

IZAZOVI GOSPODARSKE DIPLOMACIJE U HRVATSKOJ



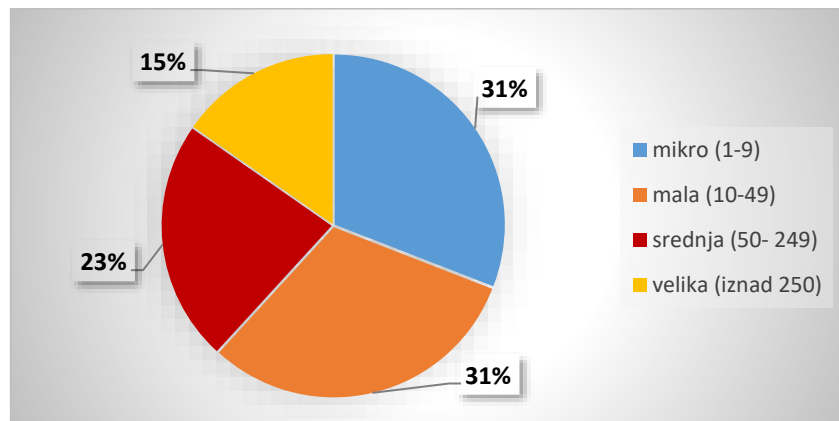
svibanj 2017. godina

ISTRAŽIVANJE HRVATSKE GOSPODARSKE KOMORE: ULOGA GOSPODARSKE DIPLOMACIJE U INTERNACIONALIZACIJI POSLOVANJA

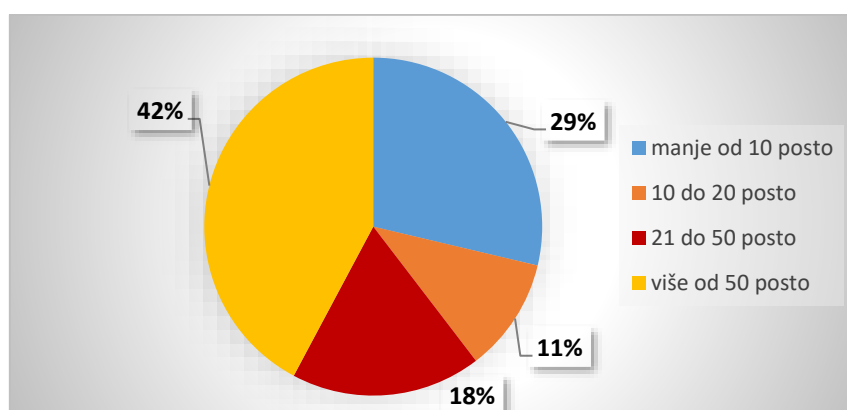
Hrvatska gospodarska komora je u razdoblju od 4. do 17. travnja 2017. godine provela istraživanje među hrvatskim tvrtkama izvoznicama s ciljem identifikacije glavnih izazova s kojim se hrvatske tvrtke susreću prilikom internacionalizacije svojeg poslovanja te preporuka vezanih uz ulogu i očekivanja od hrvatske gospodarske diplomacije u budućnosti.

Istraživanjem su obuhvaćene sve kategorije tvrtki (15% velikih i 75% malih i srednjih tvrtki. Čak 42 posto ispitanih tvrtki ostvaruje više od 50 posto svoje prodaje na

