuzevši 2003. godinu, izvoz hrane u razdoblju 2001.-2006. rastao po većim stopama u odnosu na globalni rast. To je i rezultiralo poboljšanjem izvozne konkurentnosti na globalnom tržištu u tom periodu. Međutim nakon 2006. izvozna konkurentnost se pogoršava. Izuzetak je 2011. godina kada je zabilježen snažniji izvozni rast. Usporedba razine izvozne

[16] Buturac, G., Teodorović, I.; *The Impacts of the Global Recession on Southeast European Countries*, Eastern European Economics, 2012., 50 (1): 78-97

konkurentnosti hrane na početku promatranog razdoblja (2001.) i na njegovu kraju (2013.) pokazuje da se ona nije značajnije promijenila.

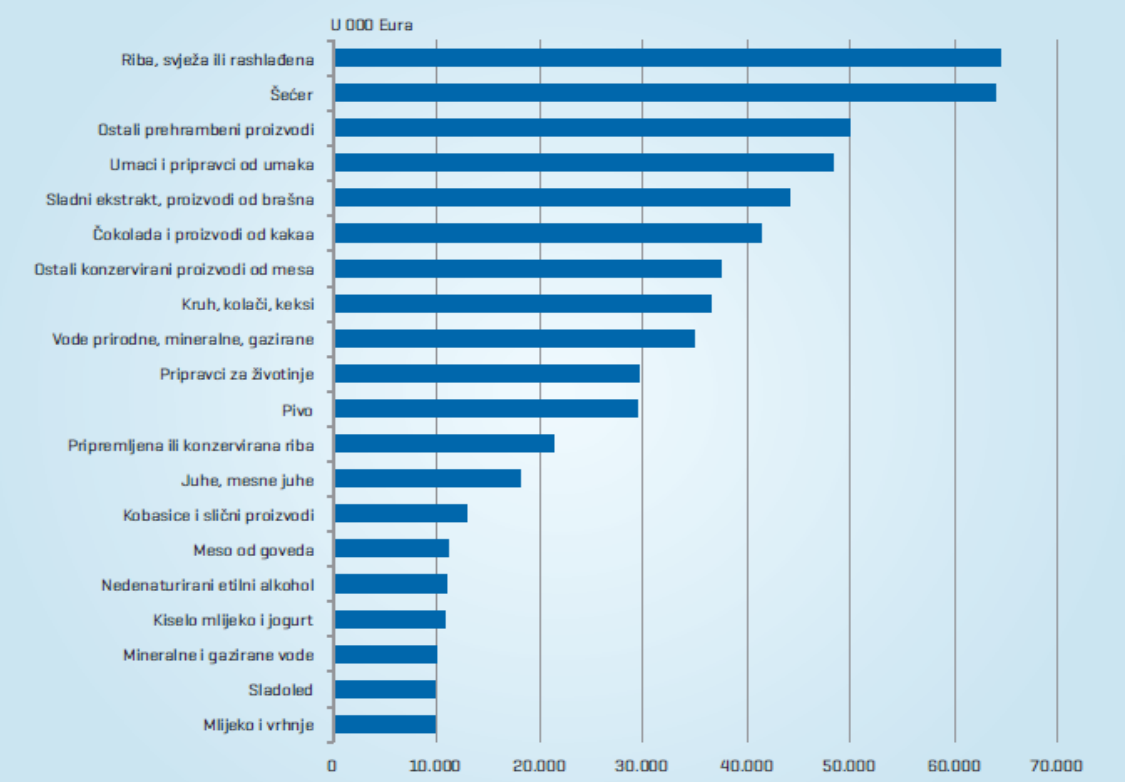
Grafikon 9. Izvoz pića Hrvatske u usporedbi s izvozom pića ostatka svijeta, izraženo u milijunima eura



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Izvoz prehrambene industrije i učinci na gospodarstvo: slučaj Hrvatske; Ekonomski pregled, 66 (3), 2015 , str.211

Istovremeno, poboljšala se izvozna konkurentnost pića. Valja istaknuti da je kretanje izvozne konkurentnosti pića u promatranom razdoblju obilježeno dvama međusobno suprotstavljenim ciklusima. Dok se u razdoblju 2000.-2009. konkurentnost postepeno poboljšavala, u razdoblju 2009.-2013. ona se blago pogoršava (Grafikon 9).

Grafikon 10. 20 vodećih izvoznih proizvoda Republike Hrvatske, 2013. godina



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.14

Uvid u proizvodnu strukturu izvoza prehrambenih proizvoda i pića pokazuje da se najviše izvoze: riba; šećer; umaci i proizvodi od umaka; sladni ekstrakti, proizvodi od krupice i brašna; čokolada; konzervirani proizvodi od mesa; kruh, kolači i keksi; voda; pivo. Da bi se dobila podrobna slika kretanja i uzroka nastajanja promjena položaja izvoza hrane i pića neophodno je analizirati trendove na segmentiranim međunarodnim tržištima.

Blizina tržišta, zajednička povijest, postojeće trgovinske veze, relativno dobro poznavanje ukusa i navika potrošača neki su od vodećih razloga ovako velike zastupljenosti tržišta CEFTA-e. No, ni značaj preostalih tržišta ne treba zanemariti, posebno onog EU-a, na kojem je Hrvatska od 1. srpnja punopravna članica te primjenjuje zajedničku trgovinsku politiku EU-a. Na ruskom i turskom tržištu leže mnogi neiskorišteni potencijali rasta izvoza i konkurentnosti.

Tablica 4. Struktura izvoza hrane po zemljama u %

	2001.	*2003.*	*2005.*	*2007.*	*2009.*	*2011.*	*2013.*	*2013.-2001.*
CEFTA	37,5	29,6	32,8	33,4	41,7	38,1	41,8	4,3
Albanija	0,1	0,0	0,0	0,4	0,7	0,7	1,1	1,0
Bosna i Hercegovina	26,9	21,9	24,2	22,4	27,4	25,7	23,8	-3,1
Crna Gora	-	-	-	1,6	2,4	2,7	3,4	3,4
Makedonija	5,2	4,0	2,9	3,0	3,2	3,3	3,8	-1,4
Srbija	-	-	-	6,0	8,1	5,6	9,8	9,8
EU-15	22,0	35,0	36,3	32,3	20,7	23,6	21,7	-0,3
Austrija	3,1	4,0	6,3	4,8	4,1	3,0	4,0	0,9
Belgija	0,1	0,0	0,2	0,0	0,1	0,0	0,2	0,1
Danska	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Finska	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Francuska	0,6	0,2	0,3	0,3	0,1	0,1	0,3	-0,3
Grčka	0,1	0,2	0,0	0,5	0,3	1,7	1,0	0,9
Irska	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Italija	13,3	26,7	23,8	19,6	10,0	11,5	9,3	-4,0
Luksemburg	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nizozemska	0,4	0,4	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	-0,3
Njemačka	2,8	1,8	3,6	5,1	3,8	4,7	4,6	1,8
Portugal	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Španjolska	0,0	0,0	0,5	0,6	0,8	0,7	0,5	0,5
Švedska	0,9	0,8	0,6	0,5	0,6	0,5	0,6	-0,3
Velika Britanija	0,7	0,8	0,8	0,9	0,8	1,2	1,0	0,3
NMS – 12	19,3	14,9	17,1	20,2	24,3	22,1	20,9	1,6
Bugarska	0,2	0,2	0,1	0,3	0,4	0,2	0,3	0,1
Cipar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Češka	2,0	1,3	2,1	3,5	1,2	0,5	0,9	-1,1
Estonija	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0
Latvija	0,8	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	-0,7
Litva	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
Mađarska	0,8	1,0	2,8	3,4	3,2	6,1	5,7	4,9
Malta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Poljska	0,3	0,3	1,6	1,9	1,1	1,0	1,7	1,4
Rumunjska	0,0	0,1	0,2	0,1	3,1	0,1	0,6	0,6
Slovačka	0,4	0,8	1,5	0,8	2,1	1,8	1,3	0,9
Slovenija	14,7	10,9	8,5	9,8	12,7	12,0	10,0	-4,7
Rusija	2,4	1,7	1,7	1,4	1,4	1,4	1,9	-0,5
Turska	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,2	0,2
Ostale zemlje	18,8	18,6	12,0	12,6	11,8	14,8	13,5	-5,3
Ukupno	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,	100, 0

Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.15

Uvažavajući postojeću zastupljenost tržišta, ali i perspektive razvoja odabrani uzorak čine tržišta: EU-15, NMS-12, CEFTA, Rusija i Turska. Iz strukturne je analize izvoza hrane na međunarodna tržišta razvidno da Hrvatska najviše prehrambenih proizvoda izvozi na tržište CEFTA-e (Tablica 4).[17] Pri tome je Hrvatska na to tržište u 2013. godini izvezla 41,8 posto ukupnog izvoza hrane. Istovremeno, na "stare" članice Europske unije (EU-15) otpada 21,7 posto izvoza, a na "nove" članice (NMS-12) 20,9 posto. Tržišta Rusije i Turske zanimljiva su i važna za hrvatske proizvođače hrane više zbog perspektive izvoza na ta tržišta, negoli trenutne zastupljenosti u ukupnom izvozu. U 2013. godini Hrvatska je izvezla 1,9 posto hrane u Rusiju, a 0,2 posto u Tursku. Promatrano po zemljama, Hrvatskoj je u izvozu hrane do sada najvažnija izvozna destinacija Bosna i Hercegovina, u koju Hrvatska izveze 23,8 posto ukupnog izvoza hrane. Slijede Slovenija s udjelom 10,0 od posto, Srbija - 9,8 posto i Italija - 9,1 posto. U ove četiri destinacije odlazi 52,7 posto ukupnog izvoza hrane.

