

Andrijana Ćudina*
Gorana Lukinić Čardić**
Gordi Sušić***

UDK 339.5.057.7(497.5)
JEL Classification F10, F14, F23
Prethodno priopćenje

ANALIZA RELATIVNOG POLOŽAJA HRVATSKOG IZVOZA NA TRŽIŠTU EUROPSKE UNIJE

Rad analizira promjene relativnog položaja hrvatskog izvoza, odnosno njegovog udjela na tržištu Europske unije u razdoblju od 2000. do 2010. godine primjenom metode konstantnih tržišnih udjela (engl. constant market shares). Spomenuta metoda omogućuje da se promjene tržišnog udjela neke zemlje povežu sa strukturnim i drugim karakteristikama njenog izvoza. Pritom su proizvodna i geografska obilježja izvoza obuhvaćena strukturnim učinkom, dok je utjecaj svih ostalih čimbenika koji se mogu odraziti na izvozne rezultate i posljedično na promjenu tržišnog udjela obuhvaćen učinkom konkurentnosti. Rezultati pokazuju da je stagnacija udjela hrvatskog izvoza na tržištu EU u razdoblju od 2000. do 2010. poglavito posljedica nekonkurentnosti, dok je strukturni učinak tek blago pozitivan.

Ključne riječi: izvoz, specijalizacija, konkurentnost, metoda konstantnih tržišnih udjela

* A. Ćudina, mr. sc., savjetnica, Hrvatska narodna banka (E-mail: andrijana.cudina@hnb.hr).

** G. Lukinić Čardić, dipl. oec., glavna stručna suradnica, Hrvatska narodna banka (E-mail: gorana.lukinica@hnb.hr)

** G. Sušić, mr. sc., direktor, Hrvatska narodna banka (E-mail: gordi.susic@hnb.hr)

Stajališta iznesena u radu pripadaju autorima i nisu nužno stajališta institucije u kojoj su zaposleni. Autori zahvaljuju Maji Bukovšak na korisnim prijedlozima i Ivici Previću na pomoći oko prikupljanja podataka.

Zahvala ide i dvojici anonimnih recenzenata jer je uključivanjem njihovih primjedbi i sugestija rad značajno dobio na kvaliteti.

Prvobitna verzija članka primljena je u uredništvo 30. 9. 2011., a definitivna 17. 5. 2012.

1. Uvod

Relativan položaj izvoznika neke zemlje na inozemnom tržištu određuje prije svega njihova sposobnost da kvalitetom svojih proizvoda nadjačaju konkurente. No, značajnu prednost u borbi za tržišni udio može im dati i povoljna proizvodna i geografska struktura njihovog izvoza, odnosno intenzitet potražnje za njihovim proizvodima na tržištima gdje ih plasiraju. U smislu potražnje važno je stoga i u kojoj je mjeri šire regionalno okruženje neke zemlje dinamično¹.

Kada je riječ o Hrvatskoj, pitanje tržišnog položaja njenih izvoznika posebno je važno u kontekstu Europske unije koja je njeno najvažnije izvozno tržište. U geografskoj strukturi hrvatskoga robnog izvoza, udio 27 zemalja članica EU premašuje 60%². U razdoblju od 2000. do 2004. taj je udio u prosjeku iznosio 67%, da bi se do kraja 2010. postupno smanjio na 61%. Istovremeno, u hrvatskom je izvozu porastao udio manje konkurentnih tržišta u njenom neposrednom okruženju (poglavito Bosne i Hercegovine te Srbije).

S obzirom da je rast domaćeg izvoza u EU bio razmjerno spor (prosječni godišnji rast izvoza u razdoblju od 2000. do 2010. iznosio je 6%, što je tek neznatno brže od rasta potražnje), posljedično je i njegov udio na tom tržištu stagnirao. Hrvatska u tom smislu značajno odstupa od drugih zemalja Srednje i Istočne Europe udio kojih je na tržištu EU-a tijekom proteklog desetljeća značajno povećan (isto je potvrđeno i u radu Buturac i Gržinić (2009.)).

Početak 2000.-ih, pristupanjem Hrvatske Svjetskoj trgovinskoj organizaciji te potpisivanjem Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju s EU kao i brojnih sporazuma o slobodnoj trgovini s drugim zemljama, došlo je do značajne liberalizacije hrvatskog vanjskotrgovinskog sustava. Međutim, to nije imalo značajan pozitivan utjecaj na hrvatski izvoz, niti na rast njegova tržišnog udjela u EU. Imajući u vidu veličinu tržišta EU i skoro punopravno članstvo Hrvatske, ovaj rad nastoji objasniti neke od uzroka dosadašnjih nepovoljnih kretanja njezina udjela na tržištu EU-a. U tom se kontekstu postavlja pitanje u kojoj je mjeri na iste utjecala struktura i orijentacija izvoza, odnosno jesu li hrvatski izvoznici bili manje uspješni od konkurenata u odabiru brzo rastućih proizvoda i tržišta ili se pak razlog njihova zaostajanja dominantno krije u slabijoj konkurentnosti u širem smislu.

¹ Činjenica da geografska blizina djeluje pozitivno na trgovinsku razmjenu potvrđena je i na primjeru Hrvatske korištenjem gravitacijskog modela u radu Bilas (2007.).

² Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (u nastavku DZS).

Odgovor na to pitanje pokušat će se dobiti primjenom metode konstantnih tržišnih udjela (engl. *constant market shares*) zasnovanoj na detaljnim bazama podataka koje prikazuju strukturu trgovine prema proizvodima i zemljama partnerima. Ovo je prvi put da se ova metoda primjenjuje u analizi hrvatskog izvoza, pri čemu se razmatraju promjene njegovog udjela na tržištu 27 zemalja članica EU-a. Promjena udjela raščlanjuje se na strukturni učinak, koji pokazuje koliko na promjenu tržišnog udjela utječe sama struktura izvoza prema pojedinim proizvodima (proizvodna orijentacija), odnosno izvoznim tržištima (geografska orijentacija), te učinak konkurentnosti koji obuhvaća sve ostale čimbenike (tehnoške inovacije, kvalitetu proizvoda, devizni tečaj i slično) koji mogu utjecati na konkurentnost nekih roba na određenom tržištu i posljedično na njihov tržišni udio. Ista će se metoda primijeniti i na podatke o izvozu odabranih zemalja Srednje i Istočne Europe kako bi se položaj hrvatskih izvoznika izravno usporedio s izvoznicima iz zemalja sličnih karakteristika, što je dodatni doprinos ovog rada.

Rad je strukturiran na sljedeći način: nakon uvodnih razmatranja, u drugome poglavlju opisuje se поблиže metoda konstantnih tržišnih udjela koja se koristi u radu, uključujući i opis podataka. Slijedi analiza strukturnih obilježja hrvatskog izvoza, što je osnova za tumačenje i razumijevanje rezultata koji se iznose u četvrtome poglavlju, i to zasebno za Hrvatsku i odabrane zemlje Srednje i Istočne Europe. U posljednjem poglavlju iznose se zaključna razmatranja.

2. Metodološke osnove i opis podataka

Metoda konstantnih tržišnih udjela često se koristi u empirijskim analizama vanjskotrgovinskih tokova. Njome se promjena tržišnog udjela neke zemlje na određenom tržištu dovodi u vezu sa strukturnim i drugim karakteristikama njenog izvoza. U području vanjske trgovine ovu je metodu prvi koristio Tyczynski (1951.), iako se ista i ranije primjenjivala u drugim ekonomskim područjima, primjerice u analizama zaposlenosti ili proizvodnosti rada. Izvorna formulacija ove metode raščlanjuje promjenu tržišnog udjela na dva osnovna dijela koji zajedno daju “ukupni učinak”. Prvi dio koji se naziva “strukturni učinak” odraz je same strukture izvoza i pokazuje koliko na izvozne rezultate može utjecati odabir proizvoda koji će se izvoziti, kao i zemalja u koje će se plasirati. Drugi dio predstavlja rezidualnu vrijednost, a naziva se “učinak konkurentnosti”. Izvornoj formulaciji pripisivali su se mnogi nedostaci, poglavito vezani uz konstrukciju modela i interpretaciju

pojedinih učinaka³. S vremenom je metoda evoluirala, a njene najvažnije preinake u odnosu na izvornu formulaciju objavljene su u radovima Richardson (1971.a i 1971.b) i Milana (1988.).

U ovome se radu koristi formulacija metode konstantnih tržišnih udjela koju je 2005. razvila Europska središnja banka (u nastavku ECB), a koja je na zadovoljavajući način otklonila većinu uočenih nedostataka. Prema ECB-ovoj formulaciji metode konstantnih tržišnih udjela, primijenjenoj na Hrvatskoj, ukupni učinak (engl. *total effect* ili, skraćeno, TE) predstavlja postotnu promjenu tržišnog udjela hrvatskog izvoza na tržištu EU, a jednak je zbroju strukturnog učinka (engl. *structure effect*, SE) i učinka konkurentnosti (engl. *competitiveness effect*, CE) te se definira kao:

$$TE = g - g^* = \underbrace{\left[\sum_i \sum_j (\theta_{ij} - \theta_{ij}^*) g_{ij}^* \right]}_{\text{UKUPNI UČINAK}} + \underbrace{\left[\sum_i \sum_j \theta_{ij} (g_{ij} - g_{ij}^*) \right]}_{\text{STRUKTURNI UČINAK}} + \underbrace{\left[\sum_i \sum_j \theta_{ij} (g_{ij} - g_{ij}^*) \right]}_{\text{UČINAK KONKURENTNOSTI}}$$

gdje je:

g stopa rasta ukupnog hrvatskog izvoza u EU između dva razdoblja⁴,

g^* stopa rasta ukupnog uvoza EU između dva razdoblja⁵,

g_{ij} stopa rasta hrvatskog izvoza proizvoda i u EU članicu j u razdoblju t ,

g_{ij}^* stopa rasta uvoza proizvoda i u EU članicu j u razdoblju t ,

θ_{ij} udio proizvoda i u hrvatskome izvozu u EU članicu j u razdoblju $t-1$, i

θ_{ij}^* udio proizvoda i u uvozu EU članice j u razdoblju $t-1$.

Strukturni učinak se dalje raščlanjuje na proizvodni učinak (engl. *product effect*, PE), geografski učinak (engl. *market effect*, u nastavku ME) i miješani strukturni učinak (engl. *mixed structure effect*, MIX) koji su izračunati korištenjem

³ Primjerice, pri konstrukciji modela, kako je istaknuto u radu Simonis (2000.), javlja se problem indeksnog broja jer primjena različitih skupnih agregatnih indeksa utječe na veličinu i predznak izračunatih učinaka. Osim toga, kao značajna slabost izvorne formulacije može se istaknuti i činjenica da "učinak konkurentnosti", s obzirom da je izračunat kao rezidualna vrijednost, obuhvaća i međudjelovanje dvaju osnovnih učinaka, što otežava njegovu interpretaciju.

⁴ $g = \sum_i \sum_j \theta_{ij} g_{ij}$

⁵ $g^* = \sum_i \sum_j \theta_{ij}^* g_{ij}^*$

$$SE = \underbrace{\sum_i (\theta_i - \theta_i^*) g_i^*}_{\text{PROIZVODNI UČINAK}} + \underbrace{\sum_j (\theta_j - \theta_j^*) g_j^*}_{\text{GEOGRAFSKI UČINAK}} + \underbrace{\sum_i \sum_j \left[(\theta_{ij} - \theta_{ij}^*) - (\theta_i - \theta_i^*) \frac{\theta_{ij}^*}{\theta_i^*} - (\theta_j - \theta_j^*) \frac{\theta_{ij}^*}{\theta_j^*} \right] g_{ij}^*}_{\text{MIJEŠANI STRUKTURNI UČINAK}}$$

pri čemu je:

g_i^* rast uvoza proizvoda i u EU u razdoblju t ,

g_j^* rast ukupnog uvoza u EU članicu j u razdoblju t ,

θ_i udio proizvoda i u hrvatskome izvozu u EU u razdoblju $t-1$,

θ_i^* udio proizvoda i u ukupnom uvozu EU u razdoblju $t-1$,

θ_j udio EU članice j u hrvatskome izvozu u razdoblju $t-1$, i

θ_j^* udio EU članice j u ukupnom uvozu EU u razdoblju $t-1$.

