

CROEXPORT

Program izvoza za hrvatske proizvođače



CROEXPORT PROGRAM PRIPREME I ORGANIZACIJE IZVOZA ZA HRVATSKE PROIZVOĐAČE: TRŽIŠTE RUSKE FEDERACIJE

Teme radionice:

1. Predstavljajanje tržišta Ruske Federacije 🇷🇺
2. Kratka analiza prilika i prijetnji za sve kojima je rusko tržište strateški važno
3. Opis stanja u određenim industrijama, osvrt na utjecaj najnovijih ekonomskih kretanja u svijetu
4. Predstavljajanje koncepta Institucije predstavništva hrvatske industrije
5. Konkretni savjeti i upute za uključenje u program predstavništva
6. Pitanja, odgovori, diskusija

Damir Jandriček

Ninoslav Maleković

Vedran Đidara

PRIPREMA

ISTRAŽIVANJA

- Analize općih trendova
- Analize spec.trendova
- Analize cilj.tržišta
- Komparativne analize
- Interna istraživanja (BI)
- Interne analize

STRATEGIJA

- Vizija i misija
- Uspostava prof.centara
- Definiranje općih ciljeva
- Definiranje budgeta
- Procjena rizika

PLAN

OPERAT. PLAN

- Definiranje ciljeva odjela
- Plan razvoja
- Plan plasmana
- Plan komunikacija (Mark/PR)
- Plan financiranja

ORGANIZACIJA

- Uspostava sustava vrijednosti
- Uspostava politika i pravila
- Uspostava odjela i odgovornosti
- Uspostava internih komunikacija

AKCIJA

RAZVOJ

- Formiranje razv.tima
- Upravljanje razv.timom
- Upravljanje dizajnom

PLASMAN

- Rest.postojećih kanala
- Otvaranje novih kanala
- Razvoj metoda širenja

PROMOCIJA

- Dizajn identiteta
- Uprav. robnim markama
- Unapređivanje prodaje
- Upravljanje produkcijom
- Postprodukcija
- Zakup medija
- Odnosi s javnošću

SUFINANCIRANJE

- Redovni projekti MINGORP
- Posebni projekti (HR fondovi)
- Venture fondovi
- EU fondovi

CROEXPORT PROGRAM PRIPREME I ORGANIZACIJE IZVOZA ZA HRVATSKE PROIZVOĐAČE: TRŽIŠTE RUSKE FEDERACIJE

TRŽIŠTE RUSIJE: OPĆI I DEMOGRAFSKI PODACI

Populacija (01/2008): 142 M.

Godišnji prirast (2007 est.): -0.484%

Narodnosti: Rusi 79.8%, Tatari 3.8%, Ukrajinci 2%, ostali 14.4%.

Religije: Ruska ortodoksna, Islam, Židovska, Rimokatolička, Protestanti, Budisti

Jezici: Ruski (službeni); preko 140 drugih jezika i dijalekata.

Pismenost (total pop.): 99.4%.

Očekivano trajanje života (2007 est.)--59.12 g/M, 73.03 g/Ž

Radna snaga (73.88 M) (2006 est.): *Proizvodnja i usluge--84%; državna administracija --16%.*

CROEXPORT PROGRAM PRIPREME I ORGANIZACIJE IZVOZA ZA HRVATSKE PROIZVOĐAČE: TRŽIŠTE RUSKE FEDERACIJE

SPECIFIČNOSTI TRŽIŠTA RUSIJE

DO SREDINE 2008. GODINE KONSTANTAN RAST BDPa (8,1%)

RAST UGLAVNOM OSTVAREN KROZ IZVOZ PRIRODNIH RESURSA

KONSTANTNA TEŽNJA VLADE ZA JAČANJE DRUGIH SEKTORA
(AUTOMOBILSKA, AVIO I ICT INDUSTRIJA)

FEDERALNE REZERVE PRELAZE 440 MILIJARDI USD

NAKON KRIZE 1998 RUBLJA SE DRŽI UGLAVNOM DOBRO

U VRIJEME SKUPE NAFTE SNAŽAN TRGOVINSKI SUFICIT

GLAVNI IZVOZNICI U RUSIJU: NJEMAČKA, KINA, UKRAINA, JAPAN, SAD

TVRTKE IZ TIH I JOŠ NEKIH DRŽAVA VEĆ SU POZICIONIRANE U MOSKVI I
ST.PET., SADA POČINJE ŠIRENJE U REGIJE

CROEXPORT PROGRAM PRIPREME I ORGANIZACIJE IZVOZA ZA HRVATSKE PROIZVOĐAČE: TRŽIŠTE RUSKE FEDERACIJE

SPECIFIČNOSTI TRŽIŠTA RUSIJE

TIJEKOM PROŠLIH 8 GODINA VEĆINA ISTRAŽENIH TVRTKI IZ TOP 5 UVOZNIKA OSTVARILA JE RAST PRODAJE VEĆI OD 200%, OD TOGA TIJEKOM 2008 PROSJEČNO OKO 50%, TE RAST PROFITABILNOSTI U SKLADU SA CILJEVIMA ILI VIŠE

U ZADNJIH PAR GODINA STROGA DRŽAVNA KONTROLA PROŠIRILA SE IZ STRATEŠKIH SEKTORA ENERGIJE, RUDA, AUTO I MAŠINSKE INDUSTRIJE U AGRAR, PRIJEVOZ I GRAĐEVINARSTVO, TE SE ŠIRI DALJE

TERORISTIČKI NAPADI SU STALNA PRIJETNJA, NO HRVATSKA NACIONALNOST JE PRIHVAĆENA OD SVIH STRANA I NIJE DIREKTNA META
VEĆINA ISTRAŽENIH TVRTKI IZRAŽAVA OPTIMIZAM S OBZIROM NA LJUDSKI POTENCIJAL I DUGOROČNO STRATEŠKO BOGATSTVO ZEMLJE

CROEXPORT PROGRAM PRIPREME I ORGANIZACIJE IZVOZA ZA HRVATSKE PROIZVOĐAČE: TRŽIŠTE RUSKE FEDERACIJE

TRŽIŠNE PRIJETNJE, OPASNOSTI I PROBLEMI

VRLO NEURAVNOTEŽENO TRŽIŠTE SA ZNAČAJNIM RAZLIKAMA UNUTAR SVIH REGIJA –
ZAHTJEVA POMNO ISTRAŽIVANJE I DOBRU STRETEGIJU

BIROKRACIJA I KORUPCIJA U SVIM FAZAMA RAZVOJA POSLOVANJA, POTPOMOGNUTA STROGIM
DRŽAVNIM REŽIMOM KOJI ČESTO DJELUJE ANTI-GOSPODARSKI

PROBLEM POUZDANOSTI PARTNERA I ZAPOSLENIKA

MANJAK KVALITETNOG MANAGEMENTA KOJI USPJEŠNO SPAJA RUSKI I ZAPADNI NAČIN
POSLOVANJA

U SVIM RASTUĆIM REGIJAMA ZNATAN PORAST PLAĆA, POSEBNO MANAGEMENTA, UZ UPITNU
KVALITETU

SLABA OTVORENOST ZA DRUGE KULTURE I JEZIKE, REŽIM DOBIVANJA RADNIH I POSLOVNIH
VIZA POSTROŽEN

STRANE BANKE POČELE UVODITI BRŽE NAČINE PODRŠKE I KREDITIRANJA, NO SADA SE DESIO
PROBLEM U FIN.SEKTORU

U NEKIM STRETEŠKIM GRANAMA ZAHTJEVA SE DA RUSKI PARTNER IMA UDIO U VLASNIŠTVU I
ODLUČIVANJU, PUT ZA KONTROLU VLADE

CROEXPORT PROGRAM PRIPREME I ORGANIZACIJE IZVOZA ZA HRVATSKE PROIZVOĐAČE: TRŽIŠTE RUSKE FEDERACIJE

TRŽIŠNE PRILIKE

PRILIKE SE POJAVLJUJU U SVIM BRZO-RASTUĆIM MIKROREGIJAMA UNUTAR GLAVNIH REGIJA
GOTOVO SVI SEGMENTI SU RASTUĆI, OVIM REDOM:

- OPREMENJE NAFTNIH I DRUGIH ENERGETSKIH KOMPANIJA
- GRAĐEVINARSTVO I OPREMA ZA GRAĐEVINARSTVO
- AUTOMOBILSKA I AVIO INDUSTRIJA
- OPREMA ZA POLJOPRIVREDU
- SIGURNOSNA OPREMA
- TELEKOMUNIKACIJSKA OPREMA
- FARMACEUTIKA I KOZMETIKA
- AGROKULTURA I AUTOHTONA HRANA
- OSTALI AUTOHTONI I LUKSUZNI PROIZVODI, TURIZAM
- FRANŠIZNO POSLOVANJE
- MEDICINSKA OPREMA
- ZIMSKE OLIMPIJSKE IGRE U 2014 U SOCH, PRILIKA ZA GRAĐEVINARE, IT, SIGURNOST...

TRŽIŠTE RUSIJE: OPĆI I DEMOGRAFSKI PODACI: GRADOVI

SREDIŠNJA RUSIJA



Gorod Moskva [Moscow]	10,425,075
Moskva [Moscow]	6,618,538
Voronež [Voronezh] {Voronez}	2,378,803
Tula	1,675,758
Tver' {Tver}	1,471,459
Vladimir	1,523,990
Br'ansk [Bryansk] {Bransk}	1,378,941
Jaroslavl' [Yaroslavl] {Jaroslavl}	1,367,398
Kursk	1,235,091
Tambov	1,178,443
R'azan' [Ryazan] {Razan}	1,227,910
Belgorod	1,511,620
Ivanovo	1,148,329
Lipeck [Lipetsk]	1,213,499
Smolensk	1,049,574
Kaluga	1,041,641
Orël [Oryol] {Orel}	860,262
Kostroma	736,641

TRŽIŠTE RUSIJE: OPĆI I DEMOGRAFSKI PODACI: GRADOVI

SJEVEROZAPADNA RUSIJA



Name	C E 2006-01-01
Sankt-Peterburg	4,580,620
Kaliningrad	423,651
Archangel'sk	349,772
Murmansk	320,962
Čerepovec	308,455
Vologda	287,001
Petrozavodsk	265,072
Syktyvkar	229,305
Velikij Novgorod	217,706
Pskov	197,047
Severodvinsk	195,231

TRŽIŠTE RUSIJE: OPĆI I DEMOGRAFSKI PODACI: GRADOVI

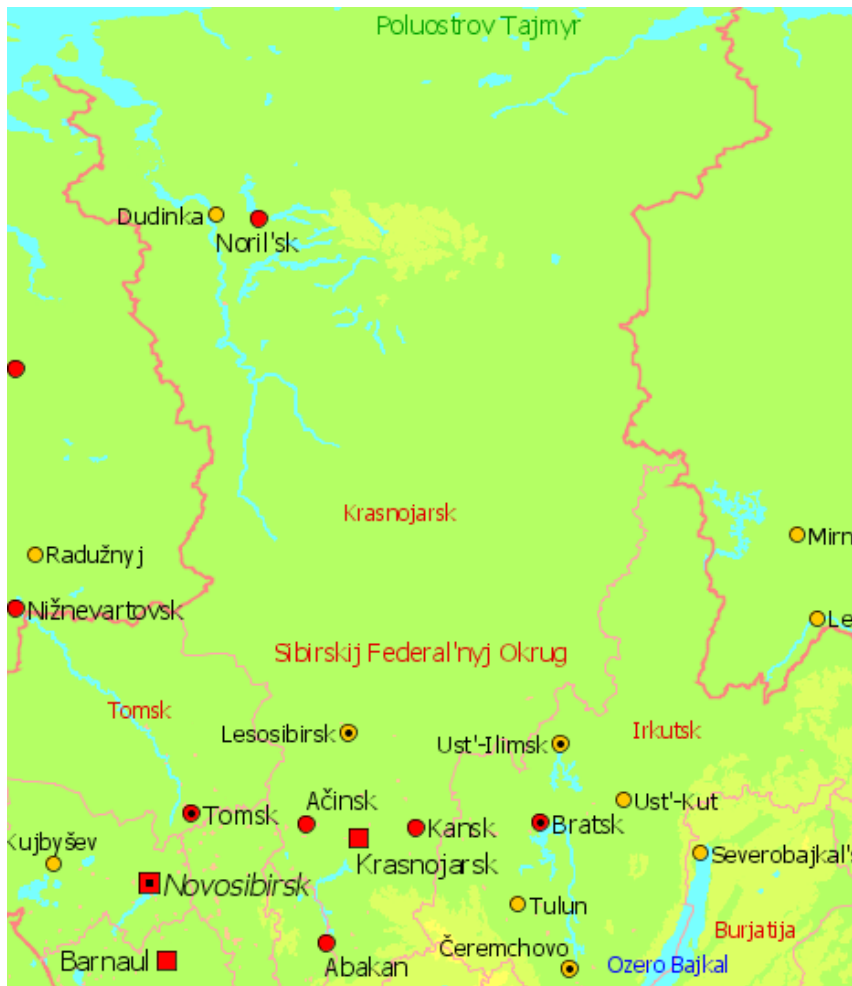
JUŽNA RUSIJA



Name	C E 2005-01-01
Rostov-na-Donu	1,057,958
Volgograd	999,122
Krasnodar	715,417
Astrachan'	501,319
Machačkala	465,026
Stavropol'	355,914
Soči	328,525
Vladikavkaz	314,483
Volžskij	309,428
Taganrog	272,953
Nal'čik	272,776

TRŽIŠTE RUSIJE: OPĆI I DEMOGRAFSKI PODACI: GRADOVI

PODRUČJE SIBIRA



Name	C E 2006-01-01
Novosibirsk	1,397,015
Omsk	1,138,822
Krasnojarsk	920,926
Barnaul	604,187
Irkutsk	578,073
Novokuzneck	562,402
Kemerovo	520,138
Tomsk	489,879
Ulan-Ude	347,819
Čita	306,239
Bratsk	254,878

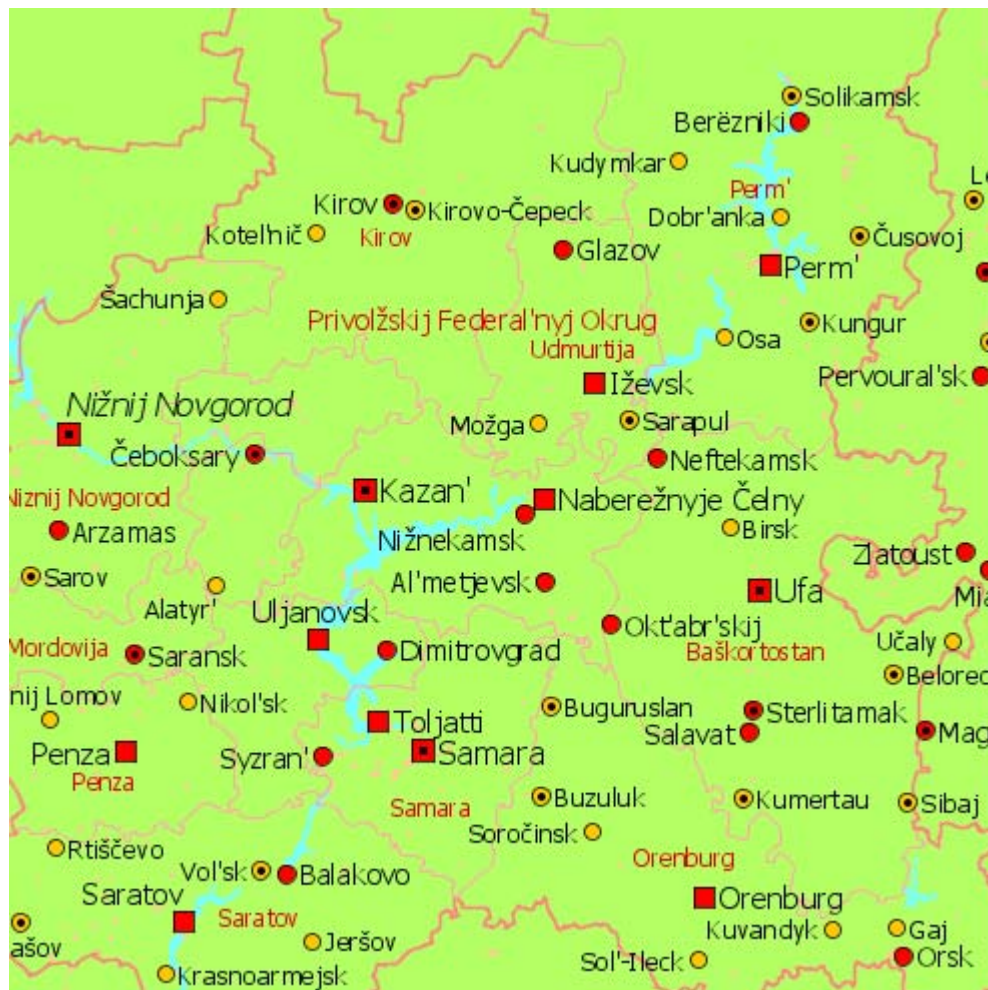
TRŽIŠTE RUSIJE: OPĆI I DEMOGRAFSKI PODACI: GRADOVI

PODRUČJE URALA



Name	C E 2006-01-01
Jekaterinburg	1,308,441
Čel'abinsk	1,092,958
T'umen'	542,463
Magnitogorsk	413,208
Nižnij Tagil	379,724
Kurgan	329,981
Surgut	290,598
Nižneartovsk	240,834
Zlatoust	190,34
Kamensk-Ural'skij	182,466
Miass	154,519

TRŽIŠTE RUSIJE: OPĆI I DEMOGRAFSKI PODACI: GRADOVI PODRUČJE VOLGE



Name	C E 2006-01-01
Nižnij Novgorod	1,283,553
Samara	1,143,346
Kazan'	1,112,673
Ufa	1,029,616
Perm'	993,319
Saratov	850,086
Toljatti	704,876
Iževsk	619,468
Uljanovsk	617,2
Orenburg	533,872
Penza	509,997

UDIO GRADOVA / REGIJA U UKUPNOM BDP-U

	Share in 2002, %		Share in 1994, %
1. Moscow	21,1	1. Moscow	10,2
2. Tumenski region (North of Russia)	10,1	2. Tumenski region	6,3
3. Moscow region	3,9	3. Sverdlovsk region	3,8
4. S-Petersburg	3,9	4. Moscow region	3,6
5. Tatarstan republic	2,8	5. S-Petersburg	3,2
6. Sverdlovsk region	2,6	6. Samara region	3,2
7. Samara region	2,5	7. Krasnoyarsk region	3,0
8. Krasnoyarsk region	2,5	8. Nijniy Nivgorog region	2,8
9. Krasnodar region	2,5	9. Bashkortostan republic	2,7
10. Bashkortostan republic	2,3	10. Chelyabinsk region	2,7
Total 10 subjects	54,2	Total 10 subjects	41,5

ISTRAŽIVANJE AC NIELSEN 11/2008 STAVOVI RUSA O KRIZI

Consumer Trust Index falls to 88 points from 104 in September 2008

35% respondents say, that they income declined

72% respondents say that they have doubts in finding a new job in the following year.

25% are sure to find a new job. In september 2008 – about 50% sure to find a new job.

However there is not much change in the consumer behavior so far:

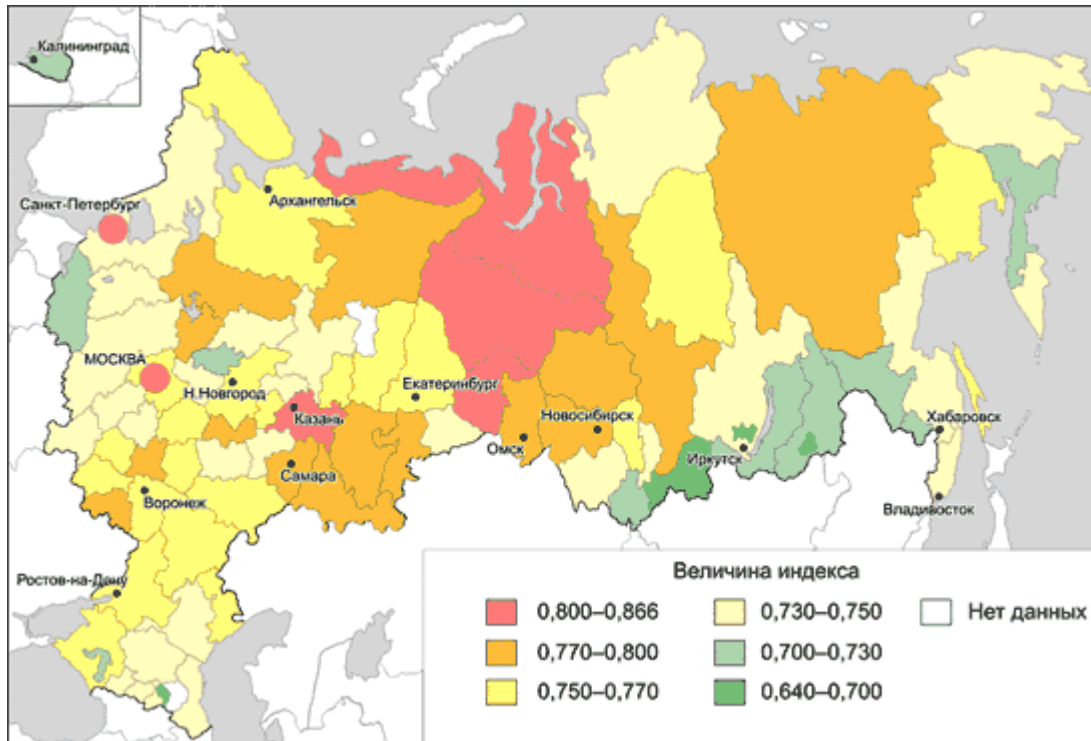
42% say, that the current time is good for buying new goods.

It is as much as it was 3 month ago.

13% sat that the time is bad for shopping (comparing to 7% in September 2008)

PROSJEČNA NETO PLAĆA U RUSIJI: 500,00 USD

PROSJEČNA NETO PLAĆA U MOSKVI: 900,00 USD



3 % BOGATI I VRLO BOGATI

20% SREDNJA KLASA

70% NIŽA SREDNJA KLASA

OD NJIH 30% IMA POTENCIJAL RASTA

10% NEMA NIKAKVE IZGLEDE RASTA

Index of Human Potential Development is an integral indicator that was developed by UN and are used for estimating social development of regions.

1. OSNOVNI PROGRAM I INFRASTRUKTURA ZA PODRŠKU NA TERITORIJU RUSIJE

- MJESEČNE EKONOMSKE, DEMOGRAFSKE, TRŽIŠNE I POLITIČKE ANALIZE PO REGIJAMA, MIKROREGIJAMA I CILJANIM SKUPINAMA, VEZANE UZ SPECIFIČNE INDUSTRIJE
- PRIMANJE VIJESTI I NOVOSTI S TRŽIŠTA BITNIH ZA ODLUČIVANJE I STRATEGIJU
- SUDJELOVANJE NA RADIONICAMA I KONFERENCIJAMA VEZANIM UZ STRATEGIJU ZA CILJANO TRŽIŠTE BEZ NAKNADE ILI UZ SMANJENU NAKNADU ZA ČLANOVE
- SUDJELOVANJE U DOGAĐAJIMA ZA PROMIDŽBU I POVEZIVANJE NA SAMOM TRŽIŠTU
- UVID U PROČIŠĆENU BAZU PODATAKA RADI PRONALAZENJA PARTNERA NA TRŽIŠTU
- INFORMACIJE O SAJMOVIMA I VAŽNIJIM DOGAĐANJIMA ZA SPECIFIČNU INDUSTRIJU
- POMOĆ PRI PRIPREMI ZA SAJMOVE I OSTALE DOGAĐAJE VAŽNE ZA REALIZACIJU
- INFORMACIJE O PODUZETNIČKIM ZONAMA, POTICANJU ULAGANJA I ZAPOŠLJAVANJA
- INFORMACIJE O ZAŠTITI INTELEKTUALNIH PRAVA I ROBNIH MARKI
- KORIŠTENJE PLATFORME I KONTAKATA SECC ZA PROMICANJE VLASTITE STRATEGIJE

UKUPNA PLANIRANA INVESTICIJA SECC ZA 2009 GODINU: 115.000,00 €

OKVIRNA PARTICIPACIJA SVAKOG KORISNIKA: 2.800,00 € GODIŠNJE

2. KORIŠTENJE NAPREDNIH I CJELOVITIH USLUGA NA TERITORIJU RUSIJE

- DODIJELJENA OSOBA POSVEĆENA VAŠOJ TVRTCI, KOJA RAZUMIJE SPECIFIČNU INDUSTRIJU, VRIJEDNOSTI I FILOZOFIJU VAŠIEG POSLOVANJA I VAŠIH PROIZVODA, OPERATIVNO PROVODI PROCESSE I DEFINIRA ZAJEDNO SA VAMA STRATEGIJU ZA SPECIFIČNO TRŽIŠTE

- URED, KOMUNIKACIJSKA I POSLOVNA OPREMA, ZASEBNA TELEFONSKA LINIJA
- KOMUNIKACIJE I PUTOVANJE U OKRUGU MOSKVE (MOSKVA I ŠIRI PRSTEN OKO GRADA)
- OSNOVNI TROŠKOVI REPREZENTACIJE
- IZRADA STRATEŠKOG OPERATIVNOG PLANA NA TEMELJU TRŽIŠNIH ISTRAŽIVANJA
- STALNA KOMUNIKACIJA SA UPRAVOM U HR I DRUGIM ODJELIMA (KONTINUIRANI RAZVOJ I PRILAGODBA PROIZVODA ZAHTJEVIMA TRŽIŠTA)
- UPRAVLJANJE SVIM PROCESIMA VEZANIM UZ SPECIFIČNO TRŽIŠTE
- OPĆI PODACI O CILJANIM SKUPINAMA, NAVIKAMA I SL.
- KONTROLA IZVRŠENJA LOKALNIH IZVOĐAČA
- REGULIRANJE ODNOSA S LEGALNIM INSTITUCIJAMA I BANKAMA
- SUDJELOVANJE U CILJANIM GOPODARSKIM EVENTIMA RADI OPĆEG PROMICANJA VRIJEDNOSTI HRVATSKIH PROIZVODA I LOBIRANJA NA VIŠIM RAZINAMA
- REDOVITI REPORTING

OKVIRNA INVESTICIJA KORISNIKA: 2.200,00 € MJESEČNO, OVISNA O VARIJABILNIM TROŠKOVIMA

3. DODATNE MOGUĆNOSTI SURADNJE

- Uključenje vaših proizvoda u program zajedničkog brandiranja i plasmana koji u cjelosti financira SECC
- Otvaranje i vođenje predstavništva i start-up poduzeća,
- Joint-venture aranžmani, spajanja i pripajanja, restrukturiranje akvizicija, IPO, javne ponude i otkup poduzeća te drugi alternativni oblici ulaganja.
- Kvalitetno odvjetničko savjetovanje i sudska zaštita poslovnog pothvata
- Investicijsko savjetovanje za odnos s tržištima kapitala
- Lobističke aktivnosti u zaštiti i ostvarenju klijentovih interesa
- Ostale opsežnije kapitalne operacije

- Partner projekta: mogućnost suinvestiranja i sudjelovanja u strategiji i vođenju samog projekta

KORACI ZA PRIPREMU PODUZEĆA ZA IZLAZAK NA INOZEMNO TRŽIŠTE

- 5.1. Analiza potencijala GAP analiza**
- 5.2. Tržišno restrukturiranje**
- 5.3. Primjer iz prakse**
- 5.4. Upitnik**

5.1. Analiza potencijala (GAP analiza)

- Obavlja se unutar tvrtke kandidata
- Dobiva se jasna slika o poduzeću, njegovim proizvodima, procesima
- Na trošak IM grupe, ali omogućena samo najozbiljnijima
- U slučaju negativne evaluacije, rezultati analize ostaju tvrtki kao alat za poboljšanje poslovanja

Neka od pitanja na koja će analiza dati odgovore:

1. Prilagođava li se Vaše poduzeće tržišnim promjenama?
2. Znete li gdje se unutar Vašeg poduzeća treba fokusirati kako bi povećali profit i ostvarili brži i stabilniji rast?
3. Imate li preciznu sliku Vaših izvora prihoda (profitnih centara) i profitabilnosti?
4. Kako pratite izvore troškova i kako planirate troškove u poduzeću?

5.2. STRATEŠKO PLANIRANJE I UPRAVLJANJE

- Definiranje prijiteta na temelju internih analiza
- Sastavljanje tima - unutarnji i vanjski ljudski resursi za strategiju i razvoj
- Donošenje zajedničke vizije poduzeća
- Određivanje misije i strategije realizacije vizije (raspored raspoloživih resursa po ciljanim geografskim područjima, ciljnim skupinama i kanalima, te kategorijama proizvoda)
- Postavljanje općih i konkretiziranih ciljeva i rokova za kratkoročno razdoblje
- Određivanje politika za ključna područja i aktivnosti
- Direktna implementacija tržišnih podataka u razvoj i poboljšanja proizvoda te u komunikaciju s ciljnim tržištima (Marketing, branding)

5.3. Primjer iz praske – Galeković

STANJE PRIJE	STANJE POSLIJE
Vizija i smjer razvoja poduzeća kreće od vlasnika	<i>Sistematizirana vizija i sustav vrijednosti poduzeća uključivanjem ključnih zaposlenika u proces</i>
Ne postoji standard vizuala korporativnog identiteta	<i>Izrada i standardizacija korporativnog identiteta</i>
7.000 vrsta podova za krajnje kupce	<i>Definirane tri glavne grupe proizvoda</i>
Nepostojanje branda za proizvode	<i>Stvoreni su novi brendovi za tri grupe proizvoda: DUX, DOMINUS i REX</i>
Promotivni materijali nisu u skladu s kvalitetom proizvoda	<i>Izrada novih promotivnih materijala (kataloga, letaka, i sl.) u skladu s vrhunskom kvalitetom proizvoda</i>
Internet stranica s osnovnim podacima o poduzeću	<i>Online rješenje je u skladu s novim brendovima te funkcionalno na 5 jezika</i>
Poduzeće donosi planove na temelju prošlogodišnjih rezultata, te intuitivno upravlja projektima i akcijama poduzeća	<i>Donesen je prvi strateški marketinški plan za cijelu godinu koji uključuje sve projekte i akcije za cijelu 2009. g.</i>



GALEKOVIĆ
Kvaliteta u tradiciji

5.4. Upitnik

OSNOVNE INFORMACIJE O VAMA

6. Pitanja, odgovori, diskusija