[17] Buturac G., Vizek M., op.cit., str.15

Tablica 5. Struktura izvoza pića po zemljama u %

	2001.	*2003.*	*2005.*	*2007.*	*2009.*	*2011.*	*2013.*	*2013.-2001.*
CEFTA	62,8	63,8	66,5	68,6	71,5	65,5	63,8	1,0
Albanija	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Bosna i Hercegovina	51,6	56,3	59,9	61,8	63,2	54,7	54,8	3,2
Crna Gora	-	-	-	1,9	1,4	1,6	1,8	1,8
Makedonija	2,6	2,2	2,0	1,7	2,4	2,8	3,1	0,5
Srbija	-	-	-	3,2	4,4	6,5	4,0	4,0
EU-15	14,7	15,1	12,7	14,8	13,2	10,0	9,4	-5,3
Austrija	0,6	0,7	0,6	3,7	5,0	3,0	3,7	3,1
Belgija	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	-0,1
Danska	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1
Finska	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Francuska	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Grčka	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Irska	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Luksemburg	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nizozemska	0,2	0,2	0,9	0,1	0,1	0,1	0,1	-0,1
Njemačka	11,8	11,3	7,4	5,5	4,7	4,0	3,0	-8,8
Portugal	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0
Španjolska	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Švedska	0,2	0,4	0,3	0,3	0,5	0,4	0,5	0,3
Velika Britanija	0,2	0,5	0,4	0,6	0,5	0,7	0,3	0,1
NMS – 12	19,0	17,2	17,1	13,3	12,2	20,7	21,2	2,2
Bugarska	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,4	0,0	0,0
Cipar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Češka	0,3	0,5	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	-0,2
Estonija	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1
Latvija	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1
Litva	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1
Mađarska	0,0	0,1	8,3	5,0	4,1	4,9	5,5	5,5
Malta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Poljska	9,0	6,5	0,2	0,1	0,2	0,3	0,8	-8,2
Rumunjska	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0
Slovačka	1,3	0,9	1,6	2,0	0,9	0,9	1,2	-0,1
Slovenija	8,2	9,1	6,8	6,0	6,6	13,8	13,5	5,3
Rusija	0,0	0,0	0,0	0,6	0,1	0,7	0,1	0,1
Turska	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ostale zemlje	3,5	4,0	3,7	2,7	2,9	3,2	5,5	2,0
Ukupno	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0

Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.16

Još je veća koncentracija kod izvoza pića, pri čemu samo na Bosnu i Hercegovinu otpada 54,8 posto ukupnog izvoza pića (Tablica 5). Slijedi Slovenija s udjelom od 13,5 posto. Velika koncentracija plasmana na izvozna tržišta donosi

sa sobom i moguće rizike gubitka tržišta koji dodatno dobivaju na težini u uvjetima gospodarske krize. Analiza dinamike kretanja otkriva izostanak značajnijih promjena izvozne strukture u promatranom razdoblju. CEFTA je potvrđena kao najvažnije izvozno tržište kako za prehrambene proizvode, tako i za pića. Pri tome je od 2001.-2013. godine udio izvoza hrane na tržište CEFTA-e povećan s 37,5 posto na 41,8 posto, a udio izvoza pića sa 62,8 na 63,8 posto.

2.2. Analiza izvoznih trendova i pokazatelja na segmentiranim međunarodnim tržištima

2.2.1. CEFTA

CEFTA je multilateralni srednjoeuropski ugovor o slobodnoj trgovini. Zemlje članice su: Albanija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Makedonija, Moldavija, Srbija i UNMIK Kosovo. Prije njihova pristupanja EU-u članice su bile i: Bugarska, Češka, Hrvatska, Mađarska, Poljska, Rumunjska, Slovačka i Slovenija. Danas tržište CEFTA-e broji oko 20-ak milijuna stanovnika i sudjeluje u ukupnoj svjetskoj trgovini s udjelom od oko 0,2 posto. Gospodarski je rast u zemljama CEFTA-e do pojave globalne gospodarske krize (do 2008.) bio zasnovan na povećavanju javne potrošnje, izvozu i nadasve povećavanju osobne potrošnje.[18]

[18] Ibidem, str.17

Tablica 6. Pregled osnovnih makroekonomskih indikatora - CEFTA

	Stopa rasta realnog BDP-a	***Udio investicija u BDP-u***	***CPI indeks***	***Stopa nezaposlenosti***	***Broj stanovnika (u 000)***	***Javni prihodi (% BDP)***	***Javni dug (% BDP)***
2001.	2,4	17,9	101,5	18,1	17.000	-	-
2002.	3,3	17,2	105,2	18,7	17.025	36,6	59,3
2003.	3,5	16,8	109,1	19,8	17.022	37,9	48,9
2004.	6,1	19,6	112,8	20,4	17.025	37,2	45,8
2005.	4,7	19,5	117,7	20,9	17.017	37,1	43,6
2006.	5,7	20,1	121,6	20,5	16.969	39,1	36,8
2007.	6,9	23,5	129,3	19,2	16.914	39,7	31,6
2008.	5,8	26,0	136,5	16,9	16.854	39,3	33,7
2009.	-1,9	18,8	139,3	17,5	16.794	37,4	39,1
2010.	2,2	16,5	144,3	18,6	16.734	37,4	41,9
2011.	2,3	16,7	149,3	19,3	16.650	36,2	44,9
2012.	-0,9	16,6	157,6	19,1	16.587	36,6	51,5
2013.	2,2	14,9	159,2	18,2	16.559	36,2	54,3

Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.18

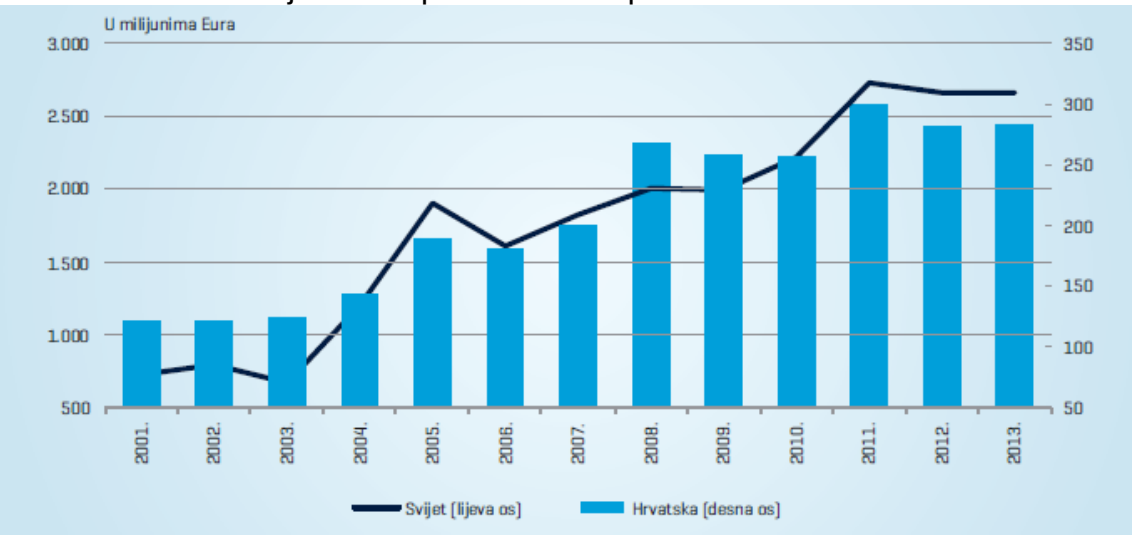
Smanjenje poreznog opterećenja jedan je od preduvjeta za konkurentsko repozicioniranje kao i za povećanje investicijske aktivnosti što bi u konačnici moglo rezultirati većim stopama gospodarskoga rasta, bez kojih se ne nazire rješavanje ozbiljnih strukturnih pitanja i zabrinjavajuće visoke razine nezaposlenosti. Kako bi se spriječio rast deficita i posljedično zaduženosti, porezno smanjenje mora biti popraćeno smanjenjem proračunskih rashoda. Zajedničko su obilježje zemalja CEFTA-e stalno prisutni vanjskotrgovinski i proračunski deficit. Oni su značajnim dijelom posljedica makroekonomske neravnoteže koja se očituje u većoj domaćoj potrošnji u odnosu na ostvarenu vrijednost proizvodnje. Upravo su ti deficiti glavni generatori velike inozemne zaduženosti kako javnog sektora tako i gospodarstva u cjelini. Primarna je zadaća svih zemalja osigurati makroekonomsku stabilnost, vodeći prvenstveno računa o razinama, strukturi i ročnosti otplate vanjskih dugova.[19]

Veliki su izazovi i očekivanja stavljeni pred javni sektor. Pad gospodarske aktivnosti u većini je zemalja značajno smanjio opću razinu potrošnje i porezne prihode, čime je otežano izvršavanje tekućih proračunskih obveza. Postojeće

[19] Ibidem, str.18

makroekonomske prilike i trendovi nameću pitanje o mogućnostima i dinamici gospodarskog oporavka.[20] One svakako ovise o pokretanju investicijskog ciklusa.

