

Analiza tržišta kuhinjskog namještaja i stolova primjenom primarnih i sekundarnih izvora podataka

Kremenjaš, Karla

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Forestry / Sveučilište u Zagrebu, Šumarski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:108:502574>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-10**



Repository / Repozitorij:

[University of Zagreb Faculty of Forestry and Wood Technology](#)



**ŠUMARSKI FAKULTET SVEUČILIŠTA U ZAGREBU
DRVNOTEHNOLOŠKI ODSJEK**

**SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ
DRVNA TEHNOLOGIJA**

KARLA KREMENJAŠ

**Analiza tržišta kuhinjskog namještaja i stolova primjenom
primarnih i sekundarnih izvora podataka**

ZAVRŠNI RAD

ZAGREB, rujan 2017.

PODACI O ZAVRŠNOM RADU

AUTOR:	Karla Kremenjaš 21.04.1994. 00682208290
NASLOV:	Analiza tržišta kuhinjskog namještaja i stolova primjenom primarnih i sekundarnih izvora podataka
PREDMET:	Trgovina drvom i drvnim proizvodima
MENTOR:	Prof.dr.sc. Darko Motik
IZRADU RADA POMAGAO JE:	Doc.dr.sc. Andreja Pirc Barčić
RAD JE IZRAĐEN:	Sveučilište u Zagrebu - Šumarski fakultet (Zavod za organizaciju proizvodnje)
AKAD. GOD.:	(2016./2017.)
DATUM OBRANE:	22.09.2017.
RAD SADRŽI:	Stranica: 22 Slika: 21 Tablica: 7 Navoda literature: 11
SAŽETAK:	Istraživanje tržišta predstavlja sustavno planiranje, prikupljanje, analiziranje i informiranje o podacima i nalazima relevantnim za specifičnu situaciju vezanu za marketing s kojom se poduzeće susreće. Ovaj završni rad na temelju prikupljenih primarnih i sekundarnih podataka analizira tržište kuhinjskog namještaja i stolova. Na temelju prikupljenih primarnih podataka anketnim ispitivanjem i sekundarnih podataka prikupljenih putem interneta, izvršena je usporedba tržišta, te ponuda i potražnja kuhinjskog namještaja i stolova u razdoblju od 2009. godine do 2017. godine.

IZJAVA O IZVORNOSTI RADA

Izjavljujem da je moj završni rad izvorni rezultat mojega rada te da se u izradi istoga nisam koristila drugim izvorima osim onih koji su u njemu navedeni.

Karla Kremenjaš

U Zagrebu, rujan 2017.

SADRŽAJ

SADRŽAJ	IV
1. UVOD	1
2. CILJ ISTRAŽIVANJA	3
3. MATERIJALI I METODE	3
4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I DISKUSIJA	5
4.1. <i>Analiza primarnih podataka o tržištu kuhinjskog i blagovaoničkog namještaja</i>	5
4.1.1. <i>Kuhinjski namještaj</i>	5
4.1.2. <i>Blagovaonski stolovi</i>	7
4.1.3. <i>Uredski stolovi</i>	10
4.2. <i>Analiza sekundarnih podataka o tržištu kuhinjskog i blagovaoničkog namještaja</i>	12
4.2.1. <i>Kuhinjski namještaj – sekundarni podaci</i>	12
4.2.2. <i>Uredski stolovi – sekundarni podaci</i>	18
5. ZAKLJUČAK	21
6. LITERATURA	22

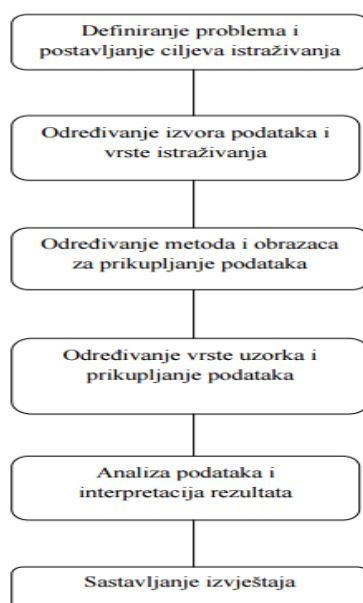
1. UVOD

Istraživanje tržišta je oblik marketinške aktivnosti pomoću kojeg određeno poduzeće prikuplja sve potrebne informacije o konkurenciji, potrošačima, nepotrošačima, cijenama, kanalima distribucije, tržištu na kojem posluje ili planira poslovati, potrebama i željama svih sudionika tržišta te na taj način uočava potrebe, identificira poslovne probleme, kontrolira poslovanje i doprinosi boljim mogućnostima prodavanja na tržištu.

Cilj istraživanja tržišta je povećati valjanost marketinških odluka na temelju dobivenih informacija, smanjiti tržišni rizik, poboljšati poslovanje te povećati konkurentnost na tržištu. Svrha istraživanja tržišta bila bi dobivanje potrebnih informacija relevantnih za daljnje poslovanje, smanjenje nesigurnosti i neizvjesnosti pri kupnji/odlučivanju.

Sam proces istraživanja tržišta sastoji se od logičnog slijeda postupaka koje treba provesti kako bi se došlo do valjanih i pouzdanih informacija koje pomažu pri odlučivanju u tržišnom poslovanju. Potrebno je dobiti odgovore na pitanja: Što se treba učiniti? Zašto? Na koji način? Kako? Tko? Gdje? Kada?

U određivanju izvora podataka moguće je primijeniti dvije mogućnosti: podaci iz sekundarnih izvora odnosno sekundarni podaci i podaci iz primarnih izvora odnosno primarni podaci. (Marušić i Vranešević, 2001.)



Slika 1. Faze procesa istraživanja tržišta (Izvor: Marušić, M., Vranešević, T.: Istraživanje tržišta, Adeco, Zagreb, 2001.)



Slika 2. Izvori podataka (Izvor: Marušić, M., Vranešević, T.: Istraživanje tržišta, Adeco, Zagreb, 2001.)

Pod pojmom primarni podaci misli se da su to podaci koje smo sami prikupili za potrebe nekog istraživanja. Svaki primarni podatak je dobiven ili istražen od strane osobe koja je za to zadužena te se ne može obavljati preko drugih posrednika. Prilikom prikupljanja primarnih podataka, pojedinac koji prikuplja primarne podatke može imati neugodne situacija od strane osobe koja nije direktno povezana sa istraživanjem i koja nije voljna pomoći, a pojedincu potrebna informacija dobro mu je poznata.

Razvidno prikupljenim podacima utvrđeno je da najveći udio proizvodnje namještaja (C31) u 2013. godini u vrijednosti od 1.618.265 komada pripada proizvodnji stolica, dok je proizvodnja kuhinjskog namještaja bila najmanja i to 26.028 komada. Već u 2014. godini taj broj se povećao na 1.682.076 komada godišnje pri čemu se proizvodnja kuhinja povećala na 30.772 komada godišnje. U 2015. godini proizvodnja oba proizvoda se smanjila ali ne toliko drastično 1.647.803 komada za stolice i 27.723 komada kuhinja. Proizvodnja uredskog drvenog namještaj je u promatranom razdoblju od 2013. godine (96.349 kom./god.) do 2015. godine (120.393 kom./god.) doživjela veliku potražnju za proizvodom, te je tako i proizvodnja rasla.

2. CILJ ISTRAŽIVANJA

Cilj istraživanja je istražiti tržište sljedeće grupe namještaja: kuhinje i stolovi (blagovaonski i uredski), te udjele pojedinih vrsta materijala iz kojih je namještaj izrađen. Nadalje, želi se utvrditi koje su prosječne cijene svake podgrupe proizvoda te koliki je udio namještaja proizveden u Republici Hrvatskoj, a koliki u zemljama Europske Unije (EU).

3. MATERIJALI I METODE

Prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (NN 58/2007) proizvodnju namještaja (NKD C31) možemo podijeliti na sljedeće potkategorije, ovisno o vrsti proizvoda:

- Proizvodnja namještaja za poslovne i prodajne prostore (NKD C31.01)
- Proizvodnja kuhinjskog namještaja (NKD C31.02)
- Proizvodnja ostalog namještaja (NKD C31.09)
- Proizvodnja madraca (NKD C31.03).

Ovaj rad koristi primarne podatke prikupljene i analizirane tijekom aktivnosti istraživanja tržišta.

