

UDK 339.137(497.5)

Prethodno priopćenje

Prof. dr. sc. Zlatko Lacković***Mr. sc. Ljiljana Dragišić****

MIKROEKONOMSKA KONKURENTNOST I NJEZINA VAŽNOST ZA HRVATSKU

Konkurentno sposobna poslovna zajednica i konkurentna poslovna okolina preduvjet su rasta zaposlenosti, produktivnosti, BDP-a i standarda života, a time i dugoročne stabilnosti gospodarstva. Tempo promjena poslovne konkurentnosti Hrvatske nije zadovoljavajući jer još nisu stvoreni uvjeti povoljnoga i stabilnog poslovnog okruženja. Anketa Globalnog Izvještaja o konkurentnosti ukazuje na nedovoljnu sofisticiranost poduzeća i kvalitetu poslovne okoline poduzeća u Hrvatskoj. Osim uloge poslovne zajednice, državna je vlast ključni čimbenik u razvoju mikroekonomske konkurentnosti. Suradnja centralne vlasti i poslovne zajednice te ostalih društvenih segmenata, ulaganje u restrukturiranje i modernizaciju tehnologije i informatizacije, stvaranje društva znanja ulaganjem u ljudske resurse, razvoj poduzetništva i poduzetničke kulture, izgradnja tržišta kapitala, poštene i mudre državne mjere i izvozna propulzivnost; neki su od preduvjeta na kojima treba stvarati poticajno i stabilno konkurentno poslovno okruženje i jačati konkurentsku poziciju i uspješnost poslovnih subjekata u Hrvatskoj.

* e-mail: zlatko.lackovic@gfos.hr** e-mail: ljiljana.dragisic@po.htnet.hr

Svrha je ovoga rada ocijeniti mogućnosti razvoja stabilne mikroekonomske konkurentnosti Hrvatske analizom postojeće konkurentne pozicije poduzeća i poslovnog okruženja te konkretnim preporukama utjecati na centralne institucije i doprinijeti ostvarenju perspektive razvoja poslovne konkurentnosti u Hrvatskoj.

Ključne riječi: poslovna konkurentnost, mikroekonomska okolina, poduzeće, Hrvatska

1. UVOD

Konkurentnost na makro i mikro razini ključni je temelj održivoga ekonomskog razvoja pojedinoga društva i njegovih segmenata i stoga predstavlja važan kriterij za ocjenu stanja određenoga gospodarstva. Mikroekonomska razina koja se odnosi na poslovanje poduzeća najviše utječe na blagostanje u privredi određene zemlje. U Hrvatskoj se konkurentnosti pridaje velika pažnja, o tome se gotovo svakodnevno izlazi u javnost kroz medije, izrađuju se razne analize a ustanovljeno je i Vijeće za nacionalnu konkurentnost. Je li riječ o pitanju poslovne konkurentnosti u Hrvatskoj iz razloga što to nalaže Europska Unija (EU) kao jedan od bitnih kriterija za ulazak Hrvatske u Uniju, ili je uz to narasla svijest na državnoj razini o konkurentnosti kao nužnom elementu za opstanak, poboljšanje i razvoj cjelokupne privrede države? Pa ipak Hrvatska je konkurentno napravila male pomake nabolje ako se usporedi s nekim tranzicijskim zemljama, novim članicama EU, poput Slovenije, Mađarske, Češke i Poljske, koje su prema poslovnoj konkurentnosti prilično iznad Hrvatske. Prema anketi Globalnog

izvješća o konkurentnosti (GIK)¹ Svjetskoga gospodarskog foruma **Hrvatska se prema indeksu poslovne konkurentnosti sa 72. mjesta u 2004. godini popela na 63. mjesto za razdoblje 2005.–2006. godine, što predstavlja nominalan rast od 9 mjesta, od ukupno 117 rangiranih zemalja.**

Liberalizacija svjetskog tržišta, razvoj informacijske i suvremene tehnologije utjecali su na zasićenost tržišta i veliku konkurenciju na svjetskoj razini. U današnjoj svjetskoj ekonomiji konkurentnost ima važnu ulogu kako u razvijenim zemljama, tako i u zemljama u razvoju. Opstati mogu samo oni koji prate stalne promjene, prilagođavaju im se i uspijevaju konkurirati na tržištu. Broj konkurenata u većini djelatnosti raste, a također i broj inačica proizvoda i usluga koje one nude potrošačima.² Konkurencija je veoma izrazita tako da mogu opstati samo najbolja i najkvalitetnija poduzeća. Konkurentnost hrvatskoga gospodarstva na mikro razini, odnosno konkurentnost hrvatskih poduzeća određena je najvećim dijelom mjerama i politikom države.

Domovinski rat koji je znatno osiromašio privredu zemlje, loše provedena privatizacija, nedostatak kapitala i potpora države nisu dali hrvatskim poduzećima mogućnost za bolji nastup na europskom i međunarodnom tržištu. Položaj hrvatskih poduzeća je takav da teško mogu konkurirati na inozemnom tržištu osim nekolicine velikih hrvatskih brandova (primjerice Pliva, Podravka, Končar) koji imaju tradiciju i kvalitetu na domaćoj i svjetskoj razini. Ostala hrvatska poduzeća proizašla nakon samostalnosti Hrvatske teško konkuriraju i na domaćem tržištu. Nedostatak novca, nedospjela naplata potraživanja i nelikvidnost poduzeća, velika izdvajanja za državu kroz poreze i ostale namete, nedovoljni poticaji države i nerazumijevanje centralnih institucija, neučinkovit birokratski aparat, visoka razina korupcije, nedostatna ulaganja u poduzetništvo i poduzetnička znanja, zastarjela tehnološka infrastruktura i nedostatak visokoobrazovanog kadra samo su neki od svakodnevnih problema sa kojima se susreću hrvatska poduzeća.

Svrha je ovoga rada ocijeniti mogućnosti poboljšanja hrvatske poslovne konkurentnosti. Ocjena poslovne konkurentnosti temelji se na podacima Globalnog izvješaja o konkurentnosti i analizi postojeće konkurentske pozicije hrvatskih poduzeća. S obzirom na to hrvatska poduzeća okružena raznim utjecajima iz okoline u kojoj posluju, analiza poslovne okoline temelji se na PEST metodi (političko-pravni, ekonomski, socio-kulturni i tehnološki čimbenici). Također, ovim se radom želi utjecati na centralne strukture vlasti i time doprinijeti ostvarenju poboljšanja i rasta konkurentske pozicije hrvatskih poduzeća.