Prema navedenoj formuli, proizvodni učinak za Hrvatsku bit će pozitivan i doprinosit će rastu tržišnog udjela u onim djelatnostima koje su u domaćem izvozu zastupljenije nego u izvozu drugih zemalja u EU ($\theta_i > \theta_i^*$), a bit će tim veći što je uvozna potražnja za tim proizvodima na tržištu EU (g_i^*) snažnija. Primjerice, ako Hrvatska u EU izvozi više kemijskih proizvoda nego druge zemlje, a potražnja za njima je snažna, tada će ona u toj industriji bilježiti pozitivan proizvodni učinak i posljedično povećati tržišni udio samo zato što je u relativnoj prednosti pred drugim zemljama. Isto tako, Hrvatska će generirati pozitivne geografske učinke na tržištima onih članica EU koje su domaćim izvoznicima relativno važnije nego drugim izvoznicima ($\theta_j > \theta_j^*$) i bit će veći što je uvozna potražnja tih članica (g_j^*) jača. Kao primjer se može navesti slučaj Slovenije koja je zbog svoje blizine Hrvatskoj znatno važniji partner nego drugim izvoznicima na tržište Unije. Ukoliko bi potražnja sa slovenskog tržišta bila snažna tada bi hrvatski izvoznici zbog svoje izloženosti tome tržištu imali znatno više koristi od drugih te bi povećali svoj udio na europskom tržištu. S obzirom da geografska i proizvodna struktura izvoza nisu međusobno neovisne, njihov je zajednički utjecaj, prema metodi konstantnih tržišnih udjela, sadržan u miješanom strukturnom učinku⁶. Preostalom (rezidualnom) učinku konkurentnosti pripisuje se svaka promjena tržišnog udjela koja ne proizlazi iz proizvodnog, geografskog i miješanog strukturnog učinka. Učinak konkurentnosti prema tome može obuhvaćati razne čimbenike koji potiču konkurentnost izvoznika, kao što su već spomenute tehnološke inovacije, kvaliteta proizvoda, devizni tečaj i slično.

⁶ S obzirom na njegovu (statističku) svrhu, u nastavku ovog rada mu se ne pridaje zasebno ekonomsko značenje, niti ga se posebno tumači. Isti pristup slijedi većina autora koji se koriste doradjenom verzijom metode konstantnih tržišnih udjela.

Predstavljena ECB-ova formulacija metode konstantnih tržišnih udjela, iako značajno poboljšana u odnosu na ranije verzije, u sebi i dalje uključuje određene nedostatke. To se prije svega odnosi na činjenicu da rezultati mogu varirati ovisno o postavkama modela, poglavito o izboru razine razdiobe (dezagregacije) izvoza prema proizvodima i geografskim tržištima. Zbog toga se kasnije u radu uspoređuju rezultati dobiveni korištenjem dviju različitih razina razdiobe podataka. Isto tako, nije nevažan niti odabir frekvencije podataka, premda se izborom godišnjih podataka, što je pristup korišten u ovome radu, uvelike umanjio problem promjene strukture izvoza između dva analizirana razdoblja (problem indeksnog broja). Nadalje, kao deskriptivna metoda, metoda konstantnih tržišnih udjela ne ispituje uzročno-posljedične veze između tržišnog udjela i drugih ekonomskih varijabli, primjerice realnog efektivnog tečaja. Unatoč tome, metoda konstantnih tržišnih udjela daje koristan uvid u strukturne karakteristike izvoza i njihov utjecaj na izvozne rezultate pa često služi kao polazišna osnova ekonometrijskih modela kojima se ispituju odrednice (determinante) tržišnog položaja neke zemlje (ili integracije).

Metoda konstantnih tržišnih udjela do sada se koristila za analizu tržišnog položaja niza zemalja u različitim vremenskim razdobljima. Neki od primjera uključuju Portugal (Cabral, 2004.; Amador i Cabral, 2008.), Belgiju (Simonis, 2000.), Italiju (Foresti, 2004.), Austriju (Skriner, 2009.), Grčku (Athanasoglou et al., 2010.), Njemačku (Deutsche Bundesbank, 2006.), zemlje članice eurozone (ECB, 2005.; Jimenez i Martin, 2010.), 62 industrijalizirane zemlje i zemlje s tržištima u nastajanju (Finicelli et al., 2008.), 21 europsku i neeuropsku zemlju ili skupinu zemalja (Michel, 2005.), itd. Sažeti prikaz glavnih rezultata spomenutih radova dan je u Tablici 1. u Prilogu.

Izračun pojedinih učinaka prema opisanoj metodologiji zasniva se na detaljnim podacima Eurostata o strukturi vanjske trgovine sadržanim u bazi Comext⁷. Pritom se koriste godišnji podaci o vrijednostima uvoza svih 27⁸ zemalja članica EU pojedinačno u razdoblju od 1999. do 2010. na razini tri znamenke Standardne međunarodne trgovinske klasifikacije roba (u nastavku SMTK), izraženi u tekućim eurima. Ovo se odnosi i na vrijednosti i strukturu hrvatskog izvoza u EU koji se promatra iz perspektive uvoza pojedinih zemalja članica EU. Iako bi teoretski izvoz zemlje A u zemlju B morao biti jednak uvozu zemlje B iz zemlje A, u praksi to gotovo nikada nije slučaj⁹, pa tako i ovdje korišteni podaci donekle odstupaju

⁷ Svi podaci su preuzeti s <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb> (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC) na dan 20.04.2011.

⁸ Preciznije, radi se o 26 zasebnih tržišta jer su podaci o uvozu Luksemburga i Belgije iskazani zajedno.

⁹ Mogući razlozi statističkih odstupanja vanjskotrgovinskih podataka kod različitih izvora uključuju određene metodološke razlike praćenja vanjskotrgovinskih tokova poput obuhvata trgovine i razlika u FOB (engl. *free on board*) i CIF (engl. *cost, insurance and freight*) vrednovanju,

od službenih podataka o hrvatskom robnom izvozu koje objavljuje DZS. Usprkos tome, ovaj se pristup primjenjuje u empirijskoj analizi da bi se osigurala konzistentnost i metodološka usklađenost svih korištenih podataka.

Kada je riječ o obuhvatu podataka, treba istaknuti da su iz analize za sve zemlje isključeni vanjskotrgovinski tokovi koji se odnose na goriva i maziva (SMTK odsjek 3) zbog izražene kolebljivosti cijena energenata, zatim na ostale nespomenute proizvode (SMTK odsjek 9) koji obuhvaćaju nemonetarno zlato i neklasificirane proizvode. Zbog specifičnosti Hrvatske isključena je i SMTK kategorija 793 koja obuhvaća ostalu prijevoznu opremu, ili konkretnije brodove i čamce¹⁰. Stoga svi grafički prikazi i rezultati analize prikazani u narednim poglavljima, uključujući i Prilog, za sve analizom obuhvaćene zemlje isključuju navedene odsjeke i kategoriju SMTK.

3. Strukturna obilježja hrvatskog izvoza u EU

Premda većina hrvatskog robnog izvoza odlazi na tržište EU, domaće su robe na europskom tržištu zastupljene s vrlo niskim udjelom koji se u razdoblju od 2000. do 2010. kretao u rasponu od 0,11% do 0,14%¹¹. Promatrajući zasebno tržišta pojedinih zemalja članica EU, Hrvatska je na njima također minimalno zastupljena, uz izuzetak slovenskog tržišta gdje se gotovo 5% roba uvozi iz Hrvatske.

Da bi se lakše interpretirali rezultati metode konstantnih tržišnih udjela koji se daju u sljedećem poglavlju, a posebno dio koji se odnosi na strukturni učinak, potrebno je poznavati strukturu hrvatskog izvoza prema proizvodnoj i geografskoj podjeli te je usporediti s uvoznom potražnjom iz EU zemalja. Što se tiče proizvodne strukture¹² (Tablica 1.), u hrvatskom robnom izvozu u EU prevladavaju proizvodi tekstilne industrije (19,8%), električni strojevi, aparati i uređaji (11,5%) te poljoprivredni i industrijski strojevi (9,6%). Nakon njih, s udjelom od 8,6%, slijede

razlike u praksama koje se odnose na reviziju podataka i/ili načina konverzije nacionalnih podataka u jedinstvenu izvještajnu valutu.

¹⁰ Zbog velikih pojedinačnih vrijednosti podaci o izvozu i uvozu brodova u kratkim vremenskim razdobljima izrazito su kolebljivi. Osim toga, knjiženje izvoza i uvoza brodova zasnovano je na bruto načelu zbog čega su u slučaju Hrvatske, a povezano s poslovima dorade, vrijednosti izvoza i uvoza ove SMTK kategorije statistički uvećane. Prema podacima DZS-a, udio brodova u ukupnome izvozu RH iznosi u prosjeku oko 10%. Istodobno, udio brodova u ukupnome izvozu RH u EU, prema podacima Eurostata, iznosi tek 3%.

¹¹ Kada se u izračun uključe SMTK odsjeci 3, 9 i kategorija 793, tržišni udio Hrvatske bio je u promatranome razdoblju podjednako mali te je u prosjeku iznosio 0,12%.

¹² Isključeni su brodovi (SMTK kategorija 793) i energenti (SMTK odsjek 3) s udjelom od 3% svaki te neraspoređene robe (SMTK odsjek 9) s udjelom od 0,5%.

prehrambeni proizvodi (najviše piće i duhan te šećer), zatim kemijski proizvodi (8,4%) i proizvodi od drva (7,4%). Prema faktorskom sastavu gotovo polovinu izvoza čine proizvodi koji su resursno intenzivni (35,7%) ili nisko tehnološki intenzivni (13,8%). Ovakva je faktorska struktura uvelike odredila dosadašnji slab rast izvoza, a predstavlja i ograničavajući faktor budućega rasta jer je, kao što spominju i Athanasoglou et al. (2010.), supstitucija nisko tehnološki intenzivnih proizvoda onima srednje i visoko tehnološki intenzivnim spora i ograničena. Time se izvoznici dovode u nezavidan položaj u odnosu na konkurente jer upravo potražnja za visoko tehnološki intenzivnim proizvodima najbrže raste. Pored toga, radno intenzivne djelatnosti suočene su i sa snažnom konkurencijom iz zemalja s niskim troškovima rada, poput Kine i Indije, što je dodatni ograničavajući čimbenik rasta izvoza u tim djelatnostima.

Tablica 1.

USPOREDBA STRUKTURE I DINAMIKE HRVATSKOG IZVOZA
U EU I UKUPNE UVOZNE POTRAŽNJE IZ EU,
PREMA DJELATNOSTIMA, U RAZDOBLJU OD 2000. DO 2010.