Provedena je metoda promatranja i anketnog upitnika i to nasumično odabranih proizvoda iz zadanih kategorija osobno u različitim prodajnim centrima. Podaci su prikupljeni u razdoblju od 15.12.2016. godine do 15.1.2017. godine (cca. 30 dana) posjetom sljedećih trgovina drvnim namještajem i pokušvom razvrstanih po županijama tj. gradovima:

- Grad Zagreb: Emmezeta, IKEA, Interijeri Dekanić, Furnitura, Meblo trade, Jysk, Harvey Norman, Mibel, Stilles, Qualis, Kult
- Karlovačka županije: Prima namještaj, MIMA
- Zagrebačka županija: Aurelis
- Požeško-slavonska županija: Spin Valis

Okvir uzorka bio je slučajan uzorak od 244 komada drvenog namještaja, odnosno kuhinjskog namještaja i stolova. Izabrani su i analizirani uzorci s petnaest prodajnih mjesta namještaja u četiri hrvatske županije (Grad Zagreb, Karlovačka županija, Požeško-slavonska županija i Zagrebačka županija).

Kategorija kuhinjskog namještaja uključuje sljedeće proizvode: kuhinjske ormariće, komode i ugradbene kuhinjske elemente, dok kategorija stolova uključuje: kuhinjske/blagovaonske stolove, klupske stolove i uredske stolove.

Podaci su prikupljeni kvantitativnim i kvalitativnim metodama prikupljanja podataka. Razlog tome je integracija tih dviju metoda, gdje god je to moguće, dopuniti prikupljenim podacima novima i napraviti opširnije zaključke na temelju prethodnih analiza (Lobe, 2006). Kvantitativni podaci za kategoriju kuhinjskog namještaja i stolova prikupljeni su od strane jednog ispitivača, dok su kvalitativni podaci prikupljeni neformalnim razgovorima ispitivača o prodaji osoba na prodajnim mjestima namještaja. Svi su podaci analizirani i prikazani u MS Excel-u.

Pod pojmom sekundarni podaci podrazumijevaju se rezultati koji su nastali prethodnim prikupljanjem primarnih podataka, koji su prikupljeni ranije, za neku drugu svrhu, a osobi kojoj su ti podaci potrebni nalazi ih kao gotove i istinite informacije, koje su analizirane i objavljene. Sekundarni podaci se najčešće prikupljaju na raznim internetskim stranicama kao što su Državni zavod za statistiku (DZS), Hrvatska gospodarska komora (HGK), Financijska agencija (FINA), u priručnicima, knjigama, enciklopedijama, stručnim časopisima itd. Sekundarne podatke dijelimo u dvije skupine: podaci prikupljeni u vlastitom poduzeću (interni sekundarni podaci) i podaci prikupljeni izvan poduzeća (eksterni sekundarni podaci).

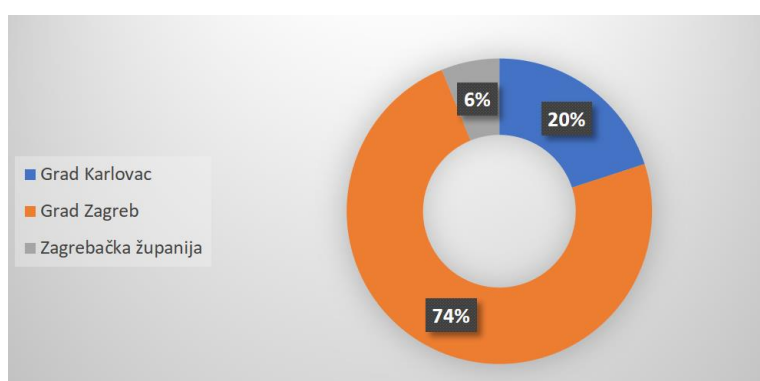
Da bi prikupili sekundarne podatke za kuhinjski namještaj i stolove koristili smo internetske stranice HGK-a i DZS-a. Na temelju ukupnih ostvarenih prihoda od prodaje kuhinjskog namještaja u razdoblju od 2009. do 2013. prikazati ćemo koliko je rasla ili padala ukupna prodaja odnosno potražnja za kuhinjski namještaj kroz to razdoblje. Na temelju ukupnog uvoza i izvoza stolova i kuhinjskog namještaja također u razdoblju od 2009. do 2016. usporedit ćemo koliko je bio izvoz u odnosu na uvoz u godini dana.

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I DISKUSIJA

4.1. Analiza primarnih podataka o tržištu kuhinjskog i blagovaoničkog namještaja

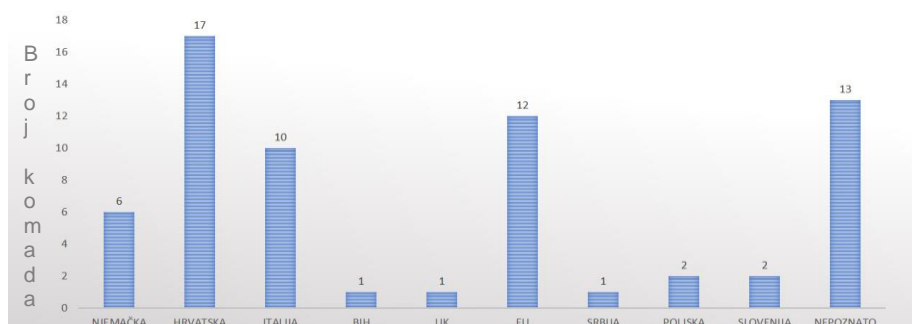
4.1.1. Kuhinjski namještaj

Iz slike 3 vidljivo je da je na području Grada Zagreba prikupljeno najviše podataka (74%) odnosno 48 kuhinja, dok se najmanje istražilo u Zagrebačkoj županiji (6%) i to 4 kuhinje od ukupno istraženih 65 kuhinja.



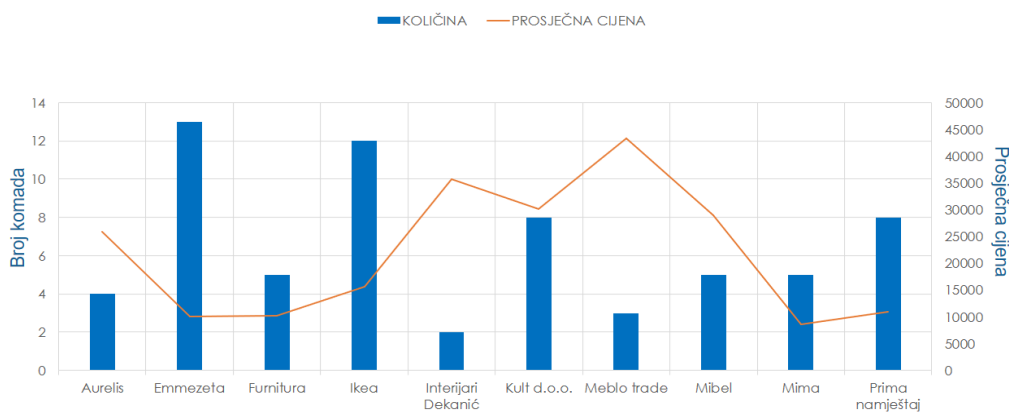
Slika 3. Udio prikupljenih informacija za kuhinje po županijama (Izvor: DZS)

Slika 4 od ukupnog broja prikupljenih podataka (65 različitih komada kuhinjskog namještaja) najviše kuhinja je iz Republike Hrvatske, zatim slijede nepoznate zemlje, zemlje EU te Italija. Uzrok ovako velikog broja kuhinjskog namještaja kojima ne znamo zemlju podrijetla je ponajprije neljubaznost osoblja sa kojim su se ispitivači susretali, te ih tražili određene informacije, ali i loša nepotpuna deklaracija s vrlo malo informacija o samom proizvodu.



Slika 4. Zemlja podrijetla kuhinjskog namještaja (u komadima). (Izvor: DZS)

Iz slike 5 vidljiv je prikaz prosječne cijene kuhinja po prodajnim mjestima. Prosječna prodajna cijena (Pc) kuhinje u Emmezeti od istraženih trinaest iznosi 10.033 kune, u IKEI od istraženih dvanaest iznosi 15.656 kuna.