Veličina tvrtke prema broju zaposlenika



Postotak prodaje koju tvrtka ostvaruje putem izvoza

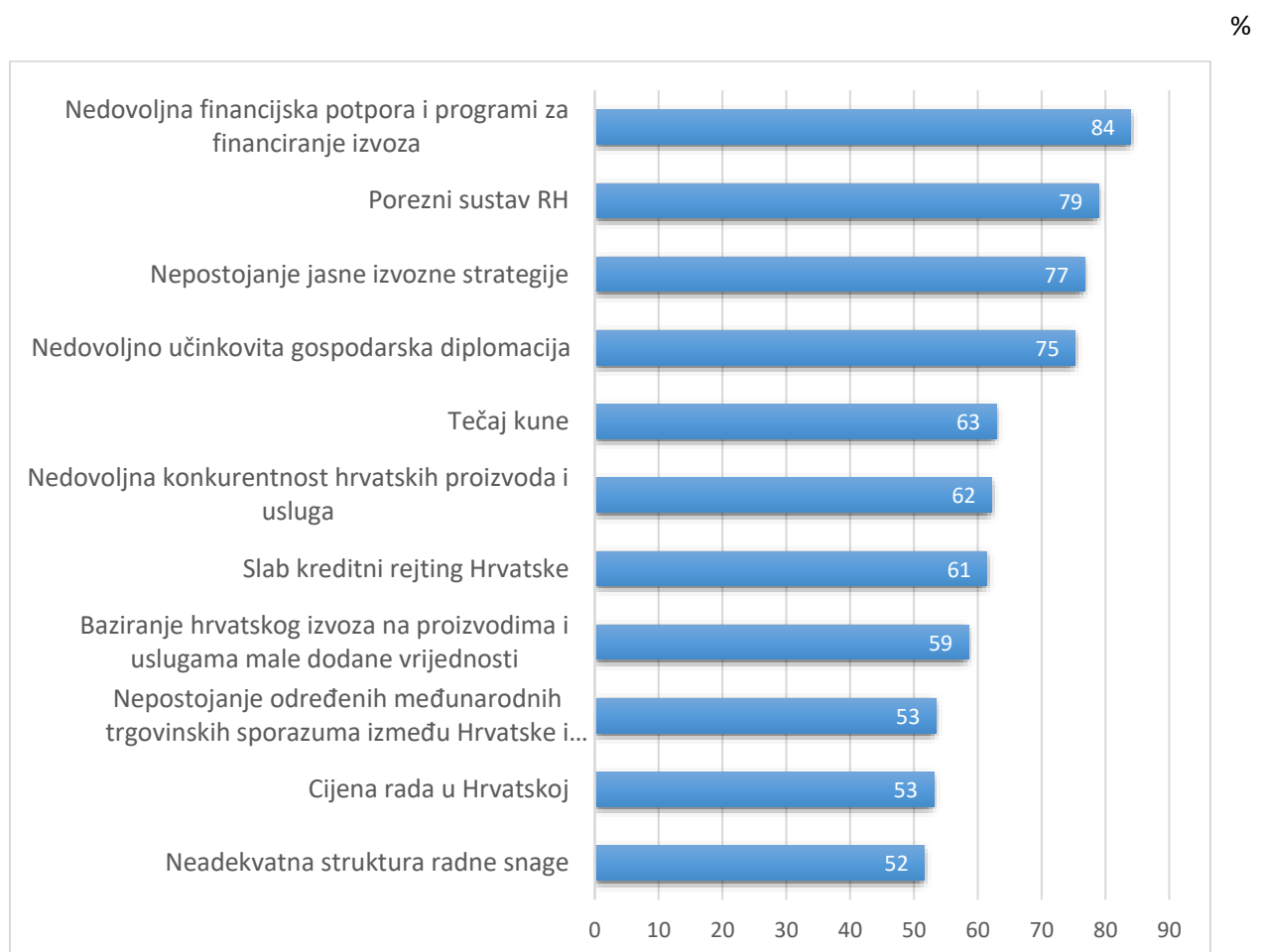


Tvrtke su u okviru istraživanja odgovarale na tri ključna pitanja vezana uz internacionalizaciju njihovog poslovanja:

- Koji strukturni problemi hrvatskog gospodarstva utječu na nedovoljnu razinu hrvatskog izvoza?
- Koji su glavni izazovi s kojima se Vaša tvrtka susreće prilikom internacionalizacije poslovanja?
- Koji oblik institucionalne pomoći očekujete prilikom internacionalizacije poslovanja?

