

# Turizam u gospodarskom sustavu

---

**Blažević, Branko**

**Authored book / Autorska knjiga**

*Publication status / Verzija rada:* **Published version / Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)**

*Publication year / Godina izdavanja:* **2007**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:963204>

*Rights / Prava:* [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International](#)/[Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-10-06**



SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FAKULTET ZA MENADŽMENT  
U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU  
OPATIJA, HRVATSKA

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)

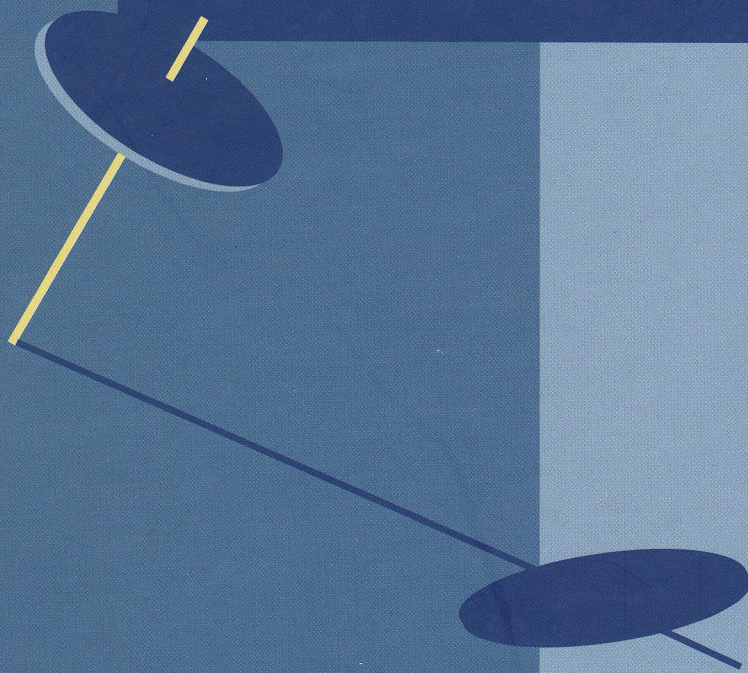




# TURIZAM

## U GOSPODARSKOM SUSTAVU

Branko Blažević





Branko Blažević

**TURIZAM U GOSPODARSKOM SUSTAVU**



**UDŽBENICI SVEUČILIŠTA U RIJECI**

MANUALIA UNIVERSITATIS STUDIORUM FLUMINENSIS

Nakladnik

Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, Hrvatska

Za nakladnika

Prof.dr.sc. Zoran Ivanović

Recenzenti

Akademik Vladimir Stipetić  
Prof. emeritus dr.sc. Josip Deželjin  
Prof. emeritus dr.sc. Franjo Radišić

ISBN 978-953-6198-96-2



**BRANKO BLAŽEVIĆ**

# **TURIZAM U GOSPODARSKOM SUSTAVU**

**SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FAKULTET ZA TURISTIČKI I HOTELSKI MENADŽMENT OPATIJA**

**OPATIJA, 2007.**

Objavlivanje ovog udžbenika odobrilo je Povjerenstvo za izdavačku djelatnost Sveučilišta u Rijeci.

Copyright © 2007., Branko Blažević

Sva prava pridržana. Nije dopušteno niti jedan dio ove knjige reproducirati ili distribuirati u bilo kojem obliku ili pohraniti u bazu podataka bez prethodnog pismenog odobrenja autora.

Lektor:

Mira Blažević, prof.

Likovno rješenje omota:

Ivica Balažević, akademski slikar

Kompjuterska obrada i prijelom:

Ognjen Blažević, dipl.oec.

Daniel Dragičević, dipl. oec.

Grafička priprema i tisak:

*GIPA*, Zagreb

Naklada:

1000 primjeraka

U sufinanciranju ovog udžbenika sudjelovali su institucije naznačene u knjizi.

CIP - Katalogizacija u publikaciji  
SVEUČILIŠNA KNJIŽNICA  
RIJEKA

UDK 338.48

BLAŽEVIĆ, Branko, ekonomist  
Turizam u gospodarskom sustavu/Branko  
Blažević.- Opatija: Fakultet za  
Turistički i hotelski menadžment, 2007.-  
(Udžbenici Sveučilišta u Rijeci = Manualia  
Universitatis studiorum Fluminensis)

Bibliografija.- Summary.

ISBN 978-953-6198-96-2

I. Turizam -- Gospodarsko gledište

II. Turizam -- Teorija sustava

110816066



## Mojoj Miri



## O autoru



Branko Blažević rođen je 1952. godine u Novom Vinodolskom. Diplomirao je i magistrirao na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Rijeci 1975. odnosno 1989. godine. Doktorirao je 1994. godine na Sveučilištu u Rijeci, na području ekonomskih znanosti. Nakon završetka fakulteta obavljao je različite stručne i rukovodeće funkcije u gospodarstvu, posebno u ugostiteljsko turističkoj djelatnosti (financijski direktor i glavni direktor poduzeća). Četiri godine obnašao je funkciju predsjednika općine. Bavio se financijskom i razvojnom problematikom.

U znanstveno-nastavno zvanje redovitog profesora izabran je 2005. godine na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. Predavač je dva kolegija na Fakultetu za turistički i hotelski menadžment u Opatiji i to: Makroekonomija i Gospodarstvo Hrvatske, kao i dva kolegija na Poslijediplomskim studijima istog Fakulteta i to: Planiranje, financiranje i izgradnja hotelskih objekata i kolegij Sustav turističke potražnje i potrošnje. Mentor je većem broju diplomanata, magistranata i doktoranata.

Sudjelovao je i samostalno vodio više stručnih i znanstvenih projekata iz područja strateškog regionalnog ekonomskog razvoja kao i razvoja poduzeća.

Sudjelovao je na brojnim tuzemnim i međunarodnim konferencijama, seminarima i treninzima uglavnom iz područja gospodarskog razvoja, turizma, urbane problematike i zaštite okoliša. Objavio je preko 100 radova od čega 60 znanstvenih radova, izdao 2 knjige (monografije) te 4 poglavlja u knjigama i preko 37 stručnih radova te samostalno vodio više projekata.

Živi u Novom Vinodolskom sa svojom suprugom Mirom i dva sina, Dankom i Ognjenom.



## IZVADCI IZ RECENZIJ

Radi se o izvanredno široko koncipiranom tekstu, po mom znanju dosad najvećem o ekonomici turizma u nas.

Način obrade je na visokoj stručnoj razini, temeljito dokumentiran, pa nema dvojbe da rad zadovoljava kriterije potrebne za sveučilišni udžbenik. Zbog toga ga mogu preporučiti za tisak, ...te preporučam da se tekst objavi kao udžbenik.

Akademik Vladimir Stipetić

Prof.dr.sc. Branko Blažević izradio je djelo koje, svojim sadržajem i kompleksnošću, znanstvenoj utemeljenosti i argumentiranosti te sveukupnom kvalitetom, aktualnošću i praktičnom primjenjivošću, spada u red najkvalitetnijih djela iz područja kojem pripada.

S obzirom na bitne značajke ovog djela, ono, po vrsti, spada u vrhunski sveučilišni udžbenik s naglašenim elementima znanstvenog djela, ponajviše zato što je autor, u izradi istog, uspješno koristio znanstveni instrumenterij te izvodi zaključke i sudove po načelima i kriterijima znanosti.

Ovim svojim djelom autor pruža doprinos razvitku ekonomske znanosti i stvara pretpostavke za unapređenje turističko-gospodarske djelatnosti, kao i edukaciji kadrova, posebice menadžera, poglavito strateških, uključivo i strategiju turističke destinacije. Djelo svojom znanstvenom i edukativnom vrijednošću zadovoljava odgovarajuće društvene potrebe. Stoga predlažem da se ovo djelo što prije objavi i učini pristupnim znanstvenoj i stručnoj javnosti, kao i ostalima koji imaju interes za ovu materiju.

Prof.dr.sc. Josip Deželjin  
professor emeritus

Prof.dr.sc. Branku Blaževiću, autoru brojnih znanstvenih i stručnih radova iz područja «Ekonomike gospodarstva», objavljenih u zemlji i inozemstvu, uspjelo je da svoja bogata saznanja i menadžerska iskustva ugradi u ovaj jedinstveni udžbenik. U njemu je turizam sagledan u svom kompleksnom gospodarskom i društvenom značenju. Pretpostavke za održivi razvoj turizma i njegovi veliki ekonomski utjecaji na gospodarstvo u udžbeniku su posebno fokusirani. Tekst ovog iznimno vrijednog i potrebnog udžbenika pisan je stručnim, ali razumljivim jezikom. Sadržaj teksta udžbenika je terminološki usklađen u jezičnom i konceptualnom pogledu. Ovaj udžbenik biti će obvezatna literatura na dodiplomskom, poslijediplomskom i specijalističkom studiju Fakulteta za turistički i hotelski menadžment u Opatiji. Udžbenik ovakvog naslova i sadržajno potreban je studentima, a jednako tako i menadžerima u gospodarstvu, posebice turizmu. Svojim udžbenikom, prof.dr.sc. Branko Blažević, značajno proširuje znanstvena saznanja i literaturu iz «Ekonomike gospodarstva».

Prof.dr.sc. Franjo Radišić  
professor emeritus

# SKRAĆENI SADRŽAJ:

## PREDGOVOR ..... XVIII

### PRVI DIO

## 1. TEORIJA SUSTAVA, EKONOMSKI PROCESI I TURIZAM... 2

- 1.1. OSNOVE TEORIJE SUSTAVA ..... 2
- 1.2. EKONOMSKI PROCES I NJEGOV KRUŽNI TIJEK ..... 16
- 1.3. TURIZAM KAO SLOŽENI GOSPODARSKI I DRUŠTVENI SUSTAV U EKONOMSKOM PROCESU .... 40

### DRUGI DIO

## 2. PRISTUP ISTRAŽIVANJU, KONCIPIRANJU I PROJEKTIRANJU TURISTIČKOG I GOSPODARSKOG RAZVOJA ..... 95

- 2.1. SUSTAVNI PRISTUP U ISTRAŽIVANJU I KONCIPIRANJU GOSPODARSKOG RAZVOJA ..... 95
- 2.2. PROJEKTIRANJE SUSTAVA CILJEVA TURISTIČKOG I GOSPODARSKOG RAZVOJA ..... 112
- 2.3. RASPOLOŽIVI KLJUČNI RESURSI KAO PODSUSTAVI I NJIHOVA PROJEKCIJA ..... 113
- 2.4. ORGANIZACIJA UPRAVLJANJA GOSPODARSKIM I TURISTIČKIM RAZVOJEM ..... 125

### TREĆI DIO

## 3. TURIZAM U STRATEGIJI GOSPODARSKOG I DRUŠTVENOG RAZVOJA ..... 148

- 3.1. KRITERIJI ZA STRATEGIJU GOSPODARSKOG RAZVOJA ..... 148
- 3.2. TURIZAM KAO NACIONALNI STRATEŠKI PROIZVOD ..... 168
- 3.3. STRATEGIJA RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE ..... 168

### ČETVRTI DIO

## 4. RAZVOJNI FAKTORI TURIZMA ..... 176

- 4.1. INVESTICIJE U TURIZMU ..... 177
- 4.2. LJUDSKI KAPITAL U TURIZMU ..... 207
- 4.3. DRUŠTVENO BOGATSTVO ..... 217
- 4.4. REZIDUALNI FAKTORI GOSPODARSKOG RAZVOJA ..... 233
- 4.5. TURISTIČKA POLITIKA ..... 234
- 4.6. TRŽIŠNI UVJETI ..... 240

### PETI DIO

## 5. TURISTIČKA POTRAŽNJA I TURISTIČKA POTROŠNJA KAO DIO AGREGATNE POTRAŽNJE I POTROŠNJE (ANALIZA DOSADAŠNJE DINAMIKE RAZVOJA U HRVATSKOJ I PERSPEKTIVE) ..... 259

- 5.1. EFEKTI UTJECAJA TURISTIČKE POTROŠNJE NA AGREGTNU POTROŠNJU I OPĆU EKONOMSKU RAVNOTEŽU ..... 261
- 5.2. TSA - WTTC MODEL ZA UTVRĐIVANJE DOPRINOSA TURIZMA UKUPNOJ EKONOMIJI ..... 288



## ŠESTI DIO

<b>6. MOGUĆNOSTI TURIZMA U RJEŠAVANJU PROBLEMA NEZAPOSLENOSTI.....</b>	<b>304</b>
6.1. TRŽIŠTE RADA U EUROPSKOJ UNIJI I TURIZAM .....	312
6.2. TURIZAM – MOGUĆNOSTI U RJEŠAVANJU PROBLEMA NEZAPOSLENIH.....	315

## SEDMI DIO

<b>7. PLATNA BILANCA RH I TURIZAM .....</b>	<b>323</b>
7.1. METODOLOGIJA PLATNE BILANCE-OPĆA NAČELA .....	323
7.2. PRAĆENJE TURIZMA U PLATNOJ BILANCI.....	326
7.3. METODOLOGIJE KORIŠTENE PRI STATISTIČKOM PRAĆENJU POZICIJE PUTOVANJA TURIZMA U PLATNOJ BILANCI REPUBLIKE HRVATSKE.....	336

## OSMI DIO

<b>8. OCJENA USPJEŠNOSTI OSNOVNIH ELEMENATA TURISTIČKE PONUDE HRVATSKE .....</b>	<b>344</b>
8.1. OCJENA FINACIJSKOG POLOŽAJA I OSTVARENOG REZULTATA UGOSTITELJSTVA HRVATSKE.....	344
8.2. POKAZATELJI POSLOVANJA HOTELIJERSTVA HRVATSKE PO KATEGORIJI I VELIČINI OBJEKATA .....	348

## DEVETI DIO

<b>9. REGIONALNI RAZVOJ I TURIZAM .....</b>	<b>354</b>
9.1. OSNOVNI I POSEBNI CILJEVI REGIONALNOG RAZVOJA.....	354
9.2. NOSITELJI POLITIKE REGIONALNOG RAZVOJA .....	355
9.3. PROSTORNE RAZLIČITOSTI KAO ISHODIŠTE REGIONALNOG RAZVOJA TURISTIČKE REGIONALIZACIJE .....	357

## DESETI DIO

<b>10. TURIZAM I OKOLIŠ .....</b>	<b>369</b>
10.1. OČUVANI OKOLIŠ KAO TEMELJNI TURISTIČKI RESURS .....	370
10.2. OGRANIČENJA TURISTIČKOG RAZVOJA .....	382
10.3. SURADNJA ZEMALJA NA MEDITERANU U ZAŠTITI OKOLIŠA .....	398
10.4. INDIKATORI RAZVOJA TURIZMA.....	399

## JEDANAESTI DIO

<b>11. MEĐUSEKTORSKI ODNOSI I EFEKTI TURISTIČKE POTROŠNJE .....</b>	<b>406</b>
11.1. MULTIPLIKATOR TURISTIČKE POTROŠNJE .....	407
11.2. IZRAČUNAVANJE MULTIPLIKATORA .....	408
11.3. OSNOVNE VRSTE TURISTIČKOG MULTIPLIKATORA.....	409
11.4. OPĆI OSVRT NA IZRAČUNAVANJE TURISTIČKOG MULTIPLIKATORA.....	410

<b>ZAKLJUČNA RAZMATRANJA.....</b>	<b>423</b>
<b>PRILOZI.....</b>	<b>432</b>
<b>LITERATURA.....</b>	<b>440</b>



## CONTENTS IN BRIEF:

<b>PREFACE.....</b>	<b>XXIII</b>
---------------------	--------------

### PART ONE

<b>1. SYSTEMS THEORY, ECONOMIC PROCESSES AND TOURISM .....</b>	<b>2</b>
--	----------

1.1. BASICS OF THE SYSTEMS THEORY .....	2
1.2. THE ECONOMIC PROCESS AND ITS CIRCULAR FLOW .....	16
1.3. TOURISM AS A COMPLEX BUSINESS AND SOCIAL SYSTEM WITHIN THE ECONOMIC PROCESS.....	40

### PART TWO

<b>2. AN APPROACH TO RESEARCHING, PLANNING AND DESIGNING TOURISM AND ECONOMIC DEVELOPMENT..</b>	<b>95</b>
---	-----------

2.1. SYSTEMS APPROACH TO RESEARCHING AND PLANNING ECONOMIC DEVELOPMENT .....	95
2.2. DESIGNING A SYSTEM OF TOURISM AND ECONOMIC DEVELOPMENT GOALS .....	112
2.3. PROJECTION OF AVAILABLE KEY RESOURCES AS SUBSYSTEMS .....	113
2.4. ORGANISING THE MANAGEMENT OF ECONOMIC AND TOURISM DEVELOPMENT .....	125

### PART THREE

<b>3. TOURISM IN THE STRATEGY OF ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT .....</b>	<b>148</b>
--	------------

3.1. CRITERIA FOR A STRATEGY OF ECONOMIC DEVELOPMENT .....	148
3.2. TOURISM AS A NATIONAL STRATEGIC PRODUCT .....	168
3.3. STRATEGY OF TOURISM DESTINATION DEVELOPMENT .....	168

### PART FOUR

<b>4. DEVELOPMENT FACTORS OF TOURISM.....</b>	<b>176</b>
---	------------

4.1. INVESTMENTS IN TOURISM.....	177
4.2. HUMAN CAPITAL IN TOURISM.....	207
4.3. SOCIAL WEALTH .....	217
4.4. RESIDUAL FACTORS OF ECONOMIC DEVELOPMENT .....	233
4.5. TOURISM POLICY .....	234
4.6. MARKET CONDITIONS .....	240

### PART FIVE

<b>5. TOURIST DEMAND AND TOURIST SPENDING AS PART OF AGGREGATE DEMAND AND CONSUMPTION (ANALYSES OF PAST DEVELOPMENT DYNAMICS AND OUTLOOK FOR THE FUTURE).....</b>	<b>259</b>
---	------------

5.1. IMPACT OF TOURISM CONSUMPTION ON AGGREGATE CONSUMPTION AND GENERAL ECONOMIC EQUILIBRIUM ..	261
5.2. THE TSA - WTTC MODEL IN IDENTIFYING THE CONTRIBUTION OF TOURISM TO THE OVERALL ECONOMY .....	288

## PART SIX

<b>6. THE OPPORTUNITIES OF TOURISM IN RESOLVING UNEMPLOYMENT .....</b>	<b>304</b>
6.1. THE EU LABOUR MARKET AND TOURISM .....	312
6.2. TOURISM – OPPORTUNITIES IN RESOLVING UNEMPLOYMENT .....	315

## PART SEVEN

<b>7. CROATIA’S BALANCE OF PAYMENTS AND TOURISM.....</b>	<b>323</b>
7.1. BALANCE OF PAYMENTS METHODOLOGY – GENERAL PRINCIPLES .....	323
7.2. MONITORING TOURISM IN THE BALANCE OF PAYMENTS.....	326
7.3. METODOLOGIJE KORIŠTENE PRI STATISTIČKOM PRAĆENJU POZICIJE PUTOVANJA TURIZMA U PLATNOJ BILANCI REPUBLIKE HRVATSKE.....	336

## PART EIGHT

<b>8. ASSESSING THE PERFORMANCE OF THE BASIC ELEMENTS OF CROATIA’S TOURISM OFFERING .....</b>	<b>344</b>
8.1. ASSESSING THE FINANCIAL POSITION AND PERFORMANCE OF CROATIA’S HOSPITALITY INDUSTRY .....	344
8.2. PERFORMANCE INDICATORS OF CROATIA’S HOTEL INDUSTRY PER CATEGORY AND SIZE OF FACILITIES .....	348

## PART NINE

<b>9. REGIONAL DEVELOPMENT AND TOURISM.....</b>	<b>354</b>
9.1. GENERAL AND SPECIFIC GOALS OF REGIONAL DEVELOPMENT .....	354
9.2. REGIONAL DEVELOPMENT POLICY-MAKERS.....	355
9.3. SPATIAL DIVERSITY AS THE ROOT OF REGIONAL DEVELOPMENT AND TOURISM REGIONALISATION.....	357

## PART TEN

<b>10. TOURISM AND THE ENVIRONMENT.....</b>	<b>369</b>
10.1. THE PRESERVED ENVIRONMENT AS A FUNDAMENTAL RESOURCE.....	370
10.2. CONSTRAINTS TO TOURISM DEVELOPMENT .....	382
10.3. COOPERATION AMONG MEDITERRANEAN COUNTRIES IN ENVIRONMENTAL PROTECTION .....	398
10.4. INDICATORS OF TOURISM DEVELOPMENT .....	399

## PART ELEVEN

<b>11. CROSS-SECTORAL RELATIONSHIPS AND TOURISM CONSUMPTION EFFECTS.....</b>	<b>406</b>
11.1. TOURISM CONSUMPTION MULTIPLIERS .....	407
11.2. CALCULATING THE MULTIPLIER.....	408
11.3. BASIC TYPES OF TOURISM MULTIPLIERS .....	409
11.4. OVERVIEW ON CALCULATING THE TOURISM MULTIPLIER.....	410

<b>CONCLUDING REMARKS.....</b>	<b>423</b>
<b>BIBLIOGRAPHY.....</b>	<b>432</b>
<b>LIST OF FIGURES AND TABLES.....</b>	<b>440</b>

# SADRŽAJ:

## PREDGOVOR ..... XVIII

### PRVI DIO

## 1. TEORIJA SUSTAVA, EKONOMSKI PROCESI I TURIZAM....2

1.1. OSNOVE TEORIJE SUSTAVA .....	2
1.1.1. Teoretsko-metodološki aspekt primjene sustavnog i ostalih pristupa .....	2
1.1.2. Osnovne značajke primjene sustavnog pristupa.....	5
1.1.2.1. Sustavni pristup i sustavna analiza .....	8
1.1.2.2. Poimanje i bitna obilježja sustava .....	9
1.1.2.3. Sustavni pristup u odnosu na klasične pristupe istraživanja .....	11
1.2. EKONOMSKI PROCES I NJEGOV KRUŽNI TIJEK.....	16
1.2.1. Proizvodnja i potrošnja u ekonomskom procesu.....	17
1.2.1.1. Raščlanjivanje /dezagregiranje/ finalne uporabe na osobnu potrošnju, akumulaciju i opću potrošnju .....	20
1.2.1.2. Analiza kružnog tijeka gospodarske aktivnosti otvorenog gospodarstva .....	21
1.2.1.3. Računi tekućih i kapitalnih transakcija pojedinih sektora .....	28
1.2.1.4. Opća ravnoteža – konsolidacija računa pojedinih sektora .....	35
1.2.2. Tržište i država u ekonomskom procesu .....	36
1.2.2.1. Tržište u ekonomskom procesu .....	36
1.2.2.2. Uloga države u ekonomskom procesu .....	38
1.3. TURIZAM KAO SLOŽENI GOSPODARSKI I DRUŠTVENI SUSTAV U EKONOMSKOM PROCESU ...	40
1.3.1. Turizam kao parcijalno tržište.....	44
1.3.2. Mjerenje međuovisnosti turističkog i gospodarskog razvoja .....	52
1.3.3. Definicije turizma i dileme oko turizma kao samostalne teorijsko-znanstvene discipline.....	56
1.3.4. Povijesni razvoj turizma.....	62
1.3.5. Veza turizma i gospodarskog sustava .....	63
1.3.5.1. Turističke usluge.....	77
1.3.5.2. Proizvođači roba i usluga za turiste kao podsustavi turističkog sustava .....	78

### DRUGI DIO

## 2. PRISTUP ISTRAŽIVANJU, KONCIPIRANJU I PROJEKTIRANJU TURISTIČKOG I GOSPODARSKOG RAZVOJA .....95

2.1. SUSTAVNI PRISTUP U ISTRAŽIVANJU I KONCIPIRANJU GOSPODARSKOG RAZVOJA .....	95
2.1.1. Konceptija i strategija gospodarskog razvoja .....	97
2.1.2. Sustav ciljeva gospodarskog razvoja .....	101
2.1.3. Konceptijski ciljevi /vizija/ turističkog razvoja Hrvatske.....	101
2.1.3.1. Sustav strateških ciljeva turističkog razvoja Hrvatske .....	102
2.1.3.2. Sustav strateških ciljeva turističkog razvoja destinacije .....	103
2.1.3.2.1. Pretpostavke i ciljevi razvitka destinacije.....	106
2.2. PROJEKTIRANJE SUSTAVA CILJEVA TURISTIČKOG I GOSPODARSKOG RAZVOJA .....	112
2.2.1. Projekcija sustava ciljeva razvoja .....	112
2.3. RASPOLOŽIVI KLJUČNI RESURSI KAO PODSUSTAVI I NJIHOVA PROJEKCIJA.....	113
2.3.1. Podsustav stanovništvo i kadrovi .....	113
2.3.2. Podsustav prirodni resursi .....	117
2.3.3. Podsustav sredstva za rad.....	119
2.3.4. Prostor, urbanizam, te životna i radna sredina kao resurs .....	122
2.4. ORGANIZACIJA UPRAVLJANJA GOSPODARSKIM I TURISTIČKIM RAZVOJEM.....	125
2.4.1. Izrada sustava parametra modela i modela razvoja .....	126
2.4.1.1. Definiranje modela projekcije gospodarskog razvoja na lokalnoj i regionalnoj razini .....	127
2.4.1.2. Ekonometrijska ocjena modela kao cjeline i pojedinih parametra modela za regionalni gospodarski i turistički sustav.....	131
2.4.2. Upravljanje turističkim razvojem.....	142

## TREĆI DIO

### **3. TURIZAM U STRATEGIJI GOSPODARSKOG I DRUŠTVENOG RAZVOJA.....148**

3.1. KRITERIJI ZA STRATEGIJU GOSPODARSKOG RAZVOJA .....	148
3.1.1. Potrošnja turista i gospodarski razvoj .....	152
3.1.2. Izvozno orijentirana strategija razvoja Hrvatske.....	153
3.1.3. Politika tečaja – od fiksnog prema plivajućem tečaju.....	155
3.1.4. Politika izvoznih poticaja.....	158
3.1.5. Turizam – model za otvoreno gospodarstvo i gospodarski razvoj .....	160
3.1.5.1. Multiplikator vanjske trgovine i izvoz turističkih usluga.....	165
3.1.5.2. Inozemna turistička potrošnja i bruto domaći proizvod Hrvatske.....	166
3.2. TURIZAM KAO NACIONALNI STRATEŠKI PROIZVOD.....	168
3.3. STRATEGIJA RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE .....	168
3.3.1. Racionalna i adaptivna očekivanja u strategijama dugoročnog razvoja destinacije.....	171
3.3.1.1. Adaptivna očekivanja i strategija razvoja destinacije .....	172

## ČETVRTI DIO

### **4. RAZVOJNI FAKTORI TURIZMA .....176**

4.1. INVESTICIJE U TURIZMU .....	177
4.1.1. Dvojna uloga investicija u turizmu .....	178
4.1.2. Efikasnost uloženog kapitala u turizmu .....	179
4.1.2.1. Mjerenje učinkovitosti plasmana kapitala kapitalnim i proizvodnim koeficijentima .....	180
4.1.2.2. Financijsko vrednovanje investicijskih projekata .....	185
4.1.2.2.1. Financijsko vrednovanje u uvjetima neizvjesnosti .....	189
4.1.2.2.2. Nacionalno-ekonomsko vrednovanje .....	181
4.1.2.2.3. Cost-benefit analiza u turizmu.....	193
4.1.2.3. Financijska efikasnost investicijskih mogućnosti .....	196
4.1.2.3.1. Metode ocjene financijske efikasnosti investicija.....	200
4.1.3. Upravljanje investicijama u turizmu .....	200
4.1.3.1. Dugoročna razvojna strategija turizma i investicijska politika .....	201
4.1.3.2. Kvalitativno i kvantitativno upravljanje ciljevima na primjeru izgradnje jednog wellness centra .....	203
4.1.3.3. Značaj kontrolinga investicija za efikasno investiranje u turizmu .....	206
4.2. LJUDSKI KAPITAL U TURIZMU.....	207
4.2.1. Utjecaj znanja na društveno–ekonomski razvoj.....	209
4.2.2. Analiza kvalitete ljudskog potencijala u Republici Hrvatskoj .....	210
4.2.3. Obrazovanost zaposlenih u postizanju konkurentnosti i gospodarskog razvoja Republike Hrvatske .....	211
4.3. DRUŠTVENO BOGATSTVO .....	217
4.3.1. Problematika turističke rente .....	218
4.3.1.1. Turistička renta i njena utemeljenost u Hrvatskoj.....	224
4.3.1.2. Očekivano kretanje turističke rente u Hrvatskoj.....	226
4.3.1.3. Privatizacija i prisvajanje turističke rente .....	229
4.4. REZIDUALNI FAKTORI GOSPODARSKOG RAZVOJA .....	233
4.5. TURISTIČKA POLITIKA .....	234
4.5.1. Intervencije države u turizmu.....	235
4.5.1.1. Planiranje u turizmu.....	236
4.5.1.2. Subvencioniranje turizma .....	239
4.6. TRŽIŠNI UVJETI .....	240
4.6.1. Turistička potražnja .....	241
4.6.1.1. Obilježja promjena na turističkom tržištu potražnje u Europi.....	244
4.6.2. Ponuda u turizmu .....	246
4.6.2.1. Predviđanje trendova u bliskoj budućnosti .....	250
4.6.3. Cijene i tečajni režimi .....	251
4.6.4. Uvjeti turističke potrošnje .....	254



## PETI DIO

<b>5. TURISTIČKA POTRAŽNJA I TURISTIČKA POTROŠNJA KAO DIO AGREGATNE POTRAŽNJE I POTROŠNJE (ANALIZA DOSADAŠNJE DINAMIKE RAZVOJA U HRVATSKOJ I PERSPEKTIVE) .....</b>	<b>259</b>
5.1. EFEKTI UTJECAJA TURISTIČKE POTROŠNJE NA AGREGTNU POTROŠNJU I OPĆU EKONOMSKU RAVNOTEŽU .....	261
5.1.1. Osobna potrošnja - najvažnija komponenta agregatne potrošnje .....	262
5.1.2. Mjesto turističke potrošnje unutar osobne potrošnje .....	264
5.1.3. Turistička potrošnja kao dio agregatne potrošnje .....	268
5.1.4. Investicijska potrošnja u turizmu-važan segment agregatne potrošnje i agregatne ponude .....	272
5.1.5. Turizam kao izvor sredstava za javnu potrošnju .....	275
5.1.6. Neto izvoz turističkih usluga kao komponenta agregatne potrošnje .....	278
5.1.6.1. Mogući efekti od izvoza turističkih usluga u platnoj bilanci .....	279
5.1.6.2. Kontroverze oko deviznog priljeva od turizma i turističke potrošnje .....	284
5.2. TSA - WTTC MODEL ZA UTVRĐIVANJE DOPRINOSA TURIZMA UKUPNOJ EKONOMIJI .....	288
5.2.1. Od multiplikatora do turističke satelitske bilance .....	289
5.2.2. Turistička satelitska bilanca .....	291
5.2.2.1. Rezultati dobiveni primjenom satelitske bilance turizma u Hrvatskoj .....	295

## ŠESTI DIO

<b>6. MOGUĆNOSTI TURIZMA U RJEŠAVANJU PROBLEMA NEZAPOSLENOSTI.....</b>	<b>304</b>
6.1. TRŽIŠTE RADA U EUROPSKOJ UNIJI I TURIZAM .....	312
6.1.1. Kritične kategorije u zaposlenosti zemalja EU .....	313
6.1.2. Part-time i privremena zaposlenja .....	314
6.2. TURIZAM – MOGUĆNOSTI U RJEŠAVANJU PROBLEMA NEZAPOSLENIH .....	315

## SEDMI DIO

<b>7. PLATNA BILANCA RH I TURIZAM .....</b>	<b>323</b>
7.1. METODOLOGIJA PLATNE BILANCE-OPĆA NAČELA .....	323
7.2. PRAĆENJE TURIZMA U PLATNOJ BILANCI .....	326
7.2.1. Bilanca tekućih transakcija i prihodi od putovanja - turizma .....	328
7.2.2. Bilanca kapitalnih transakcija i prihodi od putovanja - turizma .....	333
7.3. METODOLOGIJE KORIŠTENE PRI STATISTIČKOM PRAĆENJU POZICIJE PUTOVANJA TURIZMA U PLATNOJ BILANCI REPUBLIKE HRVATSKE .....	336
7.3.1. Metodologija zasnovana na otkupu i prodaji deviza (MET1) .....	336
7.3.2. «Prijelazna» metodologija (MET2) .....	337
7.3.3. Anketno istraživanje „Potrošnja inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu“ (MET3) .....	339

## OSMI DIO

<b>8. OCJENA USPJEŠNOSTI OSNOVNIH ELEMENATA TURISTIČKE PONUDE HRVATSKE .....</b>	<b>344</b>
8.1. OCJENA FINACIJSKOG POLOŽAJA I OSTVARENOG REZULTATA UGOSTITELJSTVA HRVATSKE .....	344
8.2. POKAZATELJI POSLOVANJA HOTELIJERSTVA HRVATSKE PO KATEGORIJI I VELIČINI OBJEKATA .....	348

## DEVETI DIO

<b>9. REGIONALNI RAZVOJ I TURIZAM .....</b>	<b>354</b>
9.1. OSNOVNI I POSEBNI CILJEVI REGIONALNOG RAZVOJA .....	354
9.2. NOSITELJI POLITIKE REGIONALNOG RAZVOJA .....	355
9.3. PROSTORNE RAZLIČITOSTI KAO ISHODIŠTE REGIONALNOG RAZVOJA TURISTIČKE REGIONALIZACIJE .....	357
9.3.1. Delokalizacija prostornih sadržaja .....	358
9.3.2. Turistička regionalizacija i izbjegavanje stvaranja čvrstih granica regionalne ekonomike.....	359
9.3.3. Unutarregionalna i međuregionalna pitanja razvoja .....	360
9.3.5. Razvoj prostorne ekonomije i teorije lokacije i turizam .....	363
9.3.6. Osnove regionalne strukture Hrvatske i turistička regionalizacija .....	364

## DESETI DIO

<b>10. TURIZAM I OKOLIŠ .....</b>	<b>369</b>
10.1. OČUVANI OKOLIŠ KAO TEMELJNI TURISTIČKI RESURS .....	370
10.1.1. Urbanizam i prostorno uređenje - te praksa upravnih i inspekcijskih organa .....	371
10.1.2. Prihvatni potencijal turističke destinacije .....	371
10.1.2.1. Određivanje i definiranje prihvatnog potencijala.....	372
10.1.2.2. Varijante rješenja prihvatnog potencijala .....	379
10.2. OGRANIČENJA TURISTIČKOG RAZVOJA .....	382
10.2.1. Komunalna infrastruktura kao ograničenje turističkog razvoja i nove tehnologije.....	382
10.2.1.1. Prblematika neadekvatnih sustava .....	383
10.2.2. Globalna turistička perspektiva-turizam do 2020. godine.....	385
10.2.3. Stanje i strukturni učinci turističke industrije Hrvatske .....	386
10.2.4. Proizvodni kapital .....	389
10.2.5. Litoralizacija kao etapa u ekonomskom i socijalnom razvitku .....	391
10.2.6. Ekspanzivni, agresivni i destruktivni oblici turističkog prometa .....	392
10.2.6.1. Kratkoročni interesi i dugoročne štete .....	393
10.2.6.2. Utjecaj na kulturu .....	394
10.2.6.3. Suvremeni barbari.....	395
10.2.7. Devastacija obale i gubljenje primorskog i mediteranskog identiteta .....	396
10.3. SURADNJA ZEMALJA NA MEDITERANU U ZAŠTITI OKOLIŠA .....	398
10.4. INDIKATORI RAZVOJA TURIZMA .....	399

## JEDANAESTI DIO

<b>11. MEĐUSEKTORSKI ODNOSI I EFEKTI TURISTIČKE POTROŠNJE .....</b>	<b>406</b>
11.1. MULTIPLIKATOR TURISTIČKE POTROŠNJE .....	407
11.2. IZRAČUNAVANJE MULTIPLIKATORA .....	408
11.3. OSNOVNE VRSTE TURISTIČKOG MULTIPLIKATORA .....	409
11.4. OPĆI OSVRT NA IZRAČUNAVANJE TURISTIČKOG MULTIPLIKATORA .....	410
11.4.1. Primjer jednog izračuna .....	418
<b>ZAKLJUČNA RAZMATRANJA .....</b>	<b>423</b>
<b>PRILOZI.....</b>	<b>432</b>
<b>LITERATURA.....</b>	<b>440</b>

## PREDGOVOR

Knjiga koja je pred Vama plod je dugogodišnjeg bavljenja problematikom gospodarskog sustava, posebno turizmom, razvojnom problematikom, ekološkom i ukupnom ekonomskom problematikom. Od posebne pomoći na pisanju ove knjige bio mi je dugogodišnji rad na odgovornim mjestima u gospodarstvu, kao i bavljenje ekonomskom teorijom i rad na znanstveno istraživačkim i primijenjenim projektima i to na mnogim područjima gospodarskog sustava. Radeći kao profesor na Fakultetu, držeći kolegije na dodiplomskom („Makroekonomija“, „Gospodarski sustav Hrvatske“), kao i poslijediplomskom studiju („Planiranje, financiranje i izgradnja hotelskih objekata“ i „Sustav turističke potražnje i turističke potrošnje“), omogućilo mi je dublje ulaženje u problematiku gospodarskog sustava, a posebno vrlo zahtjevnog turističkog sustava. Pišući ovu knjigu, koja na neki način odražava i moje makroekonomsko usmjerenje, ali istovremeno nastoji ne zanemariti ni mikroekonomske komponente, imao sam na umu dva glavna cilja:

- Približiti čitatelju vezu gospodarskog sustava i turizma promatranih u sklopu opće teorije sustava i zalaganja za sustavni pristup problematici gospodarskog i turističkog razvoja,
- Pružiti čitatelju cjelovit uvid u poimanje i razumijevanje turizma kao složenog gospodarskog i društvenog sustava

Jedan i drugi cilj se u knjizi stalno isprepliću. Razumijevanje turizma kao složene društvene pojave olakšava poznavanje teorije sustava. Razlikovanje sustavnog od analitičkog mišljenja jasno se ogleda kroz to što analitički mislilac i metodičar pristupa predmetima i pojavama parcijalno po dijelovima, pa stoga ne može vidjeti cjelinu. Sustav sam po sebi nije jednostavni zbir dijelova, već njihov integral-nova ukupna kvaliteta, a ne prosta kvantiteta. Dijelovi se mogu u odgovarajućem stupnju spoznati tek njihovim proučavanjem u međusobnoj povezanosti i interaktivnosti s cjelinom. Zato sustavni mislilac i istraživač «zna» što je cjelina, klasični analitičar to može tek dokučiti. Možda se u ovim postulatima i kriju nesporazumi oko poimanja i definiranja turizma kao složene društveno ekonomske pojave, kao podsustava velikog ekonomskog i društvenog sustava, što je upravo dobar primjer ne samo za razumijevanje turizma već je turizam dobar primjer za razumijevanje i same teorije sustava.

Hrvatskoj je potrebna ofenzivna politika gospodarskog razvoja kao i nova teorija, nova politika gospodarskog razvoja, novi sustav funkcioniranja i novi pristup upravljanju, a to znači potrebu za jednom novom kulturom razvoja. Riječ je o razvoju kao cjelovitom povijesnom procesu u čijem je središtu čovjek. Ta kultura u najširem smislu obuhvaća i ekonomske djelatnosti i podrazumijeva sektorsko povezivanje i uspostavljanje odnosa između različitih područja, te komunikaciju među različitim vrstama ljudskog stvaralaštva, kao i među različitim društvima, zemljama, grupama i pojedincima. Novi razvojni modeli moraju voditi računa o svim aspektima ljudskog života. Možda je baš turizam upravo taj model, gdje možemo pronaći to sektorsko ili cehovsko povezivanje između različitih područja ili još bolje, riječ je o otklonu od cehovskog gledanja ne samo na praksu već i na samu nauku o turističkom i gospodarskom sustavu.

Očito je da se sustavnim mišljenjem i pristupom polemizira sa tradicionalnim shvaćanjima i ekonomskim teorijama koje je potrebno preispitati, davati kompleksne ocjene društvenog trenutka i projekciju i anticipaciju budućih kretanja i oblikovanja društva koje dolazi. Zalaganje za sustavni pristup problematici gospodarskog razvoja, za ofenzivnu politiku uz ograničenja i stalna prilagođavanja u odnosima dijelova i cjeline, te kratkog i dugog roka, je zapravo novi pristup razvoju. Kritičko sagledavanje sustava upravljanja kao

najvažnijeg dijela sustava funkcioniranja vodi mijenjanju cjeline gospodarskog sustava, a naročito promjeni sustava upravljanja jednim složenim sustavom kao što je to turistički i gospodarski sustav.

Bez sustavnog pristupa kao nove naučne metodologije i njegove primjene na vrlo složene sustave i pojave, kao što je i turistički sustav, i to od najmanjih gospodarskih organizacija, gospodarskih grana, regija do nacionalnog gospodarstva i svjetskog društvenog sustava, put ka optimalnoj strategiji gospodarskog razvoja bio bi nemoguć.

## **Organizacija knjige**

Knjiga je organizirana u jedanaest poglavlja.

Prva tri poglavlja se bave turizmom kao važnim podsustavom gospodarskog sustava uvažavajući sve zakonitosti opće teorije sustava. Da bi se objasnio složeni gospodarski sustav tj. čitav ekonomski proces i njegov kružni tok a posebno turizam kao složeni gospodarski i društveni sustav u ekonomskom procesu, u pomoć je pozvana teorija sustava kao nova složenija metodologija istraživanja za objašnjenja složenih procesa. Obraden je sustavni pristup u istraživanju i koncipiranju turističkog i gospodarskog razvoja sa posebnim osvrtom na sustav konceptijskih i strateških ciljeva turističkog i gospodarskog razvoja. Isto tako drugo poglavlje obrađuje i sustavno projektiranje turističkog i gospodarskog razvoja promatrajući projekciju sustava ciljeva, raspoloživih resursa i organizaciju upravljanja turističkim i gospodarskim razvojem.

Poglavljia 3. i 4. bave se razvojnim faktorima turizma i strategijom turističkog, gospodarskog i ukupnog društvenog razvoja. Od razvojnih faktora turizma najveća je pozornost posvećena investicijama i ljudskom kapitalu, a posebno sustavu upravljanja investicijama u funkciji stvaranja nove ponude i povećane atraktivnosti i konkurentnosti turističke destinacije.

Od društvenog bogatstva u koje ubrajamo proizvedeno i prirodno bogatstvo, posebna je pozornost posvećena prirodnom bogatstvu, a posebno turističkoj renti i njenom prisvajanju kao zanemarenim dijelovima procesa privatizacije u Hrvatskoj. Poglavlje 6 bavi se turističkom potražnjom i turističkom potrošnjom kao važnim dijelovima agregatne potražnje i potrošnje te se ukazuje na učinke turizma u gospodarskom sustavu Hrvatske.

Poglavljia 1., 2., 3., 4. i 5. čine jezgru knjige.

Poglavljia od 6 do 11 mogu činiti samostalne i neovisne cjeline te se bave problematikom zaposlenosti odnosno mogućnošću turizma u rješavanju problema nezaposlenosti, platnom bilancom i ulogom turizma u pokrivanju svih stavaka platne bilance, ocjenom mikroekonomskog sustava ugostiteljske djelatnosti, regionalnim razvojem i turističkom regionalizacijom, okolišem i ekologijom, te konačno kvantifikacijom međusektorskih odnosa i efektima turističke potrošnje na domaći proizvod i zaposlenost.

## **Alternativni pristupi izlaganju predmeta**

Jezgru izlaganja činilo bi pet poglavlja i to poglavlja 1. do 3. i poglavlja 4 i 5. Unutar šire organizacije knjige, postoji mnogo načina za drugačije izlaganje ove materije. Kraći tečajevi /13 ili manje predavanja/ mogu biti organizirani u okviru 1., 2., 3., 4., 5., 6., i 9. poglavlja. Isto tako kraći tečaj od 10 predavanja mogao bi obuhvatiti 1., 5., 6., 7., 8., 9., i 10. poglavlje.

Duži tečajevi (20 do 23 predavanja) obuhvatili bi svih 11 poglavlja.

Kako poglavlja uglavnom predstavljaju i cjelinu za sebe, moguće su i druge kombinacije u izboru predavanja.

## Inozemna i domaća literatura

Ukratko ćemo ovdje spomenuti kako korištena inozemna i domaća literatura prati i analizira predmetnu temu: Kratku analizu obrade opusa podijelit ćemo u tri dijela: prvo dio se odnosi na teoriju sustava, drugi na makroekonomsku analizu i gospodarski sustav, a treći dio na turizam kao složenu društveno-ekonomsku pojavu.

Spoznaje o izvorima i razvojnim dometima modernoga društva sadržane u djelima klasičnih autora – Maxa Webera, Emila Durkheima i Karla Marxa – teško zastarijevaju.

Od inozemnih autora za objašnjavanje teorija sustava korišteni su najprije radovi Ludwiga von Bertalanffya i njegova „General System Theory“ kao nezaobilazno štivo, kao i Karla Poppera „Logic of Scientific Discovery“ te Petera Checklanda, „Systems Thinking, System Practice.“ Ništa manje vrijedni nisu radovi s područja systemske dinamike i sistemskog mišljenja poput Michaela Pidda „Tools For Thinking“, Petera M. Sengea, „The fifth Discipline“ kao i Johna D. Stermana, „Business dynamic: Systems Thinking and Modeling for a Complex World“. Nezaobilazna je i knjiga poznatog filozofa Jürgena Habermasa „The Philosophical Dicourse of modernity“ gdje čuveni filozof posuđuje upravo teoriju sustava radi objašnjavanja složenih filozofskih i realnih problema suvremenog svijeta. Iako se radovi Radmile Stojanović prema godinama izdanja čine pomalo starim, isti su izuzetno aktualni i korisni jer se njezina uopćavanja i konkretni modeli mogu primijeniti i danas na brojne situacije u gospodarskom i društvenom sustavu Hrvatske ali i puno šire. To su posebno knjige „Veliki ekonomski sistemi«, »Optimalna strategija privrednog razvoja« i »Na putu ka visokoindustrijaliziranom socijalizmu«. Trilogija profesora sociologije i urbanog i regionalnog planiranja na Sveučilištu u Kaliforniji Manuela Castellsa »Informacijsko doba« ukazuje na bitne promjene i široku integraciju znanja na novim osnovama interdisciplinarnog obrazovanja – da bi se s više strana moglo rasuđivati o novom dobu, kako analitički tako i kritički, te predvidjeti mogućnosti razvoja u ovom stoljeću i tisućljeću.

Od domaćih autora nezaobilazni su radovi akademika Adolfa Dragičevića »Svjetski izazov Hrvatskoj« , »Doba kiberkomunizma – visoke tehnologije i društvene promjene», »Vizija i zbilja« i »Kritika političke ekonomije«. Isto tako jedna od knjiga koja mi je bila od izuzetne koristi je »Teorija sustava i informatizacija privrede i društva« Josipa Deželjina. Iako sam konzultirao i mnogu drugu literaturu, a i aktualne stranice interneta, navedeni radovi su na neki način okosnica prvog dijela, kao važne teorijske podloge za razumijevanje složenog gospodarskog i turističkog sustava.

Drugi dio literature koja se odnosi na makroekonomsku analizu i gospodarski sustav konzultirana su brojna djela od kojih posebno želim istaći radove inozemnih autora poput knjiga Olivera Blancharda „Makroekonomija“, Michaela Parkina "Makroeconomics", Bradley R. Schillera »The Economy Today« te nezaobilaznu knjigu Samuelson, W.P., Nordhaus, *Economics*. Od mikroekonomske literature tu je knjiga profesorice na Ottawskom sveučilištu u Ontariju A. Kousoyiannis „Moderna mikroekonomija“ kao i knjiga Roberta S. Pindycka i Daniela L. Rubinfelda „Mikroekonomija“.

Područje investicija zatvara se sa radovima Gerhard Seicht, " Investition und Finanzierung" i Dietera Schneidera „Ivestition, Finanzierung und Besteuerung“. Knjiga Ralpa D Staceyja "Strateški menadžment i organizacijska dinamika" pokrivalo mi je važno područje strateškog menadžmenta ali upravo na način da se savršeno nastavlja na prvi dio vezan uz teoriju sustava i postavljanje uspješne organizacije koja djeluje u stanju stabilnosti i

sklada i prilagođava se namjerno svojoj okolini. Od financijskih udžbenika „Financijsko upravljanje i politika« Von Horne, J.C. bila je knjiga koju sam morao često otvarati.

Od domaćih autora koji su se sistematično bavili područjem Gospodarskog sustava Hrvatske a koje sam najčešće koristio spadaju knjige i radovi akademika Vladimira Stipetića, akademika Jakova Sirotkovića, Ive i Gordana Družića, Dragana Vojnića i Mate Babića. Uz spomenute autore i i literaturu koja se nalazi u popisu literature, korišteni su i brojni drugi izvori, a posebno aktualne internet stranice iz popisa literature.

Treće područje je područje turističkog sustava gdje su od inozemne literature korišteni posebno radovi Alberta Sesse neospornog autoriteta na području turizma i teorije sustava i njegovi radovi »Il sustavo turistico nazionale« »La scienza dei sistemi per lo sviluppo del turismo” , kao i radovi profesora Hunzikera »Betriebswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs« te Kaisera, C. Jr. i Larrya, E., H., „Tourism, planning and development“. Knjige još dvojice autoriteta s područja turizma i turističkog razvoja, Josta Krippendorfa „Marketing et tourisme“ kao i profesora Kaspara «Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss« su također nezaobilazna i neophodna štiva. Iako relativno stara po datumu, ali nikako po aktualnosti je knjiga profesora Krapfa »Tourism as a Factor in Economic Development“.

Od domaćih autora korišteni su radovi Dragutina Alfiera, Ivana Antunca, Antuna Kobašića, Ante Dulčića, Borisa Vukonića, Ante Cicvarića, Ljubomira Jurčića, Ante Radnića, Ivanke Avelini Holjevac i drugih autora prema prezentiranom popisu literature.

Posebno su mi pomogle knjige Ante Cicvarića „Turizam i privredni razvoj Jugoslavije“ koja je možda i najbliža ovoj knjizi prema odabranoj temi. Knjiga prof. Dulčića „Upravljanje razvojem turizma“ je također jedna od knjiga koje sam često otvarao, dok me je prof. Jurčić svojim radom „Multiplikativni efekti hrvatskog turizma“, približio kvantitativnom odnosu turizma i ostalih djelatnosti koje u njemu sudjeluju.

Svakako da je ovo osnovna literatura, iako moram reći da su na moje sudove i razmišljanja koja su dana u ovoj knjizi utjecali i brojni drugi spomenuti, ali nažalost i brojni nespomenuti autori na čemu im se svima od srca zahvaljujem.

## Što knjiga nudi

Ovu knjigu o turizmu u gospodarskom sustavu napisao sam zato što vjerujem da studentima treba približiti nove teme koje zauzimaju središnje mjesto u razumijevanju ključnih makroekonomskih kategorija ali i posebno približiti im kako se može upravljati složenim turističkim i gospodarskim sustavom te da shvate da se sve to može i primijeniti izvan učionice.

Promatrajući turizam i turistički sustav kao skup raznovrsnih elemenata koji su povezani različitim vezama i načinima kao dio gospodarskog sustava kao cjeline, to čini upravljanje takvim sustavom izuzetno složenim.

Knjiga nudi razvojni model turizma promatran ne samo kao podsustav gospodarskog sustava nego kao i model gospodarskog razvoja.

Knjiga je pisana s ambicioznom namjerom da promovira i izdigne kolegij turizma na svim ekonomskim fakultetima u Hrvatskoj, iz razloga ovladavanja ekonomijom resursa i percipiranjem turizma kao globalnog tržišta otvorenog za različite robe i usluge ali i za sve faktore proizvodnje. Hrvatska za takvu proizvodnju ima sve komparativne prednosti koje je potrebno podizati i pretvarati u što veće konkurentne prednosti na domaćem i međunarodnom tržištu.



## Priznanja i zahvale

Ova knjiga duguje puno toga mnogima. Imao sam koristi od komentara mnogih kolega i prijatelja. Među njima su moji uvaženi profesori, akademik Vladimir Stipetić, profesor emeritus dr.sc. Josip Deželjin i profesor emeritus dr.sc. Franjo Radišić kao tri recenzenta na ovoj knjizi sa izuzetno korisnim primjedbama i sugestijama. Tu je i prof.dr. sc Milena Peršić, kolegica s kojom dugo godina dijelim kabinet i s kojom sam imao česte i duge rasprave o razrješavanju brojnih dilema i pitanja koje su mi pomogle pri pisanju ove knjige.

Zahvaljujem generacijama studenata dodiplomskog i poslijediplomskog studija Fakulteta za turistički i hotelski menadžment iz Opatije koji su slobodno reagirali na brojne teze i iznesene činjenice i gradivo koje sam koristio u nastavi a obrađeni su u ovoj knjizi.

Želim posebno izdvojiti dekana Fakulteta za turistički i hotelski menadžment iz Opatije prof.dr. sc Zorana Ivanovića kao glavnog izdavača i njegovu nesebičnu pomoć i veliko iskustvo pri financiranju i zatvaranju cjelokupnog projekta.

Posebno izdvajam brojne sponzore koje navodim na stranicama ove knjige i njima dugujem veliku zahvalnost.

Zahvaljujem se tiskari i svojem lektoru.

Kod kuće se zahvaljujem mojoj Miri za veliku toleranciju i njezino strpljenje i osiguranje neophodne ravnoteže između rada i obiteljskih obveza, što sam osjećao u svakom trenutku.

Branko Blažević

## PREFACE

The book before you is the product of my many years of addressing issues relating to the economic system – tourism, in particular – as well as issues of development, the environment and the overall economy. In writing this book, I have drawn extensively on my long experience from working in positions of authority in the industry and being engaged in economic theory and in research projects and applied projects in many areas of the economic system. My work as a professor of undergraduate courses (“Macroeconomics”, “The Croatian Economic System”) and postgraduate courses (“Planning, Financing and Building Hotel Facilities”, “Tourism Demand and Consumption System”) at the Faculty has provided me with the opportunity of exploring in depth those issues that pertain to the economic system and, especially, those pertaining to the complex tourism system. While reflecting, in a way, my macroeconomic orientation, this book attempts not to overlook important microeconomic elements. As I began developing this book, I did so with two main objectives in mind.

The first was to introduce to the reader the link between the economic system and tourism seen as part of a general systems theory framework and efforts speaking in favour of a systems approach to economic and tourism development concerns. The second objective was to provide the reader with an integrative framework for appreciating and understanding tourism as an intricate economic and social system. These two objectives are intertwined throughout the book. Understanding tourism as a complex social phenomenon is easier if one is familiar with the systems theory. The difference between systemic and analytical thinking is evident in the way an analytical thinker and methodologist approaches objects and issues part by part, never seeing the whole. A system is much more than just a simple sum of different parts, a mere quantity; it represents the integrality of parts – a new overall quality. Only by exploring their interconnectedness and interaction with the whole can these parts be perceived to any significant extent. Hence, what the systemic thinker and researcher knows about the whole, the classical analyst can only begin to fathom. Perhaps it is in these postulates that lie the disagreements concerning the understanding and definition of tourism as a intricate socio-economic phenomenon and a subsystem of the broad economic and social system. Indeed, the systems theory can help us to understand tourism, but tourism, as well, can enhance our knowledge of the systems theory.

What Croatia needs is an aggressive policy of economic development; this calls for a new theory, a new development policy, a new system of operations and a new approach to management – in short, a new developmental culture. This is about development as an integrated historical process at the focus of which are people. In its broadest sense, this type of culture encompasses economic activities and implies setting up sectorial links and relationships among various fields, as well as establishing communication between different kinds of human creativity and different societies, countries, groups and individuals. New development models need to take all aspects of human life into account. Tourism may be just this kind of model, in which we can find sectorial or trade-guild integration between different areas, or rather, in which a drift from the trade-guild perspective is visible not only in practise, but also in the science of tourism and economic systems. Obviously, systems thinking and the systems approach are controversial to conventional ideas and economic theories that need to be rethought to enable the complex assessment of the social moment and to project and anticipate future trends and patterns of society to come. Speaking in favour of a systems approach to issues of economic development and in favour of aggressive long-term and short-term policies with constraints to and continual adjustments of relationships between the whole and its parts constitutes, in fact, a new approach to development. Recognising the

management system as the most important part of the operational system will lead to changes to the overall economic system and, in particular, to the management system in the form of a complex system such as the tourism and economic system. The path to formulating an optimum strategy of economic development would be inconceivable without the systems approach as a new scientific methodology and its application to highly complex systems and phenomena, such as the tourist system, ranging from the smallest business organisations, economic branches and regions to the national economy and the world's social system.

## **Organisation and Content**

This book is organised into eleven chapters.

In the first three chapters, tourism, as a vital subsystem of the economic system, is addressed through a general systems theory framework. A new, more intricate research methodology for explaining complex processes, the systems theory helps in explicating, in general, the complex economic system, that is, the entire economic process and its circular flow and, in particular, tourism as an integrate business and social system within the economic process. The systems approach in researching and planning tourism and economic development is examined, with special emphasis on the system of conceptual and strategic goals of this development.

Chapter 2 also deals with the systemic design of tourism and economic development viewed through the projection of a system of goals and available resources and through the way the management of tourism and economic development is organised. Chapters 3 and 4 look at the development factors of tourism and the strategy of tourism, economic and overall social development. Of the tourism development factors, focus is centred on investments and human capital, and, especially, on the role of the investment management system in generating new offerings and enhancing the attractiveness and competitive ability of tourist destinations. In examining social wealth, which includes man-made and natural wealth, special attention is attached to natural wealth and, in particular, to tourism-related fees and their appropriation as neglected aspects of the privatisation process in Croatia. Chapter 6 deals with tourist demand and tourist consumption as vital parts of aggregate demand and consumption and points to the impacts of tourism on Croatia's economic system. Chapters 1, 2, 3, 4 and 5 comprise the core of this book.

Chapters 6 through 11 may stand as separate and independent parts of the book. These chapters address issues such as employment and the opportunities tourism presents in resolving unemployment; the balance of payments and the role tourism has in covering balance sheet items; assessing the microeconomic system of the catering industry; regional development and tourism regionalisation; the environment and ecology; and, finally, quantifying cross-sectoral relationships and the impact of tourist consumption on the domestic product and employment.

## **Alternative Approaches to Subject Matter Exposition**

The core of the subject matter exposition is composed of five chapters. These are Chapters 1 to 3, and Chapters 4 and 5. Within the broader organisation of this book, alternative approaches exist to presenting the subject matter. Shorter courses (13 lectures or less) can be organised around Chapters 1, 2, 3, 4, 5, 6 and 9. Another short course consisting of 10 lectures could focus on Chapters 1, 5, 6, 7, 8, 9 and 10. Longer courses (20 – 23

lectures) would involve all 11 chapters. As each chapter represents a more or less self-standing unit, many other combinations are also possible in designing courses.

## Foreign and Domestic Literature

In this section, I would like to briefly illustrate how the foreign and domestic literature I have used is coupled to and analyses the book's subject matter. This short overview is divided into three parts: the first covers the systems theory, the second refers to macroeconomic analysis and the economic system, and the third part pertains to tourism as a complex socio-economic phenomenon.

The knowledge on the sources and the developmental achievements of modern society contained in the classical works of Max Weber, Emil Durkheim and Karl Marx is still far from obsolete. The works of foreign authors that have contributed to explaining the systems theory foremost include Ludwig von Bertalanffy's indispensable "General System Theory", Karl Popper's "Logic of Scientific Discovery", and Peter Checkland's "Systems Thinking, System Practice". None the less important are other books from the field of systems dynamics and systems thinking, such as "Tools for Thinking" by Michael Pidd, "The Fifth Discipline" by Peter M. Senge, as well as "Business Dynamics: Systems Thinking and Modelling for a Complex World" by John D. Sterman.

Equally compelling is "The Philosophical Discourse of Modernity" by Jürgen Habermass in which the renowned philosopher borrows the systems theory to explain complicated philosophical and concrete problems of today's world. Although the year of edition stated on the books of Radmila Stojanović may make her work seem somewhat outdated, her books are still exceptionally topical and useful and, even today, her generalisations and concrete models can be applied to many situations in Croatia's economic and social system. These books include "*Veliki ekonomski sistemi*", "*Optimalna strategija privrednog razvoja*" and "*Na putu ka visokoindustrijaliziranom socijalizmu*". The trilogy "Information Era" by Manuel Castells, professor of sociology and urban and regional planning at the University of California highlights substantial changes to and the broad integration of knowledge based on interdisciplinary education to enable multifaceted analytical, as well as critical, judgements of the new era and to predict development opportunities in this century and in the millennium.

From among Croatian authors, it is also impossible to overlook the work of the academic Adolf Dragičević in his books "*Svjetski izazov Hrvatskoj*", "*Doba kiberkomunizma – visoke tehnologije i društvene promjene*", "*Vizija i zbilja*" and "*Kritika političke ekonomije*". Another book that helped me immensely was Josip Deželjin's "*Teorija sustava i informatizacija privrede i društva*". Although I consulted numerous other literature and a myriad of web-sites, the above listed books are the backbone of the first part in that they provide an essential theoretical foundation for understanding the complexity of economic and tourism systems.

The second part of the literature covers macroeconomic analysis and the economic system. Out of the numerous books I consulted, I would like to make special mention of the work of foreign authors in books such as "Microeconomics" by Oliver Blanchard, "Microeconomics" by Michael Parkin, "The Economy Today" by Bradley R. Schiller, and "Economics", the indispensable book by Samuelson, W.P., Nordhaus. The literature covering microeconomics includes "Modern Microeconomics" by A. Kousoyiannis, professor at the University of Ottawa in Ontario, as well as "Microeconomics" by Robert S. Pindyck and

Daniel L. Rubinfeld. The section on investments is rounded off with the work of Gerhard Seich in *“Investition und Finanzierung”* and Dietier Schneider in *“Investition, Finanzierung und Besteuerung”*. Ralph D. Stacey’s book *“Strategic Management and Organisational Dynamics”* helped me to cover the crucial area of strategic management, but in a way that presented a perfect continuation of the first part dealing with the systems theory and how to set up a successful organisation that operates in conditions of stability and harmony and makes djst to its environment. A book that I needed to reach for frequently was *“Financial Management and Policy”* by J.C. Von Horne. The Croatian authors whose books and papers, dealing with the Croatian economic system, I turned to repeatedly include the academics Vladimir Stipetić and Jakov Sirotković, as well as Iva and Gordan Družić, Dragan Vojnić and Mate Babić. In addition to the authors and literature mentioned above or listed under Bibliography, I also made extensive use of numerous other sources, in particular, the web-sites listed at the end of this book.

The third area is that of the tourism system. Of foreign literature, especially helpful in this field was the work of the undisputed authority in the domain of tourism and the systems theory, Alberto Sesse, in his books *“Il sustavo turistico nazionale”*, *“La scienza die sistemi per lo sviluppo del turismo”*, as well as the work of Professor Hunziker in *“Betriebswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs”*, and C. Kaiser, Jr. and E.H. Larry in *“Tourism, Planning and Development”*. The books *“Marketing et tourisme”* by Jost Krippendorf and *“Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss”* by Professor Kaspar, two other authorities in the field of tourism and tourism development, also represent indispensable and essential reading. Old, perhaps, in terms of time but not in terms of the live issues it covers, is the book *“Tourism as a Factor in Economic Development”* by Professor Krapf.

I have also made use of the books and papers of Croatian authors such as Dragutin Alfier, Ivan Antunac, Antun Kobašić, Ante Dulčić, Boris Vukonić, Ante Cicvarić, Ljubomir Jurčić, Ante Radnić, and Ivanka Avelini Holjevac, as well as others listed under Bibliography. Especially helpful has been *“Turizam i privredni razvoj Jugoslavije”* by Ante Cicvarić, a book that is perhaps the closest to this book in terms of its subject matter. Another book I often consulted was Professor Dulčić’s *“Upravljanje razvojem turizma”*, while *“Multiplikativni efekti hrvatskog turizma”* by Professor Jurčić provided me with important insight on the quantitative relationship of tourism and the industries that support it.

Obviously, the literature I have listed above constitutes the foundation of my book. However, my judgements and opinions expressed in this book have been influenced by numerous other authors as well - many are mentioned but, regrettably, many are not, and it is to these that I extend my heart-felt thanks.

## **What does this book offer?**

I wrote this book about tourism within the economic system because I believe students need to be exposed to new topics that are central to understanding key macroeconomic categories. In particular, I feel students need to understand how complex tourism and economic systems can be managed, and that everything they learn in the classroom can be applied in practise as well. Recognising tourism and the tourism system as a set of multifarious elements mutually connected by diverse links and through various modes, as a component part of the economic system, and as separate wholes, is what makes managing the tourism system so complex.

This book proposes a tourism development model viewed not only as a subsystem of the economic system, but as a model for economic development as well. The book was

written with the ambitious intention of promoting and improving tourism-related courses in all the faculties of economics in Croatia in order to help students master resource economics and perceive tourism as a global market open to diverse goods and services, as well as to all production factors. For this kind of production, Croatia possesses all the required comparative advantages, which need to be improved upon and transformed into strong competitive advantages on both the domestic and international markets.

## **Acknowledgements**

This book is greatly indebted to a large number of people. I owe thanks to many colleagues and friends who provided helpful comments. Among them are my esteemed professors, academic Vladimir Stipetić, Professor Emeritus Josip Deželjin, Ph.D. and Professor Emeritus Franjo Radišić, Ph.D., who all reviewed the book and provided exceptionally useful comments and suggestions. I am also grateful to my colleague Professor Milena Peršić, Ph.D. with whom I have shared my office for many years and who engaged with me in frequent and lengthy discussions that provided insight to solving the many dilemmas and questions I encountered in writing this book.

Thanks also go out to the generations of undergraduate and postgraduate students at the Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija who provided feedback on the numerous arguments and facts, as well as on the syllabus I used in my lectures and which are presented in this book. I also owe a special thanks to Professor Zoran Ivanović, Ph.D., Dean of the Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija as the head editor for his unrelenting support and considerable experience in funding and finalising the entire project. I am also greatly indebted to the many sponsors whom I mention throughout the pages of this book. Many thanks as well to the publisher and to my language editor.

Finally, I am very grateful to my Mira, at home, for being so tolerant and patient and for providing the indispensable balance between work and family obligations that I felt at all times.

Branko Blažević





**1.dio**

**TEORIJA SUSTAVA, EKONOMSKI  
PROCESI I TURIZAM**

# 1. TEORIJA SUSTAVA, EKONOMSKI PROCESI I TURIZAM

Poimanja i definiranja turizma kao složene društveno ekonomske pojave promatrane kao podsustav gospodarskog sustava odnosno kao dio ekonomskog procesa, predmet je istraživanja u ovom dijelu. Tu složenu pojavu ne možemo razumjeti ako ne „pozovemo u pomoć“ i složenu metodologiju kao što je opća teorija sustava, te objasnimo najprije njezine teorijske osnove, a potom povezujemo ekonomski proces i njegov kružni tok sa složenom društveno-ekonomskom pojavom turizma u tom ekonomskom procesu.

## 1.1. OSNOVE TEORIJE SUSTAVA

### 1.1.1. Teoretsko-metodološki aspekt primjene sustavnog i ostalih pristupa

Razvoj proizvodnih snaga suštinski mijenja odnos čovjeka prema proizvodnji, njegovo povezivanje sa sredstvima za proizvodnju, njegov odnos prema radu u samom aktu proizvodnje. Bez revolucioniranja proizvodnih snaga nema niti revolucioniranja načina proizvodnje, tj. revolucioniranja odnosa ljudi prema materijalnoj djelatnosti i posebno prema radu u neposrednom procesu. U posljednjih stotinjak godina temeljne se promjene događaju upravo u samom načinu proizvodnje, tj. u odnosu ljudi prema proizvodnji, a posebno u odnosu proizvođača prema radu u samom aktu proizvodnje. Smjenjuju se revolucionarna razdoblja u materijalnoj sferi društva, smjenjuju se etape od jednostavne kooperacije do manufakture, od vodene pare do mehanizacije, od električne iskre do automatizacije i na kraju od elektronike do robotizacije. Riječ je o tri velika prevrata koje nazivamo prvom, drugom i trećom tehnološkom revolucijom. Od sredine prošlog stoljeća počinje epoha preobražaja procesa proizvodnje u znanstveni proces.

I znanost se mora mijenjati i sve više povezivati različita istraživačka područja i njihove specijalizirane znanosti koje se isprepliću i postupno objedinjuju. Tako interdisciplinarno istraživanje prerasta u metodološko i sadržajno približavanje koje »napokon završava potpunim integriranjem svih posebnih disciplina u jedinstvenu znanost povijesti, zaokupljenu proučavanjem budućnosti.«<sup>1</sup> Rješavanje ovih problema modernog života vidi filozof Jürgen Habermas u novom odnosu sustava i svijeta života i to tako da potonji utječe na prvi. Veliku ulogu morale bi prema njemu imati autonomna javnost, kultura sa znanošću i filozofijom, prosvjetiteljski potencijali strogo univerzalističkih pravnih i moralnih predstava, kao i radikalna iskustva estetičke moderne.<sup>2</sup> Brisat će se granice koje dijele prirodne, tehničke, društvene i humanitarne znanosti jer područja njihova interesa postaju »cjelina

---

<sup>1</sup> Dragičević, A., i Dragičević, D./2003/, "Doba kiberkomunizma – visoke tehnologije i društvene promjene", Golden marketing, Zagreb, str. 27.

<sup>2</sup> Habermas, J., (1988), "Filozofski diskurs moderne" Globus Zagreb, Zagreb, str. XXII-predgovor

U knjizi poznati filozof čini „veliku teorijsku posudbu od sistemske teorije“ da bi sa filozofskog aspekta tematizirao modernu te rasvijetljavao njene kontroverze i teorijske nepravilike u relaciji spram socijalne i duhovne zbilje novije povijesti. Naslov originala glasi „Der philosophische Diskurs der Moderne“, Zwölf Vorlesungen, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1985. izdanje na engleskom jeziku glasi: Habermas, J., (1990), The Philosophical Discourse of Modernity, Polity Press UK.

nedjeljivog kibernetičkog prostora koju se može sistemski osmišljavati i strategijski usmjeravati samo usvajanjem nove sistemsko holističko-ekološke znanstvene paradigme«<sup>3</sup>

Znanstveno je revolucioniranje materijalne proizvodnje dovelo do dominacije visokih tehnologija u izradi i primjeni kompjutora, telekomunikacijskih i telematskih uređaja, fleksibilnih automatskih postrojenja, robota, specijalnih materijala, laserskih zraka, satelita, optičkih vlakana, prerađivanja gena itd. Tehnologija biosenzora i biočipova nalazi se u masovnoj upotrebi, tako da su, ... »geni uz čipove postali najsnažnijim čovjekovim oruđem u oslobađanju njegova rada i u radikalnoj preobrazbi prirode i društva<sup>4</sup>.«

Neophodno je razumjeti revolucioniranje načina proizvodnje da bi lakše mogli razumjeti i objasniti sustavni pristup istraživanju u odnosu na klasične pristupe. Ili kako kaže prof. Dragičević » u doba agrarizma i industrijalizma sve je u zbiljskom životu bilo razdvojeno, rascjepkano, podijeljeno i sukobljeno.... Totalitet informacionalističkog društva jedinstven je, cjelovit, svestran, nerazdvojivo uvjetovan i međuzavisan. Zahvaća: informatičku tehnologiju, mrežnu organizaciju, kompjuteriziranu proizvodnju, digitalnu komunikaciju, holističko obrazovanje, sistemsko znanje i znanost povijesti budućnosti«<sup>5</sup>

»Munjeviti informatički prevrat može donijeti slobodu, jer se istinska i potpuna emancipacija čovjeka ostvaruje jedino ukidanjem rada, a to tek osigurava fleksibilna automatizacija i robotizacija proizvodnih procesa.«<sup>6</sup>

Castellova trilogija<sup>7</sup> »Informacijsko doba« od gotovo 1500 stranica, je gotovo enciklopedijski široko koncipirano djelo krcato novim informacijama i referencama iz literature s jednim ciljem. Odgovoriti na pitanje zbog čega se sve i u kakvoj međusobnoj povezanosti mijenjaju društvo, gospodarstvo, tehnologija i kultura.

Prema tome, ekonomsko revolucioniranje predstavlja mijenjanje načina proizvodnje. Nužno je razumjeti tu dijalektiku razvoja taj »...generalni trend nužnog povijesnog uspona od nižih prema višim oblicima materijalnog i duhovnog života...«<sup>8</sup> da bi se shvatila razlika između sustavnog pristupa u odnosu na klasične pristupe istraživanju. Tim oblicima ne odgovara više krutost i ustaljenost organizacijskih šema iz razdoblja klasične mehanizacije. Znanstvenim istraživanjem mora se ući ispod kože raznolike stvarnosti, »mora se dopustiti da se u praksi formiraju odnosi i procesi koji sve manje slične suštini koja se iza njih krije, a društvo je utanačuje i propisuje.«<sup>9</sup>

Svijet je danas sve više i više međuzavisan, povezan u svojim dijelovima, podsustavima koji su i sami vrlo složeni sustavi i koje je nemoguće sagledavati i spoznati promatrajući ih odvojeno od cjeline.

---

<sup>3</sup>Dragičević, A., i Dragičević, D.,/2003/, "Doba kiberkomunizma – visoke tehnologije i društvene promjene", Golden marketing, Zagreb, str. 27.

<sup>4</sup> Dragičević, A., /1987/, »Vizija i zbilja«, August Cesarec, Zagreb, str.52

<sup>5</sup> Dragičević, A., /2005/, »Pretpostavke i zadaci proučavanja budućnosti koja je već počela« Ekonomija, godina 12, broj 2, Rifin, Zagreb, str. 474. – predstavljane knjige »Svjetski izazov Hrvatskoj« Dom & svijet, Zagreb 2005.

<sup>6</sup> ibid. str.131-132

<sup>7</sup> Prva knjiga "Uspon umreženog društva" obrađuje utjecaj nove informacijske tehnologije na promjene u društvu. Druga knjiga »Moć indentiteta« i dio treće knjige, Kraj milenija« obrađuju društvene promjene u raznim područjima svijeta i društvenoga života unutar i izvan kruga utjecaja nove informacijske tehnologije. Na kraju treće knjige Castells iznosi opće zaključke o dosadašnjim posljedicama uspona informatizacije u društvu te predviđa mogućnosti razvoja u idućem stoljeću i tisućljeću. /vidi: Castells, M., (2000), Informacijsko doba, svezak I., II., i III. Golden marketing, Zagreb,

<sup>8</sup> Dragičević, A., /1987/, »Vizija i zbilja« op.cit. str.132

<sup>9</sup> Dragičević, A. /1984/, »Kritika političke ekonomije«, »Globus«, Zagreb, str.242

Očito je da novi složeniji sustavi traže i novu složeniju metodologiju istraživanja, koja je superiornija nad dosadašnjim isključivo analitičkim pristupom<sup>10</sup>. Analitički način mišljenja vezan je uz pojavu specijalizacije znanosti i tehnologije. Izrazito specijalistička znanja i stručnjaci otvorili su problem međusobne izoliranosti i zatvaranja u okvire specijalnosti onih koji govore istim jezikom. Problem cehovske zatvorenosti predstavlja jednu od velikih poteškoća i dok se ne prevlada cehovska zatvorenost unutar i između struka, nećemo moći napraviti bitnije pomake u razvoju. Nedovoljno široka spoznaja irelevantnih informacija predstavlja jedan od bitnih razloga za kočničke mehanizme<sup>11</sup>. Da bi se prevladala ta barijera specijalizacije javljaju se i formiraju sustavno-informacijske znanosti. »...Dugo se vremena u ekonomskoj teoriji suprostavljalo »dno« »vrhu« - »minus« »plusu«, pri čemu se između njih nikada nije jasno vidjela spojnica. Griehom struktura Hrvatska je u pretvorbi i privatizaciji kako kaže prof. Dragičević »ostala bez korporacijske znanosti, koja u svijetu buja u domaćim znanstvenim institutima velikih izvozno orijentiranih transnacionalnih poduzeća. Ostala nam je jedino tradicionalna akademska znanost, organizirana, rascjepkana i ukopana u duboke rovove sve uže specijalizacije, što je čini nepripremljenom i nesposobnom za sistemsko proučavanje kibernetičkog prostora i informacionalističkog totaliteta.«<sup>12</sup>

Ovo se događa zato što se nisu izučavali cijeli sustavi sa svim njihovim brojnim nivoima, već samo ekstremi koji čine granične elemente datog sustava. Bez svih onih stupnjeva između dva ekstrema, tj. bez onih normalnih postupnih prelaza od jednog do drugog ekstrema, teško je bilo vidjeti što zaista spaja ekstreme i kako je moguće da oni oba pripadaju istom sustavu.«<sup>13</sup>

Znanstveno-tehnološka revolucija zahvaća sva područja društvenog života. Prva i druga tehnološka revolucija obuhvaćaju period od vodene pare, preko mašinerije i elektrike do automatizacije. Treća tehnološka revolucija kreće se od elektronike do robotizacije i velike uspjehe i otkrića postiže na polju automatizacije, kompjuterizacije i kibernetizacije procesa materijalne proizvodnje. U sedamdesetim, a posebno u osamdesetim godinama prošlog stoljeća naglašena je težnja prema bionizaciji proizvodnih procesa prema uzorima iz žive prirode. Moderne i moćne proizvodne snage, poput solarne i atomske energije, elektronike, informatike i robotike, laserske tehnologije, genetskog inženjerstva i biotehnologije, novih sintetičkih sirovina, izdašnih optičkih vlakana, čudesno iskoristive keramike, jeftinog silicija i drugih materijala, formira se »materijalna osnova novog društva koju karakterizira znanstveno-informacijska i obrazovna mobilnost s proizvodnjom u kojoj je znanstvena informacija osnovni resurs razvoja.«<sup>14</sup> Radi se o prijelazu iz predindustrijskog i industrijskog u postindustrijsko društvo, koji proizvodnju svoga života bazira na sustavnom prikupljanju, prijenosu i manipuliraju informacijama.<sup>15</sup> Visoke tehnologije osvajaju svijet i taj je proces nezaustavljiv. Roboti i umjetna inteligencija omogućit će neviđeni razvoj čovječanstva, potpuno izvlačenje čovjeka iz neposrednog procesa rada, kada se gase tvornički dimnjaci i nestaju kolosi u kojima su se gomilali proizvođači. Informacijska tehnologija definitivno rješava problem nezaposlenosti. Ponavlja se situacija kao kod prve i druge tehnološke revolucije. Silno raste zaposlenost. Treća tehnološka revolucija smanjuje potrebu za radnom snagom i istodobno povećava potražnju za proizvodima i uslugama, što pak potiče veću zaposlenost. Od velike je važnosti razlikovanje formiranja i funkcioniranja totaliteta industrijalizma i totaliteta informacionalizma. Razlike su da zahtijevaju potpuno različit

---

<sup>10</sup> Vidi detaljnije : Pidd, M., (2003),« Tools for Thinking: Modelling in Management Science«, John Wiley and Sons Ltd.,UK, kao i Checkland, P., » System Thinking, Systems Practice: Includes a 30-Year Retrospective, John Wiley and Sons Ltd. UK.

<sup>11</sup> Vidi detaljnije: Paar, V.,/1987/, »Za optimalni scenarij«, časopis »Naše teme« br. 11/87, str. 1693-1698

<sup>12</sup> Dragičević, A., /2005/, »Pretpostavke i zadaci proučavanja budućnosti koja je već počela» op.cit. str.475.

<sup>13</sup> Stojanović, R., /1983/,»Veliki ekonomski sistemi«, Savremena administracija, Beograd, str. 23

<sup>14</sup> Dragičević, A., »Vizija i zbilja«, op. cit. str. 228

<sup>15</sup> Vidi detaljnije: ibid. str. 222-255

pristup njima, različito upoznavanje njihove strukture, procesualnosti i svrhovitosti. Upoznavanju svijeta koji se sada rađa i razvija pogoduje samo holistička znanstvena paradigma koja težište prenosi na propitivanje umreženih polja koja povezuju dijelove informacionalističkog totaliteta.<sup>16</sup>

Počinje velika seoba unutar poduzeća i između industrijskih grana. Rutinski rad postepeno odumire pod naletom kompjutersko-robotske proizvodnje. Ilustrativan<sup>17</sup> je primjer iz planiranja koje je gutalo ogromne količine ljudskog rada, kada su stručnjaci velike naftne tvrtke preuzeli misaone operacije koje bi morao izvršiti službenik kompanije pri planiranju programa proizvodnje u narednih pet godina. Zatim je isti zadatak povjeren »umjetnom ekonomisti« koji je u skoroj budućnosti trebao potpuno zamijeniti službenike. Kompjutorizirani planer stigao je do prognoze koja se podudarala s rezultatima do kojih su došli i ljudi. Pokazalo se da bi pojedincu za izradu prognoze trebalo 30 godina, timu stručnjaka 8 mjeseci, dok je umjetnom ekonomisti trebalo manje od tri minute. Očito na djelu je najveća svjetsko-industrijska revolucija u povijesti čovječanstva. »Takvom svijetu treba i nova ekonomija i nova ekonomska teorija, svojevrsna »sofnomija«, kojoj su nepoznati dimnjaci tvorničkih giganata.«<sup>18</sup>

Treća tehnološka revolucija ima izuzetan značaj za gospodarski razvoj. »Sve je izraženiji trend da fundamentalna i primijenjena istraživanja postaju podloga visokotehnološkog gospodarstva. Stoga se nameće nužnost cjelovitog sagledavanja novih trendova razvoja tehničkih i prirodnih nauka, u funkciji razvoja gospodarstva.«<sup>19</sup> Ovakvom svijetu potrebna je i nova znanstvena metodologija koja će se koristiti u izučavanju ovako složenih i kompleksnih pojava i sustava na svim nivoima organiziranosti. Taj svijet karakterizira sve veća složenost, heterogenost, ali i međuzavisnost. Sustavni pristup je ta nova znanstvena metodologija koja prihvaća svijet onakvim kakav on u stvarnosti jeste.

### 1.1.2. Osnovne značajke primjene sustavnog pristupa

Promatranje predmeta i pojava uvijek kao cjeline sustava, a nikako zasebno i izolirano promatranje dijelova odvojeno od cjeline je osnovna značajka sustavskog pristupa. »Sami dijelovi sustava, odnosno njegovi elementi, objašnjavaju se na osnovu uzajamnih interakcija i odnosa u okviru procesa funkcioniranja cjeline, a ne obrnuto.«<sup>20</sup>

Pojavom krupnih teorijskih oblasti, a posebno pojavom kibernetike kao nove nauke paralelno se stvara i nova naučna metodologija poznata pod nazivom kao opća teorija sustava koja se služi sustavnim pristupom pri analizi i istraživanju pojava i predmeta. Metode kojima se ostvaruje sustavni pristup obavlja se metodama sustavne analize. Za razumjeti sustavni pristup<sup>21</sup> potrebno je upoznati najprije bitna obilježja sustava da bi uopće mogli uočiti prednosti sustavskog pristupa u odnosu na klasične pristupe istraživanju.<sup>22</sup>

<sup>16</sup> Dragičević, A., /2005/, »Pretpostavke i zadaci proučavanja budućnosti koja je već počela» op.cit. str.474.

<sup>17</sup> Dragičević, A.,: »Vizija i zbilja«, op. cit. str. 247

<sup>18</sup> ibid., str. 251

<sup>19</sup> Paar, V.,/1986/, »Fundamentalna prirodno-znanstvena istraživanja i privredni razvoj«, časopis »Naše teme« broj 5 - 6/86., str. 653

<sup>20</sup> Srića, V.,/1988/,: »Uvod u sustavski inženjering«, »Informator«, Zagreb, godina, str. 9

<sup>21</sup> Vidjeti više: Radošević, D., (2001), " Osnove teorije sustava", Nakladni zavod Matice hrvatske, Multigraf, Zagreb

<sup>22</sup>Vidjeti tekst: "Ludwig von Bertalanffy- Excerpted from General Systems Theory", <http://www.iss.org/quotelv.htm> (06.04.2006), kao i "General System Theory" <http://www.geocities.com/~n4bz/gst/gst1.htm>



Posljednjih godina došlo je do stvaranja nekoliko krupnih teorijskih oblasti. Pojavilo se mnogo naučnih i tehničkih disciplina i pravaca, a granice između njih postale su gotovo sasvim nejasne. U periodu poslije II. svjetskog rata u svim domenima nauke i tehnike nastaju korjenite promjene.

Pojava kibernetike formalno se vezuje za 1948. godinu kada je američki matematičar Norbert Wiener<sup>23</sup> objavio knjigu »Kibernetika ili upravljanje i komuniciranje u živom biću i mašini«, a što je bio rezultat dostignutog nivoa razvoja proizvodnih snaga u toku II. svjetskog rata. Kibernetika<sup>24</sup> kao nauka o upravljanju sustavima na osnovu i pomoću informacija nalazi svoju primjenu u svim oblastima u kojima postoje svrsishodni sustavi. Tako se govori o tehničkoj kibernetici, biološkoj kibernetici, ekonomskoj kibernetici itd.<sup>25</sup>

Danas kibernetiku definiramo kao »...nauku o upravljanju i vezama u složenim dinamičkim sustavima tehničkog, biološkog i društvenog karaktera, zasnovanu na istraživanju i primjeni općih zakonitosti nastajanja, razvijanja, upotrebljavanja i djelovanja informacija.«<sup>26</sup>

Ova nova nauka je sa osnovnim svojim zadatkom, da upravlja složenim dinamičkim sustavima,<sup>27</sup> tražila i svoju novu naučnu metodu. Tako se stvarala kibernetika paralelno sa tom novom metodom, tj. sa općom teorijom sustava kao novom oblasti naučne metodologije.

Dugo vremena nije se pravila razlika između kibernetike i opće teorije sustava. Definitivno i jasno razgraničenje dao je utemeljivač »opće teorije sustava« američki naučnik Anatol Rapoport koji kaže da »...opća teorija sustava podrazumijeva pogled ili metodologiju prije nego teoriju u smislu koji se ovom terminu pripisuje u nauci.«<sup>28</sup>

Opća teorija sustava vrši snažan utjecaj na razvoj svih naučnih oblasti zahvaljujući, prije svega, novoj metodi istraživanja.<sup>29</sup> Smatra se da je razvoj opće teorije sustava najbolji izraz tendencije integracije znanja kao oponenta tendenciji diferencijacije znanja u burnom procesu razvitka nauke u drugoj polovici dvadesetog stoljeća.<sup>30</sup>

Opća teorija sustava unatrag tridesetak godina doživljava svoj prosperitet i veliku popularnost. »Opća teorija sustava predstavlja određeni skup međusobno svrsishodno povezanih načela, metoda i pristupa u istraživanju pojava, kretanja i pravilnosti promjena u prirodi, tehnici, društvu i ljudskom mišljenju u povezanosti, uzajmnosti i interaktivnosti svih odlučnih elemenata i svojstava ili dijelova koji čine neku cjelinu.«<sup>31</sup> Opća teorija sustava »...prvi puta u glavama pojedinih velikih mislilaca rađa već oformljenu naučnu metodu.«<sup>32</sup> Opća teorija sustava logičan je nastavak Marx-Engelsovog dijalektičkog i povjesnog materijalizma, Einsteinove »Teorije relativiteta« i Wienerove »Kibernetike«. U općoj teoriji sustava glavnu ulogu igraju pojmovi koji se koriste u mnogim oblastima nauke.

Ti pojmovi su: sustav, struktura, stabilnost, povratna veza, informacija itd.

---

<sup>23</sup> Wiener, N., /1973/, »Kibernetika i društvo«, Nolit, Beograd

<sup>24</sup> Vidi detaljnije u knjizi: Šandor, Š., (1981), »Uvod u teoriju sistema i kibernetiku«, Ekonomski fakultet Subotica, Institut za organizaciju poslovanja, Subotica.

<sup>25</sup> Vidi detaljnije:/1984/, »Ekonomska enciklopedija II« Savremena administracija, Beograd, str. 769-774

<sup>26</sup> Deželjin, J.,/1987./: »Teorija sustava i informatizacija privrede i društva«, »Narodne novine« Zagreb, str. 18

<sup>27</sup> Nekoliko kompetentnih definicija kibernetike navodi Stojanović, R., u knjizi »Veliki ekonomski sistemi«, op. cit. str. 7-8

<sup>28</sup> Rapoport, A., : »Mathematical Aspect of General Systems Analysis« u »General Systems Yearbook of the Society for General Research«. Vol XI 1966. na str. 3 (prema R. Stojanović »Veliki ekonomski sistemi«, op. cit. str. 8

<sup>29</sup>Vidi detaljnije: "Understanding General Systems Theory"(str.1-6), [www.bsn-gn.eku.edu/BEGLEY/GSThand1.htm](http://www.bsn-gn.eku.edu/BEGLEY/GSThand1.htm) (06.04.2006.), kao i "Systems and Systemic Theory" (str. 1-3), <http://artsandscience.concordia.ca/edtech/ETEC606/systems.html> (06.04.2006.),

<sup>30</sup> Vidi: Ekonomska enciklopedija I, /1984/ »Savremena administracija« Beograd, str. 904-907

<sup>31</sup>Deželjin, J., op.cit., str. 15

<sup>32</sup>Stojanović, R.,: »Veliki ekonomski sustavi«, op. cit. str. 9

Osnovni metodološki princip ove teorije je sinteza znanja dobivenih u različitim oblastima nauke. Opća teorija sustava znači nastanak novog sustava nauka.<sup>33</sup> U stvarnosti se postepeno brišu čvrste granice između prirodnih i društvenih nauka i rješenje se traži u spajanju novih nauka.<sup>34</sup> O tome koliko su zajedničke osobine za sve sustave i zajednički zaključci primjenjivi na sve sustave, zavisi stupanj znanstvenosti opće teorije sustava. Osnovne sustavne znanosti, osim opće teorije sustava, čine teorija informacija; teorija odlučivanja; teorija upravljanja; sustavna dinamika, odnosno kibernetika i informatika, kao i druge znanstvene i znanstveno-metodološke discipline, a koje su neodvojive od opće teorije sustava. Opću teoriju sustava povezuju s dijalektičkim i povijesnim materijalizmom dva zajednička elementa. To su odnos cjeline i dijelova i dinamički pristup, odnosno nemogućnost opstanka sustava bez stalnog kretanja i razvoja. Opća teorija sustava krije u sebi jednu opasnost, a to je apsolutiziranje ili precjenjivanje strukture, funkcije ili pojavnih oblika sustava (pozitivizam). Ovu opasnost treba izbjeći i opća teorija sustava mora se osloboditi jednostranih elemenata pozitivizma, funkcionalizma i strukturalizma i tada, kako kaže prof. J. Deželjin »...suvremena sustavska teorija sve više postaje dijalektična.«<sup>35</sup> Jedna od najznačajnijih primjena opće teorije sustava može se naći u disciplini organizacijskog razvoja<sup>36</sup>. Središnja briga onih koji primjenjuju tu disciplinu je planiranje i upravljanje promjenama uvjerenja, vrijednosti, kultura, društvenih međuodnosa i ponašanja kako bi se poboljšala efikasnost organizacije<sup>37</sup>. Prema općoj teoriji sustava:<sup>38</sup>

- organizacija je otvoren sustav, skup međusobno povezanih dijelova koji se nalaze u međusobnom utjecaju s drugim organizacijama i pojedincima izvan organizacije
- međusobna povezanost znači da sustav uzima energiju i informacije iz okoline, transformira ih na neki način te okolini vraća transformirane rezultate.
- organizacija pribavlja inpute preko granice koja je dijeli od ostalih sustava, transformira te inpute unutar svojih granica i vraća rezultat natrag preko granice. Granica dijeli sustav od njegove okoline, ali ga također i povezuje s okolinom
- odnosi se preko granica neprekidno mijenjaju, okolina se uvijek mijenja. Granica prema tome ima regulativnu funkciju. S jedne strane ona štiti sustav od zbivanja u okolini, a s druge prenosi poruke i potiče promjene unutar granica sustava kako bi se sustav prilagodio svojoj okolini.
- uloga vodstva je upravljanje granicom, odnosno reguliranje granice na način da se zaštiti sustav i omogući njegovo prilagođavanje promjenama.
- uspješan menadžment nastoji održati prilagođenost organizacije promjenljivoj okolini pomoću negativne povratne veze koja kreira stabilnu ravnotežu.
- uspjeh je, prema tome, stanje stabilnosti, dosljednosti i sklada.

---

<sup>33</sup> Detaljnije u knjizi: Puccia, C.J. & Levins, R., (1986), "Qualitative Modelling of Complex Systems" Harvard University Press

<sup>34</sup>ibid., str. 58

<sup>35</sup>Deželjin, J., op. cit. str. 48

<sup>36</sup>Detaljnije u knjizi: Sterman, D.J.,(2000), Business Dynamics:Systems Thinking and Modeling for a Complex World«, McGraw Hill Higher Education, UK

<sup>37</sup> Vidjeti detaljnije : Senge, P., (2006), »The Fifth Discipline«, Random House Business Books

<sup>38</sup> Stacey, R., D.,/1993/, "Strateški menadžment i organizacijska dinamika", Mate, d.o.o., Zagreb, str.134.

### 1.1.2.1. Sustavni pristup i sustavna analiza

U pogledu pojma »sustavni pristup« i »sustavna analiza« postoje razlike od autora od autora.<sup>39</sup>

L. von Bertalanffy u svom vrlo poznatom radu »Kritische Theorie der Formbildung«, Berlin 1928.<sup>40</sup> ukazuje na potrebe i mogućnosti nove metode analize i istraživanja koju danas zovemo sustavni pristup. Sustavni pristup se prema mišljenju Bertalanffya<sup>41</sup> razvio zahvaljujući slijedećim naučnim oblastima: 1. kibernetika, 2. teorija informacija, 3. teorija igara, 4. teorija odlučivanja, 5. topologija (uključujući teoriju mreža i teoriju grafova), 6. faktorska analiza, 7. teorija sustava. Navedene naučne oblasti su doprinjele afirmaciji sustavnog pristupa u svim domenima ljudskih aktivnosti i time približile prirodne i društvene nauke više nego bilo koji raniji metodološki pristup, a što je od posebnog značaja za proces upravljanja društvenim i gospodarskim razvojem. Opća teorija sustava predstavlja novi način gledanja na svijet koji postaje sve složeniji i kompleksniji, međuzavisniji, povezan procesim raznih vrsta. Ovakvoj složenosti odgovara i kompleksan sustav istraživanja.<sup>42</sup> Često se čuje da je nešto sustavni problem koji traži i sustavno rješenje. Sustavni pristup rješavanju problema predstavlja, u stvari, novu znanstvenu metodologiju koja se koristi u izučavanju složenih sustava.

Ostvarivanje sustavnog pristupa obavlja se putem metoda nazvanih zajedničkim imenom sustavna analiza. Bitno obilježje sustavnog pristupa je i dinamičnost predmeta promatranja, kao i odnos cjeline i dijelova.

Sustavni pristup počinje da se šire primjenjuje počev od analize stanja, planiranja i upravljanja vrlo krupnim sustavima, kao što su nacionalno gospodarstvo jedne zemlje (ili čak skupa zemlja), pojedine gospodarske grane, pa do »manjih sustava« kao što su npr. turizam, kompleks dvije industrije (čelična-automobilska, zatim elektromagnetska-aluminijska, itd.) ili jedno industrijsko poduzeće, program razvoja i realizacije istraživačkih projekata, robni i transportni sustav u jednom gradu, aerodrom kao sustav, remontni sustav željezničko-transportnog poduzeća itd.<sup>43</sup> Kratko rečeno, prema navedenom izvoru, opća teorija sustava nalazi svoju primjenu u:

1. analizi stanja sustava,
2. prognoziraju i planiranju rasta razvijajućih sustava,
3. izboru adaptivnih, optimalnih ili bar zadovoljavajućih upravljačkih akcija i odluka
4. zadacima i implementaciji odluka na automatski, poluautomatski ili organizacijski način (u sustavima gdje važnu ulogu igra čovjek).

Kako je sustavni pristup i način mišljenja, a ne samo metodologija, on se primjenjuje u svim fazama rada na sustavima od postavljanja problema, pa do verifikacije rezultata.

---

<sup>39</sup> Vidi pobliže: 1. Rajkov, M., /1977/, Teorija sistema, Univerzitet u Beogradu, Beograd, 2. Radošević, D., /1978/, Teorija sistema i teorija informacija, Fakultet organizacije i informatike, Varaždin, 3. Stojanović, R., /1977/, Veliki ekonomski sistemi, Savremena administracija, Beograd, 4. Dragojević, R., /1977/, Informatika, Školska knjiga, Zagreb, 5. Deželjin, J., /1984/, Teorija ekonomskih sistema udruženog rada, SCEOZ Rijeka., sve prema Deželjin, J., op.cit. str.25.

<sup>40</sup> Vidi: Ekonomska enciklopedija I, op. cit. str. 905

<sup>41</sup> Bertalanffy, L., /1972/, »General Systems Theory – a Critical Review« u zborniku čiji su editori John Blashon i Geoff Peters »System Behaviure«, London 1972., str. 13. (Prema Stojanović, R., »Planiranje u samoupravnom društvu«, Savremena administracija Beograd, 1979, str. 52)

Isto djelo u izdanju Braziller (George) Inc., U.S.iz 1968. godine se može naći na stranicama interneta [www.amazon.co.uk/exec/obidos/ASIN/](http://www.amazon.co.uk/exec/obidos/ASIN/)

<sup>42</sup> Vidi detaljnije: Skuttner, L., (1996), "General systems theory: origin and hallmarks", Kybernetes, Vol. 25. No. 6. pp. 16-22.

<sup>43</sup> Vidi: Ekonomska enciklopedija I, op. cit. str. 906

Sustavni pristup, odnosno primjena opće teorije sustava u istraživanju realnih sustava, u stvari predstavlja stvaranje pojednostavljenih aspekata sustava i okoline u kojoj on egzistira.<sup>44</sup>

Možda je najjednostavnije realnost ove teorije formulirao Bertalanffy kada je rekao: »ako želite realizam pogledajte na svijet oko nas, ako želite razumijevanje pozovite u pomoć opću teoriju sustava« (Kritische Theorie der Formbildung)<sup>45</sup>. Sustavni pristup nudi opći metod formulacije i analize sustava. Polazi se najprije od verbalnog opisa, zatim se konstruira blok dijagram u kome se istaknu međuzavisnosti između podsustava. Zatim se pristupa formulaciji zadataka i deskriptivnim iskazima za svaki dio blok dijagrama. Na kraju se uvode matematičke strukture u cilju analitičkog studiranja i/ili simulacije ponašanja sustava. Opća teorija sustava i sustavni pristup ima i imat će sve veću primjenu u budućnosti. Ona mora biti toliko opća da obuhvati sve postojeće konkretne teorije. Ona mora biti visoko apstraktna i koristiti se visoko apstraktnim jezikom matematike. Sa stanovišta primjene opće teorije sustava važno je istaći da je broj činjenica u svakom konkretnom kompleksnom sustavu praktično neograničen. Zadatak je upravo sustavne analize da te činjenice analizira i sistematizira, utvrdi uzroke, posljedice i međusobne zavisnosti, da bi se u realnom sustavu mogli interpretirati svi važni događaji. Sustavni pristup podrazumijeva pet etapa u svojoj realizaciji.<sup>46</sup> To su:

1. definiranje predmeta proučavanja i njegove funkcije.
2. utvrđivanje i definiranje veza sustava s njegovom okolinom (okruženjem).
3. definiranje osnovnih elemenata sustava, njegove strukture, tj. uzajamne funkcionalne povezanosti.
4. traženje boljih rješenja u prestrukturiranju elemenata sustava u smislu njihovog boljeg kombiniranja i povezivanja u cjelini i s okolinom.
5. prelazak na nivo elemenata kao sustava.

Ukoliko rješenje ne zadovoljava, postupak se ponavlja sve dok se ne dođe do zadovoljavajuće strukture i funkcioniranja sustava. Konkretnu primjenu sustavnog mišljenja (pristupa) i kibernetike predstavlja tzv. sustavna dinamika. Sustavna dinamika je metodologija istraživanja, modeliranja, simuliranja i optimiziranja složenih dinamičkih sustava.<sup>47</sup> Ako je opća teorija sustava nauka o sustavima, a sustavni pristup znanstvena metodologija koja se koristi u izučavanju sustava, potrebno je bliže objasniti pojam i bitna obilježja sustava.

### ***1.1.2.2. Poimanje i bitna obilježja sustava***

Postoje brojne definicije sustava<sup>48</sup>, a prema najopćijoj definiciji sustav je skup objekata ili elemenata svrsishodno povezanih u jednu cjelinu radi ostvarivanja zajedničkog cilja. Dijelovi sustava koji vrše ili na koje se vrši neki utjecaj, a čine osnovne sastavne dijelove sustava, nazivaju se elementi sustava. Za elemente i njihove veze koje se mogu uspostaviti između elemenata unutar nekog sustava vrijedi pravilo da treba uzeti u obzir samo one bitne sa stanovišta svrhe i funkcije sustava.<sup>49</sup>

---

<sup>44</sup> Vidi: ibid., str. 906

<sup>45</sup> ibid.

<sup>46</sup> Radošević, D./1978/, »Teorija sustava i teorija informacija«, Fakultet za organizaciju i informatiku, Varaždin 1978. godina, str. 7-8

<sup>47</sup> Vidi detaljnije: Deželjin, J., op. cit. str. 42

<sup>48</sup> Vidi i usporedi: Stojanović, R.: »Veliki ekonomski sistemi«, op. cit. str. 11-13, kao i Deželjin, J., »Teorija sistema...«, op. cit. str. 67-68

<sup>49</sup> Detaljnije o sustavu vidi: Uzelac, J., (2000), "Sustav-pojam i analitička eksplikacija", Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: časopis za ekonomsku teoriju i praksu, Ekonomski fakultet, Rijeka, str. 43-58.

Majminas, E.,Z., pod sustavom u kibernetici podrazumijeva »ukupnost međusobno povezanih varijabli (“elemenata” ili “blokova”) pri čemu se posljednji sa svoje strane mogu promatrati u svojstvu sustava”<sup>50</sup>

Meyer, G., kaže da sutav »obuhvaća ukupnost ili kompleksnost elemenata ili pojedinačnih dijelova. On posjeduje strukturu, realizira funkciju i predaje informacije ili ih prerađuje”<sup>51</sup>

O. Lange kaže da sustavi posjeduju “atribute koji se razlikuju od atributa njihovih konstituirajućih elemenata i oni isto tako imaju i svoje vlastite načine djelovanja koji se ne mogu izvući samo iz njihovih elemenata”.<sup>52</sup>

A.B.Blalock tvrdi da “opća teorija sistema služi kao opća metoda analize upotrebljiva u svim naukama”.<sup>53</sup>

Keneth Boulding kaže da je teorija sustava “kostur svake nauke na koji se stavlja meso i krv pojedinačnih naučnih disciplina”.<sup>54</sup>

Ludwig von Bertalanffy, navodi što nudi ova nova naučna metoda: “... ciljevi opće teorije sustava mogu se označiti na slijedeći način; (a) postoji opća tendencija k integraciji različitih nauka, prirodnih i društvenih, (b) takva integracija javlja se usredotočena u općoj teoriji sustava, (c) ova teorija može biti važno sredstvo za pomaganje egzaktne teorije u nefizičkim oblastima nauke, (d) razvijajući jedinstvene principe koji se protežu “vertikalno” kroz područje svake pojedinačne nauke, ova teorija nas vodi bliže cilju jedinstva nauke, (e) ona može voditi do tako jako potrebne integracije u naučnom obrazovanju”<sup>55</sup>.

Bitna obilježja koja karakteriziraju organizacijski sustav u području ekonomije su: cilj, struktura, funkcija, proces, pravila ponašanja, ulaz i izlaz, informacija-upravljanje, okolina (okruženje) i rezultat.<sup>56</sup> Među bitne značajke (načela) sustava spadaju<sup>57</sup>:

1. odnos cjeline i dijelova, uključivo i načela u tom odnosu,
2. statika i dinamika sustava,
3. prostor i vrijeme,
4. kvantitet i kvalitet,
5. ekstenzivnost i intenzivnost,
6. kretanje i rast sustava,
7. odnos strukture i funkcije sustava,
8. zakon opstanka sustava.

Ono što povezuje opću teoriju sustava sa dijalektičkim i povjesnim materijalizmom su odnosi dijelova i cjeline i dinamički pristup, te bi se kratko na njima zadržali, s obzirom da su važni za našu daljnju analizu turističkog i gospodarskog sustava.

Za odnose između cjeline i njenih dijelova, odnosno sustava i njegovih podsustava vrijede slijedeća načela:

1. da bi dijelovi funkcionalno pripadali nekoj cjelini moraju imati određena svojstva te cjeline,
2. dijelovi (podsustavi) u odnosu na cjelinu (sustav) moraju imati relativnu autonomnost:

---

<sup>50</sup> Majminas, E.,Z./1965/ “Klasifikaci informaci v ekonomike”, časopis “Ekonomika i matematičeskie metodi”, br. 4, Moskva.

<sup>51</sup> Gerhard, M.,/1966/,”Kybernetik und Unterrichtsprozess”, Berlin, str. 16.

<sup>52</sup> Lange, O.,/1965/, “Wholes and Parts A General Theory of System Behaviour”, Oxford-Warszawa, str. 1.

<sup>53</sup> Blalock, A.B./1959/, “Toward a Clasification of System Analysis in the Social Sciences” u “Philosophy of Science”, Vol. 26, str. 84

<sup>54</sup>Boulding, K./1956/,. “General Systems Theory: The Skeleton of Science”, u “General Systems, Vol. I, 19, str. 17.

<sup>55</sup> Bertalanffy, L./1956/, “General Systemy Theory” u “General Systems”, Vol. I, str. 2.

<sup>56</sup>Deželjin, J.,op. cit. str. 68

<sup>57</sup>ibid., str. 76-86

3. samostalnost dijelova na smije ugrožavati cjelinu; cilj treba biti: postići optimum slobode utvrđenog primata cjeline nad dijelovima i optimum slobode u odnosu na cjelinu;
4. sustav ne smije biti zatvoren već otvoren prema svojoj bližoj i daljoj okolini;
5. vrijednosno značenje cjeline sustava je veće od zbroja vrijednosnog značenja njegovih dijelova – podsustava (sinergički učinak)
6. uvjet opstanka sustava karakterizira kretanje, rast i razvoj.

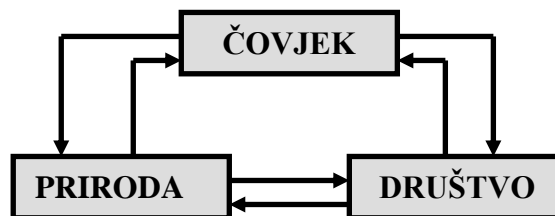
Proces mijenjanja sustava u određenom vremenu, koji označava kako sustav reagira na ulazne veličine i kako utječe na izlazne veličine, nazivamo ponašanje sustava. Prelaženje sustava iz jednog u drugo stanje naziva se funkcioniranjem postojanja sustava.

Postoji više klasifikacija sustava prema raznim kriterijima i raznim autorima.<sup>58</sup> Najprikladnija je podjela na prirodne, tehničke i organizacione sustave. Prirodni sustav nastao je nezavisno od volje ljudi i funkcionira po zakonima prirode. Tehnički sustav se također ponaša po zakonima prirode, jer je u njega čovjek ugradio prirodna svojstva. Organizacioni sustavi su plod čovjekova stvaralaštva, kojima je čovjek propisao pravila ponašanja i koji se sastoje od prirodnih, tehničkih i socioloških elemenata i u pravilu su vrlo složeni. Naša pažnja zadržavat će se uglavnom na ovoj trećoj vrsti sustava.

### ***1.1.2.3. Sustavni pristup u odnosu na klasične pristupe istraživanja***

Prirodni sustavi nisu i ne mogu biti izolirani od društvenih okruženja, a isto tako i društveni sustavi se promatraju u svom prirodnom okruženju (vidi sliku 1.1.)

**Slika 1.1: Interakcija kod sustavnog pristupa**



Izvor: Prema ideji: dr. R. Stojanović, vidi fusnotu 59., izradio autor

Sustavni pristup sadrži interakciju: priroda – čovjek – društvo.<sup>59</sup> Skup sredstava, postupaka i načina koji se primjenjuju u jednom istraživanju nazivamo metodologijom jedne nauke. Kada se govori o razvoju znanstvene misli može se razlikovati tri temeljne metodološke etape.<sup>60</sup>

- To su:
1. etapa u kojoj dominira metoda opservacije,
  2. etapa koju karakteriziraju analitičke metode,
  3. etapa sustavnih metoda.

<sup>58</sup>Vidi detaljnije: Novačevski, D.,/1979/, »Metodi izbora strateških odluka«, »Savremena administracija, Beograd, str. 8-12

<sup>59</sup> Vidi: Stojanović, R., : «Planiranje u samoupravnom društvu», op.cit.str. 52-53

<sup>60</sup> Vidi: Deželjin, J., : »Teorija sustava...«, op.cit.str. 44-46

Analitički pristup karakterizira nezavisnost elemenata koji se analiziraju, koji se rastavljaju na definitivne dijelove da bi pojava u cjelini bila shvaćena.

Odnose između rastavljenih elemenata objašnjava se načelom kauzaliteta i opisuje krutim definicijama. Sustavni pristup karakterizira promatranje predmeta i pojava kao cjeline sustava, a da se pri tome ne izgube značajke koje cjelina daje dijelu. Sustavni pristup karakterizira interdisciplinarnost i transdisciplinarnost, a to znači u promatranju uključiti razne znanstvene discipline istovremeno. U centru istraživanja, kada je riječ o sustavnom pristupu, uvijek je spoznaja cjeline, a ne njezini dijelovi, naglasak je veći na analizi procesa u sustavu, a ne na komponentama sustava.<sup>61</sup>

Sustavni pristup se ne zadovoljava analitičkim pojednostavljenjima nego nastoji pridonijeti shvaćanju, objašnjavanju i mijenjanju cjelina promatranih u sintezi svih njihovih dijelova.<sup>62</sup>

Razlikovanje sustavnog od analitičkog mišljenja jasno se ogleda kroz to što «analitički mislilac i metodičar pristupa predmetima i pojavama parcijalno po dijelovima, pa stoga ne može vidjeti cjelinu... sustav nije jednostavni zbir dijelova, već njihov integral-nova ukupna kvaliteta, a ne prost kvantitet. ...Dijelovi se mogu u odgovarajućem stupnju spoznati tek njihovim proučavanjem u međusobnoj povezanosti i interaktivnosti s cjelinom. ... Sustavni mislilac i istraživač «zna» što je cjelina, klasični analitičar to može tek dokučiti. ... **Možda se u ovim postulatima i kriju problemi i nesporazumi oko poimanja i definiranja turizma kao složene društveno ekonomske pojave, što je i predmet našeg istraživanja, a što je upravo dobar primjer za razumijevanje i same teorije sustava.**

Ovo ne znači da se sustavni istraživač ne služi analitičkim instrumentarijem, ali on pri tome ne promatra dio odvojeno, već uvijek u cjelini i kroz cjelinu.<sup>63</sup>

Kada je riječ o osnovnim metodološkim principima ekonomske dijagnostike<sup>64</sup> razlikuju se tri faze u razvoju ekonomske dijagnostike: 1. statistička faza, 2. ekonometrijska faza, 3. faza sustavskog pristupa.

Statističku fazu i ekonometrijsku fazu karakteriziraju zbirne kategorije koje, bez obzira na njihovu veliku pojedinačnu korist u svim vrstama ekonomskih analiza, mogu biti lažna slika pravog stanja. Te veličine odnosno kategorije su bruto domaći proizvod per capita, obujam osobne i zajedničke potrošnje per capita i slično.

Ako uzmemo bilo koju od spomenutih kategorija mi ne znamo šta se iza nje krije ukoliko unutar svake te kategorije nemamo više indikatora, pošto nam samo jedan indikator može dati lažnu sliku pravog stanja. Iz tog razloga sustavni pristup služi se ne samo mjerljivim, nego i nemjerljivim indikatorima za što se služi raznim intuitivnim metodama, koje se javljaju kao čisto intuitivne ili u raznim kombinacijama sa statističkim, ekonometrijskim i operacijskim metodama.

Prof. Stojanović upozorava na ulaženje u dvije krajnosti kod izbora optimalne strategije gospodarskog razvoja, koje se tek sustavnim pristupom ublažuju. Ova opasnost je težnja ka sveobuhvatnosti kada se želi da ima sve u vidu što umanjuje našu sposobnost uočavanja osnovnih pravaca kretanja i prioriteta. Druga krajnost su usko definirani društveni prioriteti kojima se zapostavljaju svi drugi faktori, ciljevi i kriteriji gospodarskog i društvenog razvoja.<sup>65</sup>

---

<sup>61</sup> ibid.,str.46

<sup>62</sup> Vidi: Srića, V.,: »Uvod u sustavski inženjering«, op.cit.str.2

<sup>63</sup> Deželjin, J.,: »Teorija sustava...«, op.cit.str. 46

<sup>64</sup> Vidi detaljnije; Stojanović, R.,: »Planiranje u samoupravnom društvu«, op.cit.str 139-141

<sup>65</sup>Vidi detaljnije: Stojanović, R.,/1979/,: »Optimalna strategija privrednog razvoja« - »Savremena administracija« Beograd, str. 7-8

Današnje najrazvijenije zemlje svijeta napuštaju klasične proizvodnje, kao što su automobilska industrija, petrokemija, brodogradnja, a sve više osvajaju novu tehnologiju za nove metode upravljanja i nastoje sagledati kojim će pravcem ići upravljanje u XXI. stoljeću.

Očito da svijet traži «nove razvojne koncepcije, na njima razrađene nove razvojne politike, drugačije metode upravljanja razvojem, drugačije kombinacije svih bitnih faktora razvoja budućnosti, jer se ulazi u bitno novu fazu razvoja...»<sup>66</sup>

Prof. Stojanović zalaže se za ofanzivnu politiku gospodarskog razvoja kojoj je potrebna i nova teorija, nova politika gospodarskog razvoja, novi sustav funkcioniranja, kao i novi pristup upravljanju, što autorica jednom riječju naziva potrebom za novom kulturom razvoja. O kulturnoj dimenziji razvoja govori i Biserka Cvjetičanin. Za nju je razvoj cjeloviti povijesni proces u čijem je središtu čovjek. Ta kultura u najširem smislu obuhvaća i ekonomske djelatnosti i podrazumijeva sektorsko povezivanje i uspostavljanje odnosa između različitih područja, te komunikaciju među različitim vrstama ljudskog stvaralaštva, kao i među različitim društvima, zemljama, grupama i pojedincima. Novi razvojni modeli moraju voditi računa o svim aspektima ljudskog života.<sup>67</sup> **Ponovo u ovim mislima možemo pronaći turizam upravo kroz sektorsko povezivanje između različitih područja.**

Prof. Stojanović svojim sustavnim mišljenjem i pristupom polemizira sa tradicionalnim shvaćanjima i ekonomskim teorijama koje je potrebno preispitati, daje generalno kompleksne ocjene društvenog trenutka i projekciju i anticipaciju budućih kretanja i oblikovanja društva koje dolazi. Kritičko sagledavanje sustava upravljanja kao najvažnijeg dijela sustava funkcioniranja prof. R. Stojanović vidi kroz dugoročno neprikosnoveni monopol političkog sustava nad sustavom upravljanja, stoga se zalaže za nužnost kompleksnog mijenjanja cjeline gospodarskog sustava, a naročito promjene sustava upravljanja.

Prof. R. Stojanović nagovještava, kako u teoriji, tako i u politici gospodarskog razvoja, stvaranje nove kategorijalne aparature, nagoviještava duboke promjene upravljačkih metoda i upravljačkih institucija iz razloga, kako kaže, «što će svijet kretati ka sve razvijenijim oblicima upravljanja, i što će uz tu društvenu aktivnost, postupno, biti svi uključeni»<sup>68</sup>, odnosno svi na neki način participirati u upravljanju.

Ova je poanta važna poruka autorice, jer ona pred naučne radnike stavlja mnoga otvorena pitanja da se objasni kuda dalje. Bez sustavnog pristupa kao nove naučne metodologije i njegove primjene na vrlo složene sustave i pojave, od najmanjih gospodarskih organizacija, gospodarskih grana, regija, do nacionalnog gospodarstva i svjetskog društvenog sustava, naš «put ka visokoindustrijaliziranom društvu» bio bi nemoguć. Mjere i metode iz etape prvobitne industrijalizacije moraju se zamijeniti novima, jer se nalazimo u novoj razvojnoj fazi svjetskog gospodarstva. Kad je riječ o mogućim pristupima u izboru optimalne strategije gospodarskog razvoja sustavni pristup se uzima kao osnovni pristup, dok se svi ostali pristupi javljaju kao njegova dopuna, tj. kao podsustavi sustavskog pristupa koji se svrstavaju po slijedećem redoslijedu:<sup>69</sup>

1. gransko – regionalni pristup,
2. faktorski pristup
3. pristup preko optimizacije potrošnje stanovništva,
4. pristup preko determinanata opće stope gospodarskog rasta.

---

<sup>66</sup>Stojanović, R., /1984/, »Na putu ka visokoindustrijaliziranom socijalizmu«, »Savremena administracija« Beograd

<sup>67</sup> Vidi detaljnije: Cvjetičanin, B.,/1983/,: »Kulturna dimenzija razvoja«, časopis »Naše teme« broj 10/83, str. 1656 - 1665

<sup>68</sup>Stojanović, R., : »Na putu ka visokoindustrijalizovanom socijalizmu«, op.cit.str. 118

<sup>69</sup> Vidi; Stojanović, R.,: »Optimalna strategija privrednog razvoja«, op.cit.str. 27 – 40



Gransko-regionalni pristup inzistira na izboru vodećih grana i na najatraktivnijim područjima. Granski i regionalni pristup čine jedinstvo. Granski pristup je mnogo razrađeniji i metode razvijenije, dok je regionalni pristup i razmještaj elemenata sustava materijalne proizvodnje znatno manje razvijen, gledano sa stanovišta sustavnog pristupa.

Faktorski pristup polazi od kombiniranja pojedinih faktora razvoja i to kako ekonomskih tako i neekonomskih, materijalnih i nematerijalnih, a u cilju njihovog maksimalnog korištenja.

Pristup optimiziranja potrošnje stanovništva smatra da je porast potrošnje osnovni cilj društvene proizvodnje tj. osnovni cilj optimiziranja gospodarstva je maksimizirati porast potrošnje.

Pristup preko determinanata opće stope gospodarskog rasta nalazi svoju primjenu u čisto teorijskim razmatranjima gospodarskog rasta. Radi se o matematičkim modelima i formulama koje su pojednostavljene i iz kojih se ne vide bitni faktori koji utječu na stopu gospodarskog rasta. Najnoviji sustavni pristup izboru strategije gospodarskog razvoja ne polazi od matematičkih modela gospodarskog rasta, već od prioriteta u razvoju. Ako bi vršili klasifikaciju metoda kvantitativne analize u oblasti ekonomskog života, onda bi jedna od podjela tih metoda mogla da bude slijedeća:<sup>70</sup>

1. matematičko-statističke metode i tehnike,
2. ekonometrija,
3. operaciona istraživanja,
4. matematičko programiranje,
5. metode ekonomske kibernetike i sustavnog pristupa.

Sve ove metode, pored egzaktnosti, povezane su sa empirijskim istraživanjima i kvalitativnom ekonomskom analizom. Promjenom proizvodnih snaga, tj. materijalne osnove, a posebno znanstveno-tehnološke osnove mijenja se i društvena nadgradnja i institucije i društvena povezanost među ljudima.<sup>71</sup> »Ne mogu to objasniti nikakvi ekonometrijski modeli i njihovi »barbarski« hijeroglifi savršenih tehnika matematičke formulizacije.«<sup>72</sup>

Primjenom matematičkih metoda kojima se vrše egzaktna istraživanja u ekonomiji, zbog stohastičnosti pojava u ekonomiji i uopće u društvenim naukama, nije se mogla dobiti prava slika o stvarnim kretanjima i promjenama.

Veći broj radova iz ove oblasti javlja se u periodu između dva svjetska rata, kada su dobiveni i značajni rezultati matematičko-statističkih analiza u ekonomiji. Poslije Drugog svjetskog rata dolazi do dinamičkog i vrlo brzog tempa razvoja gospodarstva mnogih zemalja svijeta, što paralelno prati nagla ekspanzija ekonometrijskih pristupa problemima gospodarskog razvoja.

Paralelno sa ekonomijom počinje i razvoj operacionih metoda koji nalazi svoju primjenu u rješavanju problema u okviru poduzeća. Tu se ubrajaju različite metode, kao što su linearno programiranje, teorija igara, mrežno planiranje, upravljanje zalihama, posebna metoda tzv. cost-benefits Analysis ( »Troškovi-koristi« ) i drugo.

---

<sup>70</sup> Ekonomska enciklopedija I, op.cit.str. 289

<sup>71</sup> U intervjuu danom Novom Listu akademik Ivan Supek ukazuje na novu dogmu kojom smatra da je "ekonomska uspješnost glavna vrednota društva". On iznosi argumente u prilog izgradnje drugačijeg društva i to takvog u kojemu će ekonomija biti važna, ali ne i glavna; u kojemu nećemo raditi samo za profit, nego zato da radimo iz zadovoljstva. Zato se moraju cijeniti sve druge ljudske vrline. Zato se prof. Supek zalaže za jedinstvo znanosti, filozofije i umjetnosti, jer se samo sintezom svega toga može stvoriti bolji svijet. To je upravo zalaganje za teoriju sustava, kojom će se razbiti i sadašnje zablude i dogme i postojeće paradigme. Vidi:intervju s Ivanom Supekom "kapitalizam treba zbaciti"- Novi list , 29.04.2006. – poseban prilog "Pogled" str. 4-5

<sup>72</sup> Dragičević, A./1986/, »Budućnost ekonomskih znanosti«, časopis »Naše teme« broj 9/86, str. 125

»Primjena matematičke i ekonometrijske analize u ekonomici daje velike rezultate premda promašaji i neuspjesi upućuju na dužan oprez i još uvijek ograničen domet ovog znanstvenog oruđa u uvjetima veoma fleksibilne i neizvjesne gospodarske situacije.«<sup>73</sup>

Koliko god kvantitativne metode bile usmjerene u traženju egzaktnih odluka, ipak ove metode imaju i krupne nedostatke koje možemo podijeliti na nekoliko grupa:<sup>74</sup>

1. kvantitativne metode su neadaptivne u pripremanju odluka, jer one izostavljaju sve nemjerljive i nedovoljno mjerljive faktore, a utjecaj takvih faktora kod razvoja sustava, a naročito kod razvitka velikog ekonomskog sustava, je suviše veliki da bi mogli biti zanemareni;
2. ne uzimaju u obzir hijerarhijsko ustrojstvo velikog ekonomskog sustava i svih njegovih podsustava, tj. ne uključuju različite stupnjeve prioritnosti;
3. ne prikazuju postojanje raznih konfliktnosti različitih jačina i trajanja, zbog čega se ne vidi ni da li će neka odluka pooštavati ili ublažavati postojeće konflikte i izazvati nove, a što ima za posljedicu da se gubi jedan od veoma značajnih kriterija selekcije alternativa;
4. ne uzimaju se u obzir ključne povratne sprege, koje objašnjavaju funkcioniranje sustava. Kvantitativne metode, troškove i rezultate daju samo prema mjerljivim efektima povratnih sprega, ali djelovanje samih sprega i njihova nemjerljiva djelovanja kod ovih metoda se ne vide;
5. nedostatak kvantitativnih metoda je što one ne mogu da obuhvate povratnu spregu sustav-okruženje i njene efekte. Odluke pripremljene ovim metodama ostaju bez sagledavanja utjecaja okruženja.

Kvantitativne metode uz sve spomenute nedostatke nemaju istu neadekvatnost za sve vrste odluka. Njihova je primjena stoga ograničena, te je došlo do pojave novih metoda koje su trebale minimizirati navedene nedostatke kvantitativnih metoda. Javili su se tzv. Intuitivne metode, koje unose interdisciplinarni pristup i konačno prevladavanje sustavnog pristupa koje dovodi do »transdisciplinarnosti i intuicije kao najbitnijih elemenata modernih metoda priprema strateških odluka o razvoju pojedinih ekonomskih sustava.«<sup>75</sup>

Kvantitativne metode su formalno vrlo precizne što je zapravo i njihov osnovni nedostatak, jer ta preciznost je »rezultat njihove uskosti i jednostranosti u promatranju tako složenog, dinamičkog i stohastičkog sustava...«<sup>76</sup>

Sustavni pristup i sustavno mišljenje imaju apsolutnu perspektivu i budućnost svakako pripada njima.

U istraživanjima na bazi sustavnog pristupa dolazi se do transdisciplinarnog, do afirmacije intuitivnih metoda, do konvergentnog (susretnog) planiranja i pojava novih naučnih oblasti.<sup>77</sup> Prednosti intuitivnih metoda ispred kvantitativnih ogledaju se u jedinstvu sustavnog pristupa, interdisciplinarnosti, a u perspektivi transdisciplinarnosti i intuiciji kod pripremanja strateških odluka o razvoju.

Ove metode uvažavaju različite interese i ciljeve, razne vanjske i unutarnje faktore razvoja i uvode »široku bazu demokratskih metoda kod pripremanja i donošenja odluka«.

---

<sup>73</sup> Vidi detaljnije: Dragičević, A.,: »Kritika političke ekonomije«, op.cit.str. 255-259

<sup>74</sup> Prema Stojanović, R.,: »Optimalna strategija privrednog razvoja«, op.cit.str. 264

<sup>75</sup> Stojanović, R.,: »Optimalna strategija privrednog razvoja«, op.cit.str. 265

<sup>76</sup> ibid., str. 265

<sup>77</sup> Detaljnije vidi u knjizi: Popper, K.,( 2002), »The Logic of Scientific Discovery«, Routledge, an imprint of Taylor & Francis Books Ltd.

## 1.2. EKONOMSKI PROCES I NJEGOV KRUŽNI TIJEK

Ekonomski proces je proces odnosa između ekonomskih subjekata koji proizvode i troše. Taj se proces događa tako što čovjek da bi zadovoljio potrebe mora proizvoditi dobra koja može proizvesti ako, ulažući rad aktivira i druge proizvodne faktore. Međutim potrebe su stalne i u neprekidnom razvoju, stoga čovjek mora stalno proizvoditi dobra da bi opstao i razvijao se. Tako se oblikuje neprekidni krug proizvodnje i potrošnje dobara u kojemu rad pokreće proizvodnju, a dobra potrošnju.<sup>78</sup>

Na relaciji čovjek – priroda /slika 1.1./, trajno teče proces promjena. Njegova bit je u proizvodnji, tj. pretvaranju prirodnih i ljudskih resursa u dobra, proizvode i usluge, koji mogu zadovoljiti različite ljudske potrebe. To je osnovni uvjet opstanka i razvoja čovjeka.

Čovjek mora najprije privređivati, tj. proizvesti raznovrsna dobra, kako bi, trošeći ta dobra mogao zadovoljiti i različite potrebe. Pri tome su njegove mogućnosti proizvodnje dobara ograničene jer su resursi ograničeni, za razliku od potreba koje su u pravilu iznad proizvodnih mogućnosti. Zato je odnos između dobara i potreba, temeljni ekonomski odnos.

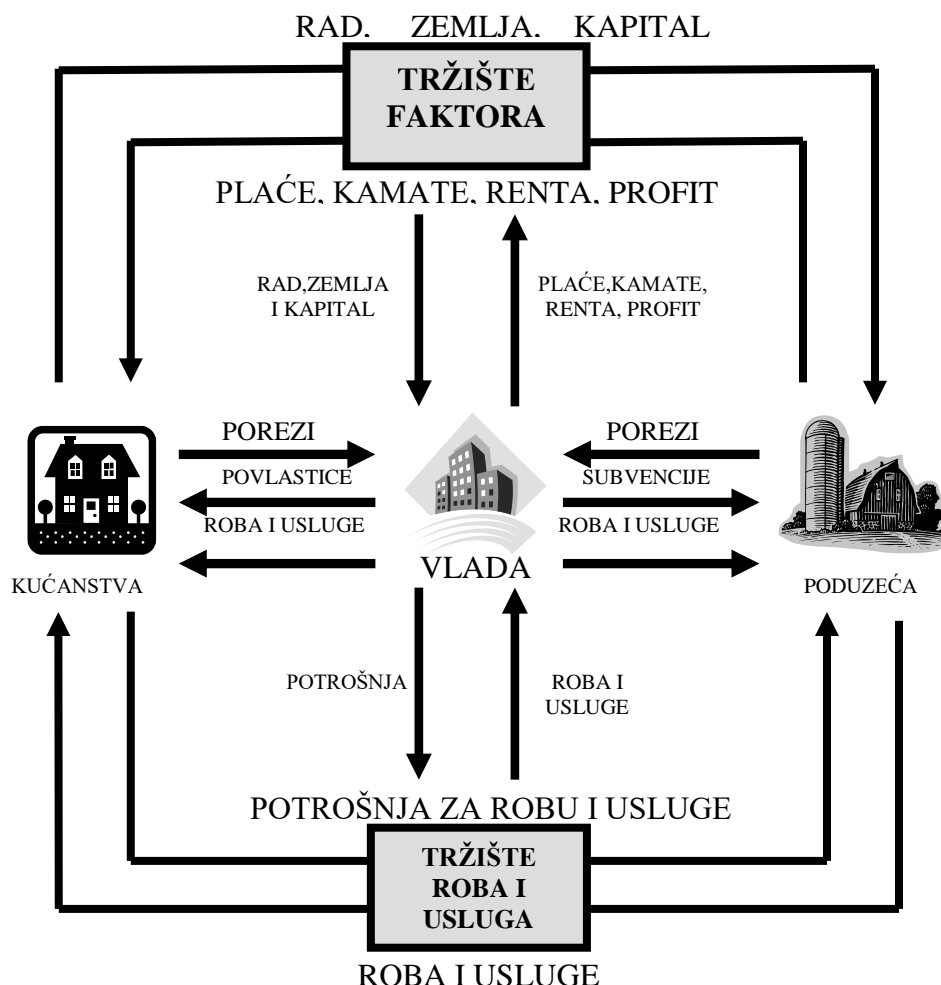
Proizvodnja nije cilj za sebe, već čovjek privređuje da bi se održao i bavio brojnim drugim djelatnostima. Keynes će reći: "potrošnja je jedini cilj i isključiva svrha čitave ekonomske aktivnosti".

Raznolikost čovjekovih potreba osnova su i pokretač razvoja različitih proizvodno–uslužnih procesa. U procesu privređivanja pojedinac se, upravo kao i društvo u cjelini, uvijek nalazi pred istim problemom; kako s ograničenim resursima na najefikasniji način proizvesti dobra koja mogu zadovoljiti najvišu razinu i raznolikost potreba.

---

<sup>78</sup> Vidi: Dulčić, A., /2001/, »Upravljanje razvojem turizma«, Mate d.o.o., Zagreb, str.49.op.cit. str. 102

Slika 1.2: Kružno obilježje ekonomskog procesa



Dobra se proizvode u proizvodnim jedinicama, najčešće poduzećima, a troše ih potrošači, tj. kućanstva, odnosno čovjek kao potrošačka jedinica, kada zadovoljava neku od brojnih potreba. Razvijena društva razvila su podjelu rada, koja utječe na razdvajanje proizvođačkih od potrošačkih jedinica, ali ekonomski proces zadržava neprekidno kružno obilježje u kojemu se reproducira čovjek. Povezivanje proizvođača i potrošača u razvijenim društvima preuzima tržište u kojima država igra važnu ulogu.

### 1.2.1. Proizvodnja i potrošnja u ekonomskom procesu

Zamislimo zatvoreno gospodarstvo koje se sastoji od samo dva sektora sastavljena od nositelja aktivnosti ili procesa proizvodnje i potrošnje. Nositelji aktivnosti proizvodnje su proizvođači organizirani u poduzeće, a nositelji aktivnosti potrošnje su potrošači, organizirani u kućanstva. Tijek čitave gospodarstvene aktivnosti ili procesa u tom gospodarstvu možemo skicirati na Slici 1.3.

Slika 1.3: Kružni tijek gospodarske aktivnosti



Izvor: Prilagodio autor prema Babić, M., 1995. Makroekonomija

Vlasnici proizvodnih faktora, potrošači, iznose svoje faktore na tržište. Tako se formira ponuda proizvodnih faktora. Proizvođači dolaze na tržište proizvodnih faktora nabavit ih i angažirati u procesu proizvodnje. Tako se formira potražnja za proizvodnim faktorima. Na temelju ponude i potražnje formira se cijena proizvodnih faktora na njihovim tržištima.<sup>79</sup>

Potrošači za proizvodne faktore ustupljene procesu ili aktivnosti proizvodnje, prema cijenama koje se formiraju na tržištu tih faktora, dobivaju od njega novčane dohotke. Tim novčanim dohocima potrošači financiraju izdatke za robu i usluge koje nabavljaju od nositelja aktivnosti sektora proizvodnje, prema cijenama koje se formiraju na tržištu proizvoda, odnosno usluga, radi zadovoljenja svojih potreba.

Suma dohoda svih proizvodnih faktora neke zemlje u jednoj godini zove se *nacionalni dohodak*. Kao što vidimo ona je jednaka vrijednosti proizvodnih faktora utrošenih u procesu proizvodnje. Budući da su se svi ovi dohoci ostvarili u domaćoj privredi, njihov zbroj čini i *domaći dohodak*.

Na temelju svog tehnološkog znanja, proizvođači u procesu proizvodnje od proizvodnih faktora proizvode robu i usluge koje iznose na tržište. Tako se formira ponuda roba i usluga. S dohocima koje su zaradili u procesu proizvodnje, potrošači idu na tržište roba i usluga i stvaraju potražnju za njima. Na temelju ponude i potražnje za robama i uslugama formiraju se njihove cijene na tržištu. Suma vrijednosti svih proizvoda i usluga koje su

<sup>79</sup> Tako se formiraju cijene u tržišnim gospodarstvima. U netržišnim gospodarstvima cijene se ne formiraju na tržištima temeljem ponude i potražnje. U netržišnim gospodarstvima cijene ne određuje tržište, nego netko drugi (zavodi, komisije i sl.). Stoga je temeljna razlika između tržišne i netržišne ekonomije tko određuje cijene - tržište ili netko drugi.

proizvođači ostvarili i iznijeli na tržište zove se *nacionalni proizvod*. Budući da su se svi proizvodi i usluge ostvarili u domaćoj privredi, njihov zbroj zove se i *domaći proizvod*.

Svoj dohodak, ostvaren u procesu proizvodnje, potrošači koriste za kupnju robe i usluga radi zadovoljavanja svojih potreba. Suma potrošnje svih roba u zemlji zove se *nacionalna potrošnja* ili *domaća potrošnja* u ovoj jednostavnoj, zatvorenoj privredi.

Nacionalni dohodak, nacionalni proizvod i nacionalna potrošnja predstavljaju tri različita aspekta, tri mjere aktivnosti narodne privrede u određenom razdoblju. U ovom zatvorenom gospodarstvu jednaki su pojmovima domaći dohodak, domaći proizvod i domaća potrošnja.

Vidimo da i proizvodi i proizvodni faktori prolaze preko odgovarajućih tržišta na kojima se formiraju njihove cijene na temelju potražnje i ponude. Zato se u nacionalnim računima obuhvaćaju samo ekonomske veličine koje su prošle kroz odgovarajuće tržište. One koje nisu, u pravilu se ne obuhvaćaju.<sup>80</sup>

Također vidimo da su *oba tržišta* (tržište proizvoda i usluga te tržište proizvodnih faktora) *međuzavisna*. Poremećaj koji nastane na jednom tržištu odrazit će se i na drugo tržište. Da to pokažemo, uzmimo primjer porasta cijena proizvodnih faktora, recimo zbog porasta plaća uvjetovanog prijetnjom štrajka. Porast plaća, dakle poremećaj na tržištu faktora, uvjetuje porast potražnje za proizvodima i uslugama na njihovu tržištu. Budući da je njihova ponuda dana (funkcija ponude okomita), to ovaj porast potražnje izazvan porastom cijena faktora, utječe i na porast cijena proizvoda i usluga. Dakle, poremećaj nastao na tržištu proizvodnih faktora (porast njihovih cijena), prenio se i na tržište proizvoda i usluga povećavajući njihove cijene.

Primijetimo da se ekonomske veličine, novčani i realni tijekovi kreću u suprotnim smjerovima. Mi ćemo od sada prikazivati uglavnom vrijednosne tijekove, jer jedino preko novca kao zajedničkog nazivnika možemo zbrajati raznorodne robe i usluge. To znači da ćemo sve agregate prikazivati u vrijednosnom izrazu.

Proces reprodukcije ovog gospodarstva još preglednije možemo prikazati u obliku tablice, čiji će redak prikazivati novčane prihode, a stupac rashode odgovarajuće aktivnosti:

*Tablica 1.1. Prihodi i rashodi procesa reprodukcije*

	<b>Proizvodnja</b>	<b>Potrošnja</b>
<b>Proizvodnja</b>	--	F
<b>Potrošnja</b>	ND	--

*Izvor: Babić, M. 1995. Makroekonomija*

Dva prazna polja pokazuju da su računi konsolidirani, što znači da nismo obuhvaćali transakcije unutar pojedinih procesa, tj. nisu prikazani podaci o prihodima procesa proizvodnje koji su istodobno i njegovi rashodi, niti su prikazani rashodi tog procesa, koji su istodobno i njegovi prihodi. Prihodi procesa proizvodnje koji su ujedno i njegovi rashodi su vrijednost utrošenih intermedijarnih proizvoda (reprodukcijских) i usluga. Zato se u nacionalnim računima prikazuje samo vrijednost ostvarena u procesu proizvodnje, dodana vrijednost. Isto vrijedi i za proces potrošnje. To je sasvim u redu, dok su ova dva procesa ovako agregirana. Međutim, kad ih dezagregiramo, i ta će se polja popunjavati.

<sup>80</sup> Ima, međutim, transakcija koje prolaze preko tržišta, a ne obuhvaćaju se nacionalnim računima. Na primjer u sustavu društvenih računa na bazi materijalne proizvodnje neproizvodne usluge kao što su usluge liječnika, odvjetnika i dr. ne ulaze u nacionalni dohodak. S druge strane, neke transakcije obuhvaćene su društvenim računima premda ne prolaze kroz tržište. Najbolji *primjer* je tzv. *naturalna potrošnja*.

Na presjecištu retka proizvodnje i stupca potrošnje nalazi se veličina  $F$ , što čini vrijednost sve robe i usluga koja je iz procesa proizvodnje isporučena procesu potrošnje za zadovoljenje njegovih potreba. Zato se  $F$  zove finalna (konačna) potrošnja procesa potrošnje ili konačna (finalna) proizvodnja procesa proizvodnje.

Na presjecištu retka potrošnje i stupca proizvodnje nalazi se veličina  $ND$ . Ona čini vrijednost dodanu u procesu proizvodnje, odnosno sumu dohodaka svih proizvodnih faktora. To ćemo zvati nacionalni dohodak. Iz osnovnog načela knjigovodstva izlazi ova jednakost:

$$ND=F \quad (1)$$

koja kaže da je u ovom zatvorenom gospodarstvu proizvodnja jednaka potrošnji, tj. nacionalni dohodak ili nacionalni (domaći) proizvod jednak je veličini finalne potrošnje. To zapravo znači da je u ovoj našoj zatvorenoj privredi veličina finalne potrošnje određena veličinom nacionalnog dohotka, tj. da se osobna potrošnja subjekata u procesu društvene reprodukcije financira dohocima koje su oni ostvarili.

Identitet (1) pokazuje da valorizacija domaćeg proizvoda po tržišnim cijenama robe i usluga ili proizvodnih faktora daje istu vrijednost.

Iz (1) također vidimo da dohoci proizvodnih faktora ostvareni u procesu proizvodnje čine potražnju za finalnim proizvodima. Na taj način se ostvaruje Sayov zakon da ponuda stvara svoju vlastitu potražnju u ovom pojednostavljenom gospodarstvu.

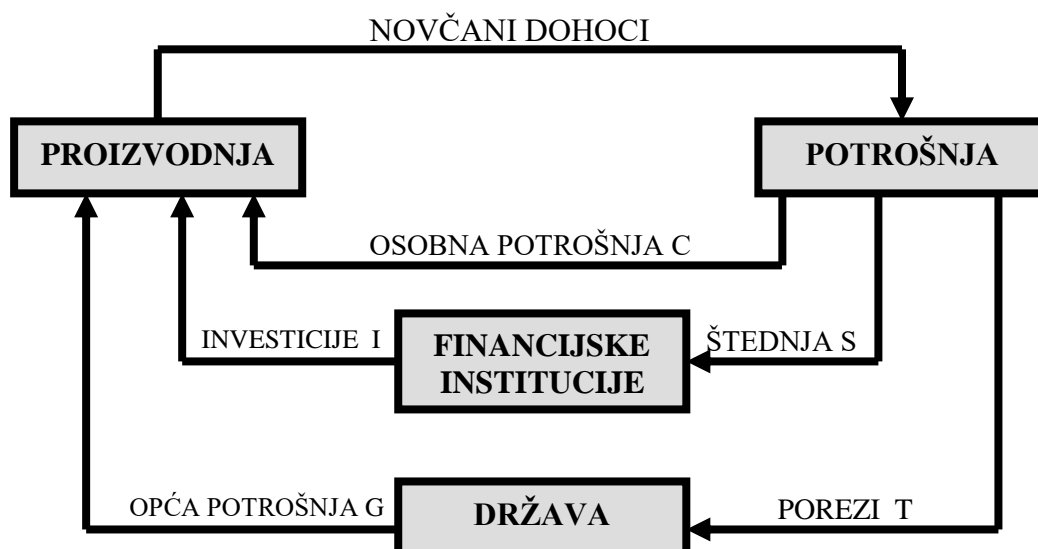
### ***1.2.1.1. Raščlanjivanje /dezagregiranje/ finalne uporabe na osobnu potrošnju, akumulaciju i opću potrošnju***

Ako se čitava finalna proizvodnja ne utroši na tekuću potrošnju, nego se jedan dio finalnog proizvoda akumulira radi razvoja i povećanja buduće potrošnje znači, da se ne proizvode samo potrošna dobra kao prije, nego i investicijska. Zbog toga ćemo proces potrošnje podijeliti na dva dijela: tekuću osobnu potrošnju  $C$  i akumulaciju odnosno investicije  $I$ . Tada se agregatna potražnja  $AD$  (*Aggregate Demand*) sastoji od te dvije komponente:

$$Y = C + I = AD$$

Osim osobne i investicijske potrošnje, u modernim gospodarstvima postoji još i opća, javna ili državna potrošnja  $G$ . Zato tekuću potrošnju možemo dezagregirati na osobnu potrošnju  $C$  i opću potrošnju ili potrošnju države  $G$ . Sad je agregatna potražnja, odnosno finalna uporaba jednaka zbroju komponenti  $C$ ,  $I$  i  $G$ , tj.:  $AD = C + I + G$ . Ako naše zatvoreno gospodarstvo proširimo još i s budžetskom potrošnjom, imat ćemo ovakav kružni tijek gospodarstke aktivnosti.

Slika 1.4: Kružni tijek zatvorenog gospodarstva



Izvor: Prilagodio autor prema Babić, M. 1995. Makroekonomija

### 1.2.1.2. Analiza kružnog tijeka gospodarske aktivnosti otvorenog gospodarstva

Uvođenje sektora inozemstva kao četvrtog sektora u našoj pojednostavljenoj privredi, omogućuje, da domaći proizvod ne mora biti jednak finalnoj uporabi domaćih rezidenata, tj. zbroju osobne, investicijske i budžetske potrošnje.<sup>81</sup>

Ako je izvoz veći od uvoza, postoji tzv. neto-izvoz, što znači da je domaća proizvodnja veća od domaće potrošnje. Ako je pak uvoz veći od izvoza, postoji neto-uvoz, što znači da je domaća potrošnja veća od domaće proizvodnje.

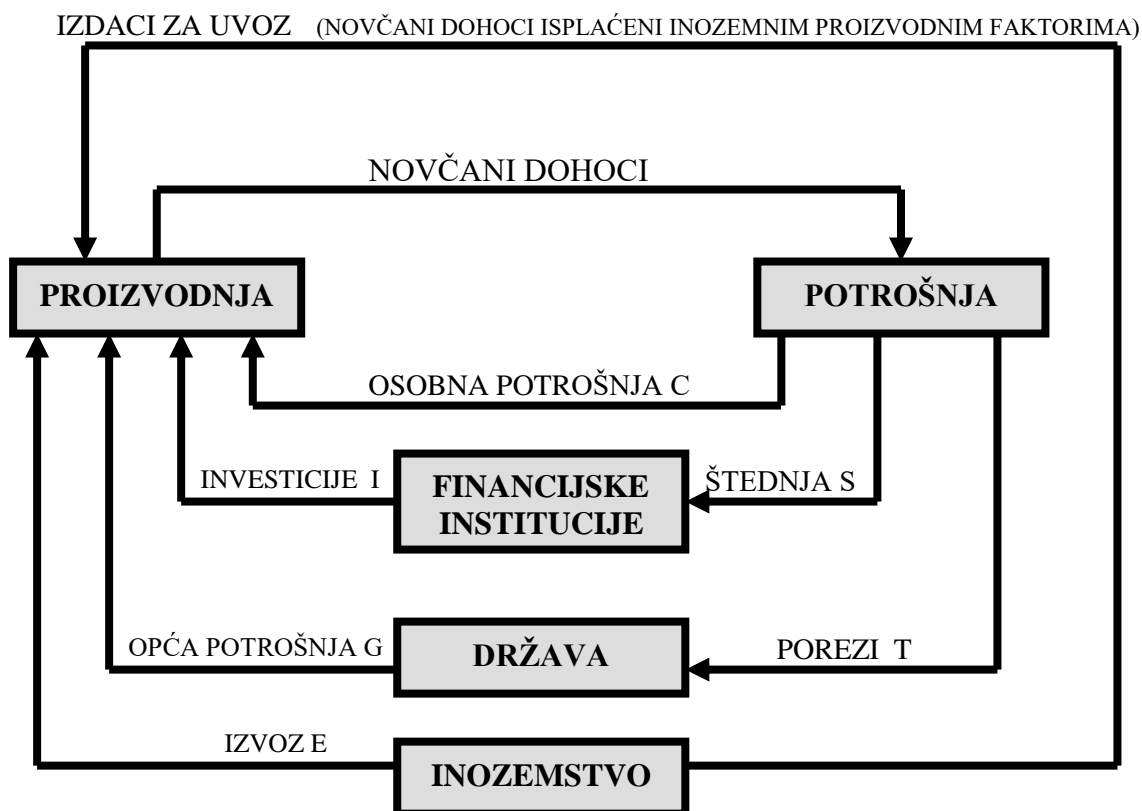
Zbog toga svaka promjena neto-izvoza ili neto-uvoza rezultira u, ceteris paribus, odgovarajućim promjenama domaćeg proizvoda. Što god je veći udio neto-izvoza ili neto-uvoza u domaćem proizvodu, to su i fluktuacije domaćeg proizvoda uvjetovane fluktuacijama neto-izvoza ili neto-uvoza veće.

Kružni tijek procesa reprodukcije otvorenog gospodarstva možemo sad ilustrirati ovim dijagramom:

Slika 1.5: Kružni tijek aktivnosti otvorenog gospodarstva

<sup>81</sup> Vidi : Schiller, Bradley, R., /1991/, The Economy Today, Fifth Edition, McGraw-Hill, Inc. str. 85-105





*Izvor: Prilagodio autor prema Babić, M. 1995. Makroekonomija*

Gornji luk je, kao što vidimo, razbijen na dva dijela.

Iz procesa domaće proizvodnje, kao njegov rashod, izlaze izdaci za angažirane proizvodne faktore domaćeg i inozemnog podrijetla. Domaćim rezidentima pritiječu i dalje novčani dohoci kao naknada za proizvodne čimbenike koje su oni uložili u proces proizvodnje. Osim toga, inozemnim rezidentima pritiječu prihodi od naknada za proizvodne čimbenike koje su oni ustupili na korištenje domaćem procesu proizvodnje.

I u donjem dijelu dodan je još jedan tijek. Osim procesa domaće potrošnje, iz kojeg i dalje u proces proizvodnje teku prihodi od prodaje dobara za tekuću osobnu potrošnju C, i opću potrošnju G, te investicijsku potrošnju I, dodan je i sektor inozemstva. Iz tog sektora u proces proizvodnje teku prihodi od izvoza E. Ako su ti izdaci sektora inozemstva za izvoz koji teku u proces domaće proizvodnje veći od izdataka procesa proizvodnje koji teku sektoru INO za uvoz proizvodnih faktora, tj. ako je  $E > U$ , više će novčanih sredstava pritijecati u proces proizvodnje iz inozemstva nego što iz njega otječe u inozemstvo. Taj će višak novčanih sredstava služiti za veće angažiranje proizvodnih faktora u procesu proizvodnje. Tako će se smanjiti nezaposlenost domaćih proizvodnih faktora i povećati domaća proizvodnja. Zato će više novčanih sredstava moći otjecati procesu domaće potrošnje u obliku povećanih dohodaka. Zbog toga će se povećati domaća potrošnja, što će uvjetovati povećanje domaće proizvodnje, povećanje novčanih dohodaka domaćih i inozemnih proizvodnih faktora itd.

Ako je pak  $E < U$ , tj. ako iz procesa proizvodnje sektoru inozemstva teče više izdataka nego što iz sektora inozemstva procesu domaće proizvodnje pritiječe prihoda od izvoza, proizvođači će na tržištu proizvodnih faktora angažirati manje proizvodnih faktora. Zato će se smanjiti proizvodnja, a povećati nezaposlenost proizvodnih faktora. Zbog manje proizvodnje,

manje će novčanih dohodaka pritijecati domaćem procesu potrošnje. To će utjecati na smanjenje izdataka aktivnosti potrošnje, što će uvjetovati smanjenje prihoda procesa proizvodnje, a to će uvjetovati smanjenje angažiranja proizvodnih faktora u procesu proizvodnje, a time i smanjenje proizvodnje. Iz toga će rezultirati povećanje nezaposlenosti i smanjenje dohotka domaćih proizvodnih faktora, smanjenje njihove potrošnje, smanjenje proizvodnje itd.

Donji nam lukovi (slika 1.5.) pokazuju da se na veličinu makroekonomskih agregata može utjecati mjerama monetarne politike (financijsko tržište), mjerama fiskalne politike (prihodi i rashodi države) i mjerama politike vanjske trgovine. Ako imamo na umu da sve transakcije idu preko tržišta, tada možemo definirati četiri vrste ekonomske politike, dakle skupove mjera ekonomske politike koje su na raspolaganju za upravljanje sveukupnom gospodarskom aktivnošću. To su: 1) Politika cijena (tržišta); 2) Monetarna politika; 3) Fiskalna politika; 4) Politika ekonomskih odnosa s inozemstvom.

Tablica 1.2: Proces reprodukcije otvorenog gospodarstva

		Proizvodnja	Potrošnja		Akumul.	INO
			Osobna	Budžetska		
Proizvodnja		--	$C^d$	$G^d$	$I^d$	E
Potrošnja	Osobna	W	--	TR	--	$TR_i$
	Budžetska	T ind	T dir	--	--	$TR_g$
Akumulacija		O	S	B	--	$\Delta L$
INO		M	$C^u$	$G^u$	$I^u$	--

Izvor: Prema: Babić, M., op.cit.str. 137.

Ova je tablica 1.2. osim prihoda i rashoda sektora proizvodnje, potrošnje (osobne i javne) i akumulacije, proširena i jednim retkom i jednim stupcem koji prikazuju prihode i rashode sektora inozemstva.<sup>82</sup>

Osim toga, robe i usluge namijenjene finalnoj uporabi označili smo superskriptom  $d$ , odnosno  $u$  da označimo njihovo domaće ili uvozno podrijetlo. Komponente finalne uporabe bez ikakvog superskripta označavat će i dalje ukupnu količinu roba i usluga namijenjenu dotičnoj kategoriji finalne uporabe. Tako će  $C^d$  značiti osobnu potrošnju domaćih proizvoda,  $C^u$  osobnu potrošnju uvoznih dobara, a  $C$  ukupnu osobnu potrošnju. Stupci u tabeli 1.2. prikazuju rashode a retci prihode procesa proizvodnje, potrošnje, akumulacije i inozemstva.

Prihodi sektora inozemstva (zadnji redak na slici 1.2.) sastoje se od prihoda ostvarenih prodajom intermedijarnih proizvoda procesu domaće proizvodnje  $M$ , te proizvoda i usluga namijenjenih za finalnu potrošnju, i to osobnu  $C^u$ , investicijsku  $I^u$  i javnu  $G^u$ .

Zato prihode sektora inozemstva možemo pisati:

$$U = M + C^u + I^u + G^u \quad (2)$$

<sup>82</sup> Analizu procesa reprodukcije otvorenog gospodarstva razradio je Babić, M., u knjizi Makroekonomija, što ćemo koristiti u daljnjem pojašnjenju i obrazloženju ovog složenog procesa.

Rashodi sektora inozemstva (zadnji stupac na tablici 1.2.) sastoje se od izdataka za robu i usluge koje proces domaće proizvodnje izvozi u inozemstvo  $E$ , neto transfera koji sektoru domaće potrošnje pritječe iz inozemstva  $TR_i$ , neto zajmova koje sektor inozemstvo daje procesu akumulacije domaće privrede  $\Delta L$  i neto transfera koje država prima iz inozemstva  $TR_g$ . Prema tome, rashode sektora  $INO$  možemo pisati (zadnji stupac na slici 1.2.):

$$E + TR_i + \Delta L + TR_g \quad (3)$$

Knjigovodstveni identitet (prihodi = rashodi) za sektor inozemstvo, bilancu plaćanja možemo pisati:

$$U = M + C^u + I^u + G^u = E + TR_i + \Delta L + TR_g \quad (4)$$

Izraz (4) možemo pisati:

$$E - (M + C^u + I^u + G^u) + TR_i + \Delta L + TR_g = 0$$

odnosno:

$$E - U + TR_i + \Delta L + TR_g = 0 \quad (5)$$

Prvi dio izraza (5):  $E - U$  je saldo vanjskotrgovinske bilance. Ako je taj saldo negativan, tj. ako je

$$E < U, \text{ tada je } (TR_i + \Delta L + TR_g) > 0$$

To još bolje vidimo ako izraz (4) pišemo:

$$(E - U) + (TR_i + TR_g) + \Delta L = 0 \quad (6)$$

Negativni se saldo vanjskotrgovinske bilance financira transferima iz inozemstva  $TR_i$  (od kojih su u nas najvažnije iseljeničke doznake a koje se više i neprikazuju kao izdvojena stava u platnoj bilanci već u stavci putovanja-turizam) i povećanjem zajmova (neto) u inozemstvu  $\Delta L$  plus direktna strana ulaganja (FDI). Prema tome bilanca plaćanja može biti uravnotežena i kad trgovinska bilanca nije u ravnoteži.

Izraz (6) možemo pisati i ovako:  $[(E - U) + (TR_i + TR_g)] = -\Delta L$

U uglatoj zagradi na lijevoj strani imamo *bilancu tekućih transakcija*, koja se sastoji od vanjskotrgovinske bilance i bilance tekućih transfera. Na desnoj strani imamo saldo bilance kapitalnih transakcija. Vidimo da je saldo bilance tekućih transakcija jednak saldu bilance kapitalnih transakcija sa suprotnim predznakom.

Suficit bilance tekućih transakcija može se plasirati u povećanje neto izvoza kapitala  $\Delta K$  ili u povećanje deviznih rezervi  $\Delta RI$ . Zato izraz (6) možemo pisati i/ili ovako:

$$[(E - U) + (TR_i + TR_g)] = \Delta K + \Delta RI \quad (6')$$

Ovaj izraz pokazuje i da se deficit u bilanci tekućih transakcija može financirati smanjenjem neto izvoza kapitala (povećanjima neto uvoza kapitala) i smanjivanjem deviznih rezervi (jer je  $-\Delta L = \Delta K + RI$ ).

Na temelju tablice možemo pisati sljedeće jednakosti za domaći proces proizvodnje.

$$C^d + I^d + G^d + E = W + O + T_{ind} + M \quad (7)$$

Lijeva prihodna strana (7) pokazuje kako se ukupna proizvodnja domaće privrede, domaći proizvod, raspodjeljuje na pojedine kategorije uporabe, osobnu potrošnju  $C^d$ , investicije  $I^d$ , opću potrošnju  $G^d$  i izvoz  $E$ . Desna strana izraza (7) pokazuje primarnu raspodjelu vrijednosti domaće proizvodnje na naknade pojedinim proizvodnim čimbenicima

koji su sudjelovali u njezinu stvaranju (plaće  $W$ , amortizacija  $O$ , indirektni porezi  $T_{ind}$ , uvoz intermedijarne proizvodnje).

Ako u izrazu (7) prebacimo uvoz intermedijarnih proizvoda  $M$  na lijevu stranu, dobit ćemo bruto domaći proizvod  $Y$ :

$$C^d + I^d + G^d + E - M = W + O + T_{ind} = Y \quad (8)$$

Prema tome, bruto domaći proizvod, jednak je zbroju domaćih komponenti finalne uporabe ( $G^d + I^d + C^d$ ), tj. vrijednost domaće robe i usluga namijenjenih finalnoj tekućoj potrošnji i investicijama korigiranim saldom izvoza (roba i usluga) i uvoza intermedijarnih proizvoda.

Ako bismo u izrazu (8) finalnoj uporabi domaćih proizvoda dodali i uvozne, odnosno, kad bismo u jednakosti (7) na lijevoj i desnoj strani dodali  $C^u + I^u + G^u$ , dobili bismo jednakost između agregatne ponude  $Y + U$  i agregatne potražnje

$$Y + U = C^d + C^u + I^d + I^u + G^d + G^u + E.$$

To možemo pisati, ako  $U$  prebacimo na desnu stranu:

$$Y = (C + I + G) + (E - U),$$

što znači da je domaći proizvod u zemlji jednak domaćoj finalnoj uporabi roba i usluga (domaćih i uvoznih) korigiranoj za saldo vanjskotrgovinske bilance  $E - U$ .

Za proces domaće osobne potrošnje imamo ovu jednakost:

$$W + TR + TR_i = C^d + S + T_{dir} + C^u \quad (9)$$

Ako  $T_{dir}$  prebacimo na lijevu stranu, izraz (9) možemo pisati:

$$W + TR + TR_i - T_{dir} = C^d + S + C^u = C + S \quad (10)$$

Na lijevoj strani u (10) imamo raspoloživi dohodak koji se sastoji od osobnih dohodaka neto  $W$  uvećanih za transferna primanja iz zemlje  $TR$  i inozemstva  $TR_i$  umanjanih za direktne poreze  $T_{dir}$ . Na desnoj strani izraza (10) vidimo kako se raspoloživi dohodak raspodjeljuje na izdatke za robu i usluge domaćeg  $C^d$  i uvoznog  $C^u$  podrijetla i na štednju  $S$ . Vidimo da je u modelu otvorenog gospodarstva raspoloživi dohodak uvećan transferima iz inozemstva  $TR_i$ . Isto tako je i osobna potrošnja uvećana za potrošnju robe i usluga podrijetlom iz inozemstva  $C^u$ . Zato je i nacionalni dohodak jednak domaćem dohotku uvećanom za saldo dohodaka iz inozemstva (ovdje su oni prikazani neto transferima iz INO). Ako želimo od domaćeg bruto proizvoda izvesti nacionalni dohodak, odbit ćemo amortizaciju (utrošak kapitala) i dobiti domaći proizvod neto NNP. Ako neto domaći proizvod uvećamo sa saldom dohodaka iz INO, dobit ćemo nacionalni dohodak ND. Dakle:  $BDP - O = NNP + (TRI + TRG) