

UDK 339.15.054.23(497.5)

Prethodno priopćenje

Doc. dr. sc. Lorena Škuflić*

UZROCI TRGOVINSKOG DEFICITA REPUBLIKE HRVATSKE I MOGUĆNOSTI NJEGOVA SMANJIVANJA

U proteklom dvanaestogodišnjem razdoblju Republika Hrvatska bilježila je kontinuirane trgovinske deficite, koji su prvenstveno posljedica visokih stopa rasta robnog uvoza i relativno stagnantnog izvoza. Uključivanje zemlje u međunarodnu razmjenu ovisi o njezinu modelu specijalizacije, a kroz povijest su ekonomski teoretičari razvili različite osnove specijalizacije i razmjene. Nacionalna ekonomija može imati uspjeha na svjetskom tržištu ukoliko proizvodi i nudi proizvod koji je jeftiniji od konkurencije ili one koji su kvalitetniji uz istu cijenu. Imati kvalitetan proizvod znači da on posjeduje jedno ili više svojstava koje kupac pozitivno ocjenjuje pa je zato i spreman kupiti taj proizvod. Glavni su izvozni proizvodi Hrvatske radna i resursna dobra, niske tehnologije uglavnom usmjerena prema tržištu Europske unije, na kojem postoji jaka konkurencija iz ostalih tranzicijskih zemalja, ali i azijskih država. Istraživanje je pokazalo da je kod gotovo 60% izvoznih proizvoda značajna cijena i da upravo zbog prethodno istaknutih novih konkurenata hrvatski izvoznici gube svoje pozicije, dok kod svega 10% izvoznih dobara postoji kvalitativna prednost, a među njima su jedino brodogradnja i tekstilna industrija kao značajni izvoznici.

* Docent na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, Trg J. F. Kenedy 6, Zagreb, email: lskuflic@efzg.hr

Strategiju niske cijene potrebno je zamijeniti strategijom kvalitativne prednosti s ciljem postupnog smanjivanja trgovinskih deficita.

Ključne riječi: specijalizacija, trgovinski deficit, niska cijena, kvaliteta,

1. Uvod

Od osamostaljenja Hrvatske pa nadalje ta zemlja u trgovinskoj razmjeni sa svijetom gubi svoje pozicije i bilježi trgovinske deficite. Brži rast robnog uvoza od izvoza i smanjivanje udjela na tržištima razvijenih država, obilježja su robne razmjene hrvatskih gospodarstvenika. Hrvatska je, u proteklih dvanaest godina, neznatno povećala izvoz svojih proizvoda na europsko tržište, dok je uvoz iz tih zemalja podvostručan. Činjenično stanje gubljenja pozicije na domaćem i europskom tržištu ukazuje na smanjenu konkurentnost gospodarskih subjekata. S obzirom na to da se dvije temeljne strategije konkurentnosti svode na troškovno vodstvo i nisku cijenu, s jedne strane, te kvalitativnu prednost i mogućnost postizanja visoke cijene, s druge strane, smanjenje izvozne konkurentnosti Hrvatske, posljedica je izabranog modela specijalizacije i neadekvatne izvozne strategije.

Što znači izvoziti kvalitetan proizvod? Kvalitetan proizvod je onaj koji posjeduje jedno ili više dodatnih svojstava koje kupac valorizira pozitivno, odnosno proizvod koji u potpunosti odgovara potrošaču. Proizlazi kako je kvaliteta podređena objektivnoj, ali i subjektivnoj ocjeni potrošača, pa se karakteristike, koje povećavaju volju kupca za kupnjom proizvoda, mogu grupirati kao fizički mjerljive npr. brzina rada, kapacitet, veličina, trajnost ili kao nemjerljive npr. brand, «goodwill», dizajn i povjerenje. Proizvodnja kvalitetnog proizvoda nužno je povezana sa skupim inputima i zahtjevnom tehnologijom. Kvaliteta proizvoda varira s cijenom te je moguće odrediti kvalitativne performanse proizvoda ovisno o njegovom cjenovnom razredu.

Poboljšanje kvalitete proizvoda i usluge ostvaruje se obrazovanijom radnom snagom, sofi-

sticiranim inputima, modernijom opremom i tehnologijom, ali organizacija poduzeća i postrojenja, kao i menadžment doprinosi tomu. Kao jedan od relevantnih faktora kvalitete izdvaja se i istraživanje i razvoj, a kod manje razvijenih nacionalnih ekonomija preporučuje se imitacija proizvodnog procesa i tehnika proizvodnje. Iako su profiti u zemljama imitatorima manji nego kod država koje uvode prvi put proizvod na tržište, ipak su respektabilni u odnosu na one koji nisu niti ušli u tehnološku utrku. Naime, izdaci za bazna istraživanja i razvoj izuzetno su visoki, te male, nerazvijene države nisu u mogućnosti podnijeti njihove visoke troškove, pa se razvojni i kvalitativni jaz samo povećava. Primjer Japana u prošlom stoljeću pokazuje da je to moguće uspješno prevladati i iz zemlje imitatora prerasti u zemlju inovatora.

U ovom će se radu istraživati osnovna strategija hrvatskih izvoznika na svjetskom tržištu i analizirati uzroci kontinuiranog produbljivanja visokoga trgovinskog deficita. Prema postavljenoj hipotezi, struktura hrvatskog izvoza i njegova kvaliteta u raskoraku su sa strukturom hrvatskog uvoza, što predstavlja temeljni uzrok visine trgovinskog deficita analizirane zemlje. Rad se sastoji od uvoda i zaključka, te još tri dijela, teorijskog u kojem se obrađuje teorijska pozadina komparativnih i konkurentnih prednosti nacionalne ekonomije, a u empirijskom se dijelu istražuje model specijalizacije Hrvatske, kroz analizu strukture robnog izvoza i uvoza, definira kvaliteta proizvoda i način mjerenja kvalitete. U ocjenjivanju izbora strategije hrvatskih gospodarstvenika matematičkim izračunima iz statističkih podataka odredit će se cijena proizvoda, te uz pomoć količinskih podataka izvesti zaključak o postojanju kvalitativne prednosti hrvatskih izvoznika ili neadekvatnosti izabrane strategije u osvajanju europskoga, a onda i svjetskog tržišta.

2. TEORIJSKA POZADINA STVARANJA KOMPARATIVNIH I KONKURENTNIH PREDNOSTI NACIONALNE EKONOMIJE

Počeci razvoja teorije komparativnih prednosti nalaze se u djelima Adama Smitha (teoriji apsolutnih troškova koja počiva na specijalizaciji i međunarodnoj podijeli rada) i Davida Ricarda (Ricardo, 1953). Prema teoriji komparativnih prednosti, razlike u relativnim produktivnostima rada pojedinih proizvodnji osnova su specijalizacije i određuju strukturu međunarodne razmjene zemalja.

Za razliku od Ricarda, koji je definirao granice odnosa razmjene, John Stuart Mill je odredio točan odnos razmjene, koji ovisi o recipročnoj potražnji zemalja koje međusobno trguju (Mill, 1988).

