

Analiza industrijske politike u Republici Hrvatskoj na primjeru tvrtke Podravka d.d.

Krstanović, Leticia

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:166157>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-29**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



**Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Trgovinsko poslovanje**

**ANALIZA INDUSTRIJSKE POLITIKE U REPUBLICI
HRVATSKOJ NA PRIMJERU TVRTKE PODRAVKA d. d.**

Leticia Krstanović

Završni rad

Zagreb, rujan 2024.

**Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Trgovinsko poslovanje**

**ANALIZA INDUSTRIJSKE POLITIKE U REPUBLICI
HRVATSKOJ NA PRIMJERU TVRTKE PODRAVKA d. d.**

**ANALYSIS OF INDUSTRIAL POLICY IN THE REPUBLIC OF
CROATIA ON THE EXAMPLE OF THE COMPANY
PODRAVKA d. d.**

Završni rad

Studentica: Leticia Krstanović
JMBAG:0067632411
Kolegij: Gospodarstvo Hrvatske
Mentor: Izv. prof. dr. sc. Šime Smolić

Zagreb, rujan 2024.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski rad / seminarski rad / prijava teme diplomskog rada isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada / prijave teme nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog izvora te da nijedan dio rada / prijave teme ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada / prijave teme nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

(vlastoručni potpis studenta)
Zagreb 18. 09. 2024.

(mjesto i datum)

SADRŽAJ

1. Uvod	1
1.1. Područje i cilj rada	1
1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka	1
1.3. Sadržaj i struktura rada	1
2. Teorijske odrednice industrije	2
3. Industrijalizacija	5
3.1. Deindustrijalizacija	6
3.2. Industrija u Republici Hrvatskoj	7
3.3. Analiza industrijskih grana	9
3.4. Strateški ciljevi industrije u Republici Hrvatskoj	10
4. Makroekonomski pokazatelji prehrambene industrije	13
4.1. Udio prehrambene industrije u ukupnoj zaposlenosti	13
4.2. Udio prehrambene industrije u izvozu	15
4.3. Udio prehrambene industrije u BDP-u	16
5. Primjer prehrambene industrije u Republici Hrvatskoj na primjeru tvrtke Podravka d.d.	17
5.1. Povijesni razvoj tvrtke Podravka d.d.	17
5.2. Misija i vizija	18
5.3. Proizvodi	19
5.4. Poslovanje	20
6. Zaključak	25
LITERATURA	27
Popis tablica	29
Popis slika	29
Životopis	30

1. Uvod

1.1. Područje i cilj rada

Industrija je jedan od ključnih čimbenika za gospodarski rast i napredak svake zemlje. Stoga je od iznimne važnosti uspostaviti i provoditi ciljeve industrijske politike, što predstavlja složen zadatak koji zahtijeva poduzimanje brojnih mjera na različitim područjima. Ključni su koordinacija i suradnja velikog broja institucija i organizacija, kao i optimalno usklađivanje svih mjera ekonomske politike. U ovom radu istražuje se kretanje industrije u Republici Hrvatskoj (RH), s posebnim naglaskom na prehrambenu industriju kao jednu od glavnih grana prerađivačke industrije. Cilj rada je analizirati industrijsku politiku RH te prikazati njezin značaj za gospodarski rast i razvoj zemlje, kao i istražiti kako tvrtka Podravka d. d. uspješno posluje gotovo 90 godina.

1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka

Teorijski dio rada temelji se na znanstvenim i stručnim člancima te internetskim izvorima, uz primjenu metoda analize i sinteze, induktivne i deduktivne metode, kao i metode komparacije i deskripcije. Empirijski dio rada oslanja se na statističke podatke o industriji u RH.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad se sastoji od šest poglavlja. U uvodnom dijelu rada sažeto su objašnjeni područje i cilj rada, korištene metode te struktura rada. Nakon uvoda slijedi kratko teorijsko poglavlje o industriji, koje objašnjava važnost industrijske proizvodnje za cjelokupno gospodarstvo. Treće poglavlje pruža uvid u glavne karakteristike industrije u RH i njezine razvojne faze kroz godine. Četvrto poglavlje donosi detaljnu analizu makroekonomskih pokazatelja prehrambene industrije u Hrvatskoj. Peto poglavlje fokusira se na prehrambenu industriju kroz primjer tvrtke Podravka d. d., analizirajući njezino poslovanje. Posljednje poglavlje sadrži zaključak, a na kraju rada nalazi se popis literature, tablica, slika i grafikona.

2. Teorijske odrednice industrije

Industrija je najznačajnija prerađivačka djelatnost koja je snažno obilježila društvenu i gospodarsku zbilju 19. i 20. stoljeća. Bila je „vukuća“ djelatnost razvoja nacionalnih gospodarstava i zemljama koje su u 21. stoljeće ušle kao visokorazvijene ili zemlje srednje razvijenosti mjerene veličinom bruto domaćeg proizvoda po stanovniku. To je djelatnost u kojoj se ostvaruje velika koncentracija rada i kapitala u istom proizvodnom procesu i koja ima sposobnost masovne proizvodnje istovrsnih proizvoda jednake kvalitete. Pojava industrije bila je moguća zahvaljujući revolucioniranju oruđa za rad, a presudnim za početak industrijskog načina proizvodnje smatra se izum parnog stroja (Karaman Aksentijević, 2011:148).

Proučavajući strukturu gospodarstva najčešće se izdvajaju tri ključna dijela koja se nazivaju sektorima ili djelatnostima. To su primarni, sekundarni i tercijarni, a danas se sve više govori i o kvartarnom sektoru (Kovačević, Beg, Sekur, 2016:368).

Prema Jurčiću (2011.) kako navodi Gabelica (2017.) suvremeni poslovni svijet doživljava nagle promjene zbog brojnih faktora, uključujući razvoj novih tehnologija, rastuću konkurenciju, ekonomske šokove i proces globalizacije. U takvom okruženju, prilagodljivost poslovnih subjekata postaje ključna za njihov opstanak i uspjeh na tržištu. Globalizacija, koja podrazumijeva sve veću otvorenost nacionalnih ekonomija, dodatno otežava izazove s kojima se suočavaju poslovni subjekti, posebno u smislu mobilnosti proizvodnje i potrebe za strateškim repozicioniranjem kako bi ostali konkurentni.

Gospodarski sektor podijeljen je na tri glavna dijela: primarni (poljoprivreda, ribarstvo, rudarstvo), sekundarni (industrija i prerađivačke djelatnosti) i tercijarni (usluge). Njihovi udjeli u ukupnoj proizvodnji pojedinog gospodarstva značajno su se mijenjali kroz povijest. U ranim fazama razvoja gospodarstva primarni sektor je dominirao, dok je s razvojem industrijske revolucije krajem 18. stoljeća prerađivačka industrija preuzela primat. Od sredine 20. stoljeća, osobito nakon četvrte tehnološke revolucije, došlo je do snažnog razvoja tercijarnog sektora, koji danas čini najveći udio u gospodarstvima mnogih zemalja, često iznad 50% bruto domaćeg proizvoda (BDP). Uslužni sektor uključuje širok raspon djelatnosti poput financijskih usluga, obrazovanja, zdravstva, turizma i informacijsko-komunikacijskih tehnologija (ICT), što pokazuje rastuću važnost intelektualnih i nematerijalnih proizvoda u modernim ekonomijama.

Ovdje možemo zaključiti da industrija djeluje na ekonomski rast, tehnološki napredak i socijalni razvoj. Razvijeni industrijski sektor donosi niz prednosti koje potiču zapošljavanje, povećavaju proizvodnju te omogućuju zemlji da postane konkurentnija na globalnoj razini. Samim time industrija stvara radna mjesta, olakšava trgovinu i doprinosi međunarodnoj poziciji zemlje kroz izvoz i inovacije te smanjuje ovisnost o jednom sektoru, poput poljoprivrede ili usluga čime pomaže i drugim sektorima, stvarajući sinergiju koja doprinosi općem blagostanju. Zbog svog širokog utjecaja na društvo i gospodarstvo pruža određenu stabilnost zemlji i građanima.