Faktorski sastav	Djelatnost	Hrvatski izvoz u EU		Ukupni uvoz EU	
		udio (%)	prosječna godišnja stopa promjene (%)	udio (%)	prosječna godišnja stopa promjene (%)
nisko tehnološki, resursno intenzivni	Hrana, piće i duhan	8.6	13.7	8.9	5.1
	Tekstilni proizvodi, uklj. kožu, odjeću i obuću	19.8	-1.1	7.1	3.1
	Proizvodi od drva, uklj. namještaj	7.4	8.1	1.9	4.7
	UKUPNO	35.7	2.9	17.8	4.2
nisko tehnološki	Proizvodi od papira	2.2	9.3	1.9	2.5
	Proizvodi od nemetalnih minerala	3.6	8.5	2.0	2.6
	Osnovni metali, uklj. željezo i čelik te obojene metale	3.8	10.9	6.1	10.7
	Prerađeni proizvodi od metala	4.2	11.5	3.1	7.3
	UKUPNO	13.8	9.5	13.0	7.0
srednje tehnološki	Kemijski proizvodi, isklj. farmaceutske proizvode	8.4	7.3	10.4	6.6
	Poljoprivedni i industrijski strojevi	9.6	11.8	10.2	4.0
	Prijevozna sredstva	3.1	11.1	13.5	2.8
	UKUPNO	21.1	8.8	34.2	3.8
visoko tehnološki	Električni strojevi, aparati i uređaji	11.5	14.2	11.9	6.3
	Medicinski i farmaceutski proizvodi	2.3	2.9	4.6	12.5
	Znanstveni i kontrolni instrumenti, optički uređaji	1.5	7.9	8.1	2.1
	UKUPNO	15.3	11.0	24.5	7.5
-	Neklasificirano	14.0	7.3	10.5	6.3
	SVEUKUPNO	100.0	6.4	100.0	5.1

Napomena: Grupiranje proizvoda prema djelatnostima i faktorskom sastavu preuzeto je iz ECB (2005.), a prikazano je u Tablici 2. Priloga.

Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

U Tablici 1. vidi se i da većinu proizvoda koji prevladavaju u hrvatskom izvozu karakterizira razmjerno spor rast uvozne potražnje s tržišta EU, što će se pokazati važnim za rezultate proizvodnog učinka. Primjerice, uvozna potražnja za tekstilnim proizvodima u zemljama EU-a, koji su visoko zastupljeni u hrvatskom izvozu, u prosjeku je rasla svega 3,1% godišnje. Prosječna godišnja stopa rasta uvoza proizvoda drvne industrije, također visoko zastupljenih u hrvatskom izvozu, iznosila je u zemljama članicama EU-a također razmjerno niskih 4,7%. S druge strane, na tržištu EU brže od prosjeka rastao je uvoz farmaceutske, metalne industrije (proizvodnja osnovnih metala), prerađenih proizvoda od metala, kemijskih proizvoda, električnih strojeva, aparata i uređaja, pri čemu je zastupljenost značajnog dijela proizvoda spomenutih kategorija u hrvatskom izvozu ispodprosječna u usporedbi sa strukturom ukupnog uvoza EU.

U geografskoj strukturi hrvatskog izvoza u EU (Tablica 2.) dominiraju četiri zemlje članice u koje odlazi preko tri četvrtine domaćeg izvoza: Italija (s udjelom od 28,0%), Slovenija (17,6%), Njemačka (17,4%) i Austrija (15,7%). Međutim, prema relativnom značaju, od navedenih je tržišta jedino njemačko tržište drugim izvoznicima podjednako važno kao i Hrvatskoj (na njemačko tržište općenito od-

Tablica 2.

**STRUKTURA I DINAMIKA HRVATSKOG IZVOZA U EU I UKUPNE
 UVOZNE POTRAŽNJE IZ EU, PREMA ZEMLJAMA,
 U RAZDOBLJU OD 2000. DO 2010.**

Zemlja odredišta	Hrvatski izvoz u EU		Ukupni uvoz EU	
	udio (%)	prosječna godišnja stopa promjene (%)	udio (%)	prosječna godišnja stopa promjene (%)
Italija	28.0	5.6	9.0	4.6
Slovenija	17.6	12.1	0.5	8.4
Njemačka	17.4	0.9	19.4	5.4
Austrija	15.7	10.5	3.2	5.1
Francuska	3.2	1.7	12.5	3.6
Velika Britanija	2.4	6.0	12.3	2.8
Belgija	1.5	5.9	8.4	5.6
Nizozemska	1.3	1.5	7.8	5.5
Španjolska	1.1	15.0	6.6	5.3
Baltičke zemlje	0.3	13.5	0.8	11.9
Ostale stare članice EU	3.2	5.5	10.5	3.4
Ostale nove članice EU	8.2	14.0	9.1	11.7
SVEUKUPNO	100.0	6.4	100.0	5.1

Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

lazi 19,4% svih roba plasiranih u Uniju, što je slično udjelu te zemlje u hrvatskom izvozu u Uniju). Ostale tri navedene zemlje koje su Hrvatskoj važni vanjskotrgovinski partneri, izvoznici iz drugih zemalja u prosjeku su manje važne. Njima su znatno važnije druge stare članice EU, posebno Francuska, Velika Britanija i Španjolska, gdje, pak, hrvatski izvoznici relativno malo izvoze.

Kada se promatra dinamika uvozne potražnje s navedenih tržišta, rast potražnje s njemačkog i austrijskog tržišta u razdoblju od 2000. do 2010. bio je na razini prosjeka EU (5,1%), dok je potražnja s talijanskog tržišta blago zaostajala (4,6%). Potražnja sa slovenskog tržišta bila je snažnija od prosjeka (8,4%), iako se ne može mjeriti s baltičkim zemljama ili primjerice Bugarskom i Rumunjskom. Hrvatska je na ta vrlo dinamična tržišta bila razmjerno slabo orijentirana te na njima nije uspjela ostvariti porast tržišnog udjela.

4. Glavni rezultati metode konstantnih tržišnih udjela

Analiza udjela hrvatskog izvoza i izvoza usporedivih zemalja na tržištu EU u razdoblju od 2000. do 2010., primjenom metode konstantnih tržišnih udjela, potvrđuje izraženo zaostajanje Hrvatske. Ukupni učinak, kojim se mjeri prosječna godišnja promjena tržišnog udjela, za Hrvatsku iznosi svega 0,5%, a za usporedive zemlje Srednje i Istočne Europe čak 7,5%¹³ (Tablica 3.). Rezultati za Hrvatsku posebno su slabi tijekom krizne 2009. i 2010. kada je njen tržišni udio u prosjeku pao 2,1% godišnje, dok su usporedive zemlje uspjele održati rast svoga udjela čak i tijekom kriznog razdoblja.

Snažnom prodoru zemalja Srednje i Istočne Europe na tržište Unije tijekom 2010. pripomogao je, između ostaloga, i njihov ulazak u EU koji im je od 2004. (odnosno 2007. u slučaju Bugarske i Rumunjske) omogućio slobodan pristup zajedničkom tržištu i osigurao konkurentsku prednost pred trećim zemljama. Osim toga, ove su zemlje stekle određenu prednost i ulaskom u sustav paneuropske dijagonalne kumulacije podrijetla roba¹⁴ krajem 1990.-ih, što kod Hrvatske još uvijek nije slučaj.

¹³ Ovdje treba naglasiti da je zbog isključivanja SMTK odsjeka 3, 9 i komponente 793, u slučaju nekih zemalja ukupni učinak donekle podcijenjen. To se uglavnom odnosi na baltičke zemlje, pogotovo na Litvu kod koje energenti čine gotovo četvrtinu ukupnog izvoza u EU.

¹⁴ Sustav dijagonalne kumulacije podrijetla roba omogućuje proizvođaču da u svoj proizvod uključi i materijale iz druge države s kojom ima sklopljen ugovor o slobodnoj trgovini te da ga pod povlaštenim uvjetima izveze kao vlastiti proizvod u neku treću državu, a s kojom također ima sklopljen ugovor o slobodnoj trgovini.

Tablica 3.

**PROSJEČNO POVEĆANJE TRŽIŠNOG UDJELA (UKUPNI UČINCI)
 U RAZDOBLJU OD 2000. DO 2010.**

	2000.-2004.	2005.-2008.	2009.-2010.	2005.-2010.	2000.-2010.
Hrvatska	1.7	0.2	-2.1	-0.6	0.5
Baltičke zemlje	6.4	5.6	3.0	4.7	5.5
NMS5	7.6	9.6	3.5	7.6	7.6
NMS10	7.9	8.7	4.1	7.2	7.5

Napomene: NMS5 obuhvaća Češku, Mađarsku, Poljsku, Slovačku i Sloveniju. NMS10 uključuje NMS5, baltičke zemlje, Bugarsku i Rumunjsku.

Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

Već je spomenuto kako rezultati metode konstantnih tržišnih udjela mogu varirati ovisno o razini razdiobe podataka koja se koristi pri izračunu. Razlog tomu je činjenica da pojedine grupacije obuhvaćaju proizvode čije se stope rasta izvoza mogu značajno razlikovati. Stoga je za Hrvatsku i odabrane zemlje Srednje i Istočne Europe provedena analiza osjetljivosti pojedinih učinaka na promjenu razine razdiobe (dvije znamenke SMTK). Izračun na razini dvije umjesto tri znamenke SMTK (Tablica 3. u Prilogu) u slučaju Hrvatske pokazao je nešto povoljnije ukupne učinke, dok je ta razlika za zemlje Srednje i Istočne Europe gotovo zanemariva. Pritom u oba slučaja izračun na dvije znamenke SMTK rezultira povoljnijim učinkom konkurentnosti, dok se strukturni učinak pokazao manje povoljnijim nego na razini tri znamenke SMTK. Unatoč tome, zaključak o znatno slabijim rezultatima hrvatskih izvoznika u odnosu na konkurente iz Srednje i Istočne Europe i dalje vrijedi.

4.1. Rezultati za Hrvatsku

Među čimbenicima koji su utjecali na kretanje tržišnog udjela hrvatskog izvoza u EU u razdoblju od 2000. do 2010., blagi pozitivan utjecaj imala je geografska struktura domaćeg izvoza, odnosno njegova orijentacija prema tržištima s nadprosječnim rastom potražnje (kao što se vidi u Tablici 4., geografski učinak, označen s ME, u prosjeku je iznosio 0,7%). Utjecaj proizvodne strukture bio je gotovo neutralan (prosječni proizvodni učinak, označen s PE, iznosio je svega 0,2%), što upućuje na slabosti Hrvatske zbog činjenice da je uvozna potražnja za proizvo-

dima koji dominiraju u njenom izvozu bila ispodprosječna. Učinak konkurentnosti je u razdoblju od 2000. do 2004. bio pozitivan (1,4%), ali se značajno pogoršavao u narednim godinama, a pogotovo u 2010. (-8,5%) te je za čitavo promatrano razdoblje od 2000. do 2010. bio negativan (-0,7%).

Tablica 4.

RAZDIoba UKUPNOG UČINKA ZA HRVATSKU

Razdoblje	Ukupni učinak (TE)					
	(TE)	(SE)	Strukturni učinak (SE)			Učinak konkurentnosti (CE)
			(PE)	(ME)	(MIX)	
2000.	-6.4	-1.9	-1.0	-1.6	0.7	-4.5
2001.	7.2	1.2	0.4	1.1	-0.4	6.0
2002.	0.4	0.5	0.7	0.2	-0.4	-0.1
2003.	3.9	1.5	0.7	1.5	-0.7	2.4
2004.	3.6	0.3	-1.3	1.0	0.6	3.2
2005.	-2.1	-0.7	-0.5	-0.1	-0.2	-1.3
2006.	5.3	2.7	1.0	1.4	0.4	2.6
2007.	-3.5	2.9	1.4	2.9	-1.3	-6.4
2008.	1.0	1.7	1.6	1.4	-1.3	-0.7
2009.	-0.4	-0.2	-0.8	-0.9	1.6	-0.2
2010.	-3.8	4.6	0.2	1.1	3.3	-8.5
prosjeak (2000.-2010.)	0.5	1.2	0.2	0.7	0.2	-0.7
prosjeak (2000.-2004.)	1.7	0.3	-0.1	0.4	0.0	1.4
prosjeak (2005.-2008.)	0.2	1.7	0.9	1.4	-0.6	-1.5
prosjeak (2009.-2010.)	-2.1	2.2	-0.3	0.1	2.5	-4.4
prosjeak (2005.-2010.)	-0.6	1.9	0.5	1.0	0.4	-2.4

Napomena: Zbroj pojedinih učinaka ne mora odgovarati ukupnome zbog zaokruživanja.

Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

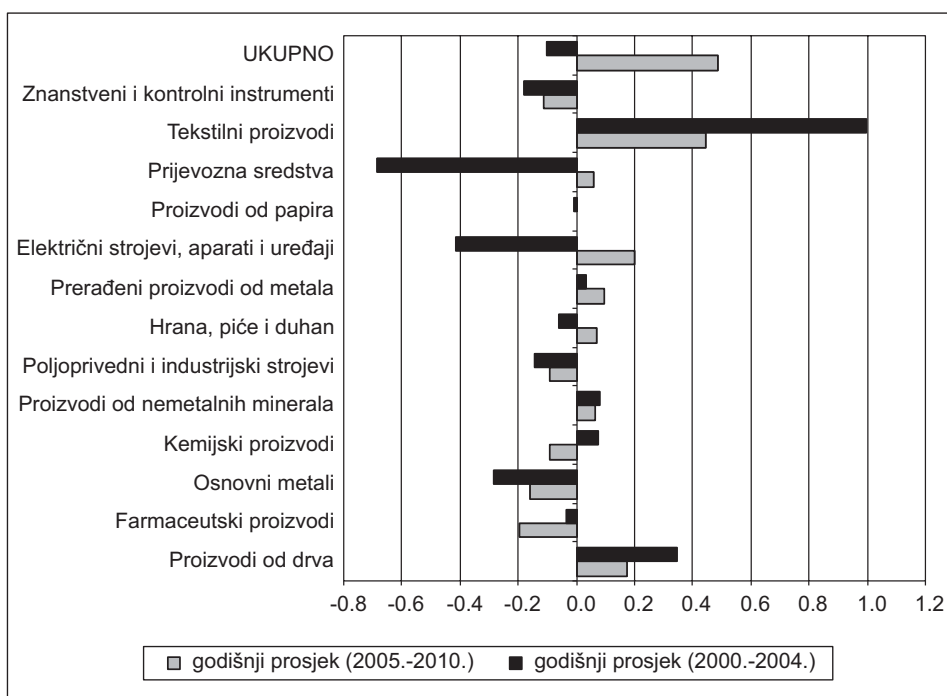
4.1.1. Proizvodni učinak

Iz specifičnosti proizvodne strukture hrvatskog robnog izvoza i dinamike uvozne potražnje na tržištu EU, koji su opisani u Poglavlju 3., proizlaze proizvodni učinci (PE). Promatrano prema djelatnostima, proizvodni je učinak za Hrvatsku u podzastupljenim djelatnostima očekivano negativan, a najviše u proizvodnji prijevoznih sredstava i telekomunikacijskih uređaja (dio grupacije električnih strojeva, aparata i uređaja), i to najviše u razdoblju od 2000. do 2004. kada je potražnja za tim proizvodima bila snažna (Slika 1. i detaljno Tablica 4. Priloga). Nadalje, negativan utjecaj na ukupni hrvatski tržišni udio u EU imala je i farmaceutska industrija, posebno u 2009. i 2010. kada druge zemlje iskorištavaju razmjerno snažnu potražnju u toj djelatnosti i povećavaju svoj udio na tržištu EU-a. Suprotno tome,

zbog visokog udjela u domaćem izvozu, Hrvatska u segmentu proizvoda tekstilne industrije bilježi najveći pozitivni proizvodni učinak, iako se radi o industriji sa slabijim prosječnim rastom potražnje iz zemalja članica EU-a, a slično vrijedi i za drvenu industriju.

Slika 1.

PROIZVODNI UČINAK ZA HRVATSKU, PREMA DJELATNOSTIMA



Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

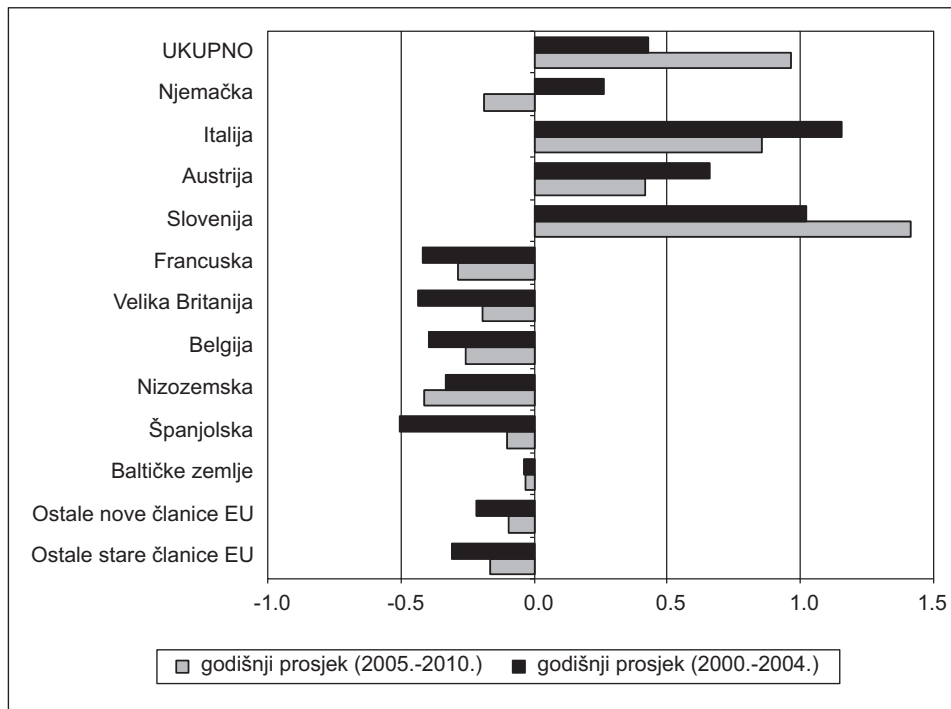
Iako proizvodna struktura nije značajno utjecala na širenje tržišnog udjela hrvatskog izvoza, njen je doprinos ipak s vremenom rastao, što potvrđuje poboljšanje proizvodnog učinka s prosječnih -0,1% u razdoblju od 2000. do 2004. na 0,5% u razdoblju od 2005. do 2010. Tome je najviše pridonijelo smanjenje negativnog učinka u automobilskoj industriji koja je snažnije od drugih djelatnosti bila pogođena krizom, a što se nije snažnije odrazilo na hrvatske izvozne rezultate jer domaći izvoznici nisu specijalizirani u toj djelatnosti.

4.1.2. Geografski učinak

Geografska struktura domaćeg izvoza i dinamika uvozne potražnje iz pojedinih EU članica rezultirali su pozitivnim geografskim učinkom (ME) na hrvatski tržišni udio u EU. Taj je učinak očekivano ostvaren na tržištima onih članica na koja su hrvatski izvoznici relativno više orijentirani nego druge zemlje, a to su talijansko, austrijsko te pogotovo slovensko tržište (Slika 2. i detaljnije Tablica 5. u Prilogu). Zbog slabe orijentacije domaćih izvoznika na udaljenija tržišta, negativan geografski učinak ostvaren je na tržištu Nizozemske, Francuske, Belgije, Velike Britanije i Španjolske, što je rezultiralo smanjenjem hrvatskog udjela na tim tržištima. Proboj hrvatskih izvoznika na tržišta novih članica EU, izuzev Slovenije, bio je slab, a domaći su izvoznici, orijentacijom na geografski bliža tržišta, propustili priliku ostvariti korist od izvoza na udaljenija i dinamičnija tržišta.

Slika 2.

GEOGRAFSKI UČINAK ZA HRVATSKU, PREMA IZVOZIM ODREĐIŠTIMA



Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

Slika 2. pokazuje i da se geografski učinak s vremenom povećavao, i to s prosječnih 0,4% u razdoblju od 2000. do 2004. na 1,0% u razdoblju od 2005. do 2010., što ukazuje na određeno poboljšanje geografske strukture hrvatskog izvoza. To se prije svega odnosi na sve veću orijentiranost domaćih izvoznika na brže rastuća tržišta, prije svega na slovensko tržište. Osim toga, u razdoblju nakon 2005. smanjio se i negativni učinak na tržištima udaljenijih zapadnoeuropskih zemalja, poglavito Španjolske i Velike Britanije¹⁵. Hrvatska je, naime, zbog slabije izloženosti tim tržištima od drugih zemalja koje izvoze u EU, izbjegla negativne učinke izrazitog pada njihove potražnje tijekom krizne 2009. i 2010. i nešto sporijeg oporavka tih tržišta od prosjeka, što posebno vrijedi za Španjolsku.

4.1.3. Učinak konkurentnosti

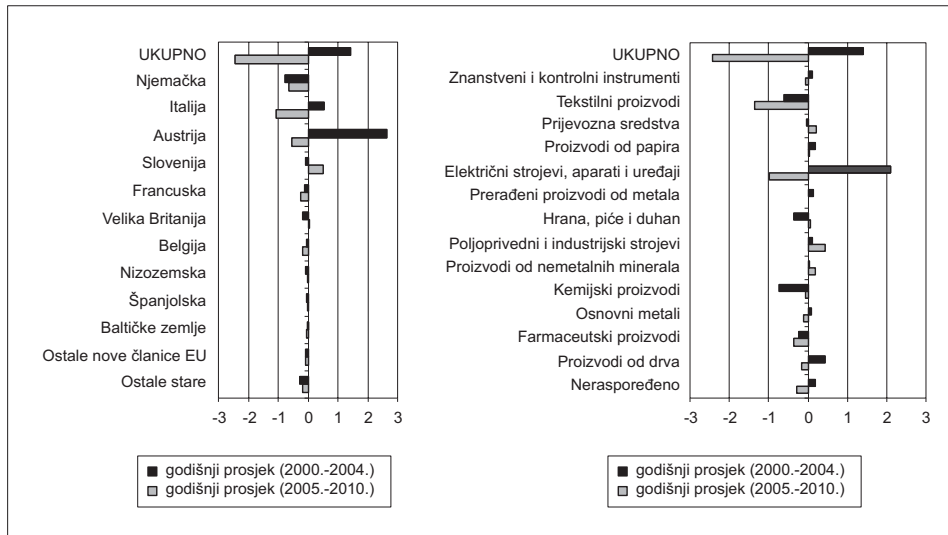
Utjecaj konkurentnosti (CE) na kretanje hrvatskog udjela na tržištu EU u razdoblju od 2000. do 2010. sveukupno je bio negativan, pridonoseći njegovu smanjenju u prosjeku za 0,7% godišnje. Kao što se vidi na Slici 3. (detaljnije u Tablicama 4. i 5. u Prilogu) manjak konkurentnosti najizraženiji je u pojedinim dijelovima tekstilne industrije (najviše proizvodnja odjeće i obuće), i to poglavito na njemačkome i talijanskome tržištu. Iznimku u toj industriji čine domaći izvoznici kože koji su se znatno bolje od konkurenata probijali na slovensko i austrijsko tržište. Slabljenje konkurentnosti izraženo je i kod izvoza određenih kemijskih proizvoda (plastične tvari u primarnim oblicima), posebice u Italiju, te izvoza farmaceutskih proizvoda, najviše u Belgiju, Irsku i Sloveniju.

Među djelatnostima u kojima je zabilježen pozitivan učinak konkurentnosti, osim proizvodnje kože, treba navesti i proizvodnju električnih strojeva, aparata i uređaja (uglavnom električni kondenzatori, otpornici, diode i slično), posebno na austrijskom tržištu, iako su se i tu pozitivni učinci s vremenom smanjivali. Konkurentnost je pridonosila i rastu izvoza poljoprivrednih i industrijskih strojeva, a donekle i izvozu drvne industrije, posebno namještaja. Glede konkurentnosti na pojedinim tržištima, metoda konstantnih tržišnih udjela pokazuje da je pad konkurentnosti hrvatskih izvoznika široko rasprostranjen, a najizrazitiji je na njemačkom i talijanskom tržištu, kao i u većini starih članica EU.

¹⁵ U izvozu u Španjolsku prevladavaju kemijski proizvodi (umjetna gnojiva) i proizvodi od drva (jednostavni proizvodi od pluta i drva i namještaj), specijalni strojevi za pojedine industrijske grane, proizvodi od nemetalnih minerala (cement) i riba. U Veliku Britaniju većinom se izvozi namještaj, električni vodiči, električni transformatori, proizvodi metalne industrije (aluminij, otpaci od metala) i odjeća.

Slika 3.

UČINAK KONKURENTNOSTI ZA HRVATSKU, PREMA DJELATNOSTIMA I IZVOZNYM ODREDIŠTIMA



Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

4.1.4. Ukupni učinak

Sagledaju li se zajedno doprinosi proizvodnog i geografskog učinka i učinka konkurentnosti na promjenu tržišnog udjela hrvatskih izvoznika u EU, može se izvesti nekoliko zaključaka. Kao najvažnije, na tržišni udio hrvatskog izvoza u EU nepovoljno je prije svega djelovala slaba konkurentnost, koju je tek djelomično nadomjestila blago pozitivna struktura izvoza, i to prije svega geografska. Iako je ukupno stagnirao, u nizu djelatnosti tržišni udio hrvatskih izvoznika u EU značajno je smanjen, u čemu se posebno izdvaja tekstilna (-38%) i farmaceutska industrija (-67%). Iako to nije predmet ovog istraživanja, treba napomenuti da je smanjenje udjela farmaceutskih proizvoda u hrvatskome izvozu u zemlje članice EU donekle nadomješteno pojačanim izvozom u druge zemlje¹⁶.

¹⁶ Dok je potražnja za farmaceutskim proizvodima na tržištu EU u razdoblju od 2000. do 2010. u prosjeku rasla 12,5% godišnje, hrvatski se izvoz na to tržište povećavao za svega 2,9% godišnje, pri čemu je tijekom razdoblja od 2005. do 2010. čak ostvaren blagi pad. Međutim, hrvat-

Značajno je pao i tržišni udio raznih dodataka za hranu, koji su važan hrvatski izvozni proizvod. Slično vrijedi i za dijelove kemijske industrije, posebno proizvodnju plastičnih tvari u primarnim oblicima (polietilen, polivinil-klorid). Međutim, u nekim visoko zastupljenim djelatnostima Hrvatska je ipak iskoristila svoju komparativnu prednost za povećanje tržišnog udjela, a to su proizvodnja šećera¹⁷, pluta i drva, namještaja, električnih strojeva, aparata i uređaja, umjetnih gnojiva, drvenog ugljena, piljevine i drvene mase, montažnih zgrada, kamena i ribe.

U djelatnostima koje nisu naročito zastupljene u domaćem izvozu, a to su većinom srednje i visoko tehnološki intenzivne industrije, Hrvatska je u većini njih, izuzev farmaceutskih proizvoda, uspjela održati tržišni udio, a u nekim ga slučajevima čak i povećati (pogonski strojevi i uređaji te strojevi za industrijsku proizvodnju). Među resursno i nisko tehnološki intenzivnim djelatnostima, primjeri gdje je Hrvatska uspjela povećati svoj tržišni udio su dijelovi prehrambene industrije (voće i povrće te proizvodnja pića), dok se najizrazitijim padom tržišnog udjela u ovoj grupaciji ističe proizvodnja željeza i čelika.

Promatrano prema geografskim tržištima, Hrvatska je, zahvaljujući izrazitoj orijentaciji te bržem rastu izvoza od potražnje, najviše povećala tržišni udio u Sloveniji, Austriji i Italiji. Istodobno je smanjila svoj udio na njemačkom tržištu, kao i na nekim udaljenijim tržištima, primjerice u Litvi, Irskoj i Francuskoj.

4.2. Rezultati za usporedive zemlje

Za razliku od Hrvatske čiji je tržišni udio u EU stagnirao, usporedive zemlje Srednje i Istočne Europe¹⁸ u razdoblju od 2000. do 2010. udvostručile su svoj tržišni udio s 4,3% na 9,3%. Rezultat je to činjenice da im je izvoz na tržište EU u prosjeku rastao 12,6% godišnje, što znatno premašuje prosječni godišnji rast uku-

ski su izvoznici istodobno na druga tržišta plasirali 13,1% više tih roba godišnje, a najbrže je rastao izvoz u Rusiju gdje odlazi gotovo trećina svih farmaceutskih proizvoda iz Hrvatske. No, bez obzira na spomenute strukturne promjene, ne može se reći da je ukupni hrvatski izvoz farmaceutskih proizvoda, s prosječnim rastom od 7,6% godišnje, zadovoljavajuće pratio svjetsku potražnju (prema podacima UN Comtrade, svjetski uvoz ovih proizvoda, izražen u eurima, rastao je prosječno 11,0% godišnje).

¹⁷ Udio domaćeg šećera na tržištu EU snažno je rastao sve do početka 2007. kada su uvedena količinska ograničenja na bescarinski izvoz na tržište Unije. S neznatnih 0,04% u 2000. godini, udio hrvatskog izvoza šećera na tržištu EU u 2006. dosegnuo je 1,9%, nakon čega se do kraja 2010. smanjio na oko 1%.

¹⁸ Analizom je obuhvaćeno deset članica EU iz dva posljednja vala proširenja: Češka, Mađarska, Poljska, Slovačka, Slovenija, Estonija, Letonija, Litva, Bugarska i Rumunjska, a isključene su Malta i Cipar.

pnog uvoza EU od 5,1%. Najveći prosječni rast izvoza u desetogodišnjem razdoblju imala je Poljska (15,1%), a i većina ostalih zemalja bilježila je dvoznamenkaste stope rasta izvoza.

Osim što je izvoz odabranih zemalja Srednje i Istočne Europe rastao brže od hrvatskog, i njegova je struktura prema faktorskom sastavu nešto povoljnija. Veći je udio srednje i visoko tehnološki intenzivnih proizvoda, posebno automobilske industrije, proizvodnje industrijskih strojeva, električnih aparata i uređaja te znanstvenih i kontrolnih instrumenata (Tablica 6. u Prilogu). Isto tako, iako je resursno i nisko tehnološki intenzivni sektor relativno manje zastupljen, u okviru toga sektora prevladavaju djelatnosti s natprosječnim rastom uvozne potražnje, kakva je primjerice metalna industrija. Stoga ne iznenađuje da su promatrane zemlje ostvarile veći porast tržišnog udjela nego Hrvatska, a među njima najviše Poljska, Slovačka, Češka i Rumunjska. O njihovom napretku govori činjenica da je u globalnim razmjerima jedino Kina ostvarila veći porast udjela na europskom tržištu od njih, čime su istisnule niz razvijenih zemalja, primjerice SAD i Japan. Udio kineskog izvoza na tržištu EU u razdoblju od 2000. do 2010. godine povećao se s 2,6% na 8,4%, dok je istodobno SAD smanjio svoj tržišni udio sa 7,9% na 4,6%,

Tablica 5.

**RAZDIOBA UKUPNOG UČINKA ZA ODABRANE ZEMLJE,
U RAZDOBLJU OD 2000. DO 2010.**

Zemlja	(TE)	Ukupni učinak (TE)				Učinak konkurentnosti (CE)
		(SE)	Strukturni učinak (SE)			
			(PE)	(ME)	(MIX)	
Hrvatska	0.5	1.2	0.2	0.7	0.2	-0.7
Slovenija	2.4	0.7	0.1	0.8	-0.2	1.8
Estonija	3.5	1.3	0.1	0.8	0.3	2.3
Latvija	4.0	0.6	-0.6	0.7	0.5	3.4
Mađarska	4.4	1.4	0.2	1.1	0.1	3.0
Litva	6.0	1.6	0.6	1.4	-0.5	4.4
Bugarska	6.2	1.4	1.0	0.2	0.2	4.8
Rumunjska	7.5	0.3	-0.1	0.1	0.4	7.2
Češka	8.2	1.6	-0.1	1.7	0.0	6.6
Slovačka	9.3	2.2	0.3	2.0	-0.2	7.2
Poljska	10.1	1.2	0.6	1.0	-0.4	8.9
Baltičke zemlje	5.5	1.2	0.1	1.1	0.0	4.3
NMS5	7.6	1.3	0.3	1.2	-0.1	6.3
NMS10	7.5	1.2	0.3	1.1	-0.1	6.3

Napomena: Zbroj pojedinih učinaka ne mora odgovarati ukupnome zbog zaokruživanja.

Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

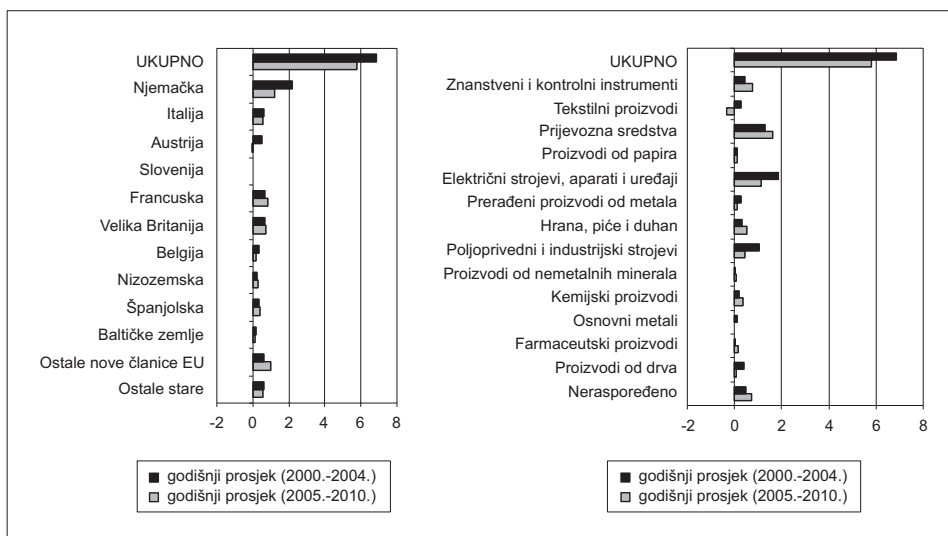
a Japan s 3,7% na 1,9%. Povećanje tržišnog udjela odabranih zemalja Srednje i Istočne Europe na tržištu EU potvrđuje i ukupni učinak izračunat metodom konstantnih tržišnih udjela (Tablica 5.).

Iz Tablice 5. razvidno je da se rast tržišnog udjela promatranih deset zemalja na tržištu EU uglavnom može pripisati učinku konkurentnosti, što je posebno naglašeno kod Poljske, Rumunjske, Slovačke i Češke. Učinak konkurentnosti općenito je najizraženiji kod izvoza cestovnih vozila i dijelova za automobilsku industriju, električnih strojeva, aparata i uređaja te raznih industrijskih strojeva (Slika 4. i detaljno Tablica 8. Priloga). Kod Češke učinak konkurentnosti ističe se i u izvozu uredskih strojeva, a kod Poljske još u izvozu hrane i namještaja. Slovenija, pak, pokazuje probitak u automobilskoj industriji, ali ne i u drugim djelatnostima, pa joj je učinak konkurentnosti sveukupno razmjerno slab. Ostale zemlje koje nemaju razvijenu automobilsku industriju kao izvor rasta izvoza, općenito imaju manji rast tržišnog udjela.

Za razliku od Hrvatske čija se konkurentnost smanjila na tržištima velikog broja zemalja članica EU, kod promatranih deset zemalja Srednje i Istočne Europe to gotovo nigdje nije slučaj. Kod njih je primjerice učinak konkurentnosti na nje-

Slika 4.

UČINAK KONKURENTNOSTI ZA ODABRANE ZEMLJE SREDNJE I ISTOČNE EUROPE, PREMA DJELATNOSTIMA I IZVOZNYM ODREĐIŠTIMA



Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

mačkom tržištu izrazito pozitivan, a isto vrijedi i za udaljenija zapadnoeuropska tržišta što je pridonijelo povećanju njihovog udjela primjerice na tržištu Španjolske, Francuske i Belgije.

Slično kao i kod Hrvatske, proizvodni je učinak imao tek manji utjecaj na rast tržišnog udjela zemalja Srednje i Istočne Europe na tržištu EU. Ipak, određeni je broj zemalja zahvaljujući proizvodnoj strukturi svoga izvoza uspio povećati svoj udio na tržištu EU, u čemu se ističu Bugarska, Litva i Poljska (Tablica 9. u Prilogu). U slučaju prve dvije zemlje pozitivni proizvodni učinak rezultat je visoke zastupljenosti radno intenzivnih proizvoda u njihovom izvozu (proizvodi tekstilne i drvene industrije) i proizvoda metalne industrije (proizvodnja bakra u Bugarskoj). Poljska bilježi visoki proizvodni učinak u drvenoj industriji (proizvodnja namještaja) i u proizvodnji aparata za telekomunikacije i drugih električnih aparata, a potonje vrijedi i za Mađarsku i Estoniju, koja poput ostalih baltičkih zemalja bilježi visoki proizvodni učinak i u drvenoj industriji. Veliki broj odabranih zemalja nema značajno zastupljenu farmaceutsku industriju u svom izvozu pa su izostali proizvodni učinci u toj djelatnosti.

Geografski učinak, prema metodi konstantnih tržišnih udjela, za deset promatranih zemalja Srednje i Istočne Europe uglavnom je bio pozitivan, pridonoseći rastu njihovog tržišnog udjela u EU. Taj se učinak uglavnom ostvarivao kroz izvoz robe na njima susjedna tržišta i najbliža velika tržišta (Tablica 10. u Prilogu pokazuje geografske učinke za odabrane članice EU s obzirom na njihova određena tržišta). Tako je geografski učinak baltičkih zemalja najznačajniji unutar same grupacije, što znači da su zemlje imale najviše koristi od pojačane potražnje sa susjednih tržišta kojima su tradicionalno okrenuta. Isto vrijedi i za Slovačku, Poljsku i Češku čiji se relativno snažan rast potražnje pozitivno odrazio na međusobne izvozne rezultate.

5. Zaključak

U ovom se radu po prvi puta metodom konstantnih tržišnih udjela analizira relativni položaj hrvatskih izvoznika na tržištu EU tijekom 2000.-ih. Tom se metodom općenito sagledava utjecaj strukture izvoza (prema proizvodima i izvoznim odredištima) i njegove konkurentnosti na izvozne rezultate te posljedično na tržišni udio neke zemlje. Prema metodi konstantnih tržišnih udjela, ukupna promjena tržišnog udjela (ukupni učinak), može proizlaziti iz strukturnog učinka i/ili učinka konkurentnosti. Strukturni učinak obuhvaća utjecaj proizvodne strukture izvoza (proizvodni učinak), geografske orijentacije izvoza (geografski učinak) i/ili mijesani strukturni učinak, dok su učinkom konkurentnosti obuhvaćeni svi ostali čimbenici koji mogu utjecati na izvozne rezultate.

Udio hrvatskog izvoza na tržištu EU tijekom 2000.-ih je stagnirao, dok su u istom razdoblju usporedive zemlje Srednje i Istočne Europe svoj tržišni udio udvostručile. Zaostajanje hrvatskih izvoznika posebno je došlo do izražaja nakon 2004. kada je rast njihovog izvoza u EU počeo usporavati znatno više od prosjeka drugih zemalja. U tom su razdoblju zemlje Srednje i Istočne Europe iskoristile prednosti trgovinske integracije koju im je osiguralo članstvo u Uniji, dok Hrvatska, usprkos visoko liberaliziranim trgovinskim tijekovima sa zemljama članicama EU-a, u tome nije bila uspješna.

Razlozi zaostajanja hrvatskog izvoza na tržištu Unije, prema rezultatima metode konstantnih tržišnih udjela, uglavnom se kriju u niskom učinku konkurentnosti, što je posebno naglašeno nakon 2005. Učinak konkurentnosti najslabiji je u tekstilnoj i farmaceutskoj industriji i u određenim područjima kemijske industrije, a prisutan je na velikom broju geografskih tržišta, poglavito na njemačkome i talijanskome tržištu. Rijetka iznimka među starim članicama EU u slučaju Hrvatske je austrijsko tržište. Istovremeno, konkurentnost hrvatskog izvoza povećala se u djelatnostima proizvodnje električnih strojeva, aparata i uređaja te proizvodnji kože.

Opći manjak konkurentnosti domaćih izvoznika donekle je ublažila njihova geografska orijentacija (geografski učinak) prema određenim članicama EU čiji uvoz raste brže od prosjeka EU, kakvo je primjerice slovensko tržište. Glede proizvodnog učinka, njegov je doprinos rastu tržišnog udjela hrvatskog izvoza u EU tijekom 2000.-ih bio minimalan. Pritom su zbog visoke zastupljenosti tekstilne i drvne industrije u tim djelatnostima zabilježeni pozitivni proizvodni učinci, ali su poništeni negativnim učincima u djelatnostima koje su podzastupljene u hrvatskom izvozu, a koje su u prosjeku bile dinamičnije (poglavito proizvodnja osnovnih metala i farmaceutska industrija, a prije globalne gospodarske krize i automobilska industrija).

Prema rezultatima dobivenima metodom konstantnih tržišnih udjela, Hrvatska se uvelike razlikuje od zemalja Srednje i Istočne Europe. Među njima najvećim rastom udjela na tržištu EU ističu se Poljska, Slovačka i Češka. Iako su u nekim djelatnostima, primjerice tekstilnoj industriji, pod pritiskom konkurencije s Dalekog istoka, spomenute zemlje smanjile svoj tržišni udio u EU, taj su pad i više nego nadomjestile tržišnim probojem u drugim djelatnostima, i to najviše u srednje i visoko tehnološki intenzivnima, poput proizvodnje telekomunikacijskih uređaja, kompjuterske opreme i cestovnih vozila. U njihovu je slučaju, za razliku od Hrvatske, najveći doprinos tržišnom proboju dao učinak konkurentnosti koji je prisutan u velikom broju djelatnosti i geografskih tržišta, pa čak i onima udaljenijima poput Španjolske i Francuske.

Proizvodna struktura izvoza zemalja Srednje i Istočne Europe nešto je povoljnija od Hrvatske, u smislu većeg udjela tehnološki intenzivnijih djelatnosti

(primjerice, automobilske industrije), no ni u njihovom slučaju ona nije odigrala važniju ulogu u povećanju njihova udjela na tržištu EU. Geografska struktura dala je nešto veći doprinos jer su navedene zemlje izrazito orijentirane na međusobna tržišta, a njihova je potražnja općenito bila iznadprosječna.

Zaključno treba istaknuti da strukturne manjkavosti, a posebno slaba konkurentnost, koji su potvrđeni u ovome radu, bitno određuju perspektivu budućega rasta hrvatskog izvoza. Važnu ulogu u nadolazećem razdoblju imat će i daljnji tijek integracijskih procesa, posebno u kontekstu ulaska Hrvatske u Europsku uniju. Time će se donekle redefinirati ne samo trgovinski odnosi sa sadašnjim članicama Unije, već i s drugim važnim vanjskotrgovinskim partnerima izvan Unije. Detaljna analiza utjecaja tih promjena na hrvatski izvoz stoga je svojevrsni poziv na nastavak ovog istraživanja.

LITERATURA

- Athanasoglou, P. P., Backinezos, C., Georgiou, E. A. (2010). "Export performance, competitiveness and commodity composition", *Working Paper*, br. 114, Bank of Greece
- Amador, J., Cabral, S. (2008). "The Portuguese export performance in perspective: a constant market share analysis", *Banco de Portugal Economic Bulletin*, jesen 2008.
- Bilas, V. (2007). „Trgovinska povezanost Hrvatske i EU“, u: *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, no. 5, p. 43-67.
- Buturac, G., Gržinić, J. (2009). „The competitiveness of Croatian Export to EU Markets“, *Zagreb International Review of Economics & Business*, (12), 1:39-51
- Cabral, S. (2004). "Recent evolution of Portuguese export market shares in the European Union", *Banco de Portugal Economic Bulletin*, prosinac 2004.
- Deutsche Bundesbank (2006). "Germany in the Globalisation Process", *Monthly Report*, prosinac 2006.
- ECB (2005). "Competitiveness and the export performance of the euro area", *Occasional Paper Series 30*, Task Force of the Monetary Policy Committee of the European System of Central Banks
- Finicelli, A., Sbracia, M., Zaghini, A. (2008). "A disaggregated analysis of the export performance of some industrial and emerging countries", *MPRA Paper* br. 11000

- Foresti, G. (2004). "An attempt to explain the Italian export market share dynamics during the nineties", *CSC Working Paper 47*, Centro Studi Confindustria, Italy
- Jiménez, N., Martín, E. (2010). "A constant market share analysis of the Euro area in the period 1994-2007", *Banco de España, Economic Bulletin*, siječanj 2010.
- Michel, B. (2005). "Trends in export market shares between 1991 and 2001", *Working Paper 7- 05*, Federal Planning Bureau, Brussels
- Milana, C. (1988). "Constant Market Share Analysis and Index Number Theory", *European Journal of Political Economy*, (4) 4, pp.453-478
- Simonis, D. (2000). "Belgium's export performance: A constant market shares analysis", *Working paper 2*, Federal Planning Bureau
- Richardson, J. (1971a). "Constant market share analysis of export growth", *Journal of International Economics*, 1, str. 227.-239.
- Richardson, J. (1971b). "Some sensitivity tests for a constant market share analysis of export growth", *Review of Economics and Statistics*, 53 (3), str. 301.-304.
- Simonis, D. (2000). "Belgium's export performance: a constant market shares analysis", *Working Paper, br. 2*, Federal Planning Bureau, Brussels, Belgium
- Skriner, E. (2009). "Competitiveness and Specialisation of the Austrian Export Sector: A Constant-Market-Shares Analysis", *Institute for Advanced Studies Vienna, Economics Series, br. 235*
- Tyszynski, H. (1951). "World trade in manufactured commodities 1899-1959", *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 19, str. 222.-304.

CROATIA'S EXPORT PERFORMANCE IN THE EU MARKET

Summary

The paper analyzes changes in the relative position of Croatia's exports in the EU market during the 2000-2010 period using the constant market share method. This method links the changes in the market share with structural and other characteristics of exports. The influence of export's product and country structure is represented by the structural effect. All other factors that affect exports growth are contained in the competitiveness effect. The results indicate that the stagnation of Croatia's export market share in the EU predominantly reflects the lack of competitiveness, while the structural effect is only marginally positive.

Key words: exports, specialization, competitiveness, constant market share analysis

PRILOZI:

Tablica 1.