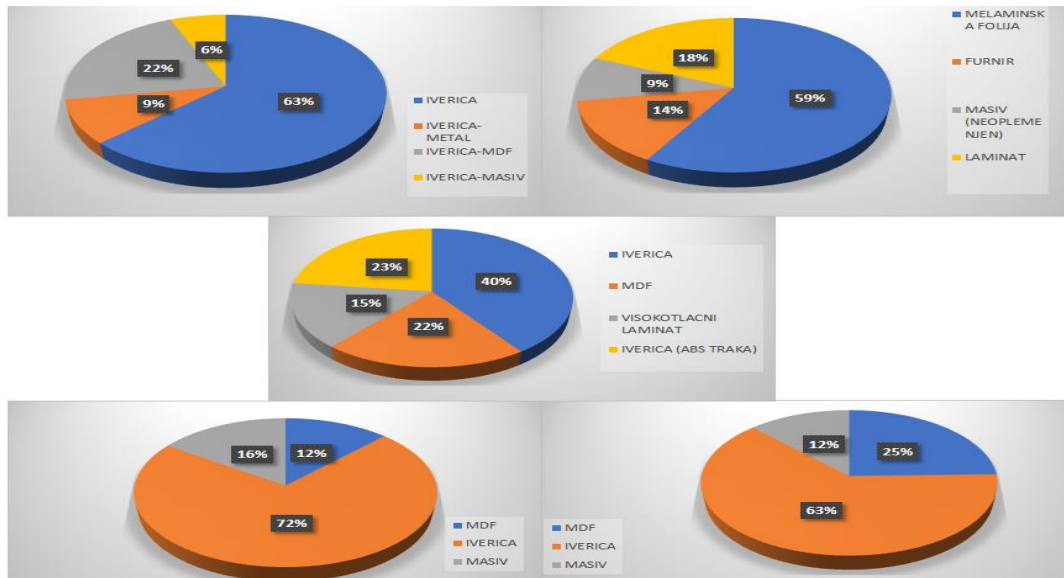


Slika 5. Prosječne cijene po prodajnim mjestima (u kn) u odnosu broja prikupljenih podataka

Tvrtka (prodajni salon) Meblo trade koji je poznat po izradi kuhinja po mjeri i željama kupaca kupcu će ponuditi kuhinju prosječne cijene od oko 44.000 kuna (prosječno utvrđeno na temelju tri izložena uzorka). Interijeri Dekanić iz svog asortimana će potencijalnim kupcima ponuditi kuhinje prosječne cijene 35.666 kuna, dok će tvrtke: Aurelis, Furnitura i Kult d.o.o., potencijalnim kupcima ponuditi kuhinje prosječne prodajne cijene 26.000 kuna, 10.180 kuna, odnosno 32.000 kuna, dok će to kod tvrtke Mibel iznositi 30.000 kuna, MIMA trgovine 7.000 kuna, a u Prima namještaju 10.000 kuna.

Nadalje, radom se željelo utvrditi od kojih se sve materijala istraživani proizvodi izrađuju (slika 6), da li su to umjetni materijali ili možda cjelovito drvo? Materijal koji prevladava u korpusu istraženih kuhinja je iveral/iverica oplemenjena raznim folijama različitih struktura, njih 72%, zatim ga slijedi masiv sa 16%, dok 12% korpusa je izrađeno iz tzv. MDF (Medijapan ploče; Medium Density Fibreboard; srednje gusta vlaknena ploča) ploča. Vrata su također najvećim dijelom iz iverala čak 68%, 25% čini MDF, a samo kod 12% uzoraka vrata kuhinjskih elemenata su izrađena iz masiva. Radne ploče su 40% iveral, najmanje je onih napravljenih od visokotlačnih laminata (HPL laminati; High Pressure Laminate; izrađuje se od papira i polimera i to tako da prolazi kroz postupak impregnacije a zatim se obrađuje pod visokim tlakom i toplinom) njih 15%.

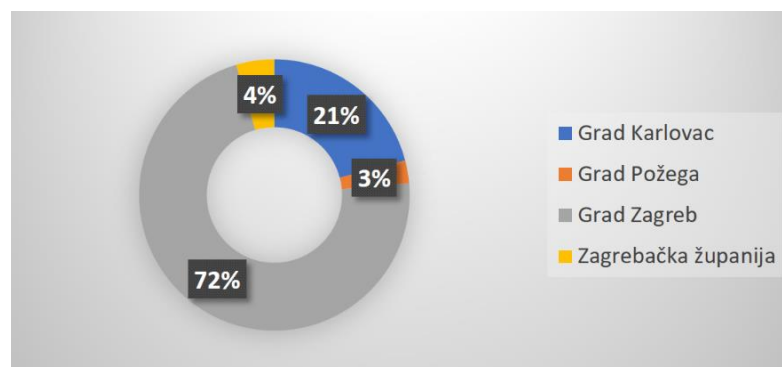
63% kuhinja ima ladice od iverala, zatim 22% je iveral i MDF (Medijapan ploče; Medium Density Fibreboard; srednje gusta vlaknena ploča), a najmanji udio je iveral i masiv, tek 6%. Istražene kuhinje su 59% obložene melaminskom folijom, zatim 18% sintetički furnir, 14% furnirom i 9% ih je ne oplemenjeni masiv.



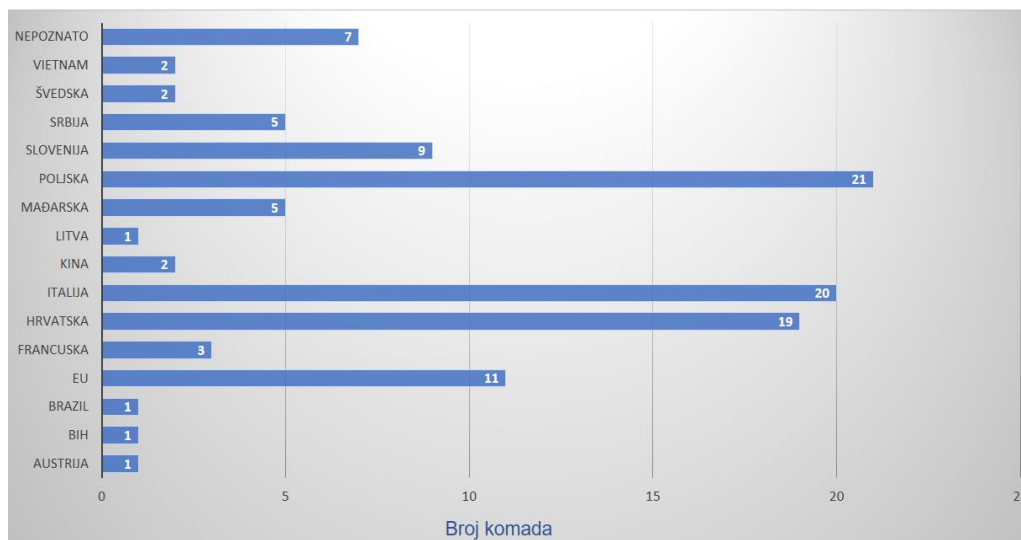
Slika 6. Udio materijala po kuhinjskim elementima (a) ladice, b) završna obrada, c) radna ploča, d) korpusi i e) vrata elementa)

4.1.2. Blagovaonski stolovi

Kako je vidljivo na slici 7, kao i kod kuhinja, najviše blagovaonskih stolova je istraženo na području Grada Zagreba (72%) od ukupnih 147 blagovaonskih stolova, dok su Zagrebačka županija i grad Karlovac vrlo malo istraženi svega 3 do 4%

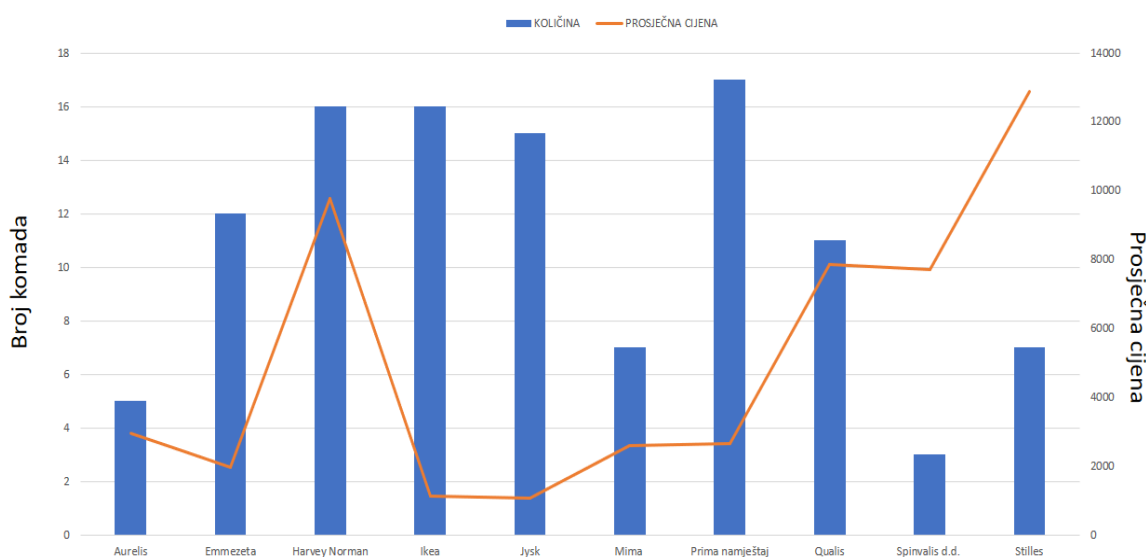


Slika 7. Udio prikupljenih informacija blagovaonskih stolova po županijama i gradovima



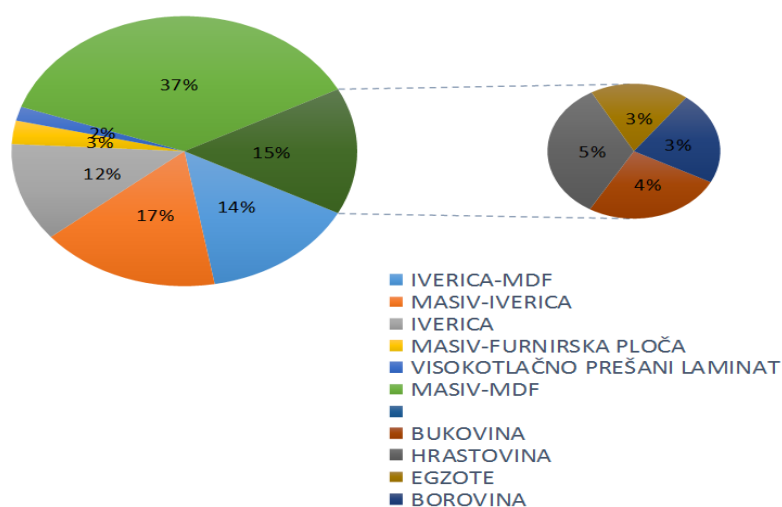
Slika 8. Zemlja podrijetla blagovaonskih stolova iskazano komadno od ukupnog broja prikupljenih podataka

Kod prikupljanja podataka broj istraženih blagovaonskih stolova je 110 slučajnih komada. Od 110 komada stolova njih 21 je iz Poljske, zatim slijede Italija sa 20, te Hrvatska sa 19 komada. Na jedanaest deklaracija nije bilo točno navedene zemlje podrijetla što prema Zakonu o potrošačima nije dopustivo. Navesti EU kao zemlju podrijetla nije opširna informacija i potrošaču ne otkriva dovoljno informacija, s obzirom da je EU preširok pojam. Najmanji broj stolova je iz Austrije, Bosne i Hercegovine i Brazila.



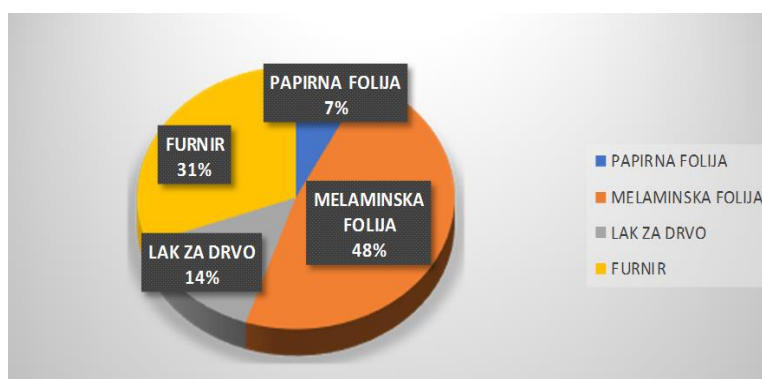
Slika 9. Prosječne cijene po prodajnim mjestima (kn) u odnosu broja prikupljenih podataka

Prosječna cijena blagovaonskih stolova (Slika 9) u prodajnom centru Prima namještaja iznosi 2.700 kuna od ukupne količine od sedamnaest komada. IKEA i Harvey Norman od ukupne prikupljene količine podataka od šesnaest komada imaju prosječne cijene u iznosu 9.800 kuna i 1.400 kuna gdje zapravo uočavamo da Harvey Norman ima blagovaonske stolove izrađene od MDF ploče ili masiva dok su stolovi iz IKEA-e većinom ploče iverice debljine 30 milimetara obložene melaminskom folijom.



Slika 10. Udio materijala blagovaonskim stolovima

Prikupljanjem podataka u drugim prodajnim centrima prosječna cijena blagovaonskih stolova iznosi od 3.000 kuna kod 5 uzoraka u Aurelis-u, 1.950 kuna u Emmezeti kod dvanaest uzoraka, 1.000 kuna u Jysk-u kod petnaest uzoraka, te 12 500 kuna kod Stilles-a kod kojeg je istraženo sedamnaest uzoraka, što znači da Stilles za razliku od Jysk-a koristi kvalitetniji materijal za izradu stolova, a također rade po mjeri i željama potrošača.



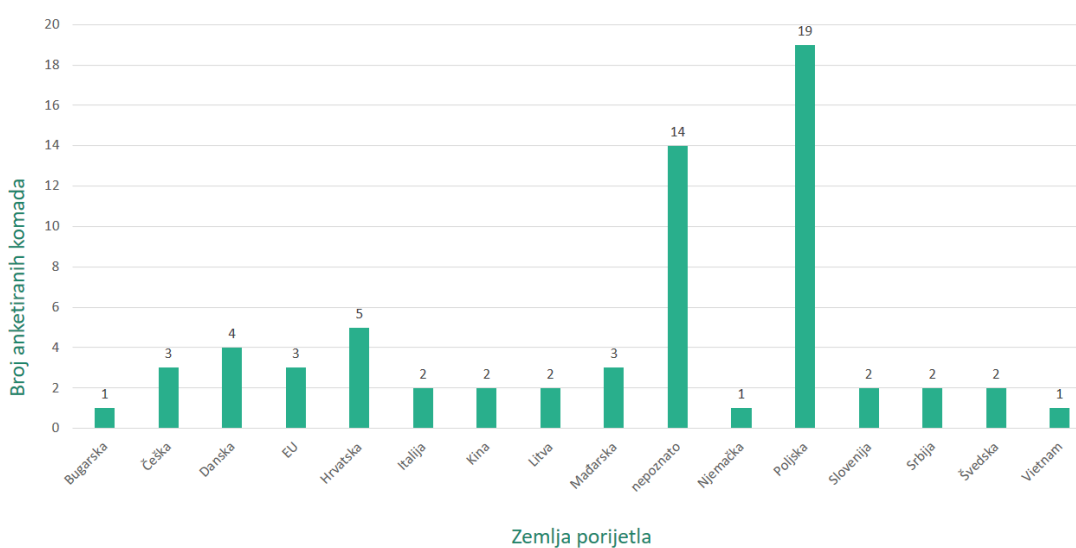
Slika 11. Udio završne obrade

Slika 10 prikazuje udio najzastupljenijih materijala od kojih su stolovi izrađeni, a najveći udio pripada kombinaciji masiva i MDF-a i to 37% zahvaljujući velikom broju uzoraka u prodavaonicama Harvey Normana, Qualisa i Stillesa koji proizvode najkvalitetnije stolove od svih nabrojanih trgovina. Zatim slijedi masiv-iveral sa 17%, sami masiv sa 15% udjela od čega: 5% hrastovine, 4% bukovina, 3% borovina i egzote. 14% ukupnog udjela pripada iverici-mdf, 12% iverica, 3% masiv-furnirska ploča i 2% visokotlačniprešani laminat.