2. KONKURENTNOST

2.1. Konkurentnost kao gospodarski čimbenik

Brojne su definicije o tome što je konkurentnost. Općenito, konkurentnost predstavlja održivi rast produktivnosti na koji zajednički utječu makroekonomska i mikroekonomska okolina. Iz raznih definicija o konkurentnosti može se zaključiti kako je najvažniji čimbenik konkurentnosti mikro razina, odnosno poslovanje poduzeća i poslovna okolina koji najviše doprinose gospodarskom blagostanju određene zemlje. Poduzeća stvaraju nove proizvode i usluge, utječu na zapošljavanje i dohodak te time generiraju cjelokupnu produktivnost zemlje. Produktivnost kao pokazatelj razine konkurentnosti određuje životni standard zemlje kroz dohodak, prihod od kapitala, vrijednosti proizvoda i usluga i dr.

Prema mikroekonomskoj teoriji konkurentnost utječe na poduzeća da razvijaju nove proizvode, usluge i tehnologije što omogućuje potrošačima veći izbor i kvalitetnije proizvode.

Svjetski gospodarski forum u svome Izvješću o globalnoj konkurentnosti, u koji je uključena i Hrvatska od 2002. godine, za analizu ekonomske konkurentnosti uključenih zemalja koristi dva indikatora, konkurentnost rasta i poslovnu konkurentnost:³

1) indeks konkurentnosti rasta (sažima tri ključna aspekta: makroekonomski okoliš,

¹ Vidi www.weforum.org, Godišnje izvješće o konkurentnosti Hrvatske 2004., radni materijal, Zagreb, svibanj 2005. godina i Izvješće o globalnoj konkurentnosti 2005.–2006., Zagreb, 2005. godina. Hrvatska je uključena u Izvješće o globalnoj konkurentnosti od 2002. godine

² Collins, G., C., Devonna, A., M., *Izazovi menadžmenta u XXI. Stoljeću*, prijevod, Mate, Zagreb, 2002., str. 12.

³ Godišnji izvješaj o konkurentnosti Hrvatske 2004., radni materijal, Institut za međunarodne odnose, Zagreb, svibanj 2005. godine

kvalitetu javnih ustanova i tehnološku sposobnost zemlje),

- 2) indeks poslovne konkurentnosti (ocjenjuje kolika je sofisticiranost poduzeća koja posluju u zemlji te kvalitetu mikro-ekonomske poslovne okoline).

Mnoga poduzeća danas radi ostvarivanja konkurentne prednosti na tržištu i unapređenja poslovanja koriste upravljачke metode i alate koji su postali integralni dio poslovne strategije svakog poduzeća, a ne samo njihov dodatak. Upravljački alati imaju raširenu primjenu u poslovnom svijetu jer obuhvaćaju praktične sustave za unaprjeđenje konkurentnosti, poboljšanje proizvoda i usluga te ubrzanje isporuka, kao razvijanje i poboljšanje opće kulture znanja i dugoročnog poslovnog uspjeha. Neki od najpopularnijih upravljačkih koncepcija u 2005. godini prema istraživanjima američke konzultantske kuće Bain & Company⁴ su strateško planiranje, CRM⁵, outsourcing⁶, segmentacija kupaca, izjava o misiji i viziji, strategije rasta, TQM⁷, i dr.

Mnoge stručne i znanstvene metode bave se analizom konkurencije, razumijevanja postojećeg stanja i budućih konkurentskih situacija. Jedna od najpoznatijih metoda analize konkurencije je Porterov model pet konkurentskih snaga.

2.2. Porterov model pet konkurentskih snaga

Model "pet konkurentskih snaga" razvio je Michael E. Porter 1980. godine. Od tada je Porterov model postao neizostavan model za analiziranje konkurentskog procesa u nekoj grani djelatnosti.

Porter smatra kako je korijen konkurentnosti u prirodi okruženja u kojem poduzeća djeluju.

Porterov model pet konkurentskih snaga temelji se na identifikaciji poslovnih snaga koje određuju stupanj konkurentnosti u određenoj industriji i prikazuje kako su ti čimbenici međusobno povezani i utječu jedan na drugi. Kako bi bili u stanju razvijati efikasne strategije određenog poduzeća i postići zavidnu razinu konkurentnosti, poduzetnici i manageri moraju razumjeti i poduzimati korake sukladno tim čimbenicima.

Porterov model čine sljedeće konkurentne snage:

- *Konkurencija* – uključuje razmatranje cijena, kvalitete, usluge, garancije, servisa, promocije i propagande, mreže distributera, inovacije proizvoda;
- *Zamjenski proizvodi (supstituti)* – povezani su s razmatranjem cijene, kvalitete, troškova prijelaza;
- *Pregovaračka snaga kupaca* – odnosi se na analizu učestalosti kupnje, troškova prijelaza, raspoloživosti zamjenskih proizvoda, cjenovnu elastičnost;
- *Pregovaračka snaga dobavljača* – odnosi se na analizu koncentracije dobavljača, važnost veličine narudžbe za dobavljača, diferencijaciju inputa;
- *Prijetnja ulaska novih pomučača* – uključuje analizu obujma poslovanja, lojalnost marki, potrebni kapital, pristup distribucijskim kanalima, vladine regulative.

Porterov model identificira dugoročnu profitabilnost poslovanja u svrhu zaštite poduzeća od konkurentskih prijetnji, utjecaja na ukupne konkurentne snage u korist poduzeća, osiguranje snažne konkurentne pozicije i stvaranja distinktivne konkurentne prednosti za poduzeće.

Na temelju analize sadašnjih i potencijalnih budućih situacija pet konkurentskih snaga manageri mogu ispitati mogući utjecaj tih snaga na njihovu organizaciju. Mogućnosti organizacije određene su ne samo vanjskom okolinom organizacije, nego i njegovom internom okolinom, mogućnostima i ciljevima. Cilj je svake organizacije smanjiti utjecaj pet konkurentskih snaga na način kako je prikazan Slikom 1.