SAŽETI PREGLED EMPIRIJSKE LITERATURE

Autor	Zemlja	Vremensko razdoblje	Glavni nalazi
Amador i Cabral, 2008.	Portugal	1968.-2006.	U cjelokupnom promatranom razdoblju zabilježen je blagi prosječni godišnji rast ukupnog tržišnog udjela u svijetu, uz različita kretanja u pojedinim podrazdobljima. Ključni čimbenik promjena ukupnih tržišnih udjela u većini podrazdoblja bio je učinak konkurentnosti.
Athanasoglou et al., 2010.	Grčka	1996.-2006.	Rast izvoza bio je manji od potencijalnog, uglavnom zbog nepovoljne proizvodne specijalizacije i negativnog učinka konkurentnosti, dok je geografska struktura imala pozitivan učinak na rast izvoza.
Cabral, 2004.	Portugal	1997.-2003.	Veći dio znatnog kumulativnog gubitka tržišnog udjela na tržištu drugih zemalja EU15 odnosi se na nepovoljan učinak konkurentnosti, uz također znatan negativan doprinos proizvodne specijalizacije.
Deutsche Bundesbank, 2006.	Njemačka	1985.-2005.	Smanjenje realnog tržišnog udjela posljedica je nepovoljnog strukturnog učinka, posebno geografske specijalizacije, i negativnog učinka konkurentnosti, što se prije svega odnosi na prvih 10 promatranih godina, dok nakon 1995. slijedi poboljšanje konkurentnosti i blagi oporavak udjela.
ECB, 2005.	Eurozona i zasebno zemlje članice	1985.-2001.	Tržišni udio eurozone na svjetskim tržištima smanjen je uglavnom zbog nepovoljne geografske specijalizacije (mali udio izvoza na azijska tržišta, odnosno orijentacija na europska tržišta koja u tom razdoblju rastu relativno sporo). Najveće zemlje, pogotovo Njemačka i Francuska, najviše određuju ukupna izvozna ostvarenja eurozone.
Finicelli et al., 2008.	62 industrijalizirane zemlje i zemlje s tržištima u nastajanju	1985.-2003.	Većina industrijaliziranih zemalja izgubila je tržišne udjele pod utjecajem snažnog rasta izvoza zemalja s tržištima u nastajanju, iako su u pravilu imale koristi od strukturnih učinaka, i to bilo zbog specijalizacije u bitorastućim sektorima (visoko tehnološki intenzivne djelatnosti) ili bitorastućim tržištima (Azija).
Foresti, 2004.	Italija	1991.-2001.	Snažna kontrakcija izvoza u drugoj polovini 1990.-ih prije svega je posljedica pogoršanja konkurentnosti, koje se može objasniti aprecijacijom domaće valute i snažnom konkurencijom zemalja s niskim troškovima rada.
Jimenez i Martin, 2010.	Eurozona i zasebno zemlje članice	1994.-2007.	Prosječan godišnji rast tržišnog udjela eurozone posljedica je povoljne geografske specijalizacije koja je nadomjestila slabu konkurentnost, dok je istodobno doprinos proizvodne strukture i mješanog učinka bio marginalan. Pozitivni učinci većinom su generirani nakon 2001. kada se rast potražnje novih članica EU, prema kojima su zemlje Eurozone orijentirane, dinamizira.
Michel, 2005.	21 europska i neeuropska zemlja i skupina zemalja	1991.-2001.	Svjetski tržišni udjeli većine europskih zemalja su se smanjivali u promatranom razdoblju, uglavnom zbog nepovoljnog učinka konkurentnosti. U neeuropskim zemljama tržišni udjeli u razdoblju od 1991. do 1997. su rasli jer su pozitivni strukturni učinci nadmašivali negativan učinak konkurentnosti, što nije bio slučaj u narednom razdoblju.
Simonis, 2000.	Belgija (uklj. Luksemburg)	1991.-1997.	Smanjenje globalnog tržišnog udjela većinom je posljedica nepovoljne geografske specijalizacije zbog visoke zastupljenosti izvoza u druge zemlje EU čija je potražnja rasla sporije od ukupne svjetske potražnje.
Skinner, 2009.	Austrija	1990.-2006.	Iako je austrijski izvoz uspio održati svoj tržišni udio u globalnome okruženju, njegova se vrlo uska geografska i proizvodna specijalizacija ističu kao mogući izvor ranjivosti u budućnosti.

Tablica 2.

KLASIFIKACIJA IZVOZNIH PROIZVODA

Sektor	SMTK	Tehnološka intenzivnost
Hrana, piće i duhan	00,01,02,03,04,05,06,07,08,09,11,12	nisko tehnološka ili resursno intenzivna
Tekstilni proizvodi, ukdj. kožu, odjeću i obuću	61,65,83,84,85	
Proizvodi od drva, ukdj. namještaj	63,82	
Proizvodi od papira	64	nisko tehnološka
Proizvodi od nemetalnih minerala	66	
Osnovni metali, ukdj. željezo i čelik te obojene metale	67,68	
Prerađeni proizvodi od metala	69	
Kemijski proizvodi, isklj. farmaceutske proizvode	51,52,53,55,56,57,58,59	srednje tehnološka
Poljoprivedni i industrijski strojevi	71,72,73,74	
Prijevozna sredstva	78,79	
Električni strojevi, aparati i uređaji	76,77	visoko tehnološka
Medicinski i farmaceutski proizvodi	54	
Znanstveni i kontrolni instrumenti, optički uređaji	75,87,88	
Neklasificirano	21,22,23,24,25,26,27,28,29 41,42,43 62 81,89	

Izvor: Prema ECB (2005.)

Tablica 3.

USPOREDBA REZULTATA NA OSNOVI RAZLIČITE GRUPACIJE
PODATAKA (PROSJEK RAZDOBLJA)

		Razdoblje	SMTK 3 znamenke	SMTK 2 znamenke
Hrvatska	Ukupni učinak	2000.-2004.	1,7	2,4
		2005.-2010.	-0,6	0,0
		2000.-2010.	0,5	1,1
	Strukturni učinak	2000.-2004.	0,3	0,1
		2005.-2010.	1,9	1,3
		2000.-2010.	1,2	0,8
Učinak konkurentnosti	2000.-2004.	1,4	2,2	
	2005.-2010.	-2,4	-1,3	
	2000.-2010.	-0,7	0,3	
NMS 10	Ukupni učinak	2000.-2004.	7,9	8,0
		2005.-2010.	7,2	7,2
		2000.-2010.	7,5	7,5
	Strukturni učinak	2000.-2004.	1,1	0,9
		2005.-2010.	1,4	1,1
		2000.-2010.	1,2	1,0
Učinak konkurentnosti	2000.-2004.	6,9	7,1	
	2005.-2010.	5,8	6,1	
	2000.-2010.	6,3	6,5	

Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

Tablica 4.

REZULTATI CMS METODE ZA HRVATSKU, PREMA DJELATNOSTIMA SMTK

Djelatnost (SMTK 2)	Naziv	godišnji prosjek (2000.-2010.)		
		TE	PE	CE
00	Žive životinje	0,0	0,0	0,0
01	Meso i mesne prerađevine	0,0	0,0	0,0
02	Mliječni proizvodi i jaja	0,0	0,0	0,0
03	Ribe i prerađevine	0,0	0,0	0,0
04	Žitarice i proizvodi od žitarica	0,0	0,0	-0,1
05	Povrće i voće	0,0	-0,1	0,0
06	Šećer, proizvodi od šećera i med	0,3	0,1	0,1
07	Kava, čaj, kakao i začini	0,0	0,0	0,0
08	Hrana za životinje (osim žitarica u zrnju)	0,0	0,0	0,0
09	Razni proizvodi za hranu	0,0	0,1	-0,1
11	Pića	0,0	0,0	0,0
12	Duhan i duhanski proizvodi	0,0	0,0	0,0
21	Kože sirove, krzna neštavljena	0,0	0,0	0,0
22	Uljano sjemenje i plodovi	-0,1	0,0	-0,1
23	Sirovi kaučuk	0,0	0,0	0,0
24	Pluto i drvo	0,2	0,1	0,0
25	Celuloza i otpadni papir	0,0	0,0	0,0
26	Tekstilna vlakna i otpaci	0,0	0,0	0,0
27	Sirova gnojiva i minerali	0,1	0,0	0,1
28	Metalne rude i metalni otpad	0,2	0,2	-0,1
29	Sirove životinjske i biljne tvari	0,0	0,0	0,0
41	Životinjska ulja i masti	0,0	0,0	0,0
42	Čvrste biljne masti i ulja	0,0	0,0	0,0
43	Životinjske i biljne masti i ulja, prerađeni	0,0	0,0	0,0
51	Organski kemijski proizvodi	-0,2	-0,1	-0,1
52	Anorganski kemijski proizvodi	-0,1	0,0	0,0
53	Proizvodi za bojenje i štavljenje	0,0	0,0	0,0
54	Medicinski i farmaceutski proizvodi	-0,4	-0,1	-0,3
55	Eterična ulja, parfumerijski i kozmetički proizvodi	0,0	-0,1	0,0
56	Umjetna gnojiva	0,1	0,2	0,0
57	Plastične tvari u primarnim oblicima	0,0	0,2	-0,2
58	Plastične tvari u ostalim oblicima	0,0	0,0	0,0
59	Kemijske tvari i proizvodi	-0,1	-0,1	0,0
61	Koža, proizvodi od kože, krzna	0,2	0,0	0,3
62	Proizvodi od kaučuka	-0,1	0,0	0,0
63	Poizvodi od pluta i drvna	0,1	0,1	0,0
64	Papir, karton, proizvodi od celuloze	0,1	0,0	0,1
65	Predrvo, tkanine, tekstilni proizvodi	0,0	0,0	0,0
66	Proizvodi od nemetalnih minerala	0,2	0,1	0,1
67	Željezo i čelik	-0,3	-0,2	-0,1
68	Obojeni metali	0,1	0,0	0,1
69	Proizvodi od metala, ostali	0,2	0,1	0,1
71	Pogonski strojevi i uređaji	0,1	0,0	0,0
72	Specijalni strojevi za pojedine industrijske grane	0,2	0,0	0,2
73	Strojevi za obradu metala	0,0	0,0	0,0
74	Industrijski strojevi za opću uporabu	0,0	-0,1	0,1
75	Uređski strojevi	0,0	-0,1	0,0
76	Aparati za telekomunikacije i snimanje zvuka	-0,3	-0,3	0,0
77	Električni strojevi, aparati, uređaji	0,8	0,2	0,4
78	Cestovna vozila	-0,2	-0,3	0,1
79	Ostala prijevozna sredstva (bez brodova)	0,0	0,0	0,0
81	Montažne zgrade, sanitarni uređaji	0,0	0,0	0,0
82	Pokucstvo i dijelovi	0,4	0,2	0,1
83	Predmeti za putovanje	0,0	0,0	0,0
84	Odjeća	-0,5	0,5	-1,0
85	Obuća	0,0	0,2	-0,3
87	Znanstveni i kontrolni instrumenti	-0,1	-0,1	0,0
88	Fotoaparati, optički proizvodi i satovi	0,0	0,0	0,0
89	Razni gotovi proizvodi	-0,1	-0,1	-0,1
UKUPNO		0,5	0,2	-0,7

Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

Tablica 5.

REZULTATI CMS METODE ZA HRVATSKU,
 PREMA TRŽIŠTIMA EUROPSE UNIJE

Zemlja	godišnji prosjek (2000.-2010.)		
	TE	ME	CE
Austrija	1,1	0,5	0,9
Belgija (uklj. Luksemburg)	-0,5	-0,3	-0,1
Bugarska	0,0	0,0	0,0
Cipar	0,0	0,0	0,0
Češka	-0,1	0,0	-0,1
Danska	0,0	-0,1	0,0
Estonija	0,0	0,0	0,0
Finska	-0,1	0,0	0,0
Francuska	-0,5	-0,3	-0,2
Njemačka	-0,9	0,0	-0,7
Grčka	-0,1	0,0	-0,1
Mađarska	0,2	0,0	0,1
Irska	-0,1	0,0	-0,1
Italija	1,2	1,0	-0,3
Litva	0,0	0,0	0,0
Latvija	0,0	0,0	0,0
Malta	0,0	0,0	0,0
Nizozemska	-0,4	-0,4	0,0
Poljska	-0,2	-0,1	-0,1
Portugal	-0,1	0,0	-0,1
Rumunjska	0,0	0,0	0,0
Slovačka	0,0	0,0	0,0
Slovenija	1,8	1,2	0,2
Španjolska	-0,3	-0,3	0,0
Švedska	-0,1	-0,1	0,0
Velika Britanija	-0,3	-0,3	-0,1
EU 27	0,5	0,7	-0,7

Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

Tablica 6.

**STRUKTURA I DINAMIKA IZVOZA ZEMALJA SREDNJE
I ISTOČNE EUROPE* U EU, PREMA DJELATNOSTIMA,
U RAZDOBLJU OD 2000. DO 2010.**

		udio (%)	prosječna godišnja stopa promjene (%)
nisko tehnološki, resursno intenzivni	Hrana, piće i duhan	6,6	16,4
	Tekstilni proizvodi, uklj. kožu, odjeću i obuću	8,0	2,0
	Proizvodi od drva, uklj. namještaj	5,4	8,2
	UKUPNO	20,0	8,4
nisko tehnološki	Proizvodi od papira	1,7	11,1
	Proizvodi od nemetalnih minerala	1,8	7,2
	Osnovni metali, uklj. željezo i čelik te obojene metale	6,5	13,2
	Prerađeni proizvodi od metala	4,5	13,6
	UKUPNO	14,6	12,3
srednje tehnološki	Kemijski proizvodi, isklj. farmaceutske proizvode	5,7	14,0
	Poljoprivredni i industrijski strojevi	11,5	11,8
	Prijevozna sredstva	14,8	14,3
	UKUPNO	31,9	13,4
visoko tehnološki	Električni strojevi, aparati i uređaji	17,1	17,2
	Medicinski i farmaceutski proizvodi	1,2	21,6
	Znanstveni i kontrolni instrumenti, optički uređaji	4,8	16,4
	UKUPNO	23,1	17,2
-	Neklasificirano	10,3	13,6
SVEUKUPNO		100,0	12,6

* Obuhvaćene su Češka, Mađarska, Poljska, Slovačka, Slovenija, Estonija, Letonija, Litva, Bugarska i Rumunjska.

Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

Tablica 7.

PROSJEČNI GODIŠNJI UKUPNI UČINAK (TE)
 PO ZEMLJAMA (2000.-2010.)

Djelatnost	Slovenija	Estonija	Latvija	Mađarska	Litva	Bugarska	Rumunjska	Češka	Slovačka	Poljska	Hrvatska	NMS10
Neraspoređeno	0,2	0,7	1,3	0,2	0,8	0,7	0,7	0,8	0,8	1,0	0,2	0,7
Proizvodi od drva	0,0	0,7	0,9	0,0	1,6	0,2	0,6	0,2	0,4	1,0	0,5	0,4
Farmaceutski proizvodi	0,1	-0,4	0,0	-0,1	-0,1	-0,3	-0,3	-0,3	-0,4	-0,3	-0,4	-0,2
Osnovni metali	0,3	-0,3	0,2	-0,2	-0,3	1,9	0,1	0,2	0,9	0,5	-0,2	0,3
Kemijski proizvodi	-0,2	-0,3	-0,1	-0,1	1,7	-0,3	-0,3	0,0	0,0	0,4	-0,3	0,1
Proizvodi od nemetalnih minerala	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,2	0,0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1
Poljoprivredni i industrijski strojevi	0,4	0,2	0,0	1,0	-0,1	0,5	0,5	1,1	0,8	1,4	0,4	1,0
Hrana, piće i duhan	-0,1	0,1	0,8	0,1	1,9	0,5	0,1	0,2	0,1	1,2	0,1	0,5
Prerađeni proizvodi od metala	0,4	0,0	0,2	0,1	0,2	0,3	0,2	0,5	0,5	0,6	0,2	0,4
Električni strojevi, aparati i uređaji	0,3	2,7	0,4	2,7	0,0	0,5	2,5	1,6	3,0	1,6	0,5	1,9
Proizvodi od papira	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,3	0,3	0,1	0,1
Prijevozna sredstva	1,6	0,4	0,3	0,7	0,0	-0,1	1,5	2,2	2,5	1,9	-0,2	1,6
Tekstilni proizvodi	-0,5	-0,3	-0,3	-0,3	-0,1	1,9	1,8	0,0	0,3	-0,1	-0,4	0,1
Znanstveni i kontrolni instrumenti	-0,1	-0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,0	1,5	0,2	0,4	-0,1	0,5
Ukupno	2,4	3,5	4,0	4,4	6,0	6,2	7,5	8,2	9,3	10,1	0,5	7,5

Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

Tablica 8.

PROSJEČNI GODIŠNJI UČINAK KONKURENTNOSTI (CE)
PO ZEMLJAMA (2000.-2010.)

Djelatnost	Slovenija	Estonija	Latvija	Mađarska	Litva	Bugarska	Rumunjska	Češka	Slovačka	Poljska	Hrvatska	NMS10
Neraspoređeno	0,2	0,0	0,5	0,3	-0,1	0,5	0,7	0,6	0,6	0,9	-0,1	0,6
Proizvodi od drva	-0,3	0,2	0,4	0,0	1,1	0,1	0,3	0,1	0,3	0,6	0,1	0,2
Farmaceutski proizvodi	0,0	0,0	0,3	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,0	0,1	-0,3	0,1
Osnovni metali	0,0	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	-0,1	0,1	0,0	0,0
Kemijski proizvodi	0,0	0,0	0,1	0,1	1,3	0,0	0,2	0,1	0,1	0,6	-0,4	0,3
Proizvodi od nemetalnih minerala	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0
Poljoprivredni i industrijski strojevi	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,5	0,6	0,8	0,6	1,4	0,3	0,7
Hrana, piće i duhan	0,2	-0,1	0,4	0,0	1,3	0,4	0,4	0,2	0,0	1,0	-0,1	0,4
Prerađeni proizvodi od metala	0,1	0,0	0,2	0,0	0,2	0,3	0,2	0,1	0,3	0,4	0,1	0,2
Električni strojevi, aparati i uređaji	0,3	2,0	0,7	1,5	0,0	0,9	2,4	1,2	2,6	1,3	0,4	1,5
Proizvodi od papira	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,3	0,1	0,1
Prijevozna sredstva	1,5	0,5	0,6	0,8	0,3	0,3	1,7	1,7	2,1	1,8	0,1	1,5
Tekstilni proizvodi	-0,5	-0,4	-0,4	-0,3	-0,5	1,1	0,2	0,1	0,3	-0,1	-1,0	0,0
Znanstveni i kontrolni instrumenti	0,0	0,0	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	1,6	0,3	0,5	0,0	0,6
Ukupno	1,8	2,3	3,4	3,0	4,4	4,8	7,2	6,6	7,2	8,9	-0,7	6,3

Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

Tablica 9.

PROSJEČNI GODIŠNJI PROIZVODNI UČINAK (PE)
PO ZEMLJAMA (2000.- 2010.)

Djelatnost	Slovenija	Estonija	Latvija	Mađarska	Litva	Bugarska	Rumunjska	Češka	Slovačka	Poljska	Hrvatska	NMS10
Neraspoređeno	-0,1	0,5	0,8	-0,2	0,6	0,1	0,0	0,0	-0,1	0,0	0,1	0,0
Proizvodi od drva	0,4	0,4	0,5	0,0	0,4	0,1	0,3	0,1	0,1	0,5	0,3	0,2
Farmaceutski proizvodi	0,0	-0,4	-0,3	-0,3	-0,3	-0,4	-0,4	-0,4	-0,4	-0,4	-0,1	-0,4
Osnovni metali	0,2	-0,3	0,1	-0,3	-0,4	1,7	0,0	0,0	0,6	0,2	-0,2	0,1
Kemijski proizvodi	-0,3	-0,4	-0,4	-0,3	0,3	-0,3	-0,5	-0,3	-0,2	-0,3	0,0	-0,3
Proizvodi od nemetalnih minerala	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0
Poljoprivredni i industrijski strojevi	0,1	-0,2	-0,3	0,5	-0,3	-0,1	-0,1	0,2	0,0	0,1	-0,1	0,1
Hrana, piće i duhan	-0,3	-0,1	0,0	-0,1	0,3	0,0	-0,3	-0,2	-0,2	0,0	0,0	-0,1
Prerađeni proizvodi od metala	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0	0,3	0,1	0,2	0,1	0,1
Električni strojevi, aparati i uređaji	-0,1	0,7	-0,5	1,0	0,0	-0,4	0,1	0,1	0,2	0,3	-0,1	0,3
Proizvodi od papira	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Prijevozna sredstva	0,0	-0,3	-0,5	-0,1	-0,3	-0,3	-0,3	0,3	0,4	0,0	-0,3	0,0
Tekstilni proizvodi	0,0	0,1	0,2	0,0	0,5	0,9	1,4	-0,1	0,0	0,1	0,7	0,2
Znanstveni i kontrolni instrumenti	-0,1	-0,1	-0,2	0,0	-0,2	-0,1	-0,2	-0,2	-0,2	-0,1	-0,1	-0,1
Ukupno	0,1	0,1	-0,6	0,2	0,6	1,0	-0,1	-0,1	0,3	0,6	0,2	0,3

Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora

Tablica 10.

PROSJEČNI GODIŠNJI UČINAK TRŽIŠTA (ME)
 PO ZEMLJAMA (2000.-2010.)

Tržište	Slovenija	Estonija	Letonija	Mađarska	Litva	Bugarska	Rumunjska	Češka	Slovačka	Poljska	Hrvatska	NMS10
Austrija	0,5	-0,1	-0,1	0,4	-0,1	0,0	0,1	0,2	0,2	-0,1	0,5	0,2
Belgija (uklj. Luksemburg)	-0,3	-0,3	-0,3	-0,2	-0,2	0,2	-0,2	-0,3	-0,3	-0,2	-0,3	-0,2
Bugarska	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Čipar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Češka	0,2	-0,1	-0,1	0,2	-0,1	-0,1	-0,1	0,0	1,8	0,5	0,0	0,3
Danska	0,0	0,1	0,2	-0,1	0,2	0,0	-0,1	0,0	-0,1	0,0	-0,1	0,0
Estonija	0,0	0,0	0,7	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Finska	0,0	1,3	0,1	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0	-0,1	0,0	0,0	0,0
Francuska	-0,1	-0,4	-0,4	-0,3	-0,2	-0,2	-0,1	-0,3	-0,3	-0,2	-0,3	-0,2
Njemačka	0,6	-0,5	-0,2	1,0	0,0	0,0	0,3	1,2	0,9	1,0	0,0	0,9
Grčka	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mađarska	0,1	0,0	-0,1	0,0	-0,1	0,0	0,3	0,1	0,3	0,1	0,0	0,1
Irska	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Italija	0,4	-0,4	-0,3	-0,1	-0,2	0,6	0,9	-0,2	0,0	0,0	1,0	0,0
Latvija	0,0	1,0	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
Litva	0,0	0,6	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,1
Malta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nizozemska	-0,4	-0,3	-0,2	-0,2	-0,3	-0,3	-0,3	-0,3	-0,3	-0,2	-0,4	-0,2
Poljska	0,2	-0,1	0,1	0,2	0,5	0,0	0,0	0,4	0,4	0,0	-0,1	0,1
Portugal	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rumunjska	0,1	-0,1	-0,1	0,3	-0,1	0,4	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1
Slovačka	0,2	-0,1	0,0	0,3	-0,1	0,0	0,0	1,4	0,0	0,2	0,0	0,4
Slovenija	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0
Španjolska	-0,2	-0,3	-0,3	-0,2	-0,2	0,0	-0,2	-0,2	-0,3	-0,2	-0,3	-0,2
Švedska	-0,1	0,9	0,6	-0,1	0,3	-0,1	-0,1	-0,1	-0,1	0,1	-0,1	0,0
Ujedinjeno Kraljevstvo	-0,3	-0,2	0,1	-0,2	0,0	-0,3	-0,2	-0,3	-0,3	-0,2	-0,3	-0,2
Ukupno	0,8	0,8	0,7	1,1	1,4	0,2	0,1	1,7	2,0	1,0	0,7	1,1

Izvori: Comext (dataset EU27 Trade Since 1988 by SITC, preuzeto 20.04.2011.), izračun autora