Prema Porteru (2008.) kako navodi Gabelica (2017.) konkurentska strategija, predstavlja svjesni napor poduzeća da pronađe povoljnu poziciju unutar industrije, čime osigurava profitabilnost i održivost unatoč pritiscima konkurencije. Ova strategija podrazumijeva identificiranje snaga i slabosti unutar sektora, te prilagodbu poslovnih modela kako bi se stvorile jedinstvene prednosti. U suvremenim uvjetima poslovanja, ključno je naglasiti važnost naprednih faktorskih uvjeta, koji su povezani sa znanjem, razvijenom infrastrukturom, visokom tehnologijom i inovacijama. Naslijeđene komparativne prednosti, kao što su prirodni resursi ili jeftina radna snaga, više nisu dovoljne za dugoročni ekonomski uspjeh. Fokus modernih gospodarstava pomiče se s "što se proizvodi" prema "kako se proizvodi", čime se naglašava važnost inovacija, kvalitete, produktivnosti i efikasnosti.

Može se zaključiti da se industrija danas suočava s potrebom za masovnom proizvodnjom, gdje strojevi i tehnologija igraju središnju ulogu u povećanju produktivnosti. U današnjem svijetu specijalizacija je sve važnija, jer omogućuje poduzećima da razvijaju jedinstvene vještine, čime povećavaju znanje svojih radnika te samim time i svoju konkurentnost. Širenje tržišta industrijskih proizvoda, zahvaljujući globalizaciji i tehnološkom napretku, omogućuje pristup novim tržištima i povećanje prodaje. U konačnici, konkurentska prednost u industriji sve više ovisi o sposobnosti poduzeća da koristi moderne tehnologije, inovira svoje proizvode i procese te stvori fleksibilne poslovne modele koji mogu brzo reagirati na promjene u globalnom okruženju.

Prema tome, industriju smatramo temeljnim pokretačem razvoja svakog gospodarstva, a ključnu ulogu u tom procesu igraju povezane usluge poput istraživanja tržišta, dizajniranja proizvoda, promotivnih aktivnosti i financiranja poslovnih ideja. One omogućuju učinkovitu proizvodnju i razvoj novih tehnologija i proizvoda. Istraživanje i razvoj postaju posebno važni

jer omogućuju poduzećima da ostanu konkurentna kroz inovacije i poboljšanja. Povijesno gledano, niti jedna zemlja nije postigla visoku razinu razvoja bez snažnog industrijskog sektora. Ulaganje u industriju ne samo da poboljšava njezinu konkurentnost na globalnoj razini, već i potiče cjelokupni gospodarski rast.

3. Industrijalizacija

Prema definiciji industrijalizacije kako navode Kovačević, Beg i Sekur (2016:370) »Industrijalizacija se najčešće shvaća kao sveobuhvatna transformacija dominantno agrarnih društava temeljenih u razvojnom smislu na poljoprivredi, u gospodarstva u kojima prevladava industrija. Proces industrijalizacije tipično za sobom aktivira i proces urbanizacije. Industrijalizacija dovodi do modernizacije cjelokupnog gospodarstva, utječe na ubrzanu diverzifikaciju proizvodne strukture društva, povećava produktivnost rada i povećava raspoloživi dohodak stanovnika odnosno dolazi do porasta životnog standarda društva u cjelini. Ubrzani razvoj industrije nakon nekog vremena „prelijeva“ se na sve aspekte života i rada ljudi i ubrzava razvoj svih djelatnosti.« (prema: Periša, 2020)

Industrijalizacija u različitim povijesnim i političkim kontekstima pokazuje kako su vanjski utjecaji i unutarnje strategije oblikovali ekonomski razvoj zemalja. Niže navedeno nalaze se neke od ključnih točaka u vezi s industrijalizacijom u kolonijalnim, socijalističkim i post-dekolonizacijskim zemljama prema izvoru Hrvatske enciklopedije:

1. Kolonijalne i polu-kolonijalne zemlje:

Kada govorimo o kolonijalnim i polu-kolonijalnim zemljama, industrijalizacija je često bila vođena interesima metropole koja je ulagala kapital u te zemlje. Ova ulaganja su služila primarno za eksploataciju prirodnih resursa i osiguranje jeftine radne snage. Metropole su tražile posebne pogodnosti kao što su monopolni položaj na tržištu, slobodan izvoz kapitala i pristup kvalitetnim sirovinama. Ovaj model je otežao razvoj lokalnih industrija i dugoročni ekonomski rast dekoloniziranih zemalja, jer su te zemlje bile ovisne o interesima svojih kolonizatora.

2. Državni intervencionizam i neoliberalizam:

Od 1930-ih godina, mnoge zemlje su napustile liberalnu politiku industrijalizacije i prešle na državnu intervenciju kako bi potaknule industrijski razvoj. Države su preuzele aktivniju ulogu u ekonomiji, nastojeći regulirati i usmjeriti razvoj prema svojim ciljevima. Potkraj 20. stoljeća, neoliberalizam je ponovno postao dominantan, s naglaskom na slobodno tržište, smanjenje državne intervencije i globalizaciju. Ovaj pristup je imao utjecaj na mnoge ekonomije, ali je i pokazao svoje slabosti, uključujući povećanje nejednakosti i ekonomskih kriza.

3. *Socijalističke zemlje:*

U bivšim socijalističkim zemljama, industrijalizacija je bila planski usmjerena, s fokusom na razvoj teške industrije. Ovaj pristup omogućio je brzi razvoj industrijskog sektora, ali je često doveo do nepovoljne strukture proizvodnje. Teške industrije koje su dominirale stvorile su probleme kao što su niska izvozna konkurentnost i kronična nestašica robe široke potrošnje, što je smanjilo životni standard i stvorilo nerazmjernosti u ekonomskoj strukturi.

4. *Zemlje trećeg svijeta:*

Nakon dekolonizacije, mnoge zemlje trećeg svijeta su nastojale ubrzati industrijalizaciju kako bi poboljšale društvene uvjete. Međutim, očekivanja o industrijalizaciji koja će dovesti do društvenih jednakosti, većih stopa zaposlenosti i uravnoteženog regionalnog razvoja nisu se uvijek ostvarila. Kretanja u svjetskom gospodarstvu, uključujući pad cijena izvoznih proizvoda, porast zaduženosti i usporavanje proizvodnje, pokazali su da industrijalizacija sama po sebi nije dovoljna. Za uspjeh je potrebno integrirati industrijalizaciju u širu strategiju razvoja koja koristi nova znanstveno-tehnička postignuća i odgovara specifičnim potrebama i resursima svake zemlje.

U konačnici možemo zaključiti kako je industrijalizacija kompleksan proces koji zahtijeva više od samo uvođenja proizvodnih kapaciteta. Uspjeh u industrijalizaciji ovisi o sposobnosti zemalja da razviju sveobuhvatne ekonomske strategije koje uključuju inovacije, tehnologiju, obrazovanje i prilagodbu globalnim trendovima.¹

3.1. **Deindustrijalizacija**

Deindustrijalizacija je proces smanjivanja udjela industrije. Razvoj industrije slijedi određenu putanju: udio industrije u bruto domaćem proizvodu i u ukupnoj zaposlenosti najprije raste do određene točke nakon čega se njeno značenje smanjuje, dok udio usluga raste. Ovako kako je opisano ona ne predstavlja problem i može se smatrati „prirodnim“ tijekom razvoja neke ekonomije. Kako navode (Rowthorn i Ramaswamy 1997, Rowthorn i Coutts, 2004.) pokazalo se da sa smanjenjem udjela industrije u BDP-u ili udjela zaposlenih u industriji u ukupnoj zaposlenosti ne padaju nužno i apsolutni iznosi navedenih veličina. Smatra se da je glavni

¹ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013 dostupno na <https://www.enciklopedija.hr/clanak/industrijalizacija>

uzrok deindustrijalizacije viši rast produktivnosti rada u industriji od onoga u uslugama zbog čega se u industriji zapošljava manji broj radnika u odnosu na sektor usluga, čime taj udio opada.

Tri su alternativne hipoteze koje objašnjavaju deindustrijalizaciju kako navode (Rowthorn i Wells, 1987, str. 212-226):

1. *Hipoteza sazrijevanja* prema kojoj, jednom kada je dosegnuta određena razina BDP-a po stanovniku, udio industrije u BDP-u opada u korist usluga (pod pretpostavkom da je udio poljoprivrede već dovoljno malen)
2. *Hipoteza specijalizacije* prema kojoj trgovinski obrasci nekoga gospodarstva oblikuju strukturu njegove proizvodnje i zaposlenosti
3. *Hipoteza neuspjeha* prema kojoj je deindustrijalizacija neuspjeh industrije da, zbog svoje strukturne slabosti, bude konkurentna na međunarodnom tržištu, što neizbježno vodi do njenog smanjenja (prema: Kovačević, Beg i Sekur, 2016:374).