STRUKTURNI PROBLEMI HRVATSKOG GOSPODARSTVA KOJI UTJEČU NA NEDOVOLJNU RAZINU HRVATSKOG IZVOZA

Najznačajniji strukturni problemi hrvatskog gospodarstva koju utječu na razinu hrvatskog izvoza te postotak tvrtki u istraživanju koje smatraju da se radi o vrlo značajnom utjecaju su sljedeći:



Čak 84 posto hrvatskih tvrtki navodi nedovoljnu i neadekvatnu financijsku potporu pri

internacionalizaciji poslovanja kao jedan od ključnih nedostataka za značajniji rast hrvatskog izvoza. Tvrtke u tom smislu ističu nedovoljnu dostupnost kreditnih linija od strane HBOR-a, previsoke kamatne stope kredita poslovnih banaka te nepostojanje adekvatnih programa dodjele financijskih potpora za internacionalizaciju poslovanja. Hrvatski izvoznici također predlažu snažniju financijsku pomoć države pri kupovini strojeva visoke tehnologije te konkretne programe financijske pomoći za promotivne aktivnosti na trećim tržištima.



Ukupno 79 posto ispitanih tvrtki smatra da hrvatski porezni sustav ima vrlo velik utjecaj na skromnu razinu hrvatskog izvoza.



Uz nepovoljni porezni sustav te nepostojanje jasne izvozne strategije hrvatske tvrtke redovno ističu i nužnost učinkovitije gospodarske diplomacije kao jedan od preduvjeta intenzivnijeg rasta hrvatskog izvoza.

Za 75% tvrtki nedovoljno učinkovita gospodarska diplomacija ima velik utjecaj na razinu hrvatskog