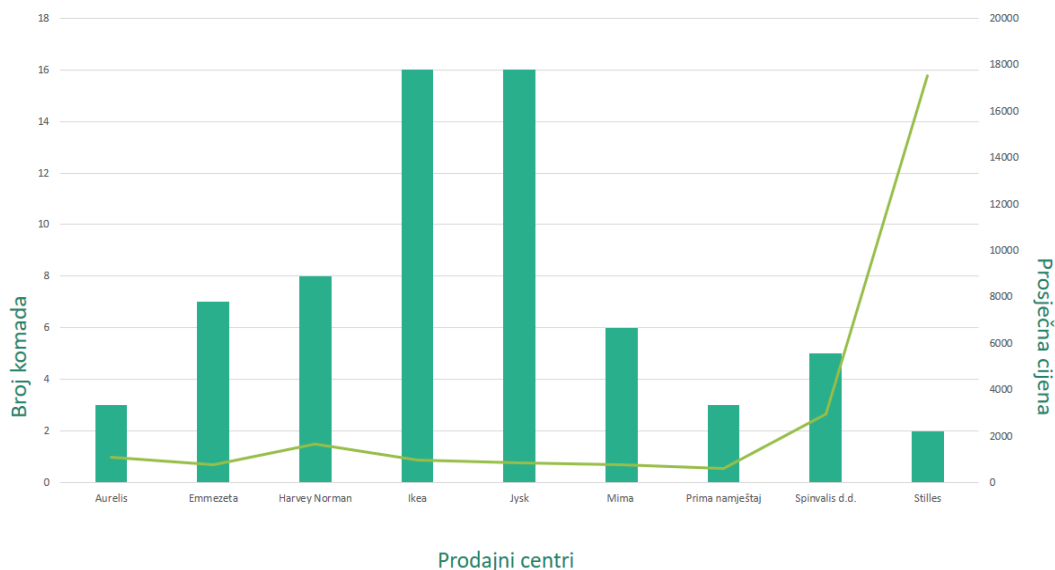
Iz slike 11 vidimo da 48% uzoraka kao završnu obradu te oplemenjivanje ploče koristi melaminsku foliju 48%, zatim furnir 31%, lak za drvo 14%, a najmanje papirnatu foliju svega 7%.

4.1.3. Uredski stolovi

Iz slike 12 vidljivo je da su iz prikupljenih podataka za uredske stolove, čak devetnaest njih podrijetlom iz Poljske, četrnaest je nepoznato, pet je iz Hrvatske, četiri iz Danske a ostatak iz zemalja Europske Unije, Slovenije, Srbije, Švedske, Italije itd.. I u ovome primjeru je vidljivo da većina deklaracija ne sadrži informaciju o zemlji podrijetla, a sami trgovci ne žele sudjelovati u anketnom ispitivanju pri čemu dobivamo ovakve rezultate.



Slika 12. Zemlja podrijetla uredskih stolova iskazano komadno od ukupnog broja prikupljenih podataka



Slika 13. Prosječne cijene po prodajnim mjestima (kn) u odnosu broja prikupljenih podataka

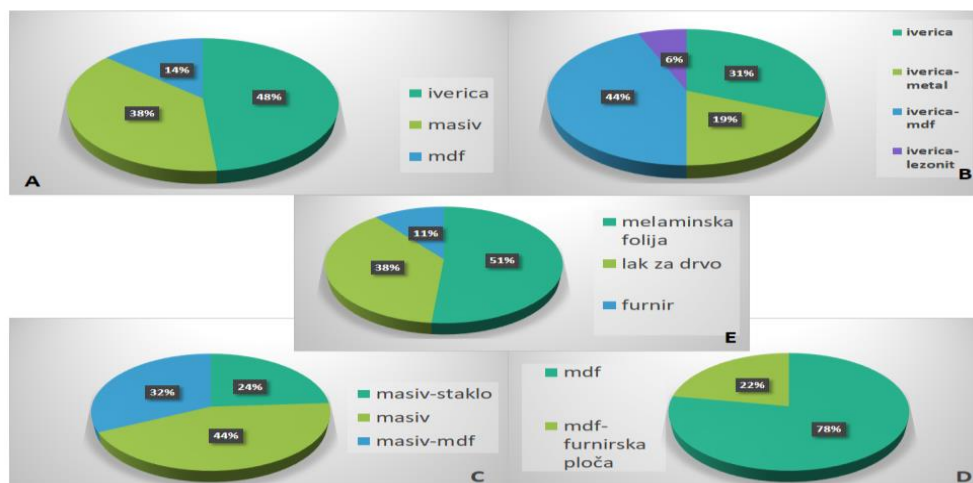
Najviše obrađenih podataka prikupljeno je iz IKEA-e i Jysk-a (Slika 13) gdje prosječna cijena uredskog stola iznosi oko 1.500 kuna, pri šesnaest različitih vrsta stolova. Najveću prosječnu cijenu ima Stilles oko 18.000 kuna za samo dva ispitana stola. Prosječne cijene kod ostalih prodajnih cijena iznose do 2.000 kuna za veličinu uzorka od tri do osam stolova.

Slika 14 prikazuje sve udjele osnovnog i pomoćnog materijala kod uredskih stolova. Najveći udio osnovnog materijala 48% dobiva iveral, 38% masiv i 14% mdf.

Materijali koji su se koristili za izradu su:

- iveral 31% u kombinaciji sa mdf-om 44%, metalom 19% i lezonitom 6%
- masiv 38% u kombinaciji sa stakom 24% i mdf-om 38%
- mdf 78% u kombinaciji sa furnirskom pločom 22%

Za oplemenjivanje površine koristila se najviše melaminska folija 51%, zatim 38% lak za drvo i 11% furnira.

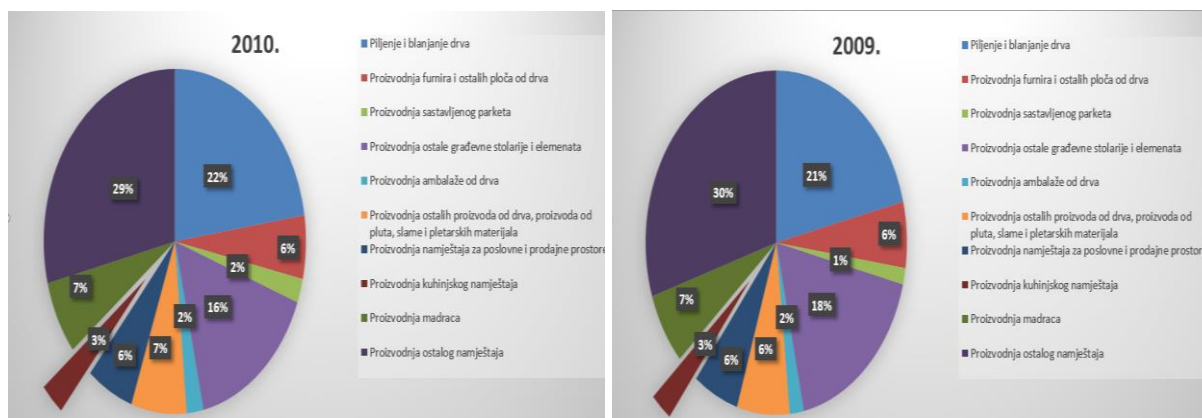


Slika 14. Udio osnovnog materijala i završne obrade (a) udio osnovnog materijala, b) iveral/pretežito iveral, c) masiv/pretežito masiv, d) mdf e) završna obrada)