Među prvim neoklasičarima ističu se Frank William Taussig koji je uvođenjem kamata i nadnica u analizu međunarodne razmjene po prvi put novčano iskazao proizvodne troškove, a Jacob Viner je uveo devizni tečaj. Uvođenjem istaknutih elemenata u analizu specijalizacija i smjer međunarodne razmjene ne moraju se nužno odvijati kao i kod klasične teorije komparativnih prednosti, gdje su troškovi proizvodnje bili definirani količinom utrošenog rada (Mrkušić, 1965).¹

Daljnju nadopunu teorije komparativnih prednosti dali su Gottfried Haberler (Haberler, 1956) kroz teoriju troškova supstitucije i Ohlin (Ohlin, 1933) kroz teoriju opće ravnoteže. Haberler je uveo osim dotadašnjeg čimbenika rada još kapital i zemlju i kod proizvodnih troškova promatrao utrošak sva tri čimbenika, dok je Ohlin analizu proširio na još neke determinante, pa njegova teorija uključuje organizaciju, znanje, vještine, drugim riječima promatrao je kvalitativni element na strani utrošaka. Haberler je cijenu proizvoda odredio pomoću graničnog troška, a odnos razmjene definirao je kao odnos supstitucije. Ohlin² je razloge međunarodne razmjene vidio u različitosti cijena proizvoda, koje su odraz nejednakih troškova proizvodnje, a ovi opet različitosti cijena utrošaka. Ova je teorija objedinila raspoloživost resursa, njihovu produktivnost i potražnju promatrajući ih u međuzavisnosti.

Ekonomisti koji su komparativne prednosti promatrali s jednoga dinamičnijeg aspekta su, među prvima, Stopler i Samuelson, koji su istraživali promjene utjecaja cijene finalnog dobra na cijenu utrošaka i zaključili da rast cijene nekog proizvoda utječe na povećanje realne zarade utroška koji se intenzivnije koristi u proizvodnji toga dobra (Bhagwati, 1969). Wassily Leontief (Leontief, 1969) je istraživao faktorsku intenzivnost vanjske trgovine na primjeru SAD-a, a Ryczynski (Krugman, 2003) je promatrao statičnu raspoloživost resursa kao pro-

¹ Princip komparativnih prednosti navodi potrebu svake zemlje da se specijalizira u proizvodnji i izvozu dobara koja može proizvesti uz relativno niže proizvodne troškove i da uvozi dobra u čijoj je proizvodnji relativno manje efikasna od ostalih zemalja.

² Heckscher (1919) i Ohlin-ov (1933) teorem govori da će se zemlja specijalizirati u proizvodnji i izvozu onog dobra koje zahtjeva veći utrošak proizvodnog čimbenika kojega zemlja ima u izobilju.

mjenjivu kategoriju i izveo je zaključak da promjena raspoložive količine samo jednog utroška uz nepromijenjen drugi i neizmijenjenu tehnologiju utječe na izmjenu strukture međunarodne razmjene.

Irvinig Kravis (Kravis, 1956) je kretanje proizvoda i strukturu vanjske trgovine objasnio raspoloživošću dobara, te se uvoze ona dobra koja nisu raspoloživa u apsolutnom ili relativnom smislu. Spomenuti ekonomisti smatra kako nedostatak prirodnih resursa uvjetuje uvoz, dok tehnologija i inovacije mogu povećati izvoz. Posner (Posner, 1961) i grupa ekonomista oko pogleda tehnološkog jaza izdvajaju tehnologiju, kao rezultat kontinuiranog procesa inovacija, koja se različitim brzinom širi između zemljama. Teorija životnog ciklusa naglašava kako je znanje značajno u prvoj fazi, kapital u rastućoj, a jeftina radna snaga u fazi zasićenja, čime se osigurava veza između životnog ciklusa proizvoda i lokalnih prednosti. Vernon (Vernon, 1966) ističe kako su inovacije vođene potražnjom, pa su bliže regijama sa visokim dohotkom.

Tijekom 80-ih godina prošlog stoljeća se intenzivnije govori o Novoj trgovinskoj teoriji koja počiva na pretpostavkama nesavršenog tržišta i na strani ponude i na strani potražnje. Trgovinski model, koji će se uspostaviti između zemalja, ovisi o sličnosti njihovih gospodarskih struktura, dostignutom stupnju ekonomskog razvoja, produktivnosti, udaljenosti i veličini nacionalne ekonomije. Između razvijenih i nerazvijenih očekuje se interindustrijska trgovina, a između razvijenih država intra-industrijska.

Grossman i Helpman (Grossman, Helpman, 1991) polaze od pretpostavke proizvodne diferencijacije, odnosno razlike između tehnološki sofisticiranih i tradicionalnih proizvoda. U proizvodnji tradicionalnih proizvoda neophodan je fizički kapital i niže kvalificirani rad, postoji potpuna konkurencija i nema ulaznih ograničenja. Nedostatak tehnološke superiornosti zemlje rezultira izvozom standardiziranih proizvoda. S druge strane, proizvodi visoke tehnologije zahtijevaju fizički i ljudski kapital, te velika ulaganja u R&D. Upravo R&D predstavljaju najvažnije ograničenje ulaza novih poduzeća na tržište, kada je tržišna struktura oligopolna. Kod tehnološki sofisticiranih industrija prevladava intra-industrijska trgovina, utoliko više ako se radi o vertikalnoj diferencijaciji proizvoda.

Novi pogled u Trgovinskoj teoriji svakako je dao Michael Porter, koji je 1985. godine, po prvi puta, definirao pojam konkurentne prednosti i prikazao ju kao rezultat djelovanja četiriju osnovnih

«dijamanata». Po njemu je konkurentnost odraz stanja i kvalitete utrošaka, razine i veličine domaće potražnje, izabrane strategije poduzeća i prisutnosti konkurencije, te razvijenosti međusobno vezanih i podržavajući proizvodnji. Za zemlju je značajnije da ima razvijen mehanizam stvaranja faktora, nego da njima raspolaže. Zemlje su konkurentnije u onim industrijama gdje su ulaganja u R&D veća i gdje obrazovni sustav može to predvoditi. (Porter, 1990).

Konkurentnost se može promatrati na mikro, makro i mezo razini, ali uvijek se ocjenjuje koliko je neki poslovni subjekt ili država (koja predstavlja sumu svojih subjekata) sposobna prodati svoje proizvode i usluge na domaćem ili međunarodnom tržištu, odnosno raste li njezin značaj ili opada. Konkurentnost se, općenito, može definirati kao sposobnost suočavanja s konkurencijom na svjetskom tržištu, odnosno sposobnost opstanka na postojećem i osvajanja novih tržišta (OECD, 1998). S obzirom na to da konkurentnost znači prodati proizvod ili uslugu, što ovisi o kupcu, nameće nam se potreba odgovaranja na sljedeće pitanje: zašto uopće kupujemo neki proizvod ili uslugu? Mogući razlozi grupiraju se u dvije skupine:

1) cjenovni – proizvod ili usluga nam odgovaraju cijenom. Niža cijena od konkurencije uz približno istu kvalitetu ili ista cijena uz nešto veću kvalitetu. Ovaj koncept troškovnog vodstva zahtjeva primjenu strategije «rezanja» troškova u svim fazama poslovanja, a sam uspjeh prvenstveno ovisi o kvaliteti menadžmenta i njihovoj sposobnosti u provođenju reformi. Promatrano s makro razine na cijenu proizvoda i usluga najveći utjecaj imaju cijene inputa, prvenstveno rada u radno intenzivnim djelatnostima (jedinični trošak rada), ali vrlo značajna je i razvijenost infrastrukture, kao i tehnološka politika. Dugoročno, za jačanje konkurentnosti od presudne je važnosti obrazovna politika, permanentno i kontinuirano obučavanje zaposlenih, te podupiranje i uvođenje inovacija proizvoda, kao i procesa. Tehnološke promjene vuku za sobom jeftiniji proizvodni proces i/ili kvalitetniji proizvod i uslugu. Kada govorimo o međunarodnoj konkurentnosti značajno je još i kakvu trgovinsku politiku provodi zemlja, te posebice politika deviznog tečaja.

2) kvalitativni – visoka kvaliteta i stvorena marka nekog proizvoda dovoljan su razlog za kupovinu bez obzira na cijenu. Imidž mikro subjekta, ali i država kao poslovnog partnera ili kao

turističke destinacije gradi se godinama i ovisi o čitavom nizu čimbenika. Fenomen da se proizvodi različite kvalitete nude i kupuju na tržištu naziva se vertikalna diferencijacija proizvoda.