izvoza

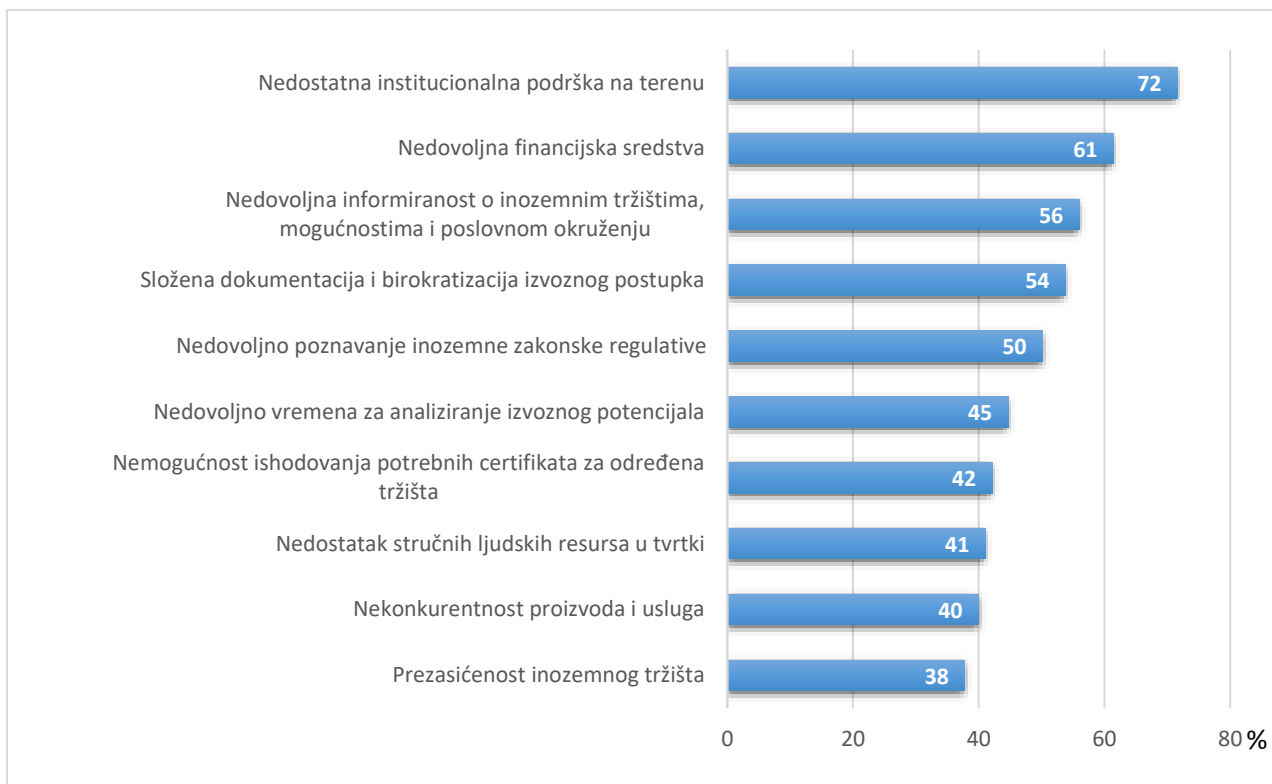


Hrvatska gospodarska komora sa svojim kapacitetima i resursima, predstavništvima i mrežom kontakata upravo kroz otvaranje novih predstavništava nudi konkretnu pomoć „na terenu“ postojećem sustavu gospodarske diplomacije. I same su hrvatske tvrtke u istraživanju primijetile da su ljudski resursi u našim veleposlanstvima ograničeni te su hrvatski diplomati često zaduženi za više područja uz gospodarstvo što im ne pruža dovoljno mogućnosti i vremena usmjeriti se na interese hrvatskih tvrtki na navedenom tržištu.

U istraživanju 63 posto hrvatskih izvoznika ističe nepovoljan tečaj kune kao značajnu prepreku za rast hrvatskog izvoza, a više od 50 posto ispitanih tvrtki izazov za rast hrvatskog izvoza vidi u cijeni rada i neadekvatnoj strukturi radne snage u Hrvatskoj ističući pritom dobro poznati problem skupe radne snage u IT industriji. Pojedine tvrtke napominju da im upravo nemogućnost povećavanja proizvodnih kapaciteta uslijed ograničene dostupnosti adekvatne radne snage utječe na odluke o nemogućnosti realizacije pojedinih izvoznih poslova.

GLAVNI IZAZOVI S KOJIMA SE TVRTKE SUSREĆU PRILIKOM INTERNACIONALIZACIJE POSLOVANJA

Na sljedećem grafu prikazani su glavni izazovi s kojima se tvrtke susreću prilikom internacionalizacije svojeg poslovanja te postotak tvrtki u istraživanju koje su naznačile da se radi o vrlo značajnom izazovu:

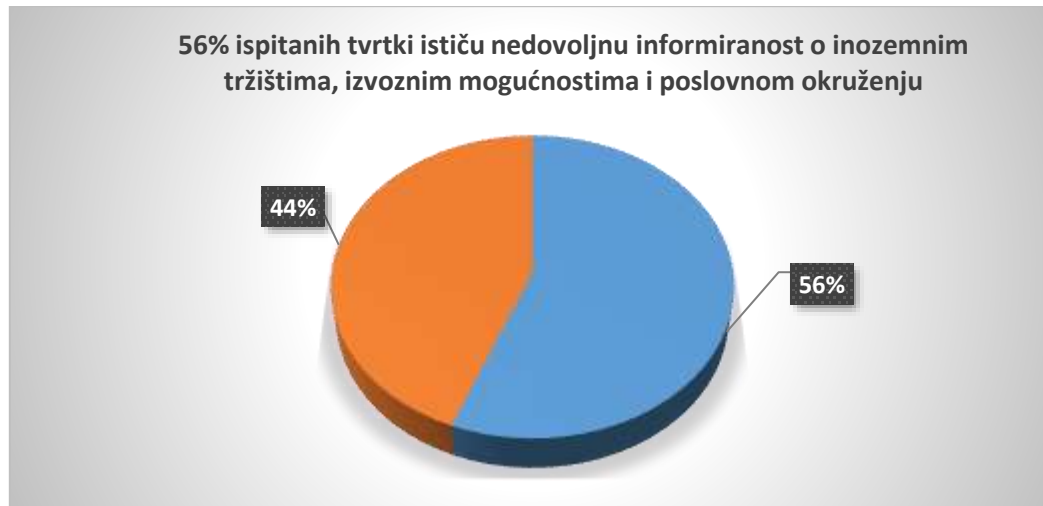


Hrvatske tvrtke su kao najveći izazov s kojima se susreću prilikom internacionalizacije svojeg poslovanja istaknule nedostatnu institucionalnu podršku na terenu i to ponajviše u obliku trgovačkog predstavnika koji bi bio u mogućnosti pružiti brzu i kvalitetnu informaciju te individualiziranu pomoć.



Nedovoljna financijska sredstva tvrtki za istraživanje tržišta i promociju na inozemnom tržištu su uvijek visoko na ljestvici izazova, u ovom istraživanju navelo ih je 61 posto anketiranih. Male tvrtke, uz visoke kamate za kredite te nedostatne programe financijske potpore izvoznicima, ističu i troškove špeditera koji su izuzetno visoki za male izvoznike koji izvoze male količine proizvoda. U tvrtkama ističu i nedovoljnu informiranost o inozemnim tržištima. U

komentarima tvrtke upravo ističu kako nemaju dovoljno informacija o pojedinoj industriji i liderima te industrije po zemljama koje su zone interesa.



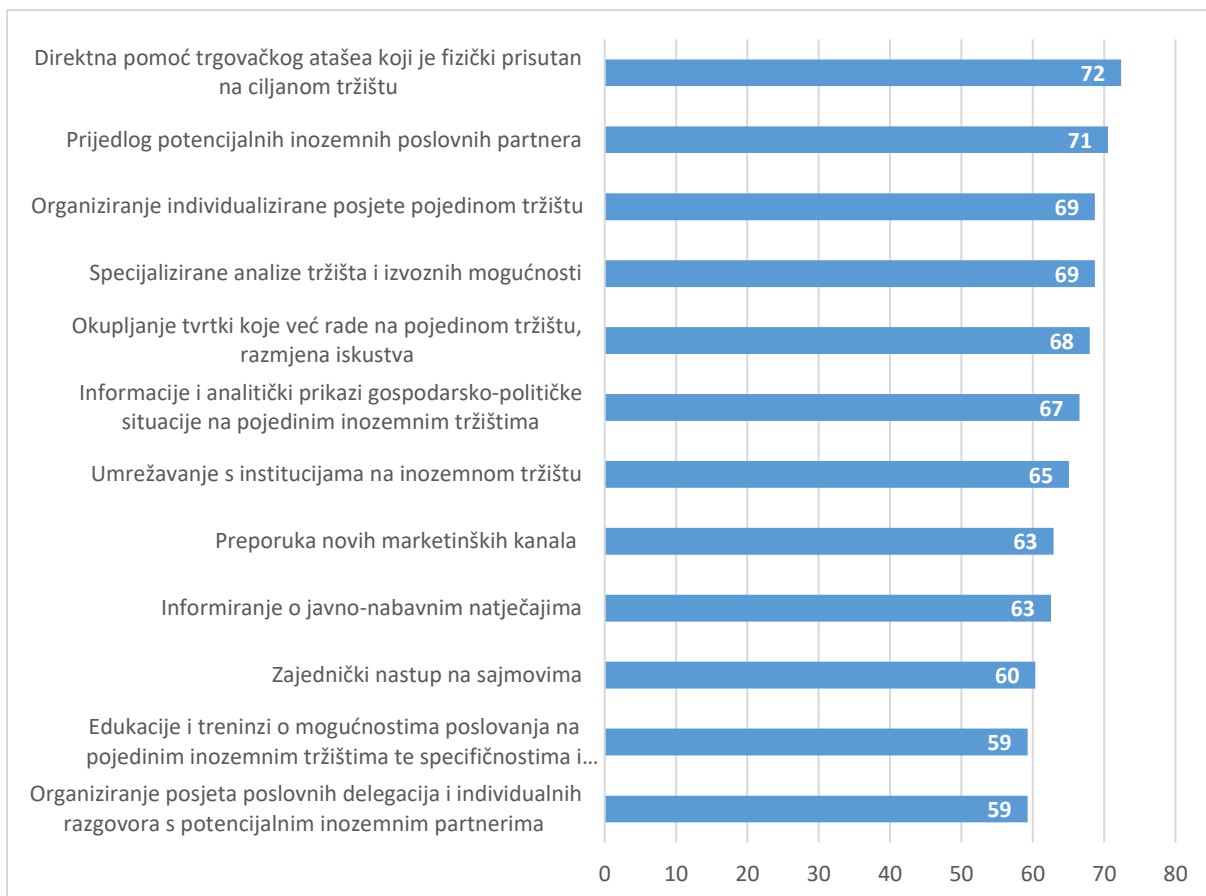
S druge strane, za 40 posto ispitanih tvrtki izazov predstavljaju nestručni kadrovi i nekonkurentni proizvodi i usluge, a čak 60 posto ispitanih tvrtki vjeruje da njihovi proizvodi i usluge mogu biti konkurentni u globalnim lancima vrijednosti te da raspolažu stručnim kadrovima koji rade na poslovima vezanim uz internacionalizaciju.

U istraživanju je 54 posto hrvatskih tvrtki navelo složenu dokumentaciju i birokratizaciju izvoznog postupka kao jedan od izazova s kojima se susreću u tvrtkama.

KOJI OBLIK INSTITUCIONALNE POMOĆI TVRTKE OČEKUJU PRILIKOM INTERNACIONALIZACIJE POSLOVANJA

Hrvatske tvrtke od gospodarske diplomacije očekuju konkretnu, operativnu pomoć u vidu trgovačkog atašea koji bi bio fizički prisutan na ciljanom tržištu. Od gospodarske diplomacije izvoznici nadalje očekuju prijedloge provjerenih potencijalnih inozemnih poslovnih partnera, okupljanje tvrtki koje već rade na pojedinom tržištu, organiziranje individualne posjete pojedinom tržištu, umrežavanje s institucijama na inozemnom tržištu, specijalizirane analize tržišta i izvoznih mogućnosti, kao i pribavljanje informacija i analitičkih prikaza gospodarsko-političke situacije na pojedinom inozemnom tržištu.

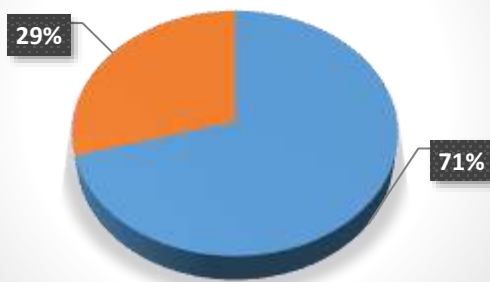
Pregled odgovora hrvatskih tvrtki i postotak tvrtki koje su iskazale svoja visoka očekivanja vezano uz ponuđene stavke:



U istraživanju HGK čak je 72 posto hrvatskih tvrtki istaknulo svoja visoka očekivanja od gospodarske diplomacije u smislu direktne pomoći trgovačkog atašea koji bi bio prisutan na pojedinim inozemnim tržištima i operativno pomagao hrvatskim tvrtkama.



71% ispitanih tvrtki od gospodarske diplomacije očekuju prijedlog potencijalnih inozemnih poslovnih partnera



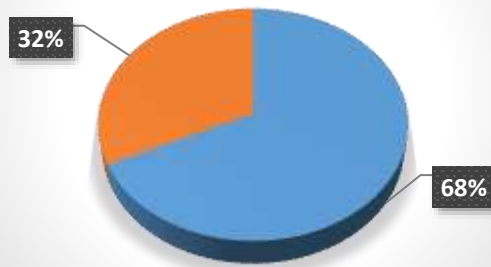
U istraživanju je 71 posto ispitanih tvrtki navelo da od gospodarske diplomacije očekuje prijedlog potencijalnih inozemnih poslovnih partnera. To u svakom slučaju podrazumijeva dobru umreženost i širok krug kontakata predstavnika gospodarske diplomacije na inozemnom tržištu, odlično poznavanje inozemnih gospodarskih subjekata, detaljne baze podataka, pristup specifičnim analizama te kontinuirano praćenje inozemne poslovne scene.

Nadalje, 69 posto izvoznih tvrtki očekuje specijalizirane analize tržišta i izvoznih mogućnosti te organizaciju individualizirane posjete pojedinom inozemnom tržištu, uključujući i konkretne sastanke s potencijalnim kupcima. Iz ovoga je vidljivo kako hrvatske tvrtke od gospodarske diplomacije upravo očekuju da bude produžena ruka hrvatskog poslovnog sektora kako bi kroz direktne kontakte s inozemnim tvrtkama identificirala i otvarala nove poslovne mogućnosti te pružala pomoć pri identifikaciji niša za plasman hrvatskih proizvoda i usluga.

69% tvrtki očekuje specijalizirane analize tržišta i izvoznih mogućnosti te organiziranje individualizirane posjete pojedinom tržištu



68% ispitanih tvrtki očekuje okupljanje tvrtki koje već rade na pojedinom tržištu, razmjena iskustva



Tvrtke od gospodarske diplomacije očekuju organizirano okupljanje hrvatskih tvrtki na zajedničkim projektima u inozemstvu te preuzimanje funkcije lobista prema uzoru na razvijene zemlje. Nadalje tvrtke očekuju pravovremeno informiranje te lobiranje vezano uz buduće javno-nabavne natječaje koji će se raspisati u budućnosti, a neke tvrtke očekuju i direktnu prisutnost gospodarske diplomacije prilikom otvaranja pristiglih natječajnih ponuda.

Ujedno se od gospodarske diplomacije očekuje da radi na marketingu zemlje, ostvaruje kontakt s potencijalnim ulagačima te prezentira uspješno realizirane projekte čime bi utjecala na bolju vidljivost i poslovni imidž Hrvatske.

ZAKLJUČAK

Upravo s ciljem intenzivnijeg uključivanja Hrvatske gospodarske komore i njenih resursa u provođenje aktivnosti gospodarske diplomacije, Ministarstvo vanjskih i europskih poslova i Hrvatska gospodarska komora potpisuju **Sporazum o suradnji** kojim se utvrđuje spremnost za produbljanje međusobne suradnje na svim područjima značajnim za razvoj gospodarstva Republike Hrvatske, posebno na sljedećim područjima:

- stvaranju uvjeta za uspostavu i provedbu djelotvorne vanjsko-trgovinske suradnje;
- sudjelovanje hrvatskih gospodarskih subjekata na inozemnim tržištima;
- pronalaženje poslovnih kontakata između hrvatskih i stranih tvrtki;
- pružanje informacija o poslovnim subjektima i njihovim djelatnostima te promociji hrvatskog gospodarstva.

U svrhu ostvarenja gore navedenih ciljeva Ministarstvo i HGK će dogovarati optimalne oblike suradnje u smislu korištenja prostora i opreme za rad te upućivanja predstavnika HGK u diplomatsko-konzularna predstavništva Republike Hrvatske u inozemstvu.

Hrvatska gospodarska komora je na sjednici Vlade koja je održana 19. siječnja 2017. godine dobila suglasnost za otvorenje predstavništava HGK na sljedećim tržištima:

- Republika Austrija – sjedište Beč
- Republika Srbija – sjedište Beograd
- Republika Turska – sjedište Istanbul
- Narodna Republika Kina – sjedište Shanghai
- Bosna i Hercegovina – sjedište Sarajevo
- Republika Italija – sjedište Milano
- Savezna Republika Njemačka – sjedište München

Predstavništva Hrvatske gospodarske komore na navedenim tržištima osnivaju se s ciljem promicanja i zastupanja interesa hrvatskog gospodarstva u navedenim zemljama, posebno na uspostavljanju poslovnih odnosa između gospodarskih subjekata dviju zemalja, privlačenju investicija, transferu tehnologije i znanja, praćenju političkih odluka koje determiniraju gospodarska kretanja u svijetu i projekata međunarodnih organizacija.

Predstavnici Hrvatske gospodarske komore na navedenim tržištima svoje će aktivnosti usmjeriti prema upravo identificiranim očekivanjima koja hrvatske tvrtke imaju od gospodarske diplomacije. Njihov osnovni zadatak biti će stvaranje vlastite mreže poslovnih kontakata, konkretna pomoć hrvatskim tvrtkama na tržištu, prijedlog inozemnih poslovnih partnera, individualizirani pristup prilikom posjete tržištu, potpora u prikupljanju ciljanih i specifičnih tržišnih analiza te prilikom provedbe marketinških aktivnosti. Nadalje, predstavnici HGK okupljat će tvrtke koje već rade na pojedinom tržištu s ciljem zajedničke suradnje na novim poslovnim projektima te će prikupljati i informirati hrvatske gospodarske subjekte o budućim projektima i javno-nabavnim natječajima.

Vjerujemo da uz sinergijsko djelovanje svih relevantnih institucija u Hrvatskoj koje provode neki oblik gospodarske diplomacije te uz kvalitetni input i suradnju s predstavnicima hrvatskih tvrtki, hrvatski proizvodi i usluge mogu doprijeti do novih niša na već tradicionalnim te novim i još neotkrivenim izvoznim tržištima.