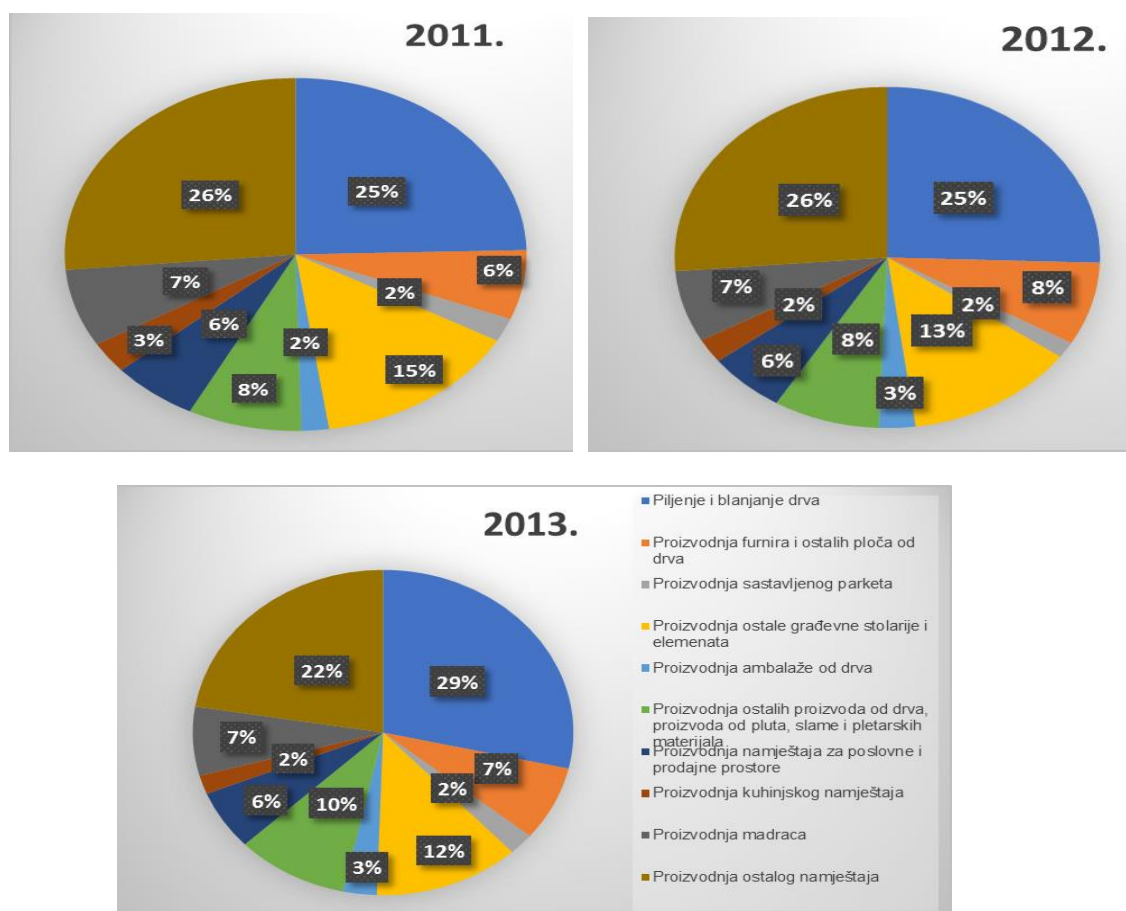
4.2. Analiza sekundarni podatka o tržištu kuhinjskog i blagovaoničkog namještaja

4.2.1. Kuhinjski namještaj

Iz slike 15 vidljivo je da je 2009. i 2010. od ukupne proizvodnje drvene industrije (a koja uključuje preradu drva i namještaj), na proizvodnju kuhinjskog namještaja izdvojeno samo 3%. Prihodi su 2009. iznosili 192.390.804 kuna, a u 2010. porasli na 208.787.192 kuna. S obzirom na 2011., 2012. i 2013. proizvodnja kuhinjskog namještaja smanjila se je na 2% od ukupne proizvodnje drvene industrije. Prihodi su 2011. iznosili 217.383.285 kuna, 2012. iznosili su 181.926.647 kuna, a 2013. su iznosili 159.232.617 kuna.



Slika 15. Udio proizvodnje kuhinjskog namještaja 2010. i 2009. godine od ukupne proizvodnje drvene industrije – C 16 i C31 (Izvor: DZS)



Slika 16. Udio proizvodnje kuhinjskog namještaja 2011., 2012. i 2013. godine od ukupne proizvodnje drvne industrije (Izvor: DZS)

Prema podacima u tablici 1, ukupni ostvareni prihodi od proizvodnje kuhinjskog namještaja najmanje su iznosili 2013. i to 159.232.617 kuna dok su najviše iznosili 2011. godine 217.383.285 kuna.

Proizvodnja kuhinjskog namještaja (po godinama)	u kunama
2009.	192.390.804
2010.	208.787.192
2011.	217.383.285
2012.	181.926.647
2013.	159.232.617
UKUPNO	959.720.545

Tablica 1. Prihodi u Republici Hrvatskoj od prodaje kuhinjskog namještaja u periodu od 2009. do 2013. godine

U nastavku prikupljanja sekundarnih podataka koristili smo se carinskom nomenklaturom te izvozom i uvozom kuhinjskog namještaja Carinske tarife (CT 8/10) sa zemljama EU.

ZEMLJE EU	2010	2011	2012
94034010			
Izvoz	543.731	0	0
Uvoz	109.962.107	64.045	0
9403401010			
Izvoz	0	385.020	0
Uvoz	0	3.448.746	4.144.277
9403401090			
Izvoz	0	538.515	1.367.763
Uvoz	0	112.809.698	115.617.385
OSTALE EUROPSKE ZEMLJE			
94034010			
Izvoz	0	0	0
Uvoz	0	0	0
9403401010			
Izvoz	0	0	0
Uvoz	0	0	0
9403401090			
Izvoz	0	146.422	25.038
Uvoz	0	3.739	47.073
OSTALE AMERIČKE ZEMLJE			
94034010			
Izvoz	0	0	0
Uvoz	212.673	0	0
9403401010			
Izvoz	0	0	0
Uvoz	0	0	0
9403401090			
Izvoz	0	0	0
Uvoz	0	47.945	21.887

Tablica 2. Vrijednost izvoza i uvoza kuhinjskog namještaja u 2010. godini, 2011. godini i 2012. godini za zemlje EU, ostale Euroske zemlje i ostale Američke zemlje (Izvor: DZS)

Pod šifrom 9403 40 10 nalaze se ugradbeni kuhinjski elementi od drva. Izvoz je 2010. godine iznosio samo 543.731 kunu, dok je uvoz iznosio 109.962.107 kuna. Pod šifrom 9403 40 10 10 nalazi se kuhinjsko pokućstvo od masivnog drva, a pod šifrom 9403 40 10 90 nalazi se kuhinjsko pokućstvo od ostalih materijala.

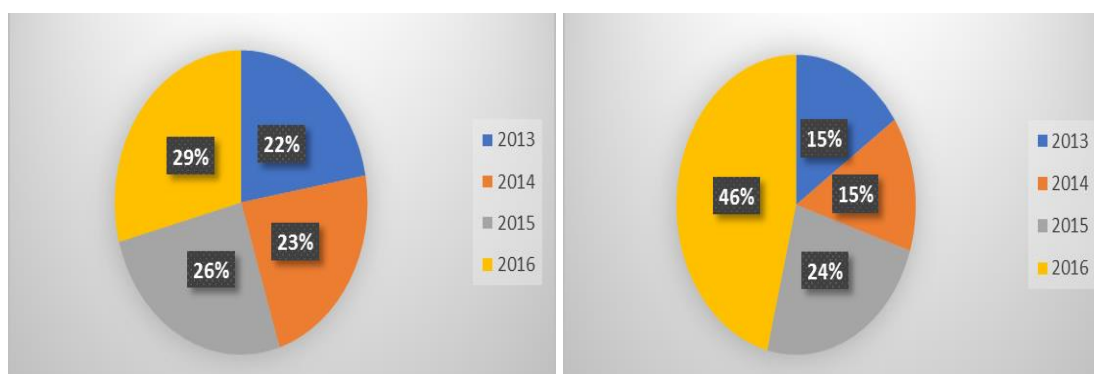
Iz tablice 2 vidljivo je da nije bilo izvoza ugradbenog kuhinjskog pokućstva u 2011. i 2012. godini, dok je uvoz u 2011. godine iznosio 64.045 kuna. Izvoz i uvoz ugradbenih kuhinjskih elemenata od masiva u ostale europske zemlje kroz sve tri promatrane godine je iznosio nula kuna.

Međutim izvoz ostalih kuhinjskih elemenata 2011. je iznosio 146.122 kuna, a 2012. godine 25.038 kuna. Također je promatran odnos uvoza i izvoza u ostale američke zemlje (J. Amerika) i vidljivo je da nema izvoza. Posebno se istaknuo uvoz kuhinjskih elemenata 2010. u iznosi 21.673 kuna, uvoz 2011. u vrijednosti 47.945 kuna, te uvoz 2012. godine u iznosu od 21.887 kuna.

ZEMLJE EU	2013	2014	2015	2016
94034010				
Izvoz	3.231.691	3.056.161	5.013.102	9.669.650
Uvoz	107.538.493	111.175.340	124.995.898	141.582.185

Tablica 3. Izvoz i uvoz ugradbenih kuhinjskih elemenata u razdoblju od 2013. do 2016. godine
(Izvor: DZS)

U razdoblju od 2013. godine do 2016. godine izvoz je bio dosta manji nego uvoz. Od 2013. do 2014. smanjio se za 175.530 kuna, dok se 2015. znatno povećao do 5.031.102 kuna. Znatno je pao 2016. godine gdje je potražnja za Hrvatskim kuhinjama pala te je iznosio svega 9.669.650 kuna. Uvoz u Hrvatsku s godinama znatno raste što se vidi iz tablice 3, gdje se uočava da je uvoz 2013. iznosio 107.538.493 kune, a već 2016. godine 141.582.185 kuna.



Slika 17. Uvoz i izvoz kuhinjskog namještaja u periodu od 2013. do 2016. godine

Iz slike 17 je vidljivo da uvoz iz godine u godinu raste isto kao i izvoz koji je doživio veliki rast 2016. godine kada je iznosio 9.669.650 kuna. Ukupni izvoz kuhinjskog namještaja u razdoblju od 2013. do 2016. iznosio je 20.970.604 kune, a ukupni uvoz je bio 485.291.916 kuna.

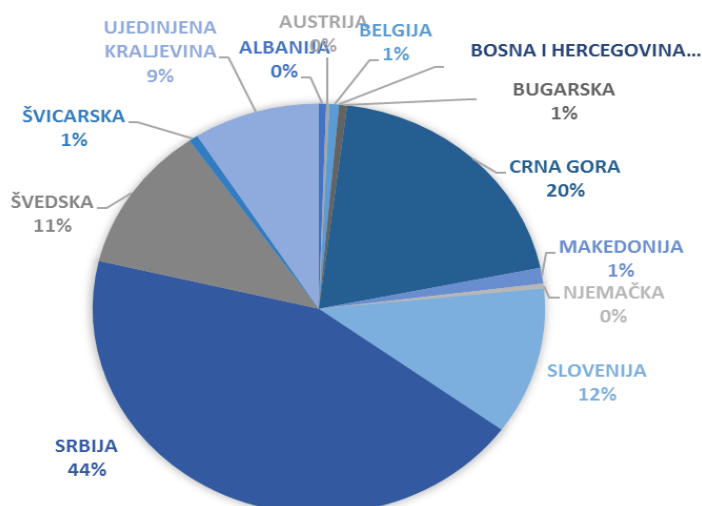
OSTALE EUROPSKE ZEMLJE	1.-3. 2017.
94034010	
Izvoz	0
Uvoz	59.561

Tablica 4. Izvoz i uvoz ugradbenih kuhinjskih elemenata u razdoblju od siječnja do ožujka 2017. godine (Izvor: DZS)

Do ožujka 2017. godine izvoz kuhinjskog namještaja iznosi nula kuna, dok uvoz iznosi 59.561 kunu. Pretpostavlja se da će izvoz na kraju godine biti manji od uvoza, ali će dostići neku vrijednost.

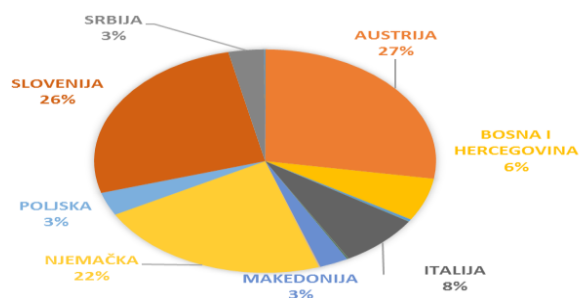
Hrvatske kuhinje i kuhinjski namještaj u svijetu

- izvoz u 2010. godini u inozemstvo ukupno je iznosio 2.859.185 kuna



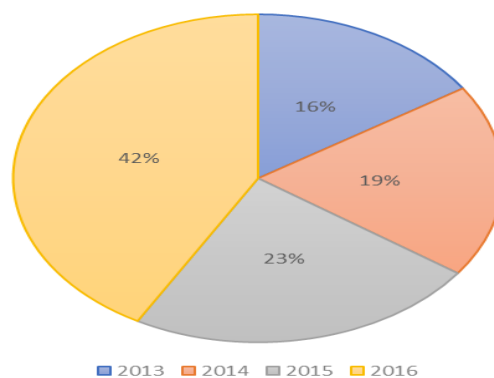
Slika 18. Izvoz kuhinjskog namještaja u svijetu (Izvor: DZS)

Najveći izvoz u 2010. godini ostvaren je u Srbiji i to 44% od ukupnog izvoza u vrijednosti od 697.613 kuna; zatim 20% u Crnoj Gori u vrijednosti 315.794 kuna. Od svih promatranih zemalja najmanji izvoz bio je u Austriji 3.673 kuna, Njemačkoj 6.154 kuna i Albaniji 8.305 kuna.



Slika 19. Uvoz kuhinjskog namještaja u svijetu 2010. godine (Izvor: DZS)

Ukupni uvoz kuhinjskog namještaja u 2010. godini iznosio je 118.714.817 kuna gdje je najveći uvoz od 27% ostvaren iz Austrije u vrijednosti od 19.093.034 kuna, zatim 26% iz Slovenije u vrijednosti od 18.149.437 kuna, 22% iz Njemačke i to 15.386.388 kuna, a najmanji uvoz ostvaren je iz Belgije.



Slika 20. Izvoz kuhinjskog namještaja od 2013. do 2016. godine

Najveći izvoz ostvaren je 2016. godine i to 11.980.887 kuna, 2015. je iznosio 6.692.406 kuna, a 2014. je iznosio 5.463.524 kuna, dok je 2013. ostvareno 4.515.433 kuna izvoza kuhinjskog namještaja.

Na temelju podataka iz carinske nomenklature vidljivo je da je izvoz u periodu od 2009. do 2016. postepeno rastao. Najveći izvoz još uvijek se najviše ostvaruje u zemlje jugo-istočne Europe, susjednim zemljama, i bližim članicama Europske Unije.

4.2.2. Uredski stolovi

U nastavku završnog rada prikazat ćemo koliki su bili uvozi i izvozi stolova u razdoblju od 2010. godine do ožujka 2017. godine.

ZEMLJE EU	2010	2011	2012
94033011			
Izvoz	1.157.775	0	0
Uvoz	7.284.727	0	0
9403301110			
Izvoz	0	113.634	208.916
Uvoz	0	541.578	431.534
9403301190			
Izvoz	0	631.121	1.537.471
Uvoz	0	9.999.904	7.153.781
OSTALE EUROPSKE ZEMLJE			
94033011			
Izvoz	0	0	0
Uvoz	9.152	0	0
9403301110			
Izvoz	0	0	0
Uvoz	0	0	953
9403301190			
Izvoz	0	0	0
Uvoz	0	491.804	158.348

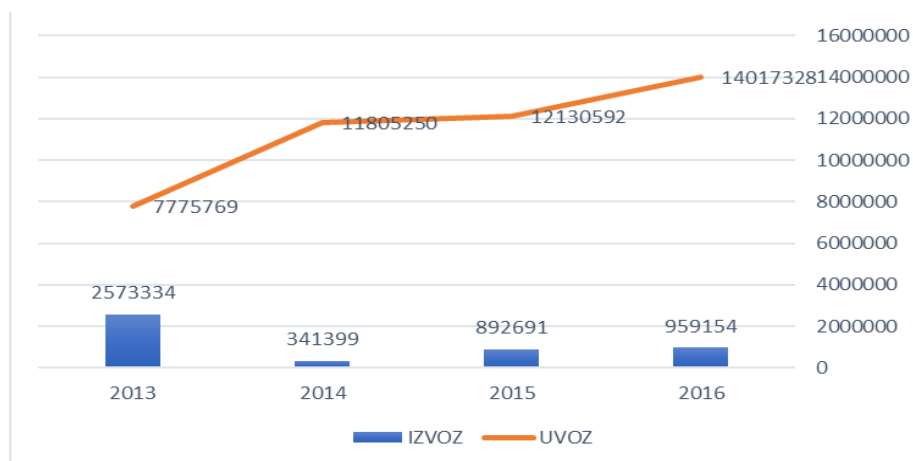
Tablica 5. Izvoz i uvoz stolova u razdoblju od 2010. do 2017. godine (Izvor: DZS)

Pod šifrom 9403 30 11 označeno je uredsko pokućstvo od drva-stolovi, pod šifrom 9403 30 11 10 nalaze se stolovi od masivnog drva, a pod šifrom 9403 30 11 90 ostali nalaze se stolovi od masivnog drva, a pod šifrom 9403 30 11 90 ostali stolovi od drva. Uspoređen je izvoz i uvoz u razdoblju tri godine u zemljama EU i ostalim europskim zemljama.

Izvoz uredskih stolova je 2010. godine iznosio 1.157.775 kuna, dok je izvoz iznosio 7.284.727 kuna, što je 6.126.952 kune manje. Također u 2010. godini nije zabilježen ni jedan uvoz-izvoz uredskih stolova od masiva kao ni ostalih stolova. U 2011. i 2012. godini izvozi su iznosili 113.634 kune i 208.916 kuna, uvozi su bili viši, iznosili su 541.578 u 2011. godini i 431 534 kune. Uvozi su bili najveći 2011. godini u kategoriji ostalih stolova.

ZEMLJE EU	2013	2014	2015	2016
94033011				
Izvoz	2.573.334	341.399	892.691	959.154
Uvoz	7.775.769	11.805.250	12.130.592	14.017.328
OSTALE EUROPSKE ZEMLJE				
94033011				
Izvoz	20.560	19.172	0	37.920
Uvoz	61.535	4.028	111.579	29.908

Tablica 6. Izvoz i uvoz uredskih stolova u razdoblju od 2013. do 2016. godine (Izvor: DZS)



Slika 21. Izvoz i uvoz uredskih stolova u razdoblju od 2013. do 2016. godine

Kao što je vidljivo iz slike 21, uvoz uredskih stolova je porastao s obzirom na razdoblje od 2009. do 2014. godine. Rast izvoza u EU zemljama zabilježen je 2014. isti ponovno pada te postepeno raste iz godine u godinu i najviši je 2016. kada iznosi 959.154 kuna. Kod uvoza dolazi do postepenog rasta te je najveći uvoz zabilježen 2016. godine u vrijednosti 14.017.328 kuna. U ostalim europskim zemljama jedino je u 2015. zabilježen izvoz od nula kuna (što ne znači da izvoz nije ostvaren, već nije evidentiran u DZS bazi podataka), dok je u 2014., 2015. i 2016. rast postepen. U slučaju uvoza znatni pad zabilježen je 2014. u iznosu od 4.028 kuna, dok se već u 2015. godini penje na 111.579 kuna.

ZEMLJE EU	1.-3. 2017.
94033011	
Izvoz	149.234
Uvoz	3.400.974
OSTALE EUROPSKE ZEMLJE	
94033011	
Izvoz	0
Uvoz	3.292

Tablica 7. Izvoz i uvoz uredskih stolova u razdoblju siječanj-ožujak 2017. godine (Izvor:DZS)

Tablica 7 prikazuje podatke Državnog zavoda za statistiku vezane uz uvoz i izvoz uredskih stolova u razdoblju siječanj, veljača, ožujak 2017. godine. Bitno je napomenuti da su ti podaci privremeni jer će se točan iznos znati tek na kraju tekuće godine. Do ožujka 2017. godine je Hrvatska izvezla uredske stolove u vrijednosti 149. 234 kune za zemlje Europske Unije, a uvezla 3.400.974 kune.

5. ZAKLJUČAK

Na kraju ovoga istraživanja analizirana su tri različita tipa proizvoda: kuhinjski namještaj, uredski stolovi te blagovaonski stolovi. Nasumičnim odabirom od 244 komada namještaja i petnaest različitih prodajnih centara namještaja istraživanjem sekundarnih izbora podataka, putem internetskih stranica Državnog zavoda za statistiku uspješno je dobivena slika Hrvatske robne razmjene sa inozemstvom, kvaliteta namještaja koja se uvozi u Hrvatsku, te prosječne cijene proizvoda. Prilikom anketnog ispitivanja ispitivači su se susretali sa problemima loše deklaracije, neljubaznosti prodajnog osoblja koji su potraživali novac u zamjenu za informaciju o proizvodu, prilikom istraživanja u istim prodajnim centrima koji se nalaze u različitim gradovima uočena je razlika u cijeni koja iznosi cca. 1500-2000 kuna za isti proizvod, neugodnosti zbog sumnje drugih prodavača koji su mislili da prilikom ispitivanja radimo za druge firme. Loša deklaracija u određenim prodajnim centrima otežala je samo istraživanje jer nije postojala mogućnost da se prikupi više potrebnih informacija. Maksimalna cijena analiziranih proizvoda iznosi 45.000 kuna za kuhinju i kuhinjske elemente, 10.000 kuna za blagovaonski stol te 13.000 kuna za uredski stol. Prosječna cijena svih tih proizvoda je dosta velika s obzirom na prosječnu plaću u Hrvatskoj koja iznosi oko 3.500 kuna. Privatni vlasnici tvornica koje su lideri hrvatske proizvodnje namještaja u radikalno novim uvjetima tržišne ekonomije ušli su u proces reorganizacije i modernizacije poslovnih, tehnoloških procesa i strategija. Rezultat tih aktivnosti je dinamičan rast izvoza naše drvoprerađivačke industrije na više nego zahtjevna tržišta zemalja EU. Izvoz 2015. godine prelazi vrijednost milijarde eura. Uvoz sirovina nije veći od 5% prihoda, a ostatak je iz naših šuma. Vrijednost vanjskotrgovinske razmjene drvne industrije je u plusu za 540 milijuna eura. S obzirom na te podatke može se primijetiti da je namještaj iz drva na hrvatskom tržištu prilično skup, ali raspon cijena za različite kategorije namještaja je prilično širok: od vrlo jeftinih komada namještaja do luksuzne visoke cijene i dizajn proizvoda (Pirc Barčić 2017.). U posljednjih nekoliko godina istraživanjem je utvrđeno da se drveni namještaj izvozi uglavnom iz Varaždinske, Istarske, Virovitičko-podravske i Primorsko-goranske županije i iz Grada Zagreba.

6. LITERATURA

1. Aaker, A.D., Kumar, V., Day, S.G., 2007: Marketing Research, John Wiley & Sons
2. Kotler, P., Wong V., Saunders J., Armstrong G., 2003: Osnove marketinga, četvrtoeuropsko izdanje, Mate, Zagreb
3. Kotler, P., 2001.: Upravljanje marketingom: analiza, planiranje, primjena i kontrola, Mate, Zagreb
4. Lobe, B. (2006): Združivanje kvalitativnih in kvantitativnih metod – stara praksa v novi preobleki Družboslovne razprave, 20 (53):55-73.
5. Mađarić, Đ., Rocco, F.: Marketing, Školska knjiga, Zagreb, 2003.
6. Marušić, M., Vranešević, T.: Istraživanje tržišta, Adeco, Zagreb, 2001.
7. Marušić, M.: Istraživanje tržišta, Informator, Zagreb, 1989.
8. Pirc Barčić, A., Motik, D., Tretinjak, D.J., Damjanović, I., Kremenjaš, K. (2017): Wood furniture assortment market analysis: prognozes & perspectives in Croatia. In proceedings of scientific international conference WoodEMA: More wood, better management, increasing effectiveness: Starting points and perspectives (ed. R. Dudik). May 24th – 26th, 2017, Prague, Czech Republic. 179-185.
9. Rocco F., 1979: Osnove tržišnog poslovanja, drugo-dopunjeno izdanje, Informator, Zagreb
- 10.****: Državni zavod za statistiku dostupno na URL: <http://www.dzs.hr>
(pregledano 29.06. – 03.07.2017.)
- 11.****: Hrvatska gospodarska komora dostupno na URL: <http://www.hgk.hr>
(pregledano 29.06. – 03.07.2017.)