3. MODEL SPECIJALIZACIJE I TRGOVINE REPUBLIKE HRVATSKE

Specijalizacija je mjera u kojoj je neka zemlja usmjerila svoje aktivnosti u mali broj industrija ili sektora. Proizvodna struktura zemlje je visoko specijalizirana ukoliko mali broj industrija predstavlja velik dio nacionalne proizvodnje, što ima izravne posljedice na izvoznu ponudu i uvoznu potražnju. Proizlazi kako je moguće analizirati izvoznu i uvoznju specijalizaciju zasebno, odnosno govori se o trgovinskoj specijalizaciji jedne zemlje. (European Commission, 1998) U kojoj je mjeri Hrvatska uvažavala teorijske postavke komparativnih i konkurentnih prednosti iznesene u prethodnom poglavlju istražuje se u nastavku rada.

Ukupna robna razmjena Republike Hrvatske (izvoz + uvoz) u proteklih je dvanaest godina (1992-2003.) porasla sa 8,9 mlrd US \$ na 20,4 mlrd US \$, po prosječnoj stopi od 8,4%, pri čemu je izvoz porastao sa 4,4 mlrd US \$ na 6,2 mlrd US \$ (prosječna stopa rasta u tom razdoblju bila je 3,6%), a uvoz sa 4,4 mlrd US \$ na 14,2 mlrd US \$. Brži rast izvoza u odnosu na uvoz imao je za posljedicu ostvarivanje trgovinskog deficita počevši od 1993. godine, kada je zabilježen deficit u iznosu od 748 mln US \$, sve do 2003. godine. Rast trgovinskog deficita posebice je bio naglašen u razdoblju između 1993. i 1997. godine, kada su se stope povećanja trgovinskog deficita kretale između 11 i 150%. Nakon 1997. godine trgovinski se deficit smanjivao kao posljedica smanjivanja robnog uvoza, a nakon 2001. godine, trgovinski deficit ponovno raste i u 2003. godini iznosio je 8 mlrd US \$, što je za skoro 2 mlrd US \$ više od robnog izvoza Hrvatske. Iznos trgovinskog deficita bio je veći od izvoza Hrvatske u 1995. godini, 2002. i 2003. godini. Uzme li se 1992. godina kao bazna godina, onda je u 2003. izvoz povećan za 40%, a uvoz za više od 3 puta.

3.1. NAJZNAČAJNIJE ZEMLJE TRGOVINSKI PARTNERI HRVATSKE

Tržišna orijentiranost trgovinskih tijekova jedne zemlje ovisi o velikom broju čimbenika, a

moгу se izdvojiti ponajprije volumen i struktura izvoznih i uvoznih proizvoda, struktura nacionalnoga gospodarstva i stupanj dostignutog razvoja, ali svakako je značajna geografska pozicija zemlje, prometna povezanost s ostalim zemljama i razvijenost prometne infrastrukture, postojanje trgovinskih sporazuma, uključenost u integracijske procese ili neku integraciju, ali i o ne-ekonomskim faktorima kao što su politička situacija u zemlji i okruženju, tradicionalni i uhodani kanali prodaje i dr. Od svih nabrojanih čimbenika tržišnu orijentiranost trgovinskih tijekova neke zemlje najznačajnije ipak određuje njezin geografski položaj.

Vanjskotrgovinska razmjena Hrvatske, uglavnom se odvija sa zemljama Europske unije. U analiziranom razdoblju Hrvatska je prosječno izvozila oko 52% svog izvoza na to tržište, a spomenute su zemlje sudjelovale u ukupnom uvozu sa oko 55%. Udio zemalja EU-15 u ukupnom izvozu Hrvatske kretao se od 42,2% u 1992. godini do 59,1% u 1995. godini, a zadnjih godina kretao se oko 54%. Udio zemalja EU-15 u ukupnom uvozu Hrvatske, također se kretao relativno neujednačeno, a najznačajnija karakteristika proteklog razdoblja je znakovitiji pada tog tržišta u posljednje dvije godine.

Deset novopriključenih zemalja EU (od travnja 2004. godine), početkom 90-ih godina nije predstavljalo značajno tržište s kojeg je Hrvatska uvozila svoje proizvode, a danas sudjeluje s oko 15%, što znači da će u narednim razdobljima EU-25 sudjelovati s oko 70% u ukupnom uvozu. Kod izvoza, situacija je obrnuta, deset novopriključenih zemalja, početkom 90-ih predstavljalo je značajno izvozno tržište, ali se njihov udio posljednjih godina kontinuirano smanjuje, što upućuje na zaključak da proces prilagođavanja, koji se odvijao u tim zemljama neophodan za konačno priključivanje i jačanje konkurencije na tim tržištima, hrvatski izvoznici nisu bili u stanju pratiti te su gubili svoje pozicije.

Među zemljama EU-15 i deset novopriključenih zemalja različit je značaj pojedinih nacionalnih ekonomija i u robnom izvozu, ali i u uvozu. Najznačajnije izvozno tržište za Hrvatsku, u proteklih 12 godina, bila je Italija (s prosječnim udjelom od 21%), te Njemačka (s prosječnim udjelom 17,7%), a najmanje se izvozilo na tržište Luxemburga (prosječni udio 0,01%), te Finske, Portugala (prosječni udio 0,07%) i Danske (prosječni udio 0,17). Među ostalih deset država, najznačajnije izvozno tržište Hrvatske predstavljala je

Slovenija (prosječni udio 13,07%), a najslabije se izvezilo u Estoniju, Letoniju i Litvu³.

Analiza tržišne orijentiranosti uvoza pokazuje gotovo istu situaciju. Najznačajnija uvozna tržišta su Njemačka (prosječni udio 19,2) i Italija (prosječni udio 17,8), dok se najmanje uvezilo iz Luxemburga i Portugala (prosječni udio 0,03%), te Grčke i Irske. Među ostalih deset zemalja najveći udio u ukupnom uvozu Hrvatske imala je Slovenija (prosječni udio 7,13), a najmanji Letonija, Litva i Estonija.

S obzirom na to da se gotovo 40% razmjene odvija sa samo dvjema zemljama (Italijom i Njemačkom), prosječni koeficijent tržišne koncentracije hrvatskog izvoza, kao i uvoza kretao se između 32 i 38% (Škuflić, Jurlin, 2003).

Tržište na kojem je Hrvatska ostvarila najveće povećanje izvoza roba u odnosu na 1993. godinu jest Bosna i Hercegovina (rast sa 4,4% na 14,4%) i od 1999. godine tržište Srbije i Crne Gore. Kako je prije zaključeno da je hrvatski izvoz u proteklom razdoblju, gotovo stagnirao, onda se promjena ovih relativ-

nih udjela pojedinih tržišta može smatrati gubitkom pozicija na tržištima razvijenih zemalja i povećanjem udjela na manje zahtjevnim tržištima, što nije ništa drugo doli pad konkurentne sposobnosti.

Tržišta na kojima Hrvatska ostvaruje jedino suficit u robnoj razmjeni jesu tržišta Bosne i Hercegovine, Srbije i Crne Gore, te Makedonije (s izuzetkom posljednje dvije analizirane godine). Deficit koji Hrvatska ostvaruje u razmjeni s Europskom unijom kretao se između 51 i 78% ukupnog robnog deficita (prosječno u promatranom razdoblju 67%), a ukoliko se promatraju pojedine zemlje, onda se uočava kako je udjel deficita u razmjeni s Italijom manji negoli je značenje te zemlje za hrvatski vanjskotrgovinski sektor, što se ne može zaključiti i za Njemačku. Relativno velik udio u trgovinskom deficitu u odnosu na značaj zemlje u razmjeni imaju i Mađarska i Češka. Na temelju iznesenoga može se zaključiti kako Hrvatska posebice nije konkurentna na tržištima Njemačke, Češke i Mađarske.

³ Podaci o udjelima predstavljaju izračun autora temeljem podataka HIDRA, Zagreb

Tablica 1. Najznačajniji izvozni proizvodi Republike Hrvatske u EU-15, rangirano prema 2003. godini

Godina	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
89	5,62	9,08	3,9	16,75	16,05	13,92	15,28	12,32	14,82
85	6,49	7,25	8,31	7,52	6,88	7,12	7,83	9,12	10,29
61	2,85	3,45	3,43	3,22	3,91	3,91	4,36	4,55	8,24
62	11,27	10,2	9,46	8,6	7,97	6,42	5,84	5,52	8,05
44	4,89	4,9	5,41	4,74	5,27	5,1	4,41	4,52	6,17
84	3,53	3,76	4,19	4,3	4,31	4,36	4,79	5,43	5,88
64	5,04	5,21	5,42	4,38	4,04	3,53	3,55	3,02	4,37
27	8,44	9,25	10,28	5,83	7,89	10,97	10,21	9,34	4,34
94	3,49	2,86	3,17	2,54	2,66	2,48	2,86	3,14	4,19
39	9,43	5,98	5,86	5,48	4,59	4,18	3,57	3,68	3,51
73	2,01	2,19	2,32	2,45	2,19	2,25	2,27	2,42	2,65
29	2,14	2,29	2,33	1,97	2,94	3,85	2,95	2,83	2,06
76	1,95	1,81	1,91	1,88	1,92	2,57	2,24	2,1	2,04
UKUPNO	67,15	68,23	65,99	69,66	70,62	70,66	70,16	67,99	76,61

89-brodovi, čamci i ploveće konstrukcije; 85- električni strojevi, oprema i dijelovi; 61 – odjeća i pribor osim pletenih i kačkanih; 62-odjeća i pribor osim pletenih i kačkanih; 44-drvo i proizvodi od drva; 84- nuklearni reaktori, kotlovi strojevi i mehanički uređaji; 64 – obuća i dijelovi za obuću; 27 – mineralna goriva i maziva; 94 – pokućstvo, madraci, jastuci i svjetiljke; 39 plastične mase i proizvodi od plastičnih masa; 73 – proizvodi od željeza i čelika; 29 – organski kemijski proizvodi; 76 – aluminij i proizvodi od aluminija; Izvor: Izračunato prema podacima HIDRA Zagreb

3.2. ROBNA KONCENTRACIJA HRVATSKOGA ROBNOG IZVOZA I UVOZA

Na tržište EU, Hrvatska je u proteklih dvanaest godina prosječno najviše izvozila brodove i čamce (89); električne strojeve i opremu (85); odjeću i pribor (61 i 62); drvo i proizvode od drva (44); te nuklearne reaktore i kotlove (84). Trinaest izdvojenih najzastupljenijih proizvoda u 2003. godini (tablica 1), predstavljalo je oko 70% ukupnog izvoza od 1998. g. nadalje. Izdvaja se trend rasta udjela najzastupljenijih proizvoda s naglašenim rastom udjela prvih nekoliko skupina proizvoda.

Tablica 2. Najznačajniji uvozni proizvodi Hrvatske iz EU-15, rangirani prema 2003. godini

Godina	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Proizvod									
87	6,13	6,05	10,74	10,62	10,36	11,12	10,61	10,89	15,72
84	11,69	11,82	13,13	11,94	11,48	10,72	11,88	13,42	14,85
85	7,32	6,29	7,21	6,44	6,37	6,65	7,92	8,41	9,66
89	1,1	1,2	1,27	4,93	4,43	2,67	3,72	1,79	5,34
39	2,92	2,83	3,32	4,07	3,47	3,89	3,35	3,49	4,25
73	2,31	2,41	2,26	2,42	2,36	2,28	2,5	2,85	3,12
30	1,95	1,89	1,67	1,96	2,11	2,33	2,24	2,38	3,08
48	3,19	3,1	2,8	2,93	2,9	3	2,9	2,81	2,75
27	11,61	10,52	9,34	7,11	10,66	14,51	12,85	12,22	2,66
90	2,27	2,77	2,38	1,93	1,85	1,71	1,96	2,34	2,26
94	1,64	1,5	1,89	2,12	1,84	1,76	1,94	2,34	2,12
72	2,4	2,4	2,5	2,3	1,99	2,42	2,82	2,76	1,78
UKUPNO	54,53	52,78	58,51	58,77	59,82	63,06	64,69	65,7	67,61

87- cestovna vozila; 84- nuklearni reaktori, kotlovi strojevi i mehanički uređaji; 85- električni strojevi, oprema i dijelovi; 89- brodovi, čamci i ploveće konstrukcije; 39- plastične mase i proizvodi od plastičnih masa; 73 - proizvodi od željeza i čelika; 30- farmaceutski proizvodi; 48- papir i karton i njihovi proizvodi; 27- mineralna goriva i maziva; 90- instrumenti optički i mjerni; 94- pokućstvo; 72 željezo i čelik.

Izvor: Izračunato prema podacima HIDRA Zagreb

Uvažavajući klasifikaciju proizvoda prema stupnju tehnologije (Lall, 2000), oni se mogu podijeliti u primarne proizvode, resursno intenzivnu prerađivačku industriju, prerađivačku industriju niske tehnologije, prerađivačku industriju srednje tehnologije i prerađivačku industriju visoke tehnologije. U proteklih dvanaest godina Hrvatska je izvozila na tržište EU uglavnom primarne proizvode i proizvo-

de prerađivačke industrije temeljene na resursima, koji su predstavljali oko polovine izvoza, slijedili su proizvodi niske tehnologije oko 37%, srednje tehnologije oko 12%, a proizvodi visoke tehnologije su bili zastupljeni sa svega 3,5%.

Preko 1/3 ukupnog uvoza Hrvatske otpada na tri skupine proizvoda, a to su nuklearni reaktori, kotlovi mehanički uređaji i strojevi, mineralna goriva i maziva, te cestovna motorna vozila. Iako su ovako definirane skupine proizvoda izrazito heterogene, pa tako broj 89 uključuje plutače, gumene čamce, do brodica ili tankera, procjenjuje se da je hrvatski uvoz orijentiran na znanje i tehnološki

intenzivne proizvode namijenjene maloprodajnoj mreži i finalnoj potrošnji, a svega dvije skupine proizvoda po definiciji se nabavljaju za daljnju proizvodnju⁴.

⁴ Autor je u tehnološki i znanjem intenzivne proizvode uključio 84; 85; 87; 30; 90; 89 i 29; proizvodi manje tehnološki i znanjem intenzivni 39; 73; 94; 76; 34 i namijeni za daljnju proizvodnju 48 i 72.

Na uvoznoj strani najzastupljeniji su bili sljedeći proizvodi: cestovna vozila i njihovi dijelovi (87); nuklearni reaktori i kotlovi (84); električni strojevi, oprema i dijelovi (85); brodovi i čamci (89); proizvodi kemijske industrije (39); proizvodi od željeza i čelika (73), te farmaceutski proizvodi (30). S obzirom na stupanj tehnološke obrade ovih proizvoda uvoz je tehnološki zahtjevniji od izvoza, budući da su proizvodi visoke tehnologije bili prosječno zastupljeni sa oko 12%, proizvodi srednje tehnologije 20% i niske tehnologije 17%. Istraživanje, iako je provedeno na višoj razini agregiranosti podataka, što onemogućuje precizno dijeljenje pojedinih industrija, ipak je pokazalo visoku zastupljenost primarnih proizvoda 27%, ali i visoku zastupljenost resursno intenzivnih proizvodnji, iznad 20%⁵. Ovaj bi podatak bilo moguće ocijeniti pozitivno kada bi rezultati analize izvoznog sektora ukazivali na jačanje konkurentnosti što bi značilo da Hrvatska uvozi sofisticiranije inpute kako bi povećala kvalitativnu osnovu domaće proizvodnje i poboljšala poziciju izvoznog sektora. Proizlazi da s obzirom na resursne potencijale Hrvatske i prethodno izvedenu izvoznost i uvoznost specijalizaciju zemlje, može se zaključiti da u području resursno intenzivnih proizvodnji i proizvoda niske tehnologije, zemlja ne može ostvariti cjenovnu konkurentnost, pa su ti proizvodi zastupljeni u uvozu, dok je niska tehnološka osnova proizvodnih procesa uzrok intenzivne prisutnosti proizvoda visoke tehnologije.