Grafikon 11. Kretanje izvoza prehrambenih proizvoda na tržištu CEFTA-e

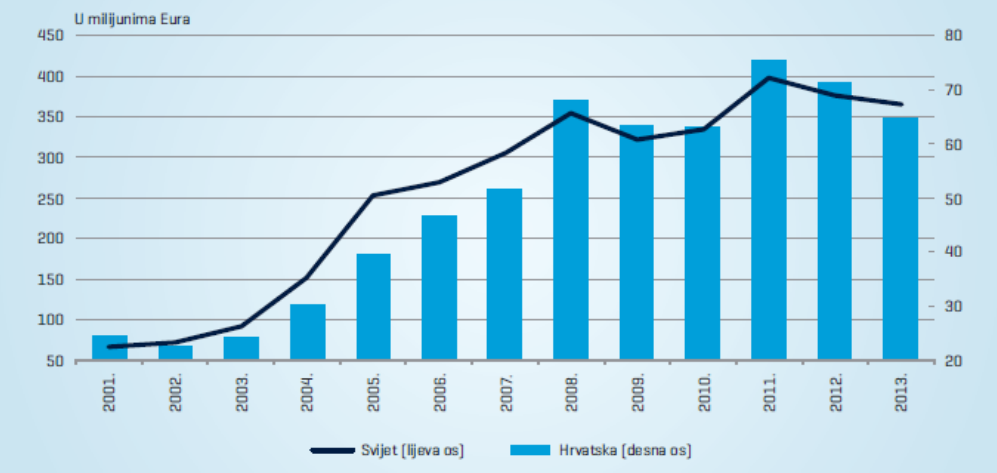


Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.19

Kretanje izvoza hrane na tržište CEFTA-e u razdoblju 2001.-2013. godine prolazilo je kroz dvije različite faze (Grafikon 11). Jedna je do pojave gospodarske krize (do 2008.), a duga nakon nje. Od 2001.- 2008. zabilježen je izraženiji izvozni rast. U tom je razdoblju izvoz hrane na tržište CEFTA-e u prosjeku godišnje rastao po stopi od 10,5 posto. Recesija koja je nastupila 2008. godine pridonijela je slabljenju potražnje u zemljama CEFTA-e što se odrazilo i na značajno usporavanje izvoznog rasta. Od 2008.-2013. izvoz hrane rastao je u prosjeku tek 0,7 posto godišnje. Osim recesije i slabljena potražnje, uzroke svakako valja tražiti i u pristupanju Hrvatske EU-u. Usporedi li se izvoz hrane s drugim zemljama izvoznicima na tržište CEFTA-e, zapaža se da su konkurenti, kumulativno, u razdoblju 2001.-2013. povećavali izvoz hrane u prosjeku 10,5 posto godišnje, a Hrvatska 6,8 posto.

[20] Buturac, G.; *Beyond the Global Recession: Mutual Trade and Economic Convergence*, Ekonomski pregled, 64 (4), 2013., str. 324

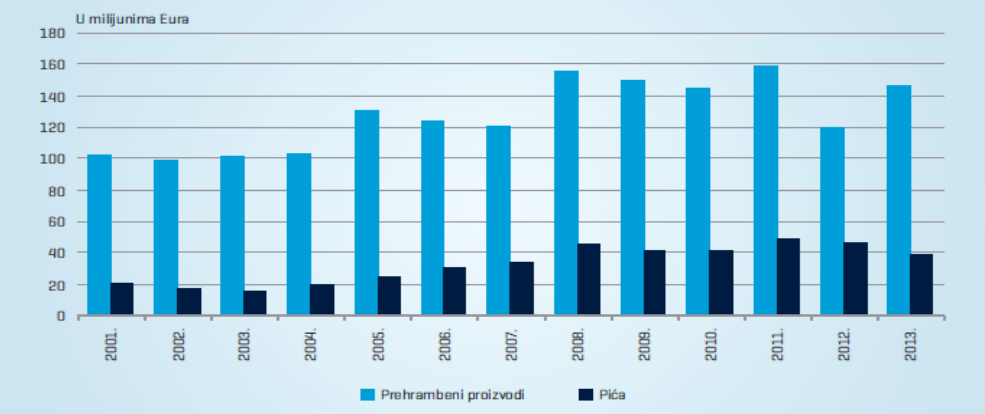
Grafikon 12. Kretanja izvoza pića na tržištu CEFTA-e



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.19

Slično je kod izvoza pića. Druge su zemlje povećavale izvoz pića u prosjeku godišnje 14,0 posto, a Hrvatska 7,8 posto (Grafikon 12).

Grafikon 13. Vanjskotrgovinska bilanca



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.20

. Usprkos usporavanju izvoznog rasta u recesijskim godinama i padu izvozne konkurentnosti Hrvatska ima pozitivnu vanjsko-trgovinsku bilancu kumulativno sa zemljama CEFTA-e i u trgovini hranom i pićima (Grafikon 13).

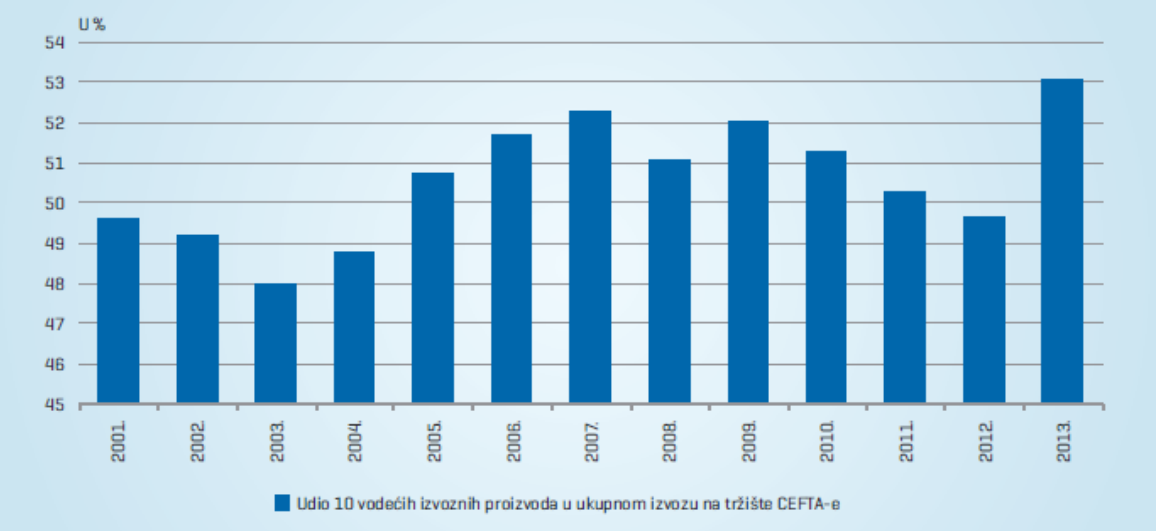
Tablica 7. Struktura 10 vodećih izvoznih proizvoda na tržište CEFTA-e

	Naziv proizvoda	***2001.***	***2003.***	***2005.***	***2007.***	***2009.***	***2011.***	***2013.***
1806	Čokolada i proizvodi s kakaom	10,9	10,4	10,0	9,8	8,7	7,9	8,2
2106	Ostali prehrambeni proizvodi	5,7	5,6	5,0	6,7	7,8	7,7	7,9
2203	Pivo	5,2	5,6	6,9	7,9	8,1	7,3	7,6
2202	Voda, mineralna, gazirana	2,8	4,0	4,9	6,8	6,5	6,1	5,4
1604	Pripremljena ili konzervirana riba	8,6	6,6	4,8	4,5	5,0	3,7	4,7
1602	Ostali konzervirani proizvodi od mesa	4,8	4,0	3,6	3,2	3,3	3,4	4,6
2309	Pripravci za prehranu životinja	1,2	0,7	3,4	2,6	2,5	4,5	3,8
1905	Kruh, kolači, keksi i ostali pekarski proizvodi	5,0	5,0	4,9	4,4	3,8	3,7	3,7
2103	Umaci i pripravci	3,8	4,4	4,2	3,6	3,2	3,0	3,5
1901	Sladni ekstrakt, proizvodi od krupica, brašna	1,6	1,6	3,0	2,8	3,2	3,1	3,5

Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.20

Uvid u proizvodnu strukturu izvoza pokazuje da Hrvatska prehrambena industrija na tržište CEFTA-e najviše izvozi: čokoladne proizvode i proizvode od kakaa – 8,2 posto, pivo – 7,6 posto, vodu – 5,4 posto, pripremljenu i konzerviranu ribu – 4,7 posto te konzervirane mesne proizvode – 4,6 posto (Tablica 7).

Grafikon 14. Izvozna koncentracija – udio 10 vodećih proizvoda u ukupnom izvozu hrvatske prehrambene industrije na tržište CEFTA-e



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.21

Vodećih 10 izvoznih proizvoda u ukupnom izvozu sudjeluje s preko 50,0 posto, što potvrđuje značajnu proizvodnu koncentraciju (Grafikon 14). Ona može biti posljedica razvijene specijalizacije u trgovini, ali i nedovoljno diversificirane i razvijene proizvodnje i plasmana.

2.2.2. EU-15

Gospodarska kretanja u Hrvatskoj uvelike su određena prilikama na tržištu EU-a. Gospodarstvo Europske unije obilježava značajna heterogenost zemalja članica. Ona se prije svega ogleda u dostignutom stupnju gospodarskog razvoja, heterogenosti proizvodnih struktura, karakteristikama tržišta potrošača te razvijenosti institucionalnog okvira. Slijedom toga najprije će se analizirati trendovi u "starim" članicama Europske unije (EU-15), a nakon toga u novim članicama (NMS-12). Gospodarska kriza započeta potkraj 2007. godine u SAD-u odrazila se i na kretanja u Europskoj uniji.[21]

[21] Buturac G., Vizek M.; *Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, op.cit., str.21*