⁴ Bain & Company - konzultantska kuća, www.bain.com

⁵ CRM (engl. Customer Relationship Management) – proces ili metoda koja se koristi za dobivanje potrebnih informacija o kupcima, njihovim potrebama i ponašanjima s ciljem uspostavljanja jače povezanosti s kupcima

⁶ Outsourcing predstavlja proces isključivanja (eksternalizaciju) svih aktivnosti i poslova iz poduzeća koji nisu od strateškog značenja, što znači da se određen broj aktivnosti prepušta onima koji će ih obaviti brže, bolje i jeftinije, dok se svi raspoloživi resursi poduzeća outsourca usmjeravaju na osnovnu djelatnost (core business)

⁷ Koncept "Total Quality Management" je specifičan koncept managementa koji je orijentiran na kontinuirano unapređivanje poslovanja, timski rad, rast zadovoljstva kupaca i snižavanje troškova

Slika 1. Utjecaj pet konkurentskih snaga**Smanjenje pregovaračke snage dobavljača kroz:**

- Partnerstvo
- Upravljanje lancem dobave
- Vježbanje lancem dobave
- Povećanje samostalnosti
- Obogaćivanje znanja o troškovima i metodama dobave
- Preuzimanje dobave

Smanjenje pregovaračke snage kupaca kroz:

- Partnerstvo
- Upravljanje lancem dobave
- Povećanje povjerenja
- Povećanje inicijativa i dodane vrijednosti
- Razlikovanja odluke o kupnji od cijene
- Uklanjanje moćnih posrednika (ići direktno kupcima)

Smanjenje od prijetnje ulaska novih ponuđača kroz:

- Povećanje minimuma učinkovitosti poslovnih operacija
- Stvaranje vlastitog branda
- Patente, zaštitu intelektualnog vlasništva
- Udruživanje sa vezanim proizvodima/uslugama
- Vezu sa dobavljačima
- Vezu sa distributerima
- Suparničke taktike

Smanjenje zamjenskih proizvoda kroz:

- Zakonske postupke
- Povećanje zamjenskih troškova
- Udruživanja
- Ispitivanja kupaca zbog većeg znanja o njihovim navikama
- Ulazak na tržišta zamjenskih proizvoda
- Naglašavanje razlika (stvarnih ili opažajućih)

Smanjenje konkurentnosti između postojećih organizacija na tržištu kroz:

- Izbjegavanje cjenovne konkurentnosti
- Diferencijaciju vlastitog proizvoda
- Preuzimanje konkurencije
- Fokusiranje na različite segmente
- Komunikaciju sa konkurentima

Izvor: preuzeto sa http://www.themanager.org/Models/p5f.htm#_Toc516553132

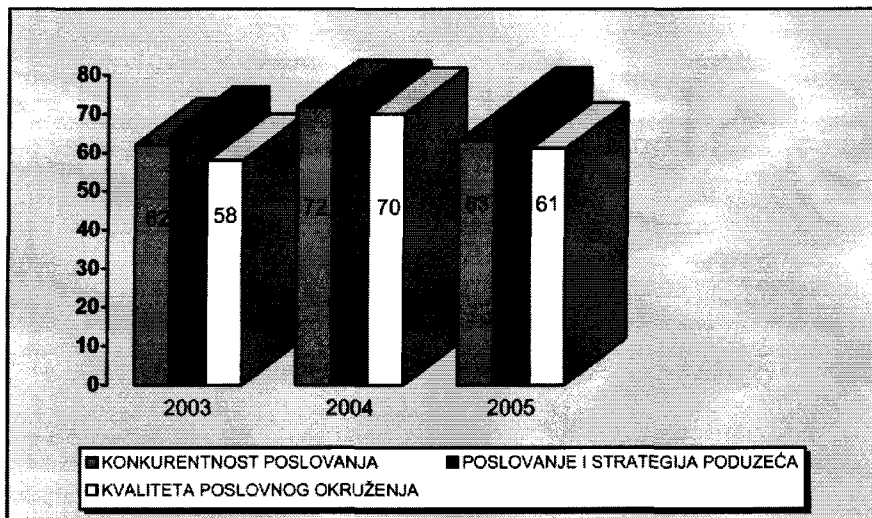
3. KONKURENTNOST HRVATSKIH PODUZEĆA

Ocjena konkurentnosti hrvatskih poduzeća odnosi se primarno na analizu poslovne konkurentnosti, sofisticiranosti poduzeća (odnosno poslovanja i strategija poduzeća) i kvalitetu poslovnog okruženja, a koja se temelji na podacima Izvješća o globalnoj konkurentnosti (GIK). Prema indeksu poslovne konkurentnosti Hrvatska je na 63. mjestu

(podaci GIK-a za razdoblje 2005.–2006. godine) od ukupno 117 uključenih zemalja. Usporede li se podaci GIK-a iz 2004. godine prema kojima je Hrvatska za isti indeks bila na 72. mjestu, pozicija hrvatske poslovne konkurentnosti se poboljšala.

Grafikon 1 prikazuje rang Hrvatske prema konkurentnosti poslovanja za razdoblje 2003. do 2005. godine.

Grafikon 1. Hrvatska prema indeksu poslovne konkurentnosti u razdoblju od 2003. do 2005. godine



Izvor podataka: GIK (2004., 2005.-2006.)

Iz grafikona 1 vidi se poboljšana pozicija poslovne konkurentnosti Hrvatske u 2005. godini u odnosu na prethodnu 2004. godinu, odnosno nominalan rast za 9 mjesta sa 72. (uključeno 104 zemlje) na 63. mjesto (uključeno 117. zemalja) u 2005. godini. 2003. i 2005. godina ujednačene su, iznimno prema indeksu sofisticiranosti poduzeća gdje je došlo do pogoršanja u 2005. godini na 70. mjesto sa 65. u 2003. U 2004. godini sva tri kriterija indeksa poslovne konkurentnosti najlošije su pozicionirana. Pozitivan pomak ostvaren je u kvaliteti mikro-ekonomske poslovne okoline u 2005. godini u odnosu na prethodnu 2004. godinu za nominalno 9. mjesta.

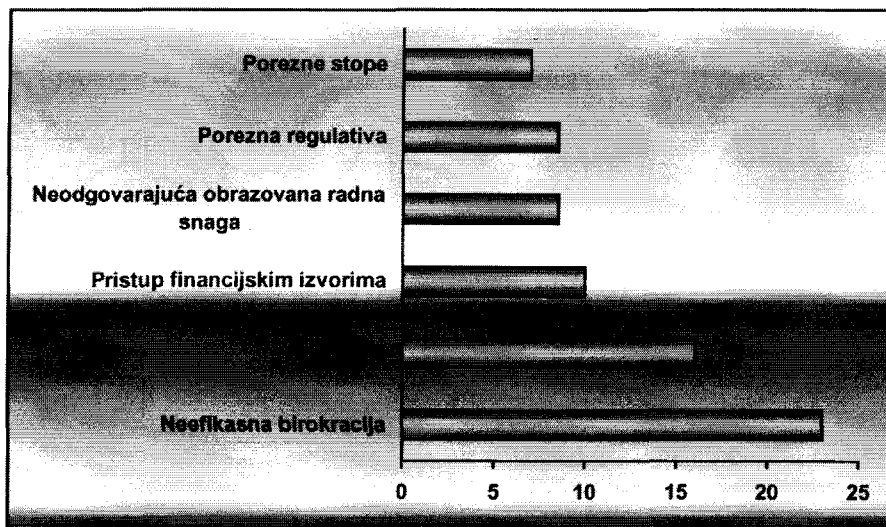
Usporedi li se sa ostalim tranzicijskim zemljama, novim državama članicama EU Hrvatska (pozicionirana na 63. mjestu) prema poslovnoj konkurentnosti za razdoblje 2005.-2006. godina znatno zaostaje za Slovenijom (32.), Mađarska (34.), Slovačka (39.). Napravi li se usporedba Hrvatske za isto razdoblje s Makedonijom (83.), Srbijom i Crnom Gorom (86.), Bosnom i Hercegovinom (94.) i Albanijom (112.), navedene zemlje u regiji znatno su lošije pozicionirane u odnosu na Hrvatsku (63.).

Napredak je Rumunjske (za 20 mjesta u odnosu na 2003. godinu) i Bugarske (za 2 mjesta u odnosu na 2003. godinu) bio u 2004. Godini, kada je Hrvatska bilježila pad u odnosu na navedene zemlje kandidate EU, a u razdoblju 2005.-2006. godine došlo je do obrata i rasta pozicije Hrvatske (63.),

dok je Rumunjska na 67., a Bugarska na 78. mjestu. Dakle, pozicija Hrvatske se poboljšala i sada se nalazi u skupini s Rumunjskom i Bugarskom. Iako je ostvareno poboljšanje, Hrvatska je još uvijek nisko rangirana na ljestvici mikro faktora konkurentnosti. Podaci GIK-a pokazuju nedovoljnu sofisticiranost poduzeća i kvalitetu poslovne okoline poduzeća u Hrvatskoj te je nužno daljnje poboljšanje konkurentne pozicije i provedba reformi kako bi se dostigle napredne tranzicijske zemlje.

Neki od problema s kojima se susreću hrvatska poduzeća jesu: veliki poslovni i ulagački rizici, korupcija na svim, a također i na najvišim razinama vlasti, nedostatak kapitala, loše provedena privatizacija, nepovoljno poduzetničko ozračje, niska produktivnost, neadekvatna tehnološka osnovica, dugotrajna izvozna stagnacija, rast uvoza, nedovoljno kvalitetan managerski kadar, nedovoljna ulaganja u istraživanja i razvoj, mali broj poduzeća s potencijalom rasta, birokratske prepreke te složena procedura pri odobravanju poslovnih kredita.

Prema GIK-u najznačajnije pozitivne promjene u poslovnoj konkurentnosti u Hrvatskoj za razdoblje 2005.-2006. godina su profesionalnost managementa, izvoz u regiju i razvijenost marketinga, a najznačajnija negativna promjena poslovne konkurentnosti jesu izdaci za istraživanja i razvoj. Najproblematičniji faktori za poslovanje u Hrvatskoj u 2005. godini prikazani su Grafikonom 2.

Grafikon 2. Najproblematičniji faktori za poslovanje u Hrvatskoj u 2005. godini

Izvor podataka: GIK (2005.-2006.)

U ukupnom razvitku Hrvatske posljednjih nekoliko godina sve je izraženija uloga maloga gospodarstva (SMEs-a)⁸. Prema posljednjim podacima Hrvatske gospodarske komore (HGK) ukupno u malom gospodarstvu Hrvatske radi oko 63% zaposlenih od ukupno zaposlenih u gospodarstvu. SMEs ukupno ostvaruje oko 55% BDP-a Hrvatske, sudjeluje u ukupnom izvozu Hrvatske s oko 25% te s 37,6% u ukupnoj imovini u gospodarstvu Hrvatske.⁹ Položaj SMEs-a u Hrvatskoj ukazuje na značajne probleme s tekućom likvidnošću i nedospjelom naplatom potraživanja od strane države i velikih poduzeća, nedovoljna ulaganja u rast kvalitete proizvoda i usluga, nedovoljno poduzetničko znanje za kvalitetno upravljanje djelatnošću, nedostatak kvalitetnih savjetodavnih usluga te ostalih potrebnih institucija za razvoj poduzetništva.

Prema GEM¹⁰ istraživanju o motivaciji i (ne)poduzetničkom ponašanju u Hrvatskoj finan-

cijske potpore, obrazovanje i vladina politika su najnepovoljniji uvjeti za poduzetničko ponašanje. Poduzetnička aktivnost u Hrvatskoj u 2002. godini ocijenjena je TEA¹¹ indeksom 3.10, u 2003. godini 2.56, a u 2004. godini TEA indeks iznosio je 3.73. U 2004. godini TEA indeks u Sloveniji iznosio je 2.60, a u Mađarskoj 4,29. Radi usporedbe, TEA indeks u 2004. godini za Peru je iznosio 40.34, za Ekvador 27.24, a za SAD 11.33. Hrvatska je u razdoblju 2002.-2004. godine pri dnu ljestvice zemalja uključenih u GEM projekt. Poduzetnički deficit karakteristika je zemalja koje se nalaze na dnu ljestvice obuhvaćenih GEM projektom. Prema istom istraživanju prisutne su izrazite regionalne razlike u razini poduzetničkih aktivnosti. Najintenzivnije poduzetničke aktivnosti u 2003. godini prema regijama su u Zagrebu i okruženju (TEA indeks 4.30) i Istri, Primorju i Gorskom kotaru (TEA indeks 3.05) a najslabije u Slavoniji (TEA indeks 1.00). Kombinirajući TEA indeks sa indeksom FEA¹² ustanovljeno je da se Hrvatska nalazi u grupi zemalja sa niskim FEA indeksom u 2003. godini.

⁸ Pojam SME, engl. Small and Middle Enterprise, označava subjekte malog gospodarstva: mikro, mala i srednja poduzeća.

⁹ Izvor: Hrvatska gospodarska komora, Sektor za malo gospodarstvo, www.hgk.hr

¹⁰ Global Entrepreneurship Monitor Hrvatska 2002., *Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom*; GEM-Međunarodni projekt za istraživanje i mjerenje poduzetničkih aktivnosti u različitim zemljama pokrenut 1998. godine. Hrvatska je sudionik projekta od 2002. godine.

¹¹ Prema GEM metodologiji indeks TEA (Total Entrepreneurial Activity) izražava odnos broja ljudi na svakih 100 odraslih stanovnika (od 18 do 64 godine starosti) koji pokušavaju pokrenuti vlastiti posao ili su vlasnici u nekom aktivnom poduzeću koje nije starije od 42 mjeseca.

¹² Prema GEM metodologiji FEA indeks mjeri inovativnost poduzeća

4. ANALIZA POSLOVNE OKOLINE PEST METODOM

4.1. PEST-metoda

Okolina poduzeća je dio vanjskog svijeta s kojim poduzeće dolazi u kontakt; ukupnost vanjskih činitelja koji utječu na organizaciju, na njezino oblikovanje i ponašanje te na ponašanje njezinih članova.¹³

Akronim PEST¹⁴ nastao je od prvih slova engleskih naziva tih čimbenika. PEST analiza okvir je za strukturiranu analizu makrookruženja. Vanjsko okruženje svakog poduzeća određuje način ponašanja poduzeća u određenom sustavu. PEST analiza pomaže poduzećima razumijevanju utjecaja snaga i trendova političkoga, ekonomskog, sociokulturnog

i tehnološkog okruženja. Ti su trendovi važni čimbenici za procjenu kvalitete poslovanja poduzeća. Poduzeća posluju u konkurentnom okruženju na koje djeluju trendovi koji oblikuju njihove mogućnosti i predstavljaju prijetnje. Promjene u okruženju ne moraju nužno negativno utjecati na poslovanje neke organizacije; one mogu otvoriti i nove mogućnosti. Kako je svaka zemlja specifična upravo po ekonomskim, političkim, tehnološkim i sociokulturnim karakteristikama, manageri moraju napraviti PEST analizu za svaku zemlju u kojoj njihovo poduzeće želi konkurentno i uspješno poslovati.

Tablica 1. prikazuje ekonomske, političko-pravne, tehnološke i sociokulturne karakteristike PEST analize koji ukazuju na važne utjecaje okruženja na konkurentnost poduzeća.

Tablica 1. Čimbenici PEST analize

POLITIČKO/PRAVNI <ul style="list-style-type: none">- STANJE EKOLOGIJE/OKOLIŠA- PRAVNI SUSTAV- BUDUĆI PRAVNI SUSTAV- EUROPSKI/MEĐUNARODNI PRAVNI SUSTAV- ZAKONODAVNA TIJELA- INTERESNE GRUPE	EKONOMSKI <ul style="list-style-type: none">- DOMAĆA EKONOMSKA SITUACIJA- DOMAĆI EKONOMSKI TRENDOVI- RAZINA BDP-a- STRUKTURA POTROŠNJE- OPĆA POREZNA SITUACIJA- POREZI NA ODREĐENE PROIZVODE/USLUGE- TRŽIŠNI TRENDOVI- ODREĐENI INDUSTRIJSKI ČIMBENICI
SOCIOKULTURNI <ul style="list-style-type: none">- RELIGIJA- ŽIVOTNI STIL- DEMOGRAFIJA- STAVOVI I MIŠLJENJE POTROŠAČA- VEĆA DOGAĐANJA I ZBIVANJA- OGLAŠAVANJE I PUBLICITET	TEHNOLOŠKI <ul style="list-style-type: none">- TEHNOLOŠKA DOSTIGNUĆA- UTJECAJ TEHNOLOGIJE NA PONUDU PROIZVODA- UTJECAJ NA STRUKTURU CIJENA- RAZINA AUTOMATIZACIJE- POTICAJI ZA RAZVOJ TEHNOLOGIJE- UDJEL TEHNOLOŠKE PROMJENE- INOVACIJSKI POTENCIJAL- INFORMACIJE I KOMUNIKACIJA

Izvor: <http://www.businessballs.com/pestanalysisfreetemplate.htm>

¹³ Baletić, Z., *Ekonomski leksikon*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža i Masmedija, Zagreb, 1995., str. 615.

¹⁴ Political (politički), Economic (ekonomski), Social (sociološki), Technological (tehnološki)

U nastavku se analizira političko-pravno, ekonomsko, socio-kulturno i tehnološko okruženje s ciljem ustanovljavanja snaga koje determiniraju mikroekonomsku konkurentnost Hrvatske.

4.2. Političko-pravno okruženje

Geografski je Hrvatska smještena blizu gusto naseljenih i gospodarski razvijenih zemalja i kao jadranska i srednjoeuropska zemlja nalazi se na području Srednje i Istočne Europe. Osim dobrog geografskog položaja, potpisivanje Srednjoeuropskog ugovora o slobodnoj trgovini (tzv. CEFTA)¹⁵ pružit će hrvatskim poduzećima mogućnost aktivnog uključivanja na srednjoeuropsko tržište. Nasuprot tome, slobodna trgovina između zemalja u regiji utjecat će na ostvarenje veće konkurencije.

Započeti pristupni pregovori s EU i stjecanje statusa kandidata Hrvatskoj se, uz CARDS¹⁶ program kojim se financiraju postojeće reforme za prilagodbu standardima EU, otvaraju vrata za korištenje sredstava iz predpristupnih programa EU.

Nemogućnost efikasne provedbe poslovanja hrvatskih poduzeća i ekonomske politike često je posljedica zakonskih propisa i nedovoljno učinkovite pravne države. Prema GIK-u svi elementi pravosuđa vrlo su loše ocijenjeni s jasnom tendencijom pogoršanja u razdoblju od 2002. do 2004. godine. Odmah iza neefikasne birokracije korupcija je prema podacima GIK-a, najproblematičniji faktor koji utječe na poslovanje u Hrvatskoj u 2005. godini. Također, prema godišnjem Izvješću Svjetske banke o uvjetima poslovanja u 2006. godini Hrvatska je najlošije rangirana među istočnoeuropskim zemljama; od ukupno 155 zemalja Hrvatska se nalazi na 118. mjestu.

Uklanjanje birokratskih i administrativnih prepreka, povećanje pravne sigurnosti i iskorjenjivanje korupcije, kao i poboljšanje učinkovitosti institucija neke su od nužnih promjena potrebnih za efikasno poslovanje hrvatskih poduzeća.

4.3. Ekonomsko okruženje

Makroekonomske pokazatelji za 2005. godinu u Hrvatskoj pokazuju visoku stopu nezaposlenosti od 311.311 registriranih nezaposlenih osoba¹⁷,

nedovoljno visoku stopu rasta BDP-a¹⁸, i visok vanjski dug od 25,5 milijarde eura¹⁹. Navedeni podaci govore kako se nastavlja tendencija sporijeg rasta ukupne gospodarske aktivnosti. Ekonomski trendovi u Hrvatskoj reflektiraju se na poslovanje hrvatskih poduzeća.

Iz analize poslovanja poduzetnika iščitava se i dinamičnije poslovanje koje se izražava kroz nešto brži rast prihoda (11,0%) od rashoda (10,8%). Odnosno, ostvareni ukupni prihodi od 373 milijarde kuna veći su za 6,5% od ukupno ostvarenih rashoda pa je pokrivenost rashoda prihodima veća za oko 3,5% nego što je bila u 2004. godini.²⁰ Ipak, financijska snaga malih i srednjih poduzeća i tempo pokretanja poduzetničkih inicijativa u Hrvatskoj nije zadovoljavajuća.

Visoki udio nenaplaćenih potraživanja u strukturi ukupnih potraživanja i ostvarenja planiranih poslovnih rezultata dovode do nelikvidnosti, što je jedan od najznačajnijih problema hrvatskoga gospodarstva u proteklom razdoblju. Hrvatska poduzeća dodatno su opterećena poreznom politikom. Primjerice, porez na dodanu vrijednost obračunava se u vremenu od 30 dana, a da naplate potraživanja poduzećima je u prosjeku potrebno dva mjeseca. Radi poreznog rasterećenja trebalo bi izmijeniti odredbe Zakona o porezu na dodanu vrijednost (sa sadašnjih mjesec dana razdoblje obračuna poreza produžiti na 45 dana).

Smatra se kako je posebice u zemljama u tranziciji pretvorba vlasništva iz državnog u privatni sektor, zbog nastanka velikog broja novih privatnih poduzeća, posebno pogodna za razvoj sivoga gospodarstva.

Ukratko, nekoliko je bitnih razloga nepovoljnoga poduzetničkog okružja u Hrvatskoj:²¹

- Visoka porezna presija države često stavlja poduzetnike u težak položaj, pa je rezultat počesto ukiđanje i zatvaranja malih i srednjih poduzeća;

¹⁵ engl. Central European Free Trade Agreement - Srednjoeuropska zona slobodne trgovine

¹⁶ engl. Community Assistance for Reconstruction, Development and Stabilization - Pomoć Europske zajednice u obnovi, razvoju i stabilizaciji (program tehničko-financijske pomoći Europske unije usvojen u prosincu 2000. godine, čiji je osnovni cilj potpora zemljama Jugoistočne Europe u aktivnom sudjelovanju u Procesu stabilizacije i pridruživanja)

¹⁷ Hrvatski zavod za zapošljavanje, ožujak, 2006. godina

¹⁸ prema Državnom zavodu za statistiku BDP je u 2005. godini porastao za 4,3% u odnosu na prošlu godinu.

¹⁹ Hrvatska narodna banka, prosinac, 2005. godina

²⁰ Hrvatska gospodarska komora, Centar za makroekonomske analize, <http://hgk.biznet.hr/hgk/tekst.php?a=b&page=tekst&id=381>

²¹ Gavranović, Ante, "Poduzetništvo se stimulira-poduzetnike motivira", Privredni vjesnik, br. 3368, 11. listopada 2004. godine, <http://www.privredni-vjesnik.hr/index.cgi?A=I&SIF=00001&BR=003368&DA=20041011>

- Nelikvidnost ponovno uzima maha pa se financijski slabija poduzeća jednostavno ne mogu održati na tržištu;
- Banke, uz promjenu svoje paradigme, okreću se u sve većoj mjeri privatnom sektoru (poticanju potrošnje), zasnivaju poslovanje i dobit gotovo isključivo na visokim kamatama, a u posljednje vrijeme ozbiljno izbjegavaju svaki rizik davanjem kredita poduzećima. Ukratko, ne obavljaju primarnu funkciju servisiranja proizvodnje i usluga;
- Ukupno makroekonomsko okruženje samo je prividno stabilno, jer se stabilnost zasniva na elementima stabilnosti tečaja, cijena i inflacije. Međutim, svaka od tih karika puca po šavovima, uz veliku opasnost da dovede do kolapsa gospodarstva.

4.4. Socio-kulturno okruženje

Najbolja osnova za socijalno pravedno društvo i zaposlenost jesu konkurentna poduzeća. Konkurentno sposobna poduzeća temelj su privrednog blagostanja svake zemlje.

Prema dokumentu Europske komisije iz 2001. godine socijalna odgovornost poduzeća ima unutar-nju i vanjsku dimenziju. Unutarnja dimenzija obuhvaća upravljanje ljudskim resursima, zdravljem i sigurnošću na poslu, prilagođavanje promjeni, te upravljanje utjecajima iz okoliša i prirodnim resursima. Vanjska se dimenzija odnosi na lokalnu zajednicu, partnere u poslu, opskrbljivače i potrošače na ljudska prava te na globalnu brigu o okolišu.²²

Usko povezani globalizacija tržišta, napredak informatizacije i tehnologije, nekonkurentnost hrvatskih poduzeća i otpuštanje velikog broja radnika utjecali su na socijalni status građana u Hrvatskoj. Visoka stopa nezaposlenosti,²³ zaposleni s niskim primanjima, nesrazmjer umirovljenika i zaposlenih ukazuju na nizak životni standard u Hrvatskoj.

Sudeći prema rezultatima istraživanja koje je proveo Gfk²⁴, Hrvate najviše muči nizak životni

standard, nezaposlenost, korupcija i kriminal. Na rang listi zabrinutosti iza navedenih problema slijede niske mirovine, visoki porezi, gospodarska stagnacija, zloraba droga, posljedice privatizacije, posljedice rata i problemi u lokalnoj zajednici.²⁵ Poslovna zajednica utječe na povećanje društvene odgovornosti u zdravstvu i socijalnoj skrbi. Egzistencijalna sigurnost i materijalni status nužni su za kvalitetu života hrvatskih građana, što pokazuje i anketa provedena u Istarskoj županiji o zdravstvenim problemima i njihovim uzrocima.²⁶ Najveći broj ispitanika ankete na pitanje što je najpotrebnije za očuvanje odnosno poboljšanje zdravlja i kvalitete života, na prvo mjesto stavio je egzistencijalnu i materijalnu sigurnost, što se prije svega odnosi na mogućnost zapošljavanja te stvaranje prihoda i kupovne moći stanovništva.

Dok su s jedne strane u Hrvatskoj prisutni velika nezaposlenost i sve veća otpuštanja radne snage nižeg obrazovanja, s druge strane hrvatska poduzeća suočena su s deficitom stručnoga i visokoobrazovnog radnog kadra. Sofisticirana tehnologija i novi tržišni uvjeti poslovanja zahtijevaju kvalitetniju obrazovnu infrastrukturu. Domaća poduzeća suočena su s nedostatkom tržišno orijentiranih menagera ključnih za uspjeh svakog poduzeća. Jedan od razloga tome je "odljev mozga", odnosno odlazak mladih stručnjaka u inozemstvo. Ulaganje u društvo znanja i obrazovanje u Hrvatskoj nije dovoljno za unapređenje konkurentnosti poslovanja. Prema podacima GIK-a, ocjena usavršavanja zaposlenih pala je sa 67. mjesta u 2002. godini na vrlo loše 88. mjesto u 2004. godini, što ukazuje na vrlo zabrinjavajuće stanje. Stoga je nužno da poduzeća kontinuirano ulažu u intelektualni kapital i dodatno obrazovanje zaposlenika na svim razinama unutar poduzeća kao jednim od preduvjeta za razvoj poslovne konkurentnosti.

4.5. Tehnološko okruženje

Još uvijek u Hrvatskoj nisu stvoreni uvjeti za razvoj novih radnih mjesta i njihovu tehnološku opremljenost. Neujednačena tehnološka opremlje-

²² Dokument Europske komisije "Promicanje- europski okvir socijalne odgovornosti gospodarstva", 2001. godina, preuzeto sa <http://www.ceranco.hr/gospodarstvo/socijalna%20odgovornost.htm>, "Socijalna odgovornost gospodarstva u razvijenim zemljama- povijesni osvrt"

²³ Stopa nezaposlenosti u Hrvatskoj u veljači 2006. godine iznosila je od 18,3% (podaci Hrvatskog zavoda za zapošljavanje)

²⁴ Gfk-Centar za istraživanje tržišta d.o.o. Zagreb, www.gfk.hr

²⁵ "Hrvate muči niski standard, nezaposlenost i korupcija", Indeks.hr, 09.11.2005., <http://www.index.hr/clanak.aspx?id=291241>

²⁶ Lazarić Zec Danijela, Grozić-Živolić Sonja, *Slika zdravlja u Istarskoj županiji*, Hrvatski časopis za javno zdravstvo, br. 3., 7. srpnja 2005. godine, www.hcjz.hr

nost od poduzeća do poduzeća, nedostatak tehnoloških inovacija, korištenje standardnih tehnologija već prisutnih na tržištu, neposjedovanje sredstava za tehničko-tehnološku rekonstrukciju i restrukturiranje, nedostatak visokih standarda kvalitete, zaštite na radu i zaštite okoline, neki su od problema s kojima se suočavaju hrvatska poduzeća.

Centar za makroekonomske analize pri HGK navodi sljedeće probleme: tehnološku zaostalost i neinventivnost, visoke troškove, neiskorištenost kapaciteta, uvozu ovisnost, nedostatak novih proizvoda s višom fazom prerade, neprepoznatljivost na svjetskom tržištu, nepračenje stanja na svjetskim tržištima itd.

Prema kriteriju inovativnost poduzeća, Hrvatska je u grupi zemalja s niskom inovativnošću poduzeća (prema GEM metodologiji za razdoblje 2003. godine). Prema GIK-u za 2004. godinu domaća poduzeća gube sposobnost proizvodnje vlastitih inovacija i sve više se okreću licencama.

Ulaganjem u visokoobrazovane kadrove, tehnologiju i informatizaciju jedino se može povećati izvozna propulzivnost i uspješno konkurirati na domaćem i inozemnom tržištu. Također, povoljnije kreditiranje poslova za izvoz, uvoz inozemne tehnologije putem izravnih inozemnih investicija, stimulacija domaćih investicija putem povoljnijih kamata, oslobađanje od carine i poreza na dodanu vrijednost za uvoz tehnološke opreme koja se ne proizvodi u zemlji, i slično, neke su od pretpostavki tehnološkog unapređenja i konkurentnosti domaćih poduzeća.

5. ZAKLJUČAK

Provedena analiza mikroekonomske konkurentnosti Hrvatske omogućava izvođenje zaključaka povezanih s ocjenjivanjem uspješnosti poslovanja hrvatskih poduzeća te procjenjivanjem njihovih postojećih konkurentskih potencijala.

Poslovna se konkurentnost hrvatskih poduzeća prema pokazateljima GIK-a poboljšala u 2005. godini u odnosu na prethodnu godinu za nominalno 9 mjesta. Poboljšanje na ljestvici poslovne konkurentnosti ipak nema zadovoljavajući tempo promjena konkurentnosti na mikro razini. Problemi s kojima su suočena hrvatska poduzeća usko su povezani s nositeljima državne vlasti i njihovom politikom. Državna politika sprječava razvoj poslovne kon-

kurentnosti hrvatskih poduzeća kroz: neefikasan birokratski aparat i neučinkovitu administraciju, neučinkovit pravni i regulatorni sustav, neriješen gospodarski kriminal kao posljedica tajkunske privatizacije, nepoticajne državne mjere kroz subvencije koje nisu dostatne za poboljšanje poslovne konkurentnosti, korupciju na svim razinama, posebice na najvišim razinama vlasti, visok porezni sustav, nedovoljna ulaganja u razvoj poduzetništva.

Zadatak države je stvaranje povoljnoga poslovnog okruženja koje će omogućiti poticanje novih proizvodnih i procesnih mogućnosti, investicije u aktivnosti koje povećavaju produktivnost i razinu kvalitete proizvoda i usluga, a zadatak je poslovne zajednice da ostvari tržišni uspjeh i stvara poslove. Uloga države u stvaranju stabilnoga mikroekonomskega okruženja podrazumijeva uspostavljanje vladavine prava i tržišnih uvjeta poslovanja, razvoj tržišta kapitala i društva znanja, čime se omogućuje otvorena i zdrava konkurencija poslovnih subjekata.