4. KVALITETA I MJERENJE KVALITETE

Kvaliteta proizvoda ovisi o kvaliteti inputa i okruženju djelovanja subjekata. Zemlja s većim udjelom obrazovane radne snage, višim udjelom u tehnološki vodenim industrijama, višim udjelom ICT sektora bolje je pozicionirana na ljestvici kvalitetne proizvodnje. Relacija ide u oba smjera: sofisticirani inputi su potrebni za dostizanje više kvalitete finalnog outputa, dok je razina dohotka ključna u podupiranju istraživanja i razvoja, boljšeg obrazovnog sustava i implementaciji suvremenih tehnologija.

⁵ Izračun se temelji na prosječnim udjelima 99 proizvoda u ukupnom uvozu i izvozu u razdoblju od 1992. do 2003. godine prema podacima HIDRA, Zagreb, a grupiranje proizvoda prema stupnju tehnologije je izvršio autor na osnovi Lall, 2000.

Mjerenje kvalitete proizvoda koji sudjeluju u ukupnom izvozu i uvozu moguće je izvršiti uz pomoć jedinične vrijednosti tih proizvoda i njihove količine, pri čemu je potrebno istaknuti visok stupanj nepouzdanosti ulaznih podataka posebice količine.

4.1. Definiranje kvalitete proizvoda

Proizvod se smatra kvalitetnim kada posjeduje barem jedno drugačije svojstvo koje ga izdvaja od njegova supstituta i koje je presudno za kupnju uz pretpostavku jednake cijene. Proizvod može biti povezan i s paketom usluga koji ga prati i na taj se način izdvojiti od sličnih proizvoda na tržištu, pa čak i uz pretpostavku više cijene, potražnja za takvim proizvodom je veća.

Ključni inputi koji povećavaju kvalitetu proizvodnog procesa u jednoj zemlji sumiraju se kao R&D, obrazovana radna snaga, sofisticirani kapital, informacije, komunikacijska tehnologija, znanje i informiranost o inputima, dodatne usluge, a ona može biti potaknuta visinom dohotka u zemlji i na inozemnom tržištu, razlikom u dohotku između zemlje i izvoznih partnera, informiranošću potrošača i poduzetničkom klimom u zemlji. Pored ekonomskih akceleratora kvaliteta proizvodnog procesa može biti potpomognuta i državnom aktivnošću u dijelu obrazovanja, te liberalizacijom tržišta outputa i inputa (Aiginger, 2000, str. 5)

Ovisnost kvalitete proizvoda o visini dohotka najbolje prikazuje primjer Irske. Irska je pokazala kako se mogu kombinirati vještine domaćeg stanovništva, inozemni kapital, regionalna i industrijska politika u podizanju kvalitete proizvodnje. Švedska i Finska su primjer kako se uspješno može prebroditi kriza prerađivačke industrije usmjeravajući svoje aktivnosti prema intenzivnijim istraživanjima i telekomunikacijskom sektoru.

4.2. Mjerenje kvalitativne prednosti nacionalne ekonomije

Industrija koja konkurira cijenom nužno mora imati nisku cijenu ukoliko želi prodati veću količinu, pa zemlja s visokom cijenom može prodati relativno malu količinu, dok ona s niskom cijenom može prodati veliku količinu tog proizvoda. Istodobno, ukoliko zemlja u nekom proizvodu postiže visoku cijenu i uspije prodati veliku količinu proizvoda,

proizvod mora imati neke karakteristike koje podižu spremnost kupca da plati i kupi taj proizvod po zahtjevnijim uvjetima, drugim riječima potrošač ga prepoznaje kao kvalitetan proizvod.

Aiginger prati kvalitetu proizvoda kroz jediničnu vrijednost izvoza, ocjenjujući ovaj indikator kao prosječnu kvalitetu industrije. Istodobno promatra odnos između izvoznih i uvoznih cijena i reakciju uvoznih i izvoznih količina kako bi se identificirale cjenovno i kvalitativno osjetljive industrije (Aiginger, 1998, Aiginger, 2001.).

Jedinična vrijednost⁶ reflektira troškove proizvodnje i prodajnu cijenu kada je riječ o standardnom proizvodu u uvjetima savršeno konkurentnog tržišta, tada zemlja s nižim troškovima proizvodnje, a time i manjom prodajnom cijenom može biti neto izvoznik gledano kroz količine, dok zemlja s višim troškovima i time prodajnom cijenom neto uvoznik. Ukoliko je zemlja neto izvoznik, promatrano kroz prizmu količina, unatoč tomu što ima visoku jediničnu vrijednost, riječ je o kvalitetnim proizvodima. Polazeći od navedenoga moguće je izvršiti podjelu na proizvode ili industrije koje konkuriraju cijenom i one koje konkuriraju kvalitetom.⁷

Razlikuju se (Aiginger, 1998):

- 1) industrije koje plasiraju proizvode visoke kvalitete. Izvozna količina je veća od uvozne unatoč visokoj jediničnoj vrijednosti. U pravilu je riječ o vodstvu kvalitetom koju prepoznaje potražnja ili signalizira zemlji specijalizaciju u skupim dobrima.
- 2) konstantno cjenovno elastični proizvodi. U zemlji ti proizvodi imaju visoku jediničnu vrijednost pa je država suočena s trgovinskim deficitom. Industrije su u tom sektoru izgubile cjenovnu konkurentnost u segmentu tržišta gdje je cijena značajna. Ovaj se dio deficita može smatrati posljedicom visokih troškova proizvodnje.
- 3) konstanto cjenovno elastična dobra, a cijena tih proizvoda u državi je niska, pa se u vanj-

⁶ Jedinična vrijednost izvoza predstavlja omjer vrijednosti izvoza i količine izvoza određenog proizvoda i može se aproksimativno koristiti kao cijena tog proizvoda. Na isti način se izračunava i jedinična vrijednost uvoza, a relativna jedinična vrijednost predstavlja omjer jedinične vrijednosti izvoza i jedinične vrijednosti uvoza.

⁷ $UV_E < UV_I$ i $Q_E > Q_I$, te $UV_E > UV_I$ i $Q_E < Q_I$ predstavljaju proizvode, industrije koje konkuriraju cijenom dok $UV_E > UV_I$ i $Q_E > Q_I$, te $UV_E < UV_I$ i $Q_E < Q_I$ industrije koje su kvalitativno naprednije

skotrgovinskoj razmjeni industrija suočava s trgovinskim suficitom.

- 4) beznadane industrije, one koje bilježe trgovinske deficite unatoč niskim cijenama. U tom sektoru postoje neke izlazne barijere, odnosno moguće ga je okarakterizirati kao područje strukturnih problema.

Izračun jedinične vrijednosti iz podataka jedinstvene carinske deklaracije ne predstavlja isključivo prosječnu vrijednost proizvoda nego uključuje i vrijednost usluga, a ponekad i troškove financiranja. U jedinstvenu carinsku deklaraciju unosi se statistička vrijednost koja predstavlja vrijednost fco granica, pri čemu se izvoz evidentira po paritetu FOB⁸, dok se uvoz evidentira na paritetu CIF⁹. Način plaćanja isto tako može za nekoliko postotaka povećati stvarnu cijenu proizvoda, a koji se iz carinskih deklaracije ne može razaznati. Naime, kupac za isti proizvod, ukoliko ga plaća unaprijed, može ostvariti popust, odnosno za odgođeno plaćanje cijena je nekoliko postotaka viša. Istodobno i količina isporuke ima utjecaj na cijenu. Posljednja dva istaknuta razloga mogu se neutralizirati ukoliko se analiza vrši na nižim razinama agregiranosti podataka kroz duže vremensko razdoblje i izračunavanjem prosječne cijene pojedinog artikla.

Problem predstavlja i korištenje količine u izračunavanju jedinične vrijednosti zato što se u carinskim deklaracijama kod pojedinih proizvoda koriste posebne mjerne jedinice i onda se po nekom ključu preračunavaju u kilograme. Dilema se javlja kada se jednom kompjutoru pripisuje određena masa iskazana u kilogramima ili automobilu ili brodu. Temeljem izvršenih istraživanja na terenu to preračunavanje i upisivanje podataka nema neku sustavnu podlogu u pogledu postojanja tablica preračunavanja, pa se nameće dilema o kvaliteti ulaznih podataka i vjerodostojnosti izračunatih jediničnih vrijednosti, a posebice njihovom korištenju u komparativnoj analizi s drugim zemljama.

⁸ FOB (*free on board*) – cijena robe uvećava se za troškove unutarnjeg prijevoza, osiguranja i troškove ukrcavanja robe na brod

⁹ CIF (*cost, insurance and freight*) – cijena robe uključuje i troškove transporta, osiguranja i isporuke do hrvatske granice.

4.3. Kvalitativna prednost ili nedostatak hrvatskih gospodarstvenika?

Uvažavajući prethodno citirano istraživanje (Aiginger, 1998; Aiginger, 2000) relativna jedinična vrijednost hrvatskog izvoza kretala se između 1,1 u 1992. godini i 0,36 u 2003. godini, odnosno prosječno 0,7. Analizirajući istaknuti pokazatelj kroz razdoblje od dvanaest godina naglašen je trend smanjivanja izvoznih cijena i rasta uvoznih jediničnih vrijednosti, te prelaska iz količinskog deficita u suficit. Analiza na osnovi 99 proizvoda koji sudjeluju u izvozu i uvozu, tablica 3, pokazuje da je gotovo polovina tih proizvoda izgubila cjenovnu

konkurentnost, dok je kvalitativno vodstvo evidentirano kod svega 9 proizvoda. Kod jedne četvrtine proizvoda uočeni su strukturni problemi.

Proizvodi koji na hrvatskome tržištu imaju nisku cijenu i kao takvi ostvaruju suficit u razmjeni sa svijetom jesu žitarice, biljni materijali, razni prehrambeni proizvodi, sol i građevinski materijali, koža, drvo, keramički proizvodi, staklo i nerazvrstano. Među istaknutim proizvodima jedino je drvo značajan hrvatski izvozni proizvod, a kako je riječ o resursno intenzivnom proizvodu čijim resursima Hrvatska raspolaže, to je i niska cijena očekivana i u skladu s teorijom komparativnih prednosti.

Tablica 3. Grupiranje izvoznih proizvoda Hrvatske kao cjenovno i kvalitativno elastične skupine dobara

Relativna jedinična vrijednost i količinska bilanca	JV izvoza>JV uvoza Prosječno '92-2003	JV izvoza<JV uvoza Prosječno '92-2003
Suficit (u t)	16; 24; 31; 46; 49; 61; 62; 89; 93	10; 14; 21; 22; 25; 41; 44; 69; 70; 98; 99.
Deficit (u t)	01; 02; 03; 04; 05; 07; 09; 11; 12; 13; 17; 18; 19; 20; 26; 27; 28; 29; 30; 33; 37; 38; 40; 42; 43; 47; 50; 51; 52; 53; 55; 57; 63; 64; 65; 66; 67; 71; 75; 76; 80; 81; 82; 86; 88; 90; 92; 95; 96; 97.	06; 08; 15; 23; 32; 34; 35; 36; 39; 45; 48; 54; 56; 58; 59; 60; 68; 72; 73; 74; 78; 79; 83; 84; 85; 87; 91; 94.

Izvor: Izračun autora temeljem podataka HIDRA, Zagreb¹⁰

¹⁰ 01 žive životinje; 02 meso i klaonički proizvodi za jelo; 03 ribe, ljuskavci, mekušci i ost. Beskraljež.; 04 mlijeko i mliječni proizv., jaja i med; 05 proizvodi život. Podrijetla, nespomenuti; 06 drveće; lukovice i slično; cvijeće, lišće; 07 povrće, korijenje i gomolji za jelo; 08 voće za jelo, kore dinja i agruma; 09 kava, čaj i začini; 10 žitarice 11 proizv. Mlinske ind.; slad; škrob; inulin; 12 uljano sjeme, plodovi; ljekovito bilje; slama; 13 šelak, gume, smole, bilj. Sokovi, ekstrakti; 14 biljni materijali za pletarstvo i sl.; 15 masti i ulja (biljna i životinjska); 16 Prerađevine od mesa, riba i ljuskavaca; 17 Šećer i šećerni proizvodi; 18 Kakao i proizvodi od kaka; 19 Proizvodi na osnovi žitarica, škroba ili mlijeka; 20 Proizvodi od povrća i voća; 21 Razni prehrambeni proizvodi; 22 Pića, alkoholi i ocat; 23 Hrana pripremljena za životinje; 24 Duhan i proizvodi zamjene duhana; 25 Sol i materijal građevinski; 26 Rude, troske i pepeli; 27 Mineralna goriva i maziva; 28 Anorganski kem. Proiz. spojevi plemenitih kov.; 29 Organski kemijski proizvodi; 30 Farmaceutski proizvodi; 31 Gnojiva; 32 Ekstrakti za štavljenje ili bojenje; 33 Eterična ulja, kozmetički proizvodi; 34 Sapun, preparati za pranje i dr.; 35 Bjelančevinaste tvari, škrobovi, ljepljiva; 36 Eksplozivi i pirotehnički proizvodi; 37 Proizvodi za fotografske i kinematografske svrhe; 38 Proizvodi kemijske industrije, razni; 39 Plastične mase i proizvodi od plastičnih masa; 40 Kaučuk i proizvodi od kaučuka i gume; 41 Koža sirova i štavljena; 42 Proizvodi od kože, sedlarski proizvodi, torbe; 43 Krzno i proizvodi od krzna; 44 Drvo i proizvodi od drva; 45 Pluto i proizvodi od pluta; 46 Proizvodi pletarski i korparski; 47 Celuloza i otpaci od papira; 48 Papir, karton i njihovi proizvodi; 49 Knjige tiskane, novine, planovi i sl.; 50 Svila; 51 Vuna, dlaka, pređa i tkanine od njih; 52 Pamuk; 53 Vlakna biljna, pređa od papira; 54 Filamenti umjetni ili sintetski; 55 Vlakna umjetna ili sintetska; 56 Vata, pust, konopi, užad, konopci i sl.proizvodi; 57 Sagovi i podni pokrivači, ostali; 58 Tkanine specijalne; tapiserije, vez i sl.; 59 Tkanine tekstilne, impregnirane i sl.; 60 Proizvodi pleteni i kačkani; 61 Odjeća i pribor, pleteni ili kačkani; 62 Odjeća i pribor osim pletenih i kačkanih; 63 Proizvodi gotovi od tekstila, ostali; 64 Obuća i dijelovi za obuću; 65 Šeširi, kape i ostala pokrivala za glavu; 66 Kišobrani, suncobrani, štapovi i sl.; 67 Perje i papirje i njihovi proizvodi; 68 Proizvodi od kamena, sadre, cementa i slično; 69 Keramički proizvodi; 70 Staklo i stakleni proizvodi 71 Biseri, dragulji i plemeniti metali 72 Željezo i čelik 73 Proizvodi od željeza i čelika 74 Bakar i proizvodi od bakra 75 Nikal i proizvodi od nikla 76 Aluminij i proizvodi od aluminija 78 Olovo i proizvodi od olova 79 Cink i proizvodi od cinka 80 Kositar i kositreteni proizvodi 81 Kovine ostale obične; kermeti; proizvodi od njih 82 Alati, noževi, žlice, vilice i dijelovi 83 Razni proizvodi od običnih kovina 84 Nuklearni reaktori, kotlovi, strojevi i meh.uredaji; 85 Električni strojevi, oprema i dijelovi 86 Vozila tračnička i njihovi dijelovi 87 Cestovna vozila i njihovi dijelovi i pribor 88 Zrakoplovi, svemirske letjelice i dijelovi 89 Brodovi, čamci, ploveće konstrukcije 90 Instrumenti optički, mjerni i dijelovi 91 Satovi i njihovi dijelovi 92 Glazbala, dijelovi i pribor za glazbala 93 Oružje i streljivo i njihovi dijelovi 94 Pokućstvo, madraci, jastuci, svjetiljke i sl.; 95 Igračke, rekviziti za igre i šport, dijelovi 96 Razni proizvodi 97 Umjetnine, kolekcionarski predmeti i starine 98; 99 Nerazvrstano