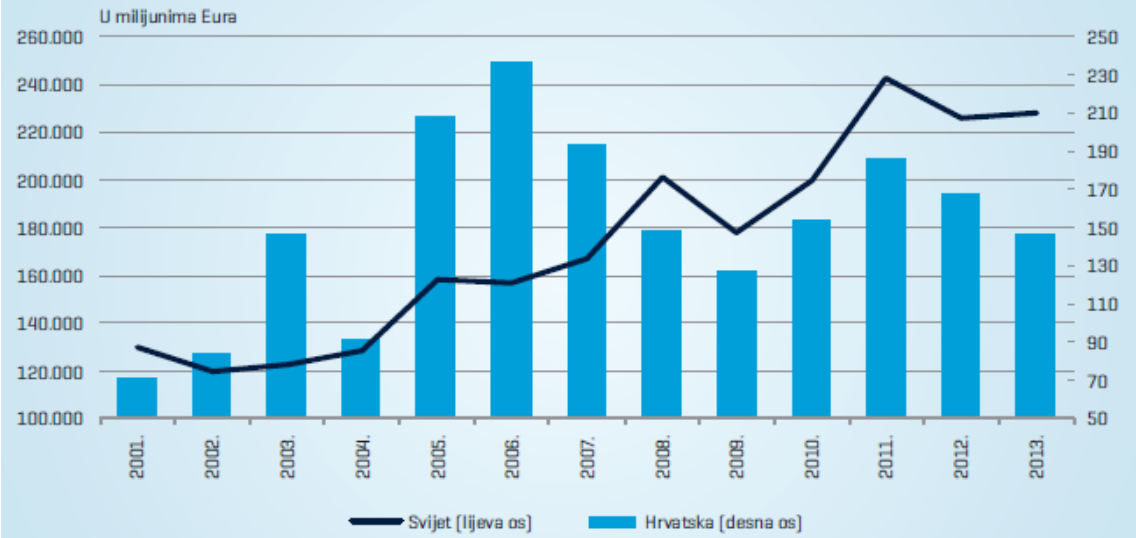
Tablica 8. Pregled osnovnih makroekonomskih indikatora – EU-15

	Stopa rasta realnog BDP-a	***Udio investicija u BDP-u***	***CPI indeks***	***Stopa nezaposlenosti***	***Broj stanovnika (u 000)***	***Javni prihodi (% BDP)***	***Javni dug (% BDP)***
2001.	2,2	21,9	92,2	6,3	377.823	45,5	58,9
2002.	1,9	20,8	94,5	6,6	379.711	45,0	58,1
2003.	1,6	20,9	96,4	7,0	381.664	45,0	57,9
2004.	3,0	21,1	98,4	7,3	383.740	44,9	57,6
2005.	2,6	21,6	100,7	7,2	386.103	45,3	57,4
2006.	3,6	22,2	102,8	6,8	388.068	45,5	55,9
2007.	3,5	22,8	105,8	6,3	390.266	45,4	54,1
2008.	-0,02	22,1	107,9	6,3	392.457	45,3	59,6
2009.	-4,7	18,3	109,2	8,4	394.132	44,9	69,1
2010.	1,6	18,5	111,8	9,2	395.584	45,0	76,0
2011.	1,0	18,9	114,9	9,6	396.212	45,5	80,9
2012.	-0,9	18,0	117,4	10,7	397.489	45,9	85,0
2013.	-0,2	17,3	118,4	11,3	398.954	46,9	88,6

Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.21

Simptomi krize iz 2008. godine, prepoznati u padu realnog BDP-a i rastu nezaposlenosti, produbili su se u 2009. godini (Tablica 8.). U 2010. i 2011. godini zabilježen je blagi oporavak, da bi 2012. i 2013. donijele novi pad BDP-a. Osim padom BDP-a i sporim oporavkom, razdoblje 2008.-2013. obilježeno je padom investicijske aktivnosti, rastom nezaposlenosti i javnog duga. Usprkos ovim nepovoljnim gospodarskim trendovima prisutnim u zadnjih nekoliko godina, dosadašnji ostvareni stupanj gospodarskog razvoja svrstava EU-15 među gospodarski najsnažnije strukture na globalnom tržištu. Ulaskom u EU hrvatska prehrambena industrija može očekivati slobodniji pristup tržištu EU-a, i slobodniji plasman roba.

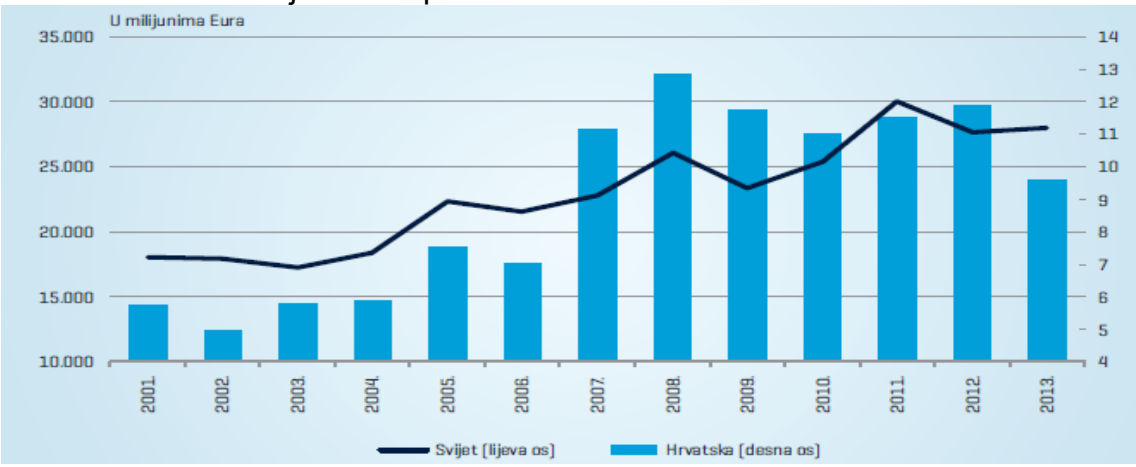
Grafikon 15. Kretanja izvoza prehrambenih proizvoda na tržištu EU-15



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.22

Velika je izloženost domaće industrije kretanjima na tom tržištu. Analiza izvoznog trenda hrane na tržištu EU-15 potvrđuje rast izvozne konkurentnosti u cjelokupnom promatranom razdoblju. Međutim, vidljivo je da u posljednjem razdoblju i to od 2011.-2013. konkurentnost slabi. Hrvatska je u razdoblju 2001.-2013. na tržište EU-15 povećavala izvoz hrane u prosjeku 5,8 posto godišnje, a svijet 4,4 posto. Izvozni pad najviše je izražen u 2013. godini pri čemu je izvoz smanjen za 12,4 posto u odnosu na 2012. (Grafikon 15.), dok su konkurenti u istoj godini povećali izvoz hrane na tržište EU-15, i to za 1,1 posto.

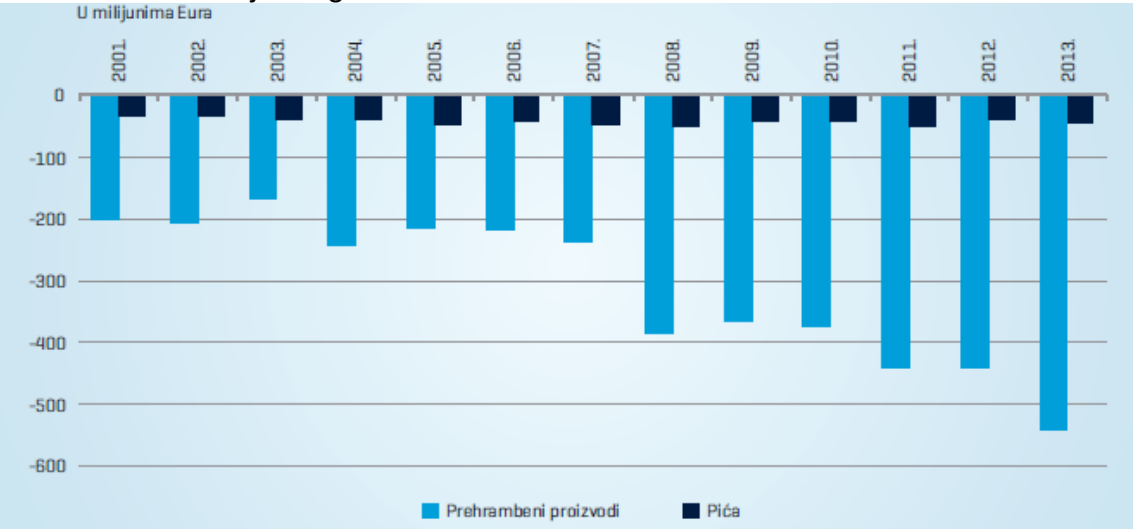
Grafikon 16. Kretanje izvoza pića na tržištu EU-15



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.22

Sličan je trend prisutan kod izvoza pića. Pojavom globalne recesije u 2008. godini izvoz pića na tržište EU-15 počinje se smanjivati (Grafikon 16.). Iako su u 2010. i 2011. godini zabilježeni blago pozitivni trendovi, izvoz se nije uspio vratiti na razinu iz 2008. godine. Iznimno nepovoljan trend donijela je 2013. godina u kojoj se izvoz pića u EU-15 smanjio za 19,6 posto na godišnjoj razini.

Grafikon 17. Vanjskotrgovinska bilanca



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.23

. Izvozni i uvozni trendovi rezultirali su odgovarajućom vanjsko-trgovinskom bilancom (Grafikon 17). Kumulativno, ona je u promatranom razdoblju negativna, s tendencijom rasta u trgovini hranom, i stagnacijom u trgovini pićima. U 2013. godini negativni saldo razmjene hranom iznosio je 541,0 milijun eura, a pićima 43,0 milijuna eura.

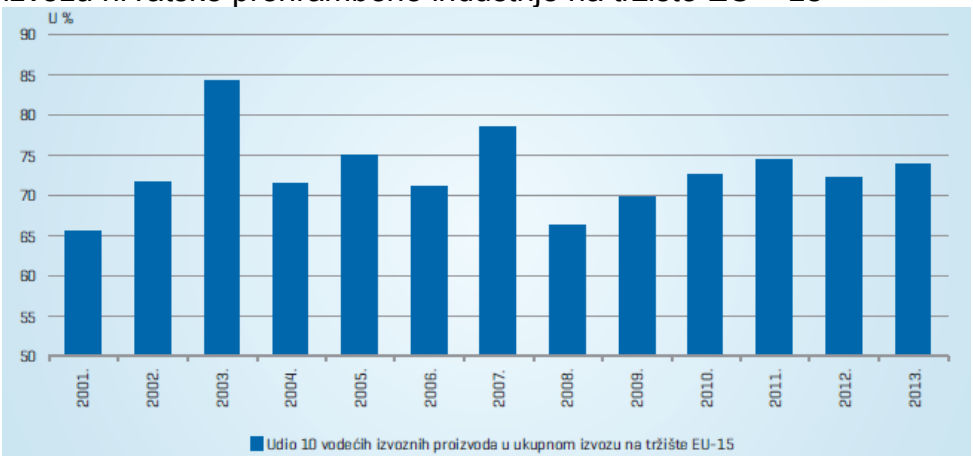
Tablica 9. Struktura – 10 vodećih izvoznih proizvoda na tržištu EU - 15

	Naziv proizvoda	*2001.*	*2003.*	*2005.*	*2007.*	*2009.*	*2011.*	*2013.*
0302	Riba, svježa ili rashlađena	10,2	6,5	7,9	9,3	13,9	13,9	14,9
1701	Šećer	34,4	62,7	45,8	43,6	10,0	25,0	14,2
1901	Sladni ekstrakt, proizvodi od krupice, brašno	0,2	0,6	1,0	1,9	7,1	7,4	11,7
1602	Ostali konzervirani proizvodi od mesa	7,6	4,0	3,9	4,2	7,3	6,7	9,0
2103	Umaci i pripravci	8,2	3,9	3,2	3,7	5,9	4,6	6,1
0201	Meso od goveda	2,4	0,9	0,8	2,4	4,1	3,9	4,7
2106	Ostali prehrambeni proizvodi	0,8	3,1	5,3	4,2	6,6	1,6	4,4
0305	Riba, sušena, soljena, dimljena	1,4	2,4	6,2	7,5	12,4	8,0	3,2
0303	Riba smrznuta	0,0	0,0	0,0	0,3	1,4	2,3	3,2
2207	Nedenaturirani etilni alkohol	0,3	0,1	0,9	1,4	1,1	0,8	2,3

Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.24

Strukturna analiza izvoza hrane i pića pokazuje da Hrvatska na tržište EU-15 najviše izvozi svježu ili rashlađenu ribu – 14,9 posto. Slijedi šećer s 14,2 posto udjela u ukupnom izvozu te sladni ekstrakti, proizvodi od krupice i brašna s udjelom 11,7 posto (Tablica 9).

Grafikon 18. Izvozna koncentracija – udio 10 vodećih proizvoda u ukupnom izvozu hrvatske prehrambene industrije na tržište EU – 15



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.24

Izvozna koncentracija proizvoda veoma je velika. Pri tome na 10 vodećih izvoznih proizvoda otpada gotovo 75 % ukupnog izvoza hrane i pića na tržište EU-15 (Grafikon 18).

2.2.3. NMS-12

Tržište NMS-12 čine tranzicijske zemlje Srednje i Istočne Europe koje su pristupile Europskoj uniji. Najveći broj zemalja pristupio je Uniji u svibnju 2004. godine, dok su Rumunjska i Bugarska pristupile Uniji 2007. godine. Zajedničko je obilježje ove skupine zemalja tranzicija gospodarstva iz "planske privrede" u tržišno gospodarstvo. Proces je bio praćen ubrzanim otvaranjem ovih ekonomija i postepenim procesom integracija u zajedničko tržište – EU. U mnogim zemljama proces tranzicije, otvaranja i liberalizacije tržišta donio je rast intra-industrijske trgovine. On je bio potaknut "seljenjem" pojedinih dijelova proizvodnih procesa iz zapadnih zemalja EU-a u navedene zemlje. Rast izravnih stranih ulaganja i intra-industrijske trgovine uvelike je pridonio oživljavanju gospodarske aktivnosti i rastu zaposlenosti u ovim zemljama.[22]

[22] Ibidem, str.23

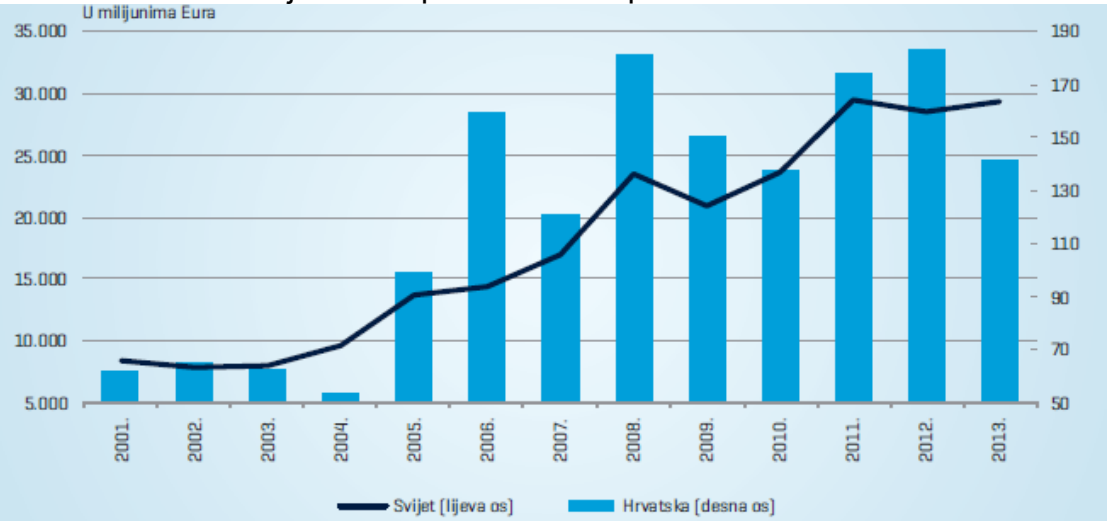
Tablica 10. Pregled osnovnih makroekonomskih indikatora – NMS-12

	Stopa rasta realnog BDP-a	***Udio investicija u BDP-u***	***CPI indeks***	***Stopa nezaposlenosti***	***Broj stanovnika (u 000)***	***Javni prihodi (% BDP)***	***Javni dug (% BDP)***
2001.	4,1	23,4	87,9	11,4	104.570	35,4	37,6
2002.	4,3	23,2	90,7	11,0	104.411	35,4	37,1
2003.	4,9	23,4	94,0	10,3	103.654	36,1	37,6
2004.	5,5	25,0	98,2	10,2	103.465	36,2	37,0
2005.	5,8	25,7	101,9	9,2	103.335	37,1	34,9
2006.	6,8	27,9	105,6	7,8	103.234	37,4	32,9
2007.	6,6	29,5	112,9	6,4	103.001	38,1	31,0
2008.	2,9	28,0	118,8	6,1	102.970	37,9	31,2
2009.	-7,2	20,6	120,4	9,5	102.978	38,0	39,1
2010.	1,7	21,2	124,7	11,1	102.876	37,6	42,7
2011.	3,2	22,0	128,9	10,5	102.877	38,2	45,2
2012.	0,9	20,5	132,7	10,6	102.665	38,0	48,9
2013.	0,9	19,3	133,5	10,6	102.513	38,1	53,0

Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.25

Hrvatskoj je ovo tržište posebno zanimljivo i značajno s obzirom na zajednička obilježja s većinom zemalja, slične ekonomske procese i faze gospodarskog razvoja, dio zajedničke prošlosti s nekima od zemalja (Slovenija, Mađarska), relativnu blizinu tržišta, poznavanje navika i ukusa potrošača i strukture potražnje na tim tržištima. Ulaskom u EU pospješena je ekonomska aktivnost u zemljama NMS-12. Povećana investicijska aktivnost donijela je veće stope rasta i pad nezaposlenosti (Tablica 10). Pozitivna gospodarska kretanja zaustavljena su u 2008. godini kada je došlo do globalne gospodarske krize. Nakon 2009. godine, u kojoj je zabilježen značajniji pad realnog BDP-a (7,2 posto), uslijedio je spori gospodarski oporavak. Tržište NMS-12 je tržište neiskorištenih potencijala.

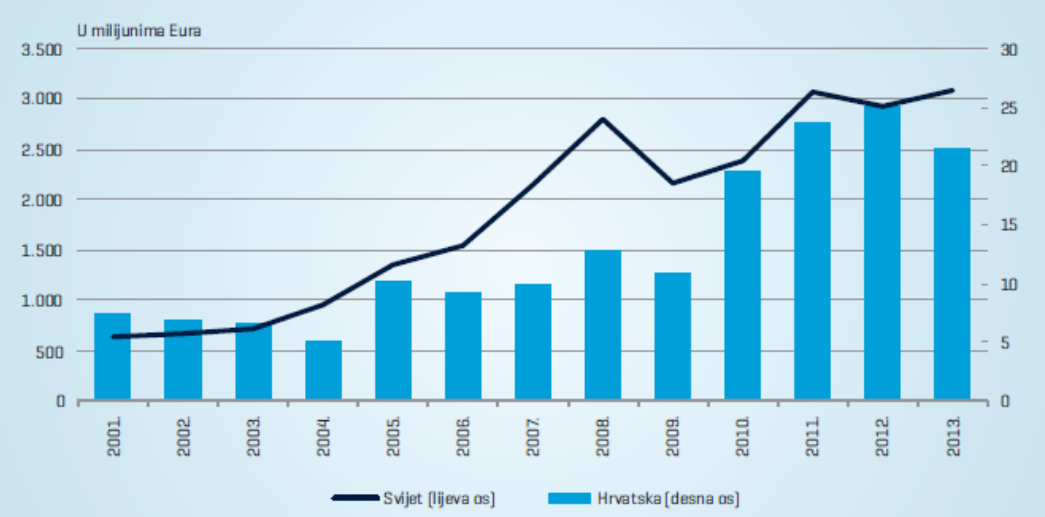
Grafikon 19. Kretanja izvoza prehrambenih proizvoda na tržištu NMS - 12



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.25

U promatranom razdoblju 2001.-2013. svijet je na ovom tržištu više i bolje nego Hrvatska iskorištavao rast potražnje za hranom. Dok su sve druge zemlje koje izvoze hranu na ovo tržište kumulativno povećavale svoj izvoz u prosjeku godišnje 10,0 posto, Hrvatska ga je povećavala 6,6 posto. Kao i na prethodnim analiziranim tržištima, u 2013. godini došlo je do osjetnijeg pada izvoza hrane (Grafikon 19.). U toj je godini izvoz smanjen za 22,9 posto na godišnjoj razini. Istovremeno se izvoz hrane konkurentskih zemalja na ovo tržište kumulativno povećao i to za 2,6 posto.

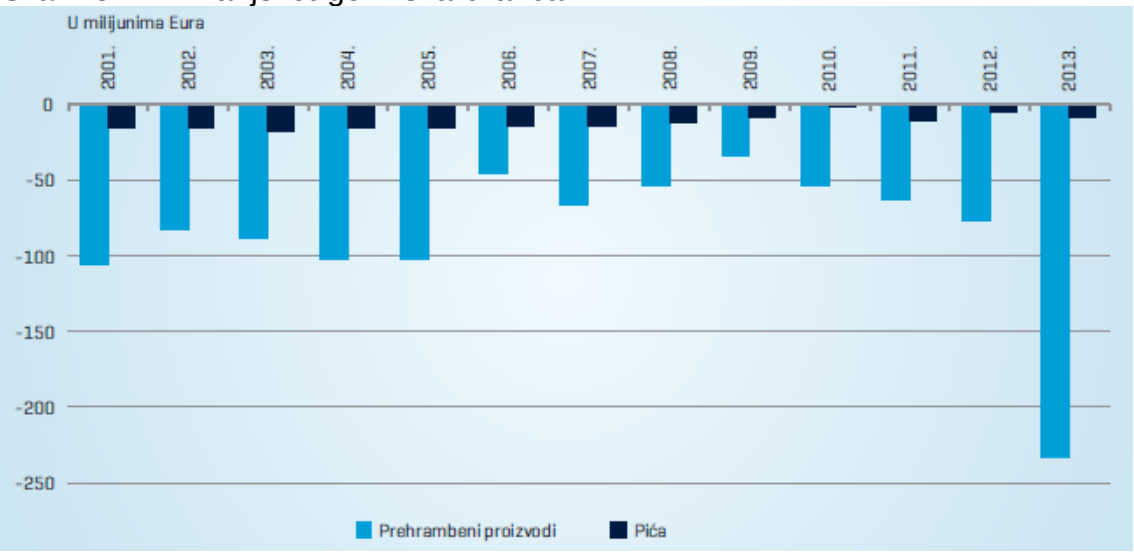
Grafikon 20. Kretanja izvoza pića na tržištu NMS - 12



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.26

Slični su trendovi zabilježeni kod izvoza pića (Grafikon 20.). Dok je u 2013. svijet svoj izvoz pića na tržište NMS-12 povećao, Hrvatska ga je smanjila. Uz CEFTA-u i EU-15, pad izvozne konkurentnosti domaće prehrambene industrije i na tržištu NMS-12 potvrđuje tezu da uzrok pada konkurentnosti nije tržišno repozicioniranje uslijed promjene eksternih faktora, već su to strukturni problemi domaće prehrambene industrije, koji rezultiraju slabljenjem izvozne konkurentnosti.

Grafikon 21. Vanjskotrgovinska bilanca



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.26

Vanjsko-trgovinska bilanca Hrvatske u trgovini hranom sa zemljama NMS-12 kumulativno je negativna s izraženom tendencijom rasta nakon globalne krize (nakon 2008. godine). Deficit u trgovini hranom u 2013. je godini iznosio 233,0 milijuna eura, a u trgovini pićima 8,0 milijuna eura (Grafikon 21.). Relativno malen obujam izvoza hrvatske prehrambene industrije na tržište NMS-12 dijelom pridonosi oscilacijama u trendovima, ali i promjeni izvozne strukture proizvoda.

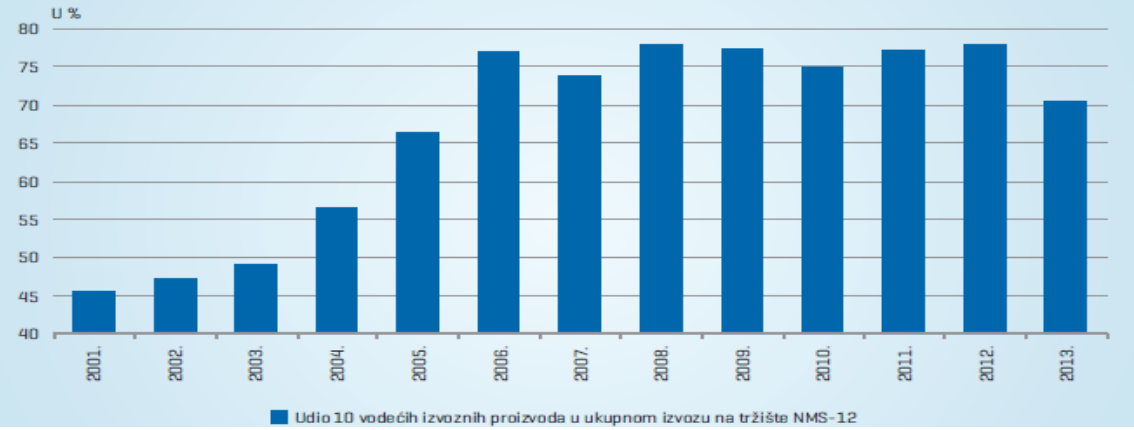
Tablica 11. Struktura – 10 vodećih izvoznih proizvoda na tržištu NMS - 12

	Naziv proizvoda	***2001.***	***2003.***	***2005.***	***2007.***	***2009.***	***2011.***	***2013.***
1701	Šećer	0,1	0,1	11,7	37,2	42,9	40,3	23,9
2103	Umaci i pripravci	14,0	12,3	11,9	7,5	5,9	5,7	8,4
2202	Voda, mineralna, gazirana	1,1	1,6	1,8	2,4	2,9	7,9	8,3
1905	Kruh, kolači, keksi i ostali pekarski proizvodi	8,1	9,0	6,3	5,2	6,1	5,7	6,8
1901	Sladni ekstrakt, proizvodi od krupice, brašna	5,2	5,2	4,8	4,4	5,4	4,7	6,3
2106	Ostali prehrambeni proizvodi	5,7	6,1	5,7	5,1	5,3	4,6	5,7
1806	Čokolada i proizvodi se kakaom	6,3	7,6	18,9	7,7	4,3	3,8	3,8
1602	Ostali konzervirani proizvodi od mesa	3,1	3,8	3,0	2,2	2,8	2,6	2,7
0302	Riba, svježa ili rashlađena	0,8	1,3	0,3	0,5	0,5	0,8	2,4
2105	Sladoled i ostali jestivi ledeni proizvodi	1,1	2,3	1,9	1,6	1,2	1,3	2,0

Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.27

Velik broj vodećih izvoznih proizvoda na ovo tržište u promatranom razdoblju je značajnije mijenjao svoje udjele u ukupnoj strukturi. S obzirom na njihovu zastupljenost u ukupnom izvozu prehrambenog sektora na tržištu NMS-12, vodeći su izvozni proizvodi u 2013. godini bili: šećer – s 23,9 posto udjela, umaci i pripravci od umaka - s 8,4 posto, voda – s 8,3 posto, kruh, kolači, keksi i ostali pekarski proizvodi – s 6,8 posto udjela u izvozu (Tablica 11).

Grafikon 22. Izvozna koncentracija – udio 10 vodećih proizvoda u ukupnom izvozu hrvatske prehrambene industrije na tržište NMS- 12



Izvor: Buturac G., Vizek M.; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014., str.27

Izvoz je i na ovom tržištu u značajnoj mjeri koncentriran s obzirom na proizvodnu strukturu. Pri tome 10 vodećih izvoznih proizvoda sudjeluje sa 70 % u ukupnom izvozu (Grafikon 22).

U promatranom razdoblju od 2001. do 2013. razina izvozne konkurentnosti prehrambenih proizvoda na globalnom tržištu nije se značajno promijenila, dok se izvozna konkurentnost pića poboljšala. Rezultati ukazuju na značajan izvozni rast i na globalnom tržištu i na segmentiranim međunarodnim tržištima, uz naznaku da je nakon 2008. godine došlo do značajnog usporavanja pozitivnog trenda. Od analiziranih tržišta hrvatska prehrambena industrija je najbolje pozicionirana na tržištu CEFTA-e. Iako se prehrambena industrija relativno dobro pozicionirala prema posljedicama recesije, najnoviji trendovi iz 2013. potvrđuju konkurencijski pritisak i potrebu jačanja izvozne konkurentnosti.

3. PERSPEKTIVE PREHRAMBENE INDUSTRIJE

Kako bi ojačala svoju konkurentnost, prehrambena industrija bi trebala razvijati sljedeća područja:

- veća ulaganja u ljudski kapital
- brendiranje prehrambene industrije i ulaganje u inovativan dizajn
- ulaganje financijskih sredstava u istraživanje i razvoj i razvoj novih tehnologija
- formiranje prehrambenih klastera.[23]

3.1. Ljudski potencijali

Kvalitetni, obrazovani i vješti zaposlenici su najvrjedniji resursi svakog poduzeća, zbog toga i je jako važno ulaganje u ljudske potencijale. Prehrambena industrija bi trebala biti povezana s obrazovnim sustavom kako ne bi došlo do deficita radne snage koja je obrazovana za rad u prehrambenoj industriji. Trebala bi razvijati edukacijske programe za zaposlene, te promovirati prehrambeni sektor kao poželjan za visokoobrazovane pojedince. Važno je napraviti detaljnu analizu stanja na osnovu koje će se utvrditi koje su potrebe prehrambenog sektora u određenim područjima unutar RH, postojeći ljudski kapaciteti, izraditi srednjoročne i dugoročne projekcije razvoja sektora i njihovih potreba za radnom snagom kako bi se moglo učinkovito odgovoriti na potrebe sektora sada, ali i u budućnosti.[24] Pri tom naglasak treba biti na razvijanju novih vještina kroz obrazovni sustav i cijelo-životno stručno osposobljavanje, mogućnost prekvalifikacije radne snage ali i uvođenje mjera za ciljano privlačenje visokokvalificirane radne snage u prehrambeni sektor iz drugih zemalja.

Mjere za ostvarenje:

- razvoj edukacijskih programa i programa cijelo-životnog obrazovanja u skladu sa trenutnim i budućim potrebama tržišta rada

[23] MINGO; *Strateške smjernice za razvoj prehrambeno-prerađivačkog sektora*, Zagreb, 2013.-2020., Vlada RH, str. 3
[24] Ibidem, str. 10

- razvoj novih vještina i kurukuluma za nova zanimanja u okviru prehrambenog sektora
- promocija imidža sektora (sektor poželjan za mlade i visoko-obrazovane).[25]

3.2. Brendiranje prehrambene industrije

Promocija prehrambeno-prerađivačkog sektora, utvrđivanje prioritetnih oznaka/standarda kvalitete za pojedine skupine proizvoda i njihovo brendiranje omogućit će prepoznatljivost i olakšani pristup globalnom tržištu, ali i povećati atraktivnost sektora za privlačenje novih investicija.[26] Prehrambena industrija mora raditi na stvaranju brendova kako bi postala prepoznatljiva i na nacionalnom, ali i na međunarodnom tržištu, i samim tim povećala svoju konkurentnost. Promocija i brendiranje prehrambeno-prerađivačkog sektora provest će se kroz sveobuhvatni skup mjera i instrumenata poput marketing miksa koji će biti razrađen u Komunikacijskoj strategiji i pripadajućem Akcijskom planu, hrvatski 'paket prednosti' i izrađen investicijski profil zemlje po sektorima te brendiranje regija i identificiranje i razvoj brendova u okviru prioritetnih sektora u Republici Hrvatskoj.[27]

Mjere za ostvarenje:

- izrada i primjena komunikacijske strategije prehrambeno-prerađivačkog sektora
- razvoj teritorijalnih (nacionalnih , regionalnih i lokalnih) standarda i brendova u okviru prehrambeno-prerađivačkog sektora kao dodane vrijednosti sektora
- multisektorsko povezivanje sa sektorom turizma radi plasmana hrvatskih prehrambenih proizvoda u turističkom sektoru.[28]

[25] Ibidem, str. 11
[26] Ibidem, str. 12
[27] Loc. cit.
[28] Ibidem, str. 13

3.3. Ulaganje u istraživanje i razvoj i razvoj tehnologije

Ova vrsta ulaganja je jako važna za budućnost poduzeća te stabilnost i razvoj. Svrha ovog područja je unaprijediti i diversificirati proizvodnju putem ulaganja u tehnološki razvoj , istraživanje i razvoj te komercijalizaciju inovacija i to putem primjene pametnih tehnologija za osiguranje sigurnosti i kvalitete hrane, primjenom pametnih tehnologija u razvoju ambalažnih materijala u procesu pakiranja, razvojem novih proizvoda u skladu s zahtjevima tržišta pri čemu se primarno misli na proizvodnju visokokvalitetne i funkcionalne hrane, hrane iz organskog uzgoja te tradicionalnih proizvoda.[29] Potrebe potrošača se mijenjaju u skladu s promjenama demografske slike stanovništva, stoga je vrlo važno ovo područje kako bi se iskoristile sve prilike za bolje tržišno pozicioniranje i veću konkurentnost.

Mjere za ostvarenje:

- unaprjeđenje i povećanje produktivnosti prehrambenog sektora kroz inovacije i primjenu novih tehnologija
- primjena pametnih (KET) tehnologija za unapređenje sigurnosti i kvalitete hrane te u razvoju ambalažnih materijala, procesa pakiranja i produženju trajnosti prehrambenih proizvoda
- razvoj novih proizvoda u skladu sa zahtjevima tržišta (visokokvalitetna i funkcionalna hrana, hrana za posebne skupine potrošača, hrana iz organskog uzgoja).[30]

3.4. Klasteri prehrambene industrije

Industrijski klasteri obilježavaju čvrste veze između tvrtki i industrija u različitim aspektima ponašanja: geografskoj lokaciji, izvorima inovacija, zajedničkim dobavljačima i inputima itd.[31] Geografska blizina je najčešći kriterij po kojem se formiraju klasteri koji su vrlo važni u rastu konkurentnosti industrije. Poduzeća koja su članovi klastera zajedno koriste resurse kojima ostvaruju nova otkrića, rast inovacija, znanja i vještina. U Republici Hrvatskoj je u maloj mjeri

[29] Ibidem, str. 8
[30] Ibidem, str. 9
[31] Dragičević M.*; Konkurentnost: Projekt za Hrvatsku*, Zagreb, 2012., Školska knjiga, str. 14

prisutno organiziranje poduzeća u obliku klastera. 2013. godine se na inicijativu Ministarstva gospodarstva i Agencije za investicije i konkurentnost osniva klaster prehrambene industrije čiji je cilj povezivanje javnog, privatnog i istraživačkog centra radi jačanja konkurentnosti navedene industrije.[32] Na osnivačkoj skupštini klastera konkurentnosti, članica uprave Podravke Jadranka Ivanković izabrana je za predsjednicu klastera prehrambeno-prerađivačkoga sektora.[33] Osim jačanja konkurentnosti, svrha je iskorištavanje dostupnih izvora financiranja (kao što su EU fondovi) i brendiranje prehrambene industrije.

Mjere za ostvarenje:

- razvoj poslovne infrastrukture i poslovnih potpornih institucija za prehrambeno-prerađivački sektor
- razvoj znanstveno-istraživačke infrastrukture i tehnološke platforme
- Povezivanje javnog, privatnog, znanstveno-istraživačkog sektora kroz poslovne klastere i klastere konkurentnosti
- usklađivanje proizvodnje poljoprivrednih proizvoda sa potrebama prehrambeno-prerađivačkog sektora, te potrebama domaćeg i inozemnog tržišta
- razvoj novih poslovnih modela i modela pružanja usluga, logistike i transporta za potporu proizvođačima sirovina
- poboljšanje održivosti poljoprivrednog i prehrambeno-prerađivačkog sektora
- identifikacija domaćeg lanca vrijednosti prehrambeno-prerađivačkog sektora i uključivanje u međunarodni lanac vrijednosti kroz internacionalizaciju poslovanja
- poboljšanje zakonodavnog okvira i poticanje primjene zelene javne nabave.[34]

[32] MINGO; *Strateške smjernice*, op.cit. str. 4
[33] List Podravka d.d.; *Podravka*, broj 1995, str. 17
[34] MINGO*; Strateške smjernice,* op.cit. str. 5

Obzirom na navedeno, ključna su ulaganja u navedena područja kako bi se konkurentnost prehrambene industrije Republike Hrvatske povećala. Analizom izvoza prehrambenih proizvoda na globalnom tržištu, ali i na odabranim segmentiranim tržištima, utvrđena je nedovoljna diversifikacija koja ukazuje na neiskorištene potencijale razvoja na analiziranim tržištima i potrebu za ulaganjima u navedena područja kako bi se iskoristili potencijali iz okruženja.

ZAKLJUČAK

Prehrambena industrija predstavlja jednu od najvažnijih industrija unutar prerađivačke industrije u Republici Hrvatskoj zbog činjenice da zapošljava najviše ljudi i ostvaruje najviše prihode. Prehrambena industrija ima veliki značaj u ukupnom hrvatskom izvozu, industrijskoj proizvodnji i gospodarstvu, što pokazuju i rezultati analize izvozne konkurentnosti i učinaka prehrambene industrije na hrvatsko gospodarstvo. U interesu je svih gospodarskih čimbenika u zemlji imati što veći broj uspješnih prehrambenih tvrtki, što će u mikroekonomskom smislu omogućiti akumulaciju kapitala, inovacije i tehnološka unaprjeđenja, dok će u makroekonomskom pogledu održati visoku zaposlenost u sektoru i izazvati pozitivne fiskalne učinke. Važnost prehrambene industrije ogleda se i u njezinom razvojnom utjecaju na ostale grane djelatnosti.

U općoj antipoduzetničkoj klimi kakva vlada u Hrvatskoj, poželjno je isticati svijetle primjere tvrtki koji ostvaruju stabilne prihode sa značajnim izvoznim udjelom. Većina tvrtki analiziranih u ovom radu tijekom 2012. godine ostvarila je povećanje prihoda, što je izuzetan uspjeh uzevši u obzir opće smanjenje osobne potrošnje kao posljedicu stagnacije gospodarstva, kako u Hrvatskoj, tako i u Europi. Financijski pokazatelji prema prihodu devet najvećih poduzeća u Hrvatskoj, ukazuju na značajnu divergentnost. Dok je, primjerice, PIK Vrbovec ostvario profitabilnost kapitala od 21% koja je visoka čak i za uvjete gospodarske ekspanzije, neke tvrtke, poput Podravke i Belja, ostvarile su niže prihode i troškove, odnosno financijski gubitak u poslovnoj godini. Za potrebe usporedbe i rangiranja poduzeća u radu su, osim financijskih pokazatelja izračunatih iz financijskih izvješća poduzeća, u obzir uzeti i tržišni čimbenici prikupljeni anketnim istraživanjem. Ovi su podaci objedinjeni AHP metodom višekriterijskog odlučivanja u sintetiziranu (zbrojnu) ocjenu prema kojoj je najbolja tvrtka prehrambene industrije u Hrvatskoj u 2012. godini bio PIK Vrbovec. AHP se u radu pokazala dobrom metodom za objedinjavanje međusobno konfrontiranih kriterija i podkriterija jer se kod većine analiziranih tvrtki financijske i tržišne ocjene nisu poklapale.

Potvrđen je izvozni rast hrvatskog prehrambenog sektora i na globalnom tržištu i na segmentiranim međunarodnim tržištima, uz naznaku da je nakon 2008. godine došlo do usporavanja pozitivnog trenda, a u 2013. godini i do izvoznog pada. Ističe se značajna koncentracija proizvoda kako na globalnom tržištu tako i na segmentiranim tržištima. Nedovoljna diversifikacija ukazuje na neiskorištene potencijale razvoja na analiziranim tržištima i potrebu većeg ulaganja u inovacije i razvoj novih proizvoda. Od analiziranih tržišta hrvatska prehrambena industrija je najbolje pozicionirana na tržištu CEFTA-e.

Zbog velike važnosti prehrambene industrije, i na makro i na mikro razini, potrebno je temeljno restrukturiranje i repozicioniranje kako bi se iskoristili svi potencijali iz okruženja. Hrvatsku industriju karakterizira tehnološko zaostajanje i nedostatak kvalitetne industrijske politike. Potrebna je konzistentna industrijska politika i ulaganja koja će prehrambenu industriju Republike Hrvatske učiniti konkurentnijom.

LITERATURA

Knjige:

1. Bosilj-Vukšić, V., et.al.; *Menadžment poslovnih procesa i znanja u hrvatskim poduzećima*, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, 2006., Zagreb
2. Buturac G., Vizek M.*; Makroekonomska analiza izvozne konkurentnosti prehrambene industrije Republike Hrvatske*, Klub Ekonomskog instituta Zagreb, Projektna studija, 2014.
3. Buturac, G., Teodorović, I.; *„The Impacts of the Global Recession on Southeast European Countries“*, Eastern European Economics, 2012.,
4. Dragičević M.*; Konkurentnost: Projekt za Hrvatsku*, Zagreb, 2012., Školska knjiga

Časopisi:

1. Aralica Z.; *Sektorska analiza: Hrana i piće*, Ekonomski institut Zagreb, 2013., No 22
2. Buturac, G.; *Beyond the Global Recession: Mutual Trade and Economic Convergence*, Ekonomski pregled, 64 (4), 2013.
3. Buturac G.,, Vizek M.: *Izvoz prehrambene industrije i učinci na gospodarstvo: slučaj Hrvatske*; Ekonomski pregled, 66 (3), 2015., Zagreb
4. Saaty T.L.; *Multicriteria Decision Making: The Analyitic Hierarchy Process,* RWS Publications, 4922 Ellsworth Ave., Pittsburgh, PA 15213

Ostali izvori:

1. Državni zavod za statistiku; *Nacionalna klasifikacija djelatnosti 2007*., Zagreb, 2008., Narodne novine br. 58/07 http://www.dzs.hr/ (05.07.2016.)
2. Hadelan L., et.al.; *Višekriterijska ocjena najvećih tvrtki prehrambene industrije u Hrvatskoj*, http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/208114/2/1.pdf (10.9.2016.)
3. List Podravka d.d.; *Podravka*, broj 1995
4. Lider Media d.o.o.; Lider; *1000 najvećih hrvatskih tvrtki prema ukupnom prihodu u 2012.*, Zagreb, 2013.
5. MINGO; *Industrijska strategija Republike Hrvatske 2014. - 2020*., 2014.
6. MINGO; Agencija za investicije i konkurentnost; *Strateške smjernice za razvoj prehrambeno-prerađivačkog sektora* http://www.aikinvest.hr/sektori/prehrambena-industrija/ (03.07.2016.)
7. Zagrebačka burza i FINA; *Financijska izvješća tvrtki za 2012*., 2014.

POPIS GRAFIKONA I TABLICA

Grafikoni

Grafikon 1. Prosječne tržišne ocjene tvrtki prehrambene industrije……6
Grafikon 2. Redoslijed tvrtki prema AHP metodi……8
Grafikon 3. Udio izvoza hrane i pića u ukupnom robnom izvozu RH u razdoblju 2001.-2013…...10
Grafikon 4. Omjer izvoza hrane i pića u ukupnom izvozu sektora u 2013. godini……..10
Grafikon 5. Kretanje izvoza hrane i pića u razdoblju 2001.-2013……..11
Grafikon 6. Relativni deficit/suficit……...11
Grafikon 7. Izvozna orijentiranost – udio izvoza u bruto dodanoj vrijednosti sektora…….13
Grafikon 8. Izvoz hrane Hrvatske u usporedbi s izvozom hrane ostatka svijeta……14
Grafikon 9. Izvoz pića Hrvatske u usporedbi s izvozom pića ostatka svijeta……..15
Grafikon 10. 20 vodećih izvoznih proizvoda Republike Hrvatske……16
Grafikon 11. Kretanja izvoza prehrambenih proizvoda na tržištu CEFTA-e……22
Grafikon 12. Kretanja izvoza pića na tržištu CEFTA-e……23
Grafikon 13. Vanjskotrgovinska bilanca……23
Grafikon 14. Izvozna koncentracija – udio 10 vodećih proizvoda u ukupnom izvozu hrvatske prehrambene industrije na tržište CEFTA-e……25
Grafikon 15. Kretanje izvoza prehrambenih proizvoda na tržištu EU – 15……..27
Grafikon 16. Kretanje izvoza pića na tržištu EU – 15……..27
Grafikon 17. Vanjskotrgovinska bilanca……28
Grafikon 18. Izvozna koncentracija – udio 10 vodećih proizvoda u ukupnom izvozu hrvatske prehrambene industrije na tržište EU – 15……...29
Grafikon 19. Kretanje izvoza prehrambenih proizvoda na tržištu NMS – 12……..32
Grafikon 20. Kretanje izvoza pića na tržištu NMS – 12……..33
Grafikon 21. Vanjskotrgovinska bilanca……33
Grafikon 22. Izvozna koncentracija – udio 10 vodećih proizvoda u ukupnom izvozu hrvatske prehrambene industrije na tržište NMS – 12……35

Tablice

Tablica 1. Prihodi odabranih tvrtki prehrambene industrije 2012. god……4
Tablica 2. Financijski pokazatelji odabranih tvrtki prehrambene industrije…..…5
Tablica 3. Osnovni trendovi izvoza hrane i pića Hrvatske u razdoblju 2001.-2013……12
Tablica 4. Struktura izvoza hrane po zemljama u %.....17
Tablica 5. Struktura izvoza pića po zemljama u %.....19
Tablica 6. Pregled osnovnih makroekonomskih indikatora-CEFTA……..21
Tablica 7. Struktura 10 vodećih izvoznih proizvoda na tržištu CEFTA-e ……...24
Tablica 8. Pregled osnovnih makroekonomskih indikatora-EU-15……..26
Tablica 9. Struktura 10 vodećih izvoznih proizvoda na tržištu EU – 15…….....29
Tablica 10. Pregled osnovnih makroekonomskih indikatora-NMS-12……..…31
Tablica 11. Struktura 10 vodećih izvoznih proizvoda na tržištu NMS – 12…..…34

SAŽETAK

Tema rada je analiza odabranih obilježja prehrambene industrije Republike Hrvatske. Prehrambena industrija predstavlja važnu sastavnicu svakog gospodarstva, tako i hrvatskoga. Zapošljava veliki broj ljudi, ostvaruje najviše prihode unutar prerađivačke industrije, te posjeduje velike proizvodne kapacitete. U radu su rangirane tvrtke prema financijskim i tržišnim pokazateljima, te su dobiveni podaci objedinjeni AHP metodom, koja se pokazala primjerenom u slučaju višekriterijskog odlučivanja. PIK Vrbovec je ocijenjen najboljom tvrtkom hrvatske prehrambene industrije. Analizom izvoznih trendova i pokazatelja na globalnom tržištu, odnosno na segmentiranim tržištima, vidljivo je kako je hrvatsko tržište relativno malo te da je izlazak na globalno tržište neupitan za prehrambenu industriju. Veći dio domaće proizvodnje hrane je usmjeren prema izvozu, no i dalje se ostvaruje deficit u trgovinskoj razmjeni. CEFTA i dalje predstavlja najveće izvozno tržište prehrambenih proizvoda, no ulaskom u EU ne treba zanemariti značaj tog tržišta. Radi jačanja konkurentnosti, prehrambena industrija treba razvijati područja kao što su: veća ulaganja u ljudski kapital, brendiranje prehrambene industrije, ulaganje financijskih sredstava u istraživanje i razvoj te formiranje prehrambenih klastera. Ključno je postaviti konzistentnu industrijsku politiku, te omogućiti ulaganja koja će prehrambenu industriju učiniti konkurentnijom.

Ključne riječi: prehrambena industrija, gospodarstvo, financijski i tržišni pokazatelji, izvozni trendovi, deficit, industrijska politika, klaster, konkurentnost.

SUMMARY

Topic of this work was the analysis of selected characteristics of the food industry of the Republic of Croatian. The food industry presentation an important component of any economy, and Croatian. It employs a large number of people, most revenues in the manufacturing industry, and has a large production capacity. The paper ranked firms according to the financial and market indicators, and the data integrated AHP method, which proved to be appropriate in the case of multiple criteria decision making. PIK Vrbovec was rated the best company of Croatian food industry. An analysis of export trends and indicators in the global market, and the segmented markets, it is evident that the Croatian market is relatively small and that is going out to the global market is unquestionable for the food industry. Most of the domestic food production is export-oriented, but still achieves the trade deficit. CEFTA continues to represent the largest export market of food products, but entry into the EU should not neglect the importance of this market. In order to strengthen the competitiveness of the food industry needs to develop areas such as greater investment in human capital, branding the food industry, financial investment in research and development and the formation of food cluster. The key is to establish a consistent industrial policy, and enable investments that will make the food industry more competitive.

Key words: food industry, the economy, financial and market indicators, export trends, deficit, industrial policy, cluster, competitiveness.