“Jasno je da bez novih tehnologija, snažne podrške inovacijama i inovatorstvu uopće ne možemo govoriti o konkurentnom gospodarstvu, što je temeljna pretpostavka uspješnosti. Već ta činjenica nameće nam konkretne zadaće i pravce ukupne naše aktivnosti na području poticanja proizvodnje, izvoza i, kroz to, unapređenju poduzetništva kao temeljnog stožera budućeg rasta i razvoja hrvatskoga gospodarstva“, poručuje ministar Vukelić.²⁷

Ulaganje u visokoobrazovane ljudske resurse, tehnološku i informacijsku infrastrukturu, inovacije, istraživanje i razvoj, ostvarivanje visoke kvalitete proizvoda i usluga, dobre su pretpostavke za daljnji razvitak konkurentnosti poslovne zajednice. Konkurentna sposobnost hrvatskih poduzeća ima razvojnu perspektivu ukoliko se posebice usmjere na:

- suradnju vlasti i poslovne zajednice te povezivanje gospodarstva, znanosti i lokalne samouprave koja je ključna za napredak cjelokupne privrede, poboljšanje životnog standarda, zaposlenosti i dugoročne stabilnosti;
- definiranje vizije i ciljeva utemeljenih na inovativnom i razvojnom ponašanju poslovne zajednice, od strateških programa države i njihove

²⁷ Ministar gospodarstva, rada i poduzetništva Branko Vukelić, 8. Nacionalno savjetovanju o gospodarstvu i poduzetništvu, Šibenik, 19. 06. 2004. godine

- primjene na poslovnu razinu do interne primjene svakog poslovnog subjekta;
- jačanje maloga i srednjeg poduzetništva, stvaranje uvjeta za njihovu izveznu orijentiranost na globalna tržišta, restrukturiranje većih poduzeća, razvoj poduzetničke kulture i znanja;
 - poticanje poduzetničke klime stvaranjem integrativnih institucija i integracija, umrežavanjem i interesnim povezivanjem poslovnih subjekata, čime bi se razvile strategija, planovi i definirale konkretne mjere poboljšanja poslovne konkurentnosti;
 - učenje po modelima zemalja koje su postale uspješno razvijene ekonomije i koje služe kao referenca gospodarski razvijenog dijela EU;
 - kontinuirano ulaganje u modernizaciju i racionalizaciju poslovnog procesa;

- primjena odgovarajućih standarda kvalitete;
- prilagodba sofisticiranim tehnološkim i informatičko-komunikacijskim tehnologijama, korištenje uspješnih modela e-poslovanja;
- ulaganja u brzo rastuće i izvezno orijentirane djelatnosti te osiguranje garancija za izvezne poslove i veću učinkovitost izveznog gospodarstva, razvijanje efikasnog kreditnog sustava.

Stvaranjem poštenoga i stabilnog poslovnog okruženja i izgradnjom konkurentski sposobne poslovne zajednice potiču se ulaganja u razvoj inovativnih i kreativnih proizvoda, razvoj tržišta kapitala, poslovanje pomoću visoko obrazovanih i inovativnih ljudi i suvremene opreme, prilagodbu potrebama i zahtjevima tržišta, uz pravednu i poticajnu državnu politiku.

Literatura

1. Baletić, Z., *Ekonomski leksikon*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža i Masmedija, Zagreb, 1995.

2. Businessballs, PEST metoda, <http://www.businessballs.com/pestanalysisfreetemplate.htm>

3. Collins, G., C., Devonna, A., M., *Izazovi menadžmenta u XXI. Stoljeću*, prijevod, Mate, Zagreb, 2002.

4. Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr

5. Dokument Europske komisije "Promicanje europski okvir socijalne odgovornosti gospodarstva", 2001. godina, <http://www.ceraneo.hr/gospodarstvo/socijalna%20odgovornost.htm>, "Socijalna odgovornost gospodarstva u razvijenim zemljama-povijesni osvrt"

6. Gavranović, Ante, "Poduzetništvo se stimulira-poduzetnike motivira", Privredni vjesnik, br. 3368

7. Gfk-Centar za istraživanje tržišta d.o.o. Zagreb, www.gfk.hr

8. Global Entrepreneurship Monitor Hrvatska 2002., *Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom*

9. Godišnji izvještaj o konkurentnosti Hrvatske 2004., radni materijal, Institut za međunarodne odnose, Zagreb, svibanj 2005. godine, www.weforum.org

10. Hrvatska gospodarska komora, www.hgk.hr

11. Hrvatska narodna banka, www.hnb.hr

12. Hrvatski zavod za zapošljavanje, www.hzz.hr

13. Indeks.hr, "Hrvate muči niski standard, nezaposlenost i korupcija", <http://www.index.hr/clanak.aspx?id=291241>

14. Izvješće o globalnoj konkurentnosti 2005.-2006., Nacionalno Vijeće za konkurentnost, Zagreb, 2005. godina

15. Lacković, Z., Management malog poduzeća, Građevinski i Elektrotehnički fakultet, Osijek, 2004.

16. Lazarić Zec Danijela, Grozić-Živilić Sonja, *Slika zdravlja u Istarskoj županiji*, Hrvatski časopis za javno zdravstvo, br. 3., www.hejz.hr

17. The manager.org, Porterov model pet konkurentskih snaga, http://www.themanager.org/Models/p5f.htm#_Toc516553132

Zlatko Lacković, Ph. D., Ljiljana Dragišić, M.Sc.

MICROECONOMIC COMPETITION AND ITS SIGNIFICANCE FOR CROATIA

Summary

Competitively capable business sector and competitive business environment are prerequisites of employment growth, productivity, GDP and standard of living and thus of long-term economic stability. The rhythm of change in business competition in Croatia is not satisfactory since there are not yet created terms of convenient and stable business environment. The Global Report on Competitiveness points to insufficient sophistication of company and quality of business environment of company in Croatia. In addition to the role of business sector, the state authorities are the key factor in developing microeconomic competitiveness. Cooperation between central authorities and business community and other society segments, investment in restructuring and technology modernization and information, creating the society based on knowledge through investment in human resources, development of entrepreneurship and entrepreneurial culture, building the market capital, honest and wise state measures and export propulsiveness are some of prerequisites on which it is necessary to build stimulative and stable competitive business environment and strengthen competitive position and efficiency of business operators in Croatia.

The purpose of this work is to assess the development possibilities of stable macroeconomic competitiveness of Croatia through the analysis of existing competitive position of company and business environment and thus to influence the central institutions through actual recommendations and to contribute to the realization of development perspective of business competition in Croatia.

Key words business competitiveness, microeconomic environment, company, Croatia