3.2. Industrija u Republici Hrvatskoj

U ovom dijelu rada osvrnut ćemo se na dva razdoblja kako bismo analizirali razvojna obilježja industrije. Prvo razdoblje obuhvaća vrijeme od završetka Drugog svjetskog rata do 1990., a drugo razdoblje nakon 1990. godine

Nakon Drugog svjetskog rata ubrzana industrijalizacija predstavljala je osnovnu metodu gospodarskog razvoja. Primjenjivao se tzv. socijalistički model industrijalizacije. U početnoj fazi razvoja prednost je dana izgradnji energetskeg sektora, posebice elektrifikaciji i iskorištavanju prirodnih resursa pa je razvijena crna i obojena metalurgija te metaloprerađivačka industrija, a potom i kemijska industrija. Proizvodnja je bila namijenjena podmirivanju potreba domaćeg tržišta i supstituciji uvoza. Poticanje izvoza bilo je u drugom planu. Tek 1970-ih godina hrvatska se industrija značajnije uključuje u međunarodnu razmjenu, i to prvenstveno zbog uvozne ovisnosti proizvodnje. Sredinom 1980-tih raste broj izvoznih grana čija su zajednička obilježja bila resursna i radna intenzivnost. Analiza razvojnih tijekova hrvatske industrije nakon 1990. godine, kao i njihova usporedba s ranijim tijekovima vrlo je kompleksna. Uslijed tehničko-tehnološkog napretka društvena podjela rada sve brže se mijenja i sve je složenija (Karaman, Aksentijević, 2011:150-151).

Možemo zaključiti da se Hrvatska industrija morala suočiti s potrebom za uvođenjem novih tehnologija i povećanjem produktivnosti kako bi se modernizirala te se usredotočiti na inovacije i specijalizaciju kako bi održala svoju konkurentnost.

U Republici Hrvatskoj, industrija ima značajnu ulogu i u zapošljavanju stanovništva. U tablici 1 prikazana je struktura zaposlenosti u rujnu 2001. te prosincu 2014. i 2023.

Tablica 1 Zaposleni prema područjima nkd-a 2007. i spolu

	Broj zaposlenih u rujnu 2001.	Broj zaposlenih u prosincu 2014.	Broj zaposlenih u prosincu 2023.
UKUPNO	1 041 460	1 095 460	1 435 416
Poljoprivreda, lov i šumarstvo	31 033	21 015	25 928
Prerađivačka industrija	246 741	194 929	233 653
Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikla te predmeta za osobnu uporabu i kućanstvo	153 257	173 619	218 569
Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	47 386	45 493	91 861
Obrazovanje	82 513	111 400	125 758

Izvor: izrada autora prema podacima iz DZS ²

Tablica 1. prikazuje broj zaposlenih prema područjima nkd-a. Iz tablice je vidljiv skok ukupnog broja zaposlenih između 2001. i 2023. godine što čini brojku od čak 393.956 više zaposlenih. Također možemo iščitati kako prerađivačka industrija još od 2001. ima daleko najveći udio zaposlenih od ukupnog broja zaposlenih koji je tada iznosio 23,69% dok danas manjih 16,28% što je posljedica promjene „trendova“ i sve veće potrebe za zapošljavanjem u trgovinama, hotelima i obrazovanju dok strojevi u industriji na veliko zamjenjuju ljudski rad.

² Državni zavod za statistiku, dostupno na <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58007>
https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2014/09-02-01_12_2014.htm ,
https://web.dzs.hr/Hrv/publication/2001/9-2-1_9h2001.htm

3.3. Analiza industrijskih grana

Slika 1 Industrijske grane u RH



Izvor: Izrada autora prema početnoj stranici Hrvatske ³

Na slici 1. prikazane su glavne industrijske grane u Hrvatskoj. Najvažnije za hrvatsko gospodarstvo prema ukupnom prihodu su prehrambena, naftna i kemijska. Uz njih u se nalaze i petrokemijska, metalna i industrija strojeva, brodogradnja, drvna i industrija papira, industrija vozila, elektrotehnička i elektronska, izdavačka i tiskarska, te tekstilna industrija.

Prehrambena industrija (proizvodnja hrane i pića) u usporedbi s drugim granama prerađivačke industrije u RH, osim što ostvaruje najveći ukupni prihod, zapošljava i najviše ljudi.

Prema odrađenoj analizi podataka s Državnog zavoda za statistiku za konačni izvještaj o robnoj razmjeni Republike Hrvatske s inozemstvom za 2023. godinu, primjećuje se smanjenje vrijednosti izvoza i uvoza. Također, vidljivo je kako je izvoz Hrvatske u 2023. godini iznosio je oko 23 milijarde eura, što je pad od oko milijardu eura, odnosno 5%, u odnosu na 2022. godinu dok je ukupan uvoz je iznosio oko 40 milijardi eura, što predstavlja smanjenje od oko dvije milijarde eura, ili približno 5%, u odnosu na prethodnu godinu. Sektorima poljoprivrede, šumarstva i ribarstva; rudarstva i vađenja; te opskrbe električnom energijom, plinom, parom i klimatizacije pripisuje se najveći utjecaj na pad izvoza. S druge strane, smanjenja uvoza u

³Industrija, Početna stranica Hrvatske dostupno na <https://www.hr/hrvatska/gospodarstvo/industrija>

sektorima rudarstva i vađenja te opskrbe električnom energijom, plinom, parom i klimatizacije neke su od ključnih posljedica pada uvoza. Kada gledamo izvoz u razdoblju 2023. godine, u odnosu na 2022., izvoz iz sektora poljoprivrede, šumarstva i ribarstva, koji je činio oko 6% ukupnog izvoza, smanjio se za oko 10%, dok je u rudarstvu i vađenju, koje čini oko 4% ukupnog izvoza, izvoz je pao za oko 51%. U opskrbi električnom energijom, plinom, parom i klimatizaciji, koja čini oko 3% ukupnog izvoza, zabilježen pad od oko 46%. Smanjenje ukupnog uvoza u 2023. godini u odnosu na 2022. godinu najviše je posljedica pada uvoza u sektoru rudarstva i vađenja (oko 7% ukupnog uvoza), gdje je uvoz smanjen za oko 45%, te u opskrbi električnom energijom, plinom, parom i klimatizaciji (oko 2% ukupnog uvoza), gdje je uvoz pao za oko 59%. U ukupnom izvozu za 2023. godinu, prerađivačka industrija čini oko 85% i ostvarila je porast izvoza od oko 3% u odnosu na 2022. godinu. U istom periodu, prerađivačka industrija u ukupnom uvozu, koja čini oko 86%, zabilježila je porast od oko 4%.⁴ Nakon pregleda podataka jasno se može zaključiti kako prerađivačka industrija u RH drži prvo mjesto u ukupnom izvozu i to uz stalni rast.

3.4. Strateški ciljevi industrije u Republici Hrvatskoj

Industrija je djelatnost za koju u Hrvatskoj još postoji široki razvojni prostor. Da bi se on mogao iskoristiti, mora se utvrditi jasna strategija razvoja industrije. Tijekom proteklih nekoliko desetljeća u Hrvatskoj je bio dominantan sektorski ili „vertikalni“ pristup u razvojnoj i industrijskoj politici. On je usmjeren na davanje potpora onim onim sektorima od kojih se očekuje da će imati visoke stope rasta ili koji su u gubicima, pa im državna pomoć služi opstanku ili rehabilitaciji. Stoga se intervencije u gospodarstvu još uvijek poimaju i događaju kao davanja državne potpore pojedinim sektorima ili poduzećima, i to u obliku subvencija, povoljnih kredita, jamstava i poreznih povlastica (Karaman Aksentijević 2011:163).

Prema ministarstvu gospodarstva RH(2014), *Industrijska strategija RH u razdoblju od 2014.-2020.* industrijska strategija obuhvaća sve oblike državnih intervencija ili politika usmjerenih na poboljšanje poslovnog okruženja i poticanje područja, sektora ili tehnologija koje se

⁴ Robna razmjena RH s inozemstvom u 2023., Državni zavod za statistiku, dostupno na <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/77062>

smatraju ključnima za gospodarski rast i društveno blagostanje. Analizom stanja hrvatske industrije identificiraju se glavni problemi i pružaju prijedlozi za unapređenje poslovnog okruženja, s ciljem stvaranja povoljnijih uvjeta za industrijske aktere. Također, prepoznaju se industrijske djelatnosti s najvećim potencijalom za rast i razvoj te se razvijaju mjere za poticanje njihovog daljnjeg napretka. Europska unija ne posjeduje jedinstvenu industrijsku strategiju kojom se vodi, već koordinira industrijske politike koje provode države članice. EU pruža smjernice za javne politike koje doprinosi stvaranju kvalitetnih uvjeta za poduzetništvo, koje se odnose na sve industrijske sektore, pa tako razlikujemo dvije strategije:

Lisabonska strategija usvojena 2000. godine, prema kojoj je cilj da EU postane najkonkurentnije svjetsko gospodarstvo do 2010. godine, a fokusirala se na povećanje konkurentnosti i zaposlenosti, što je od velike važnosti za razvoj industrije.

Europa 2020 strategija, koja je usvojena 2010. godine kao nastavak Lisabonske strategije, usmjerena je na ključne izazove kao što su znanje i inovacije, rast i zaposlenost, te niskouglično gospodarstvo. Ona naglašava potrebu za pravilnom provedbom politike tržišnog natjecanja i smanjenjem državnih potpora, osobito u kontekstu financijske krize.

Strategija Europa 2020 identificira tri ključna elementa za poticanje gospodarskog rasta:

1. Pametan rast - povećanje znanja, inovacija, obrazovanja i digitalnog društva.
2. Održivi rast - povećanje konkurentnosti i učinkovitije korištenje resursa.
3. Uključivi rast - poboljšanje uključenosti u tržišta rada i stjecanje vještina za sprječavanje siromaštva.

Za razdoblje 2014. – 2020., osnovni cilj hrvatske industrije bio je repozicioniranje strateških djelatnosti u globalnom lancu vrijednosti i razvoj aktivnosti koje stvaraju dodanu vrijednost. Ključan princip koji se koristi u definiranju operativnih mjera industrijske strategije usmjeren je na stvaranje novih konkurentskih prednosti i provođenje aktivnosti koje značajno utječu na mnoge industrijske sektore. Također, razvoj kvalitetnog sustava obrazovanja smatra se presudnim za razvoj konkurentskih prednosti u industriji.

Iz navedenog odlomka možemo zaključiti kako je razvoj jasne strategije od ključne važnosti za budućnost industrije, ne samo radi poticanja većeg rasta u svim njenim segmentima, već i radi lakšeg praćenja napretka u određenom razdoblju, s obzirom da rast jednog segmenta vodi rastu drugog. Recimo, zaposlenici s dubokim razumijevanjem posla i dobro informirani o industriji mogu brže i učinkovitije rješavati probleme, smanjujući vrijeme potrebno za ispravljanje

pogrešaka i poboljšavajući kvalitetu rada, dok njihovo stručno znanje omogućuje da koriste resurse na najučinkovitiji način, što može dovesti do smanjenja troškova i povećanja produktivnosti. Samim time, organizacije koje mogu smanjiti troškove proizvodnje ili poslovanja, bilo kroz optimizaciju procesa ili bolju upotrebu raspoloživih resursa, stječu konkurentsku prednost na tržištu.

4. Makroekonomski pokazatelji prehrambene industrije

4.1. Udio prehrambene industrije u ukupnoj zaposlenosti

Kada pričamo o ukupnoj zaposlenosti, prehrambena industrija u Hrvatskoj ima važnu ulogu u gospodarstvu, ali njezin udio u ukupnom broju zaposlenih, iako je vrlo značajan, nije najveći u usporedbi s uslužnim sektorom ili prerađivačkom industrijom u širem smislu. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku kako navodi Palić (2024.) udio industrije hrane i pića u ukupnoj zaposlenosti u 2023. godini iznosio je 3,4 posto (od čega je udio proizvodnje hrane iznosio 3 posto, a proizvodnje pića 0,4 posto) dok je sektor proizvodnje hrane i pića sudjelovao je u ukupnoj zaposlenosti prerađivačke industrije u siječnju ove godine s udjelom od 20,2 posto od čega je taj postotak činio udio industrije hrane u iznosu od 17,9 posto, a industrije pića 2,3 posto ukupne zaposlenosti prerađivačke industrije. Promatrajući podatke proizvodnje hrane i pića u zadnjih desetak godina vidljiv je rast u oba segmenta. Kako navodi Palić(2024.), prema izvorima Državnog zavoda za statistiku, kada gledamo proizvodnju hrane tijekom posljednjih 14 godina bilježi se povećanje proizvodnje koje sa sobom donosi pozitivan utjecaj na zaposlenost i to za 14% u gledanom razdoblju od 2008. do 2023. godine, dok ne možemo isto reći i za proizvodnju pića. Naime, proizvodnja pića također bilježi rast proizvodnje u razdoblju od 2011. do 2023. godine, ali ne i rast što se tiče broja zaposlenih. Gledajući to razdoblje izračunat je pad od čak 20,2% manje zaposlenih u 2023. nego u 2011. godini koji je sa sobom donio i blagi pad u ukupnoj zaposlenosti prerađivačke industrije.⁵

⁵ Sektorske analize, Ekonomski institut Zagreb, Petra Palić (2024) dostupno na https://www.eizg.hr/userdocsimages//publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA_Hrana_2024.pdf

Slika 2 Kretanje glavnih sektorskih pokazatelja, međugodišnje stope promjene, 2023., u %

Industrija hrane	2023.
Proizvodna aktivnost	-2,9
Zaposlenost	3,0
Prosječna bruto plaća	15,1
Industrija pića	2023.
Proizvodna aktivnost	3,2
Zaposlenost	4,7
Prosječna bruto plaća	5,9

Izvor:https://www.eizg.hr/userdocsimages//publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA_Hrana_2024.pdf (pristupljeno 21.06.2024.)

Prema navedenim podacima preuzetih iz Sektorske analize, možemo iščitati da sektor proizvodnje hrane i pića čini značajan udio u ukupnoj zaposlenosti prerađivačke industrije. Unutar toga, industrija hrane ima doprinos od 17,9%, dok industrija pića sudjeluje s 2,3%. Proizvodna aktivnost industrije hrane i pića bilježila je rast od 0,3% u 2022. godini, što je bio pozitivan znak za sektor. Međutim, u 2023. godini dolazi do međugodišnjeg pada od 2,9%, što ukazuje na izazove s kojima se industrija suočava. To može biti posljedica raznih segmenata kao što su rast troškova proizvodnje, manju potražnju ili globalne ekonomske promjene. Ove brojke ističu važnost sektora hrane i pića za hrvatsku prerađivačku industriju. Iako je zabilježen kratkoročni pad proizvodnje u 2023., prehrambeni sektor ostaje ključan za zapošljavanje i gospodarsku aktivnost unutar šire industrijske slike Hrvatske.

4.2. Udio prehrambene industrije u izvozu

Kako Buturac (2015.) navodi u svome znanstvenome radu, povećanje izvozne konkurentnosti hrvatske prehrambene industrije ključno je za njen daljnji razvoj s obzirom na sve veće zahtjeve i promjene na tržištu. Kako su potražnja i konkurencija na globalnom tržištu sve izraženiji, sposobnost hrvatskih proizvođača da se brzo prilagode novim prilikama postaje neophodna.

Izazovi i prilike za izvoznu konkurentnost:

1. Liberalizacija tržišta omogućava veći pristup međunarodnim tržištima, ali također povećava konkurenciju. To zahtijeva od prehrambene industrije da poboljša kvalitetu, inovativnost i prilagodljivost svojih proizvoda.
2. Globalni pad potražnje u određenim sektorima može stvoriti pritisak na hrvatsku industriju, ali istovremeno otvara prilike za ulazak na nova tržišta kroz diferencijaciju i specijalizaciju.
3. Tehnološka inovacija i digitalizacija mogu pomoći u povećanju efikasnosti i smanjenju troškova, čime se poboljšava konkurentna pozicija hrvatskih izvoznika.
4. Sposobnost prilagodbe novim tržišnim uvjetima, uključujući promjene u potrošačkim navikama i regulacijama, presudna je za održivi rast.

U ovom kontekstu, prehrambena industrija mora implementirati strategije koje će povećati njenu fleksibilnost i inovativnost kako bi zadržala konkurentnost u uvjetima globalne tržišne dinamike. Prema podacima Hrvatske gospodarske komore (HGK), prehrambena industrija igra ključnu ulogu u hrvatskom gospodarstvu, s udjelom od oko 20% u ukupnom izvozu. Ova industrija doprinosi ne samo gospodarskom rastu, već i zaposlenosti te održivom razvoju, pružajući stabilan izvor prihoda i izvozne prilike. Gledajući podatke Državnog zavoda za statistiku možemo primjetiti trend rasta u izvozu i industrije pića, kao industrije prehrane. Govoreći u brojkama, u prvom mjesecu 2022. godine ukupan izvoz od proizvodnje pića zabilježio je brojku od 1.812.370,00 eura, dok je 2023. taj broj porastao na iznos od 1.996.395,00 eura što je rast od 184.025 eura. Kada pričamo o ukupnom izvozu proizvodnje pića, situacija je slična. U razdoblju od 2022. do 2023. godine zabilježen je rast u izvozu za 53.038 eura. Ovdje možemo zaključiti kako prehrambena industrija ima veliki značaj u

ukupnom udjelu izvoza te iako je konkurencija na tržištu sve veća, Hrvatska i dalje održava uzlaznu liniju.⁶

4.3. Udio prehrambene industrije u BDP-u

Kako navodi Palić (2024.), 2021. godine, industrija hrane i pića imala je značajan utjecaj na hrvatsko gospodarstvo. Udio ove industrije u ukupnom BDP-u Hrvatske iznosio je 2,3%, od čega je proizvodnja hrane činila 1,9%, dok je proizvodnja pića činila 0,4%. Unutar prerađivačke industrije, koja je ključni dio hrvatske ekonomije, udio industrije hrane i pića bio je još izraženiji, s 21,1%. U tom kontekstu, proizvodnja hrane imala je udio od 17,8%, a proizvodnja pića 3,3%. Ovi podaci naglašavaju važnost sektora hrane i pića za ukupno gospodarstvo i prerađivačku industriju Hrvatske, pri čemu se proizvodnja hrane ističe kao dominantan dio industrije s većim doprinosom BDP-u od proizvodnje pića. Ovaj sektor ne samo da podržava zaposlenost i domaću potrošnju, već igra i ključnu ulogu u izvoznim aktivnostima zemlje, osiguravajući stabilnost i rast unutar gospodarstva. Ovaj sektor uključuje brojne male i srednje tvrtke koje proizvode širok spektar prehrambenih proizvoda, od svježih poljoprivrednih proizvoda do složenijih prerađenih namirnica poput mliječnih i mesnih proizvoda. Prirodni resursi, poput plodnog tla, raznolike klime i bogatih poljoprivrednih zemljišta, pružaju Hrvatskoj konkurentsku prednost u proizvodnji hrane, posebno u kombinaciji s tradicijom i autohtonim proizvodima. Poljoprivreda i prehrambena industrija stoga ne samo da potiču gospodarski rast, već značajno doprinose i turizmu, s obzirom na to da je autentična hrvatska kuhinja privlačna turistima i ima potencijal za dodatni razvoj kroz promociju hrvatskih proizvoda na globalnom tržištu.

Na kraju ovog poglavlja vidljivo je kako industrija hrane i pića ima značajan utjecaj na hrvatsko gospodarstvo kroz razne benefite kao što su rast BDP-a, zapošljavanje većeg broja ljudi te poticanje izvoza. Njena povezanost s ključnim sektorima, poput turizma, čini je strateški važnom za ekonomski razvoj Hrvatske.

⁶ Državni zavod za statistiku, izvoz i uvoz prema nkd-u 2007., dostupno na <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/77062>

5. Primjer prehrambene industrije u Republici Hrvatskoj na primjeru tvrtke Podravka d.d.

5.1. Povijesni razvoj tvrtke Podravka d.d.

Prema podacima koje navodi službena stranica Podravke, Podravka je jedna od najpoznatijih prehrambenih korporacija u Hrvatskoj i šire te ima bogatu povijest dugu više od osam desetljeća. Prije svega, bitno je reći nekoliko riječi o Podravkinom nastanku i ranom rastu: Podravka je osnovana u Koprivnici 1934. godine kao mala radionica za preradu voća pod nazivom “Prva hrvatska tvornica džema, voćnih sokova i pralina”, a osnovali su je braća Wolf. Iako su se braća Wolf u početku bavili proizvodnjom džemova i ostalih proizvoda od voća, nedugo nakon toga postali su poznati po svojim kvalitetnim proizvodima te su odlučili proširiti asortiman. Nakon Drugog svjetskog rata u vrijeme socijalizacije zemlje, što je bila glavna vrsta restrukturiranja poduzeća, poduzeće je 1947. godine nacionalizirano i dobiva ime Podravka. Nekad je Podravka bila manja tvrtka specijalizirana uglavnom za preradu voća i povrća. No, tijekom 1950-ih i 1960-ih godina Podravka se ubrzano razvija i širi svoje poslovanje. Kao rezultat tog uspona 1959. godine lansiran je najprepoznatljiviji Podravkin brand Vegeta. Vegeta je djelo profesorice Zlate Bartl i njenog tima i brzo je postala najprodavanija na tržištu, što se pretočilo u međunarodno priznanje Podravke. Vegeta se počela izvoziti u brojne zemlje nedugo nakon samog izuma koji je učvrstio Podravkinu prisutnost na svjetskom tržištu. Nakon raspada Jugoslavije i osamostaljenja Hrvatske, Podravka je tijekom 1990-ih prošla kroz privatizaciju. Unatoč izazovnim gospodarskim uvjetima, tvrtka je nastavila s dobrim poslovanjem, modernizirala je proizvodnju i širila svoj portfelj. Također se proširila na nova tržišta, posebice u istočnoj Europi. Tvrtka je uložila u modernizaciju proizvodnih pogona, istraživanje i razvoj te proširila svoj globalno prepoznatljiv brend. Svoje proizvode, posebice Vegetu, prodaje u više od 50 zemalja svijeta. Nadalje, Podravka je ojačala svoju poziciju na tržištu akvizicijama drugih prehrambenih kompanija, diversifikacijom proizvodnog portfelja i povećanjem konkurentnosti. Štoviše, zapošljavanjem i izvozom Podravka daje značajan doprinos hrvatskom gospodarstvu. Podravkin put od male lokalne tvrtke do međunarodnog prehrambenog igrača također je primjer transformacije hrvatske industrije tijekom desetljeća. Danas je Podravka jedna od najvećih

prehrambenih kompanija u jugoistočnoj Europi, koja se može pohvaliti bogatom tradicijom, inovativnošću i jakim brendom.⁷

5.2. Misija i vizija

Misija poduzeća označava svrhu poslovanja te ono nešto što čini nas i našu ponudu drugačiju od ostalih poduzeća na tržištu. Misija poduzeća Podravka glasi: “Nudimo inovativno kulinarsko iskustvo i zdrava životna rješenja za Vas“ gdje se jasno može vidjeti da je misija podravke na tržište stavljati kvalitetne proizvode, koje će ljudi voljeti, a ujedno će biti i zdravija opcija.⁸

Kako navode (Lamza-Maronić, Glavaš i Lepešić, 2009), prema Marić (2022.) vizija je suprotno cilju, nešto čemu kompanija teži, tj. ono što se želi ostvariti poslovanjem u budućnosti. Ona mora biti realna i u skladu s mogućnostima poslovnog subjekta te njegovom položajem na tržištu. Drugim riječima, to je dugoročni željeni rezultat, slika idealne budućnosti kompanije u kojoj zaposlenici prepoznaju uvjete i rješavaju probleme koji onemogućavaju napredak u bilo kojem segmentu. Vizija poduzeća Podravka glasi: „Znanjem i srcem do ukusne hrane i dobrog zdravlja za naše potrošače“ , što je jasan primjer želje za unapređenjem svojih zaposlenika i proizvoda, kako bi se na tržište plasirali što ukusniji i kvalitetniji proizvodi, dok su opći strateški ciljevi Podravke, kako navodi godišnje izvješće Podravke d.d. (2019.): zadovoljba interesa vlasnika i dionika i postizanjem u potpunost poslovne učinkovitosti, biti vodeća prehrambena kompanija na definiranih tržištima od strateškog značaja, potrošačima pružiti nova i inovativna kulinarska rješenja provođenjem nutritivne strategije te plasiranjem vrhunskih proizvoda s dodanom vrijednošću, ulagati u istraživanje i razvoj proizvoda te jačanjem branda. Ovdje možemo zaključiti kako je za Podravku bitna pozicija na tržištu te da se radi o uvijek prisutnoj želji za poboljšanjem.

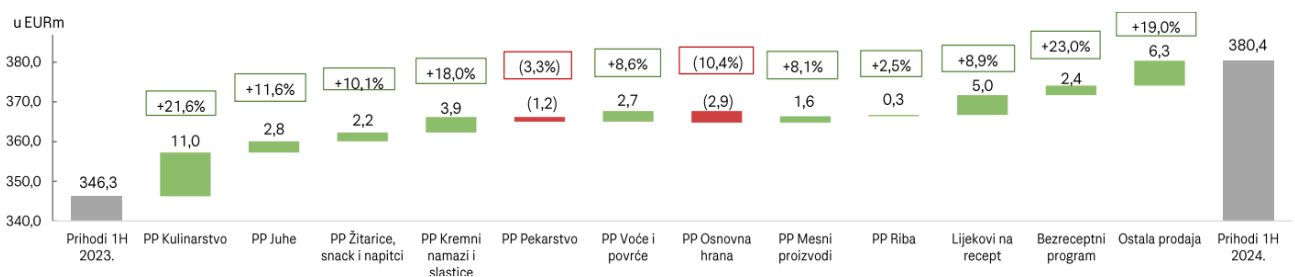
⁷ Povijest Podravke po godinama, Podravka grupa, dostupno na <https://www.podravka.hr/kompanija/o-podravki/povijest/>

⁸ O Podravki, Podravka grupa, dostupno na <https://www.podravka.hr/kompanija/o-podravki/>

5.3. Proizvodi

Kao što je i gore navedeno, Podravka najveću pažnju daje upravo svojim proizvodima na kojima se svodi glavina poslovanja. Od velike je važnosti ne samo što će napustiti tvornicu, nego i kakve će kvalitete biti. Prema Podravkinjoj službenoj stranici, možemo vidjeti da je Podravka je s godinama stvorila brojne grupe proizvoda, a neke od najprodavanijih su Vegeta, univerzalni dodatak jelima, globalno prepoznatljiv, a koristi se za poboljšanje okusa raznih jela, zatim su tu juhe u vrećici raznih okusa poput instant juhe goveđe, pileće i povrtne, brze su i jednostavne za pripremu. Kada govorimo o Ajvaru, to je tradicionalni namaz od paprike koji dolazi u blagoj i ljutoj verziji, a savršen je za mesna jela i priloge. Lino Lada – kraljica namaza, dostupna u različitim varijantama kao što su lješnjak i kakao, bijela i crna čokolada, kokos, nugat. Dolcela je linija proizvoda za slastice, uključujući praške za pecivo, vanilin šećer, pudinge i kreme. Podravka od ove godine nudi čak i liniju tjestenine raznih vrsta, poput špageta, makarona i rezanaca. Tu su također i mnogi drugi poput Eva, Lino proizvodi za djecu, konzervirani proizvodi, džemovi itd. U nastavku rada analizirat ćemo Podravkine podatke iz rezultata poslovanja za period od 1. do 3. mjeseca ove godine, striktno govoreći o rastu prihoda od prodaje po gotovo svim segmentima.

Slika 3 Prikaz rasta prihoda od prodaje gotovo svih poslovnih programa



Izvor: [/Rezultati%20poslovanja%20Grupe%20Podravka%20za%20razdoblje%201.-6.%202024%20\(1\).pdf](#) (pristupljeno 16.09.2024.)

Slika 3. prikazuje vidljiv rast u prodaji Podravkinih proizvoda u gotovo svim segmentima, a najveći je zabilježila kategorija bezreceptnog programa, odnosno prodaja lijekova bez recepta i to u visini od 23%. Dok s druge strane, manji je dio kategorija koje bilježe pad, ali u prvih 6 mjeseci ove godine, najveći je zabilježila kategorija osnovne hrane i to prvenstveno u kategoriji brašna.

5.4. Poslovanje

Podravka d.d. značajan je subjekt u industriji prerade i konzerviranja voća i povrća, a prema podacima Poslovne hr. ovo su neki od ključnih podataka: Podravka d.d. je registrirana za djelatnost "Ostala prerada i konzerviranje voća i povrća" (šifra 10.39), pretežno je u privatnom vlasništvu s preko 50% privatnog kapitala, a temeljni kapital financiran je s 1% stranim kapitalom. Ukupni godišnji prihod za 2023. iznosio je 359.395.263,00 €, što je povećanje od 28.270.097,00 € u odnosu na prethodno razdoblje kada su prihodi iznosili 331.125.166,00 €. Neto rezultat poslovanja bio je 47.400.244,00 €, a neto marža 13,19%, što ukazuje na relativno visoku profitabilnost. Tvrtka je u 2023. godini smanjivala broj zaposlenih. Na kraju godine, Podravka d.d. je zapošljavala 3.097 osoba.⁹

Prema Podravkinjoj službenoj stranici, navedeni su sljedeći podaci za 2023. godinu: „Grupa Podravka u 2023. ostvarila je prihode od prodaje u iznosu od 713,8 milijuna eura, što je 46,7 milijuna eura, odnosno sedam posto više u odnosu na godinu prije. Neto dobit Grupe Podravka iznosila je 66,4 milijuna eura. Riječ je o rastu od 17,3 milijuna eura, što iznosi 35,3 posto više u usporedbi s 2022. Dobit Grupe pod utjecajem je poreznih olakšica ostvarenih temeljem Zakona o poticanju ulaganja u iznosu od 19,7 milijuna eura. Kada isključimo učinke porezne olakšice, neto dobit Grupe iz poslovanja (normalizirana neto dobit) iznosila je 47,2 milijuna eura i viša je za 14,2 posto u odnosu na normaliziranu neto dobit ostvarenu u 2022. Pritom je normalizirana neto dobit Farmaceutike, odnosno Belupa, porasla za 30,8 posto i iznosila 23,2 milijuna eura, dok je kod Prehrane zabilježen rast od 1,7 posto, što je ukupno 24 milijuna eura.“¹⁰

⁹ Podravka d.d., Poslovna HR, dostupno na <https://www.poslovna.hr/lite/podravka/331778/subjekti.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>

¹⁰ Grupa Podravka u 2023. povećala prihode, Poslovni hr., dostupno na <https://www.poslovni.hr/hrvatska/grupa-podravka-u-2023-povecala-prihode-i-neto-dobit-uz-nastavak-rasta-placa-i-snazne-investicije-4431372>

Tablica 2 Prikaz prihoda Grupe Podravka

PRIHODI (u milijunima eura)	1.-6. 2024.	1.-6. 2023.	% promjene
Ukupni poslovni prihodi Grupe Podravka	381.5	347.4	9.8%
Prihodi od prodaje Grupe Podravka	380.4	346.3	9.9%
Prihodi od prodaje Prehrana	290.5	265.2	9.6%

Izvor: izrada autora prema <https://www.podravka.hr/kompanija/investitori/kljucni-financijski-podaci/>

U tablici 2. možemo vidjeti kako je Podravka povećala svoje prihode od ukupne prodaje i prodaje prehrane u okviru jedne godine za skoro 10% u svakoj kategoriji, što je pokazatelj njihovog kvalitetnog poslovanja i želje za što boljim plasmanom na tržištu.

Tablica 3 Prihodi od prodaje segmenta prehrane

	1.-12.2022.	1.-12.2023.	Rast	%
PREHRANA	522,2	553,6	31,5	6,0%
Vlastiti brendovi	485,8	507,1	21,3	4,4%
Ostala prodaja	36,4	46,6	10,1	27,9%

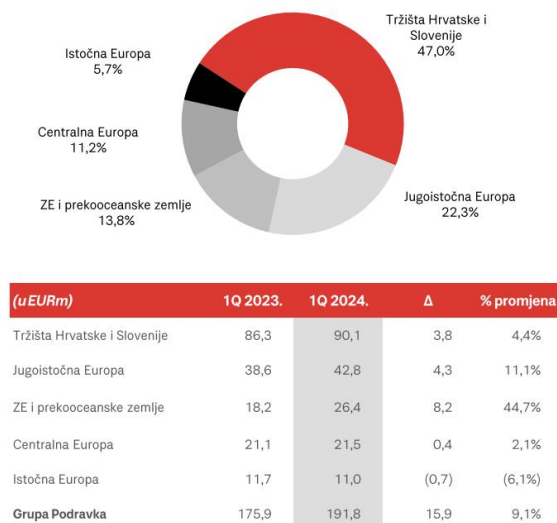
Izvor: izrada autora prema

</Podravka%20Grupa%20Godi%C5%A1nje%20izvje%C5%A1%C4%87e%20za%202023..xhtml>

Iz tablice 3 vidljivo je kako Podravka bilježi stalni rast i puno veće prihode od vlastitih brendova prehrane gdje je u 2023. postigla 6% veće prihode što nas dovodi do brojke od 533,6 milijuna eura, dok je u odnosu na 2023. godinu ostala prodaja zabilježila rast od čak 27,9% u odnosu na 2022. godinu.

Kako možemo zaključiti prema gore navedenim podacima Podravka je jedna od vodećih prehrambenih kompanija u Europi, a rast je zabilježen u gotovo svim regijama.

Slika 4 Rast prihoda od prodaje gotovo svih regija

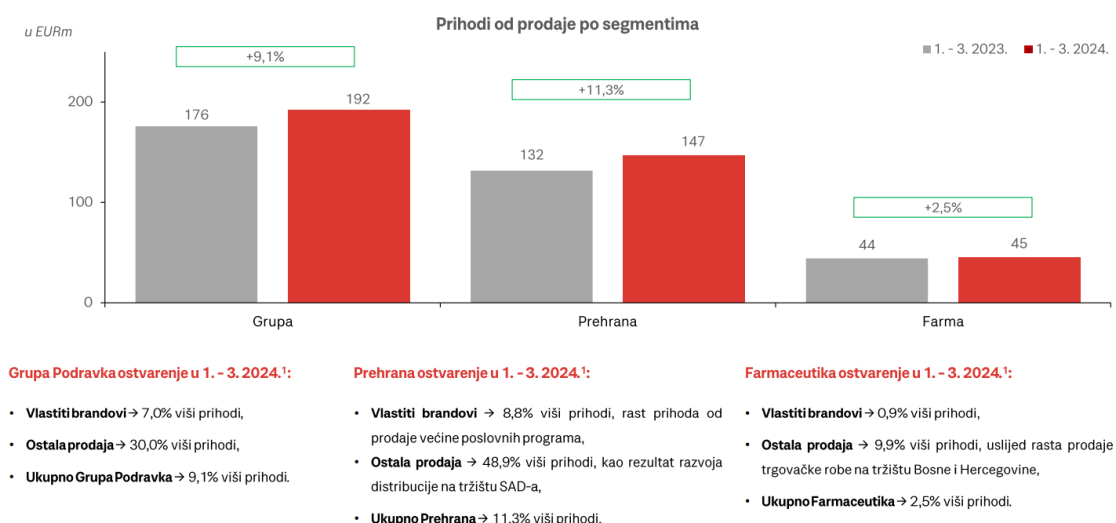


Izvor: [/Rezultati%20poslovanja%20Grupe%20Podravka%20za%20razdoblje%201.-3.%202024.pdf](#) (pristupljeno 23.06.2024.)

Na slici je prikazan porast prihoda u gotovo svim regijama što je posljedica povećanja prihoda, dok jedini pad uočavamo u regiji istočne Europe za čak -6,1% ponajviše zbog pada prihoda kategorije lijekova na recept.

Kada pričamo o prodaji po segmentima, ovdje je riječ o dva glavna, a to su segment prehrane te segment farmacije. U niže priloženom dokumentu prikazana su ostvarenja u poslovanju za period od 1. do 3. mjeseca 2024. godine, te jasno možemo vidjeti kako se radi o rastu oba segmenta za ukupno 9,1%, od kojih je 7,0% od vlastitih brendova.

Slika 5 Rast prihoda od prodaje po segmentima poslovanja



Izvor: [/Rezultati%20poslovanja%20Grupe%20Podravka%20za%20razdoblje%201.-3.%202024.pdf](#) (pristupljeno 23.06.2024.)

„Podravka d.d. je privatizirana i registrirana kao dioničko društvo 1993. godine, a od 1994. godine se njenim dionicama slobodno trguje na hrvatskom tržištu kapitala. Dionica Podravke d.d. se od 1998. godine nalazi u Službenom tržištu Zagrebačke burze pod simbolom PODR-R-A, a jedina je dionica koja niti jednom nije izašla iz sastava dioničkog indeksa CROBEX od početka njegovog računanja. Dionice Podravke d.d. su dana 27. prosinca 2018. godine uvrštene na Vodeće tržište Zagrebačke burze. Ukupan broj dionica Podravke d.d. iznosi 7.120.003 redovnih dionica koje kotiraju na Zagrebačkoj burzi pod simbolom PODR-R-A. Dionice se mogu kupovati i prodavati posredstvom članova Zagrebačke burze. Prema Pravilima Zagrebačke burze postotak dionica koji je distribuiran javnosti ne obuhvaća dionice koje su u vlasništvu Izdavatelja (trezorske ili vlastite dionice) te dionice u vlasništvu osoba koje raspolažu s najmanje 5% od broja dionica koje su predmet uvrštenja, od čega su izuzete dionice na zbirnim skrbničkim računima te dionice koje drže mirovinski i investicijski fondovi (uz uvjet da njihov udio ne prelazi 25%). Zbog visoke likvidnosti i ostvarenih prosječnih dnevnih prometa, dionica Podravke uvrštena je u nekoliko burzovnih indeksa. Uz hrvatske dioničke indkse CROBEX i CROBEX10, CROBEXprime, CROBEXplus i CROBEXnutris, dionica je uvrštena i u STOXX® indkse. S ciljem povećanja likvidnosti dionice i smanjenja njene volatilnosti, Podravka d.d. potpisala je ugovor sa specijalistima o obavljanju poslova specijalističke trgovine. Svrha specijalista je povećati likvidnost pojedinih dionica kako bi se

investitori s više povjerenja mogli odlučiti za investiranje u takve vrijednosne papire. U srpnju 2015. godine uspješno je izvršena dokapitalizacija Podravke d.d. čime je broj dionica povećan za 1.700.000. Svrha dokapitalizacije je bila prikupljanje sredstava za akvizicije i širenje poslovanja. Iskazani interes za upis novih dionica bio je 33% veći od raspoloživih novih dionica. U nastavku možete preuzeti Prospekt izdanja i uvrštenja novih redovnih dionica Podravke d.d. Trenutna cijena dionice iznosi, 158,50 eura, dok je cijena u zadnjih godinu dana varirala od 128,00 do 175,00 eura.“ kako navodi službena stranica Podravka d.d.¹¹

Tablica 4 Ključni pokazatelji cijene dionica Grupe Podravka

Ključni pokazatelji	1.-6.2024.	1.-6.2023.	% promjene
Prosječna ponderirana cijena tijekom razdoblja (u eurima)	161.2	97.4	65,5%
Prosječni dnevni promet tijekom razdoblja (000 eura)	99.1	71.3	38.9%
Prosječni dnevni volumen tijekom razdoblja (jedinice)	615	738	-16,8%

Izvor: izrada autora prema podacima Grupe Podravka¹²

U tablici 4 vidljivo je kako je prosječna ponderirana cijena tijekom razdoblja prve polovice godine u 2024. veća za 65,5% te iznosi 161,2 eura. Prosječni dnevni volumen u 2024. godini bilježi pad od 16,8% u odnosu na 2023. godinu što bi u brojkama bilo 123 jedinice manje.

¹¹ Dionica, Grupa Podravka dostupno na <https://www.podravka.hr/kompanija/investitori/dionica/>

¹² Ključni pokazatelji, Grupa Podravka, dostupno na <https://www.podravka.hr/kompanija/investitori/dionica/kljucni-pokazatelji/>

6. Zaključak

Industrijski rast ključan je za gospodarski razvoj budući da potiče povećanu potražnju za sirovinama, energijom i radnicima, kao i za uslugama prijevoza, istraživanja, razvoja i financiranja. Proizvodnja lančano djeluje i na druge sektore kao što su trgovina, rekreacija, kultura i obrazovanje, kroz potrošnju prihoda zaposlenika. Na taj način industrija postaje pokretač ne samo gospodarskog nego i društvenog razvoja, pridonoseći ostvarenju šireg spektra gospodarskih ciljeva. Osim toga, snažni učinci na industriju kroz potrošačku potrošnju stvaraju potpuniju sliku. Sa složenim vezama opskrbnog lanca i širim društvenim utjecajima, industrija zauzima važno mjesto kao katalizator za ekonomski i društveni napredak olakšavajući mnoge ciljeve. Sukladno ovome industrija igra ključnu ulogu u gospodarskom rastu nacije, a uspješna industrijska politika može osigurati postojano širenje. U Hrvatskoj prehrambena industrija posljednjih godina bilježi blagi porast proizvodnje, s naglaskom na meso, mliječne i pekarske proizvode. Promjenjive preferencije potrošača, kao što je sve veća potražnja za zdravom hranom bez glutena i organskom hranom, a koje su ujedno i sve učestalije mogu oblikovati buduće obrasce potrošnje i proizvodnje, dodatno oblikujući industrijsku sferu. Suptilne izmjene u promotivnim strategijama ili proizvodnim tehnikama mogle bi ojačati postojeće tržišne pozicije ili otvoriti nove niše.

Stalna procjena sektorskih trendova pomoći će u usmjeravanju resursa prema područjima koja pokazuju najveći potencijal kao i praćenje trendova kod potencijalnih kupaca kojima se na kraju i plasiraju gotovi proizvodi. Podravka ima dugu povijest i snažnu prisutnost u jugoistočnoj, srednjoj i istočnoj Europi. Njihova strategija za 2015. bila je usmjerena na revitalizaciju portfelja proizvoda, dodavanje vrijednosti postojećim linijama i stvaranje novih, diferenciranih proizvoda. Tvrtka je aktivno radila na inovacijama i širenju na međunarodna tržišta, s ciljem poboljšanja svakodnevne kvalitete života potrošača kroz inovativne proizvode i usluge. Glavni fokus Podravke je na ključnim brendovima kao što su Vegeta, Podravka, Lino i Dolcela, s naglaskom na operativnu učinkovitost i dugoročnu profitabilnost. Tvrtka također ima za cilj integrirati aktivnosti istraživanja i razvoja s inovacijama kako bi poboljšala zdravlje i kvalitetu života potrošača. Također, njihovo istraživanje kontinuirano je procjenjivalo promjenjive preferencije potrošača i globalne prehrambene trendove. Uspostavili su partnerstva s vodećim sveučilištima kako bi razvili novu hranu koja spaja tradiciju i znanost, dok je operativna izvrsnost ostala ključna, angažman zajednice i ekološka održivost sve su više vodili odluke

tvrtke. Uspjeh u konkurentnoj prehrambenoj industriji ovisit će o osjetljivosti na lokalne potrebe i globalne izazove.

LITERATURA

1. Aktivno stanovništvo u republici hrvatskoj u 2023. – prosjek godine, Državni zavod za statistiku (2024), (stranica posjećena 23.06.2024.) dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/76780>
2. Buturac G. (2015), Izvoz prehrambene industrije i učinci na gospodarstvo: slučaj Hrvatske, znanstveni rad dostupan na: <https://hrcak.srce.hr/file/212247>
3. Dionica, Grupa Podravka (stranica posjećena 23.06.2024.) dostupno na: <https://www.podravka.hr/kompanija/investitori/dionica/>
4. Gabelica A. (2017) „Analiza kretanja industrije u Republici Hrvatskoj“, završni rad, Sveučilište u Splitu
5. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013, (stranica posjećena 03.09.2024.) <https://www.enciklopedija.hr/clanak/industrijalizacija>
6. Industrijska strategija Republike Hrvatske 2014. – 2020., Ministarstvo gospodarstva (2014) (stranica posjećena 20.06.2024.) dostupno na: <http://www.kvalifikacije.hr/sites/default/files/news/2018-01/Nacr%20Industrijske%20strategije.pdf>
7. Industrija, Početna stranica Hrvatske dostupno na <https://www.hr/hrvatska/gospodarstvo/industrija>
8. Izvoz i uvoz prema nkd-u 2007., Državni zavod za statistiku (stranica posjećena 15.09.2024.) dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/77062>
9. Jurčić, Lj. (2011): Kad instrumenti postanu ciljevi. Hrvatska industrijalizacija. Zagrebačka inicijativa: perspektive
10. Karaman Aksentijević N. (2011) „Industrija“, Čavrak V. (ur.) Gospodarstvo Hrvatske, Politička Kultura, Zagreb, str 148-163
11. Kovačević, Beg, Sekur (2016) „Uloga industrije u gospodarskome razvoju“, Obadić i Tica (ur.) Gospodarstvo Hrvatske, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, str 368-374
12. Ključni pokazatelji, Grupa Podravka, dostupno na <https://www.podravka.hr/kompanija/investitori/dionica/kljucni-pokazatelji/>
13. Marić A. (2022), „Analiza financijskih izvješća poduzeća podravka d.d. za razdoblje 2017.-2020.“, završni rad, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
14. Palić, P. (2024), Sektorska analiza hrane i pića, Ekonomski institut, Zagreb dostupno na: https://eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA_Hrana_2024.pdf
15. Povijest Podravke po godinama, Podravka grupa (stranica posjećena 23.06.2024) dostupno na: <https://www.podravka.hr/kompanija/o-podravki/povijest/>
16. Porter, M.E. (2008): Konkurentna prednost. MASMEDIA, Zagreb.
17. Podravka d.d., Poslovna HR, dostupno na <https://www.poslovna.hr/lite/podravka/331778/subjekti.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>

18. Grupa Podravka u 2023. povećala prihode, Poslovni hr., dostupno na <https://www.poslovni.hr/hrvatska/grupa-podravka-u-2023-povecala-prihode-i-neto-dobit-uz-nastavak-rasta-placa-i-snazne-investicije-4431372>
19. Periša S. (2020) „Analiza industrijske politike u Republici Hrvatskoj, završni rad, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
20. Prehrambena industrija, RH ministarstvo gospodarstva (stranica posjećena 24.04.2024.) <http://investcroatia.gov.hr/sektori/prehrambena-industrija/>
21. Rezultati Podravkinog poslovanja, Podravka grupa (stranica posjećena 24.04.2024.) dostupno na:
<file:///C:/Users/User/Downloads/Rezultati%20poslovanja%20Grupe%20Podravka%20za%20razdoblje%201.-3.%202024.pdf>
22. Robna razmjena RH s inozemstvom u 2023., Državni zavod za statistiku, (stranica posjećena 02.09.2024.) dostupno na <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/77062>
23. Sektorske analize, Ekonomski institut Zagreb, Petra Palić (2024) (stranica posjećena 24.06.2024.) dostupno na: (https://www.eizg.hr/userdocsimages//publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA_Hrana_2024.pdf)
24. Zaposleni prema djelatnostima u prosincu 2023., Državni zavod za statistiku, (2023), (stranica posjećena 02.09.2024.) dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58007>
25. Zaposleni prema djelatnostima u prosincu 2014., Državni zavod za statistiku, (2014), (stranica posjećena 02.09.2024.) dostupno na:
https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2014/09-02-01_12_2014.htm
26. Zaposleni po djelatnostima u rujnu 2001., Državni zavod za statistiku, (2001), (stranica posjećena 01-09-2024.) dostupno na
https://web.dzs.hr/Hrv/publication/2001/9-2-1_9h2001.htm
27. Značajan rast prihoda, profitabilnost prehrane gotovo udvostručena, Podravka mediji (stranica posjećena 21.06.2024.) dostupno na:
<https://www.podravka.hr/kompanija/mediji/priopcenja/grupa-podravka-u-prvom-kvartalu-2024-zabilježila-znacajan-rast-prihoda-profitabilnost-prehrane-gotovo-udvostrucena/>

Popis tablica

Tablica 1 Zaposleni prema područjima nkd-a 2007. i spolu.....	8
Tablica 2 Prikaz prihoda Grupe Podravka.....	21
Tablica 3 prihodi od prodaje segmenta prehrane.....	21
Tablica 4 ključni pokazatelji cijene dionica Grupe Podravka	24

Popis slika

Slika 1 Industrijske grana u RH	9
Slika 2 Kretanje glavnih sektorskih pokazatelja, međugodišnje stope promjene, 2023., u %	14
Slika 3 Prikaz rasta prihoda od prodaje gotovo svih poslovnih programa	19
Slika 4 Rast prihoda od prodaje gotovo svih regija.....	22
Slika 5 Rast prihoda od prodaje po segmentima poslovanja.....	23



Leticia Krstanović

Datum rođenja: 16/05/2001 | Državljanstvo: hrvatsko | Spol: Žensko | E-adresa: lekrstanovic@gmail.com

● OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

2016 – 2020 Koprivnica, Hrvatska
EKONOMIST Srednja škola Koprivnica

EKONOMIST

● VOZAČKA DOZVOLA

Vozačka dozvola: B

● HOBIJI I INTERESI

Filmovi, sport, glazba

● RADNO ISKUSTVO

09/11/2023 – TRENUTAČNO Koprivnica, Hrvatska
PRODAVAČICA DM - DROGERIE MARKT