Kvalitativno vodstvo ostvareno je pri izvozu preradevina od mesa i ribe, duhana, gnojiva, pletarskih proizvoda, odjeće i pribora, brodova, čamaca i oružja. Pozitivno je što među devet proizvoda s naglašenom kvalitetom jedna trećina su ujedno i glavni izvozni proizvodi. Potrebno je istaknuti kako je uglavnom riječ o standardiziranim proizvodima, niže tehnologije gdje je kvalitativna prednost teško ostvariva i dugoročno održiva.

Proizvodnje s prisutnim strukturnim problemima su drveće i lukovice, voće, masti i ulja, hrana za životinje, ekstrakti za štavljenje ili bojenje, sapun, bjelančevine, eksplozivi, plastične mase, pluto, papir, filamenti, vata, tkanine specijalne i tapiserije, tekstilne tkanine i pleteni i kačkani proizvodi, proizvodi od kamena i cementa, željezo i čelik i njihovi proizvodi, bakar i proizvodi od bakra, proizvodi od olova, proizvodi od običnih kovina, nuklearni reaktori, električni strojevi, cestovna vozila, satovi i njihovi dijelovi, pokućstvo i madraci. Proizlazi da kod tehnologijski zahtjevnijih izvoznih proizvoda Hrvatska ima strukturne probleme jer su u ovoj skupini grupirani električni strojevi i nuklearni reaktori i cestovna vozila. Kod izvođenja zaključaka svakako treba imati na umu da je riječ o visokoj razini agregiranosti podataka i da možda u uvozu sudjeluju finalni proizvodi koji su grupirani u navedene skupine proizvoda, pa su cjenovno skuplji i količinski masivniji, dok izvoznu stranu predstavljaju poluproizvodi koji su cjenovno jeftiniji, ali svakako je negativno što gotovo $\frac{1}{4}$ proizvodnji u Hrvatskoj ima potrebu za restrukturiranjem.

Kod svih ostalih skupina proizvoda evidentan je gubitak cjenovne konkurentnosti, a među tih 49 proizvoda četiri su visoko rangirana u ukupnom izvozu, i to su mineralna goriva i maziva, organski kemijski proizvodi, obuća i aluminij. Analiza je pokazala trend smanjivanja udjela ovih proizvoda u ukupnom izvozu na najznačajnije hrvatsko tržište, tržište EU, u posljednje dvije-tri godine, a kod mineralnih goriva i maziva smanjen je drastično i uvoz, što sve upućuje na procese restrukturiranja.

Usmjeravajući istraživanje na glavnog trgovinskog partnera EU, prosječna cijena koju ostvaruje Hrvatska u odnosu na konkurentne je viša ili se kreće oko prosjeka kod odjeće i obuće (61, 62 i 64); približno je ista kao i kod konkurenata za drvo i proizvode od drva (44), a bolja prosječna cijena Hrvatske u odnosu na konkurenciju zabilježena je kod proizvoda od plastične mase i madraca i

jastuka (39 i 94). Kod visoko sofisticiranih proizvoda električnih strojeva i mehaničkih uređaja (84 i 85) Hrvatska ostvaruje niže cijene od prosjeka, ali ne toliko niske kao Kina. S obzirom na to da su podaci na relativno visokoj razini agregiranosti izvođenje precizni zaključaka je nezahvalno, ali sve upućuje da Hrvatska izvozi na tržište EU-15 određene komponente sofisticiranih proizvoda u čijoj je proizvodnji značajan udio radne snage, kao i Kina i tu nije dovoljno konkurentna, i ne može se komparirati s prosječnom cijenom SAD ili Japana, koje izvoze finalne proizvode visoke kvalitete, pa je i njihova prosječna cijena daleko iznad prosjeka (Škuflić, 2004).

Kada se promatra cjenovna konkurentnost potrebno je istaknuti da dolaze sve više zemlje čija je konkurentnost u domeni cijene i te kako visoka bilo zbog mogućnosti ostvarivanja masovne proizvodnje na domaćem tržištu ili zbog niske cijene radne snage, ali i povoljnije politike deviznog tečaja, pa se kao jedini ispravni put ostvarivanja postavljenog cilja ubrzanog rasta izvoza izdvaja jačanje kvalitativne komponente proizvodnje.

Glavni konkurentni Hrvatske na tržištu Europske unije bile su u proteklom razdoblju Azijske zemlje, ali sve više postaju i zemlje srednje i istočne Europe, a postizanje punopravnoga članstva nesumnjivo će rezultirati stvaranjem trgovine s tim zemljama i skretanjem od Hrvatske. Ove zemlje imaju niže troškove proizvodnje, posebice radne snage, jer kako je vidljivo Hrvatska ostvaruje višu prosječnu cijenu upravo kod radno intenzivnih proizvoda, dok kod resursno intenzivnih je ispod prosjeka. Naime, Hrvatska je pri vrhu tranzicijskih ekonomija po visini osobnih dohodaka, jedino su oni veći u Sloveniji, što se može ocijeniti nepovoljno kada se zna da je trenutna orijentacija Hrvatske konkuriranje u segmentu cijena (Škuflić, Jurlin, 2003). Situacija nije isključivo negativna ukoliko se uvažavaju rezultati istraživanja IMF (IMF, 2002) prema kojima ne postoji čvrsta veza između visine osobnih dohodaka i stope rasta izvoza. Jedinični trošak radne snage svakako treba promatrati u kontekstu produktivnosti, a produktivnost u okruženju kretanja zaposlenosti.

Proizlazi kako Hrvatskoj ostaju dva puta za jačanje konkurentnosti, prvi je rezanje troškova, a tu postoje limiti zbog dogovorene razine nadnica, nemogućnosti pribavljanja jeftinijih inputa, razine deviznog tečaja i dr. s jedne strane, te jačanje

kvalitativne komponente proizvodnje. Uvažavajući Porterov model «dijamanta» Hrvatska ima dobro aspektiranu potražnju (visoko razvijena i sofisticirana potražnja EU), a potrebno je unutar zemlje potaknuti investicijsku klimu, inovacije, R&D, te osigurati transfer tehnologije.

5. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Skupina proizvoda, koji su se analizirali u ovome radu vrlo je heterogena, što smanjuje pouzdanost izvedenih zaključaka, ali proizlazi da Hrvatska uvozi kvalitetnije proizvode, pa je i njihova cijena iznad izvoznih, odnosno izvozi manje kvalitetne proizvode za koje na tržištu ne može postići visoku cijenu, odnosno riječ je o proizvodima različitog stupnja obrade i različito uloženog znanja i tehnologije. Od najznačajnijih izvoznih proizvoda, kvalitativno vodstvo ostvaruje se u izvozu brodova i odjeće, niska cijena razlog je izvoza drva, dok se zbog gubitka cjenovne prednosti smanjuje izvozni udio mineralnih goriva i maziva, organskih kemijskih proizvoda, obuće i aluminija. Postojanje strukturnih problema razlogom je neujednačenoga kretanja izvoznih udjela plastičnih masa, proizvoda od željeza i čelika, nuklearnih reaktora i električnih strojeva, te pokućstva. Pozicioniranje u segmentu cjenovnoga vodstva, dolaskom novih konkurenata na svjetsko i posebice europsko tržište, čija je cijena radne snage i ostalih resursa niža, a trgovinska politika uključivanjem u EU povoljnija, predstavljalo je nedovoljno dobar izbor za Hrvatske gospodarstvenike. Naime, u proteklom razdoblju sve je veći broj proizvoda prelazio u segment dobara koji su gubili cjenovnu konkurentnost, što je utjecalo na stagniranje izvoza, gubitak pozicija na europskom i domaćem tržištu uz jačanje uvoznih tijekova.

S obzirom na jaku cjenovnu konkurentnost azijskih zemalja i novih članica EU, Hrvatskoj treba preusmjeriti vlastitu proizvodnju prema kvalitativnoj prednosti. Kako poboljšati kvalitetu proizvoda? Svakako je to primjena sofisticiranijih proizvodnih

inputa, kao što su bolja i obrazovanija radna snaga, a time i viša jedinična cijena rada, tehnološki naprednija sredstva proizvodnje, poboljšana organizacijska struktura i dr. Tehnološka rješenja usko su vezana s prisutnošću istraživanja i razvoja kako u poduzećima, tako i u nekoj državi, a kako je to povezano s visokim troškovima, onda manje razvijenim zemljama ostaje kupovina gotovih tehnoloških rješenja ili imitacija konkurenata. U manjoj se mjeri konkurentnost može ojačati snažnijom marketinškom kampanjom i pružanjem kupcu više informacija o nekom proizvodu ili mijenjanjem njegovih ukusa i navika, što je relativno teško ostvarivo.

Za zemlje u tranziciji važno je stvoriti stabilno makroekonomsko okruženje, razviti poduzetničku klimu, i ukloniti barijere ulaska inozemnih ulagača koji donose sa sobom kapital, tehnologiju, znanje i vještine, čime će se osnažiti cjenovna konkurentnost ali i preokrenuti u pravcu razvoja kvalitativne proizvodnje.

Hrvatska koja je locirana u blizini visoko razvijenih zemalja intenzivnijim uključivanjem u integracijske procese bit će suočena s većim konvergiranjem vlastitih nadnica prema razini nadnica svojih susjeda, čime će se izgubiti postojeća cjenovna prednost. Plaće zaposlenika potrebno je promatrati kao trošak proizvodnje s jedne strane, ali i kao konstitutivni element potražnje, što je viši dohodak građana, to je potražnja sofisticiranija i kvalitetnija je povratna veza prema proizvodnji. Stoga rezanje nadnica u cilju postizanja više cjenovne konkurentnosti ima svoje granice i ne može se smatrati baš uvijek ispravnim pristupom. Rast troškova može se uspješno srezati jačanjem efikasnosti institucija i tržišta i time nižih troškova kapitala, transporta, manje carinske barijere ili devizni tečaj. Više nadnice zaposlenih, skuplji obrazovni sistem, bolje zdravlje i sl. proizvodni sektor može neutralizirati jačanjem produktivnosti, što su pokazale zemlje EU i Japana.

LITERATURA:

1. Aiginger, K. (1998), A Framework for Evaluating the Dynamic Competitiveness of Countries, *Structural Change and Economic Dynamics*, 9 (2), str. 159-188
2. Aiginger, K. (2000), Europe's Position in Quality competition, Background Report for *The European Competitiveness Report 2000*, European Commission.
3. Aiginger, K. (2001), *Measuring the Intensity of Quality Competition in Industries*, WIFO
4. Bhagwati, J. (1969), *International Trade*, Penguin
5. European Commission (1998), *The competitiveness of European Manufacturing*, Brussels
6. IMF (2002), *Republic of Croatia: Selected Issues and Statistical Appendix*, IMF Country Report, No. 02/179
7. Grossman, G., Helpman, E. (1991), *Innovation and Growth in The Global Economy*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts
8. Haberler, G. (1956), *The Theory of International Trade*, New York, 1956.
9. Kravis, I.B. (1956), Availability and Other Influences on the Commodity Composition of Trade, *Journal of Political Economy*, (64), April, str. 143-155
10. Krugman, P. R. (2003), *International economics*, Addison-Wesley
11. Lall, S. (2000), The Technological Structure and Performance of Developing Country Manufactured Exports, 1985-1998, *Working Paper*, 44, Oxford, QEH
12. Leontief, W. (1969), Domestic Production and Foreign Trade: The American Capital Position Re-Examined u J. Bhagwati (ur.): *International Trade*, Harmondsworth, str. 93-139.
13. Mrkušić, Ž. (1965), *Međunarodna ekonomija, Međunarodna trgovina i trgovinska politika*, drugo izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Savremena administracija, Beograd
14. Mill, J. S. (1988), *Izabrani politički spisi*, prvi svezak, Informator i Fakultet političkih nauka, Zagreb, str. 35-108
15. Ohlin, B. (1933), *Interregional and International Trade*, Cambridge,
16. OECD Proceedings (1998), *The Competitiveness of transition economies*, Paris: WIFO i OECD
17. Posner, M. V. (1961), International Trade and Technology change, *Oxford Economic Papers* 13, str. 323-341
18. Porter, M. E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, A Division of Macmillan, Inc, New York
19. Ricardo, D (1953), *Načela političke ekonomije*, Kultura, Zagreb
20. Škuflić, L. i Jurlin, K (2003), Trgovinske integracije i konkurentnost hrvatskog gospodarstva., EIZ i HNB, Zagreb
21. Škuflić, L (2004): The Pattern of Horizontal and vertical Intra-Industry Trade: The Case of Croatia, u «*Recent Economic Developments and Problems in the*
22. *Transition economies*”, First International Manas University Conference in Economics. Manas, September 23-24, str. 485-497.
23. Vernon, R. (1966), International Investment and International Trade in the Product Cycle, *Quarterly Journal of Economics*, May, str. 190-207.

Lorena Škuflić, Ph. D.

TRADE DEFICIT CAUSES OF THE REPUBLIC OF CROATIA AND POSSIBILITIES OF ITS DECREASE

Summary

In the last twelve-year period the Republic of Croatia records continuous trade deficit that is first of all consequence of high rate growth of commodity import and relatively stagnant export. The integration of the country into international exchange depends on its specialization model but through the history, the economic theoreticians developed different bases of specialization and exchange. National economy can be successful on the world market if it produces and offers the product cheaper than competition or the products of more quality that have the same price. To have the quality product means that the same product has one or more qualities that the buyer evaluates as favourable and is ready to buy it. The main export products of Croatia are work and resource goods and low technologies streamed mainly toward the market of European Union where there is a strong competition of transitional countries and Asiatic ones as well. The research showed that the price for almost 60% of products is significant and that just due to the previously marked new competitors the Croatian exporters lose their position while only 10% of export, goods have a qualitative advantage and among them, only the shipbuilding and textile industries are significant exporters. The strategy of low price should be replaced with qualitative advantage strategy whose aim is a gradual reduction of trade deficits.

Key words: specialization, trade deficit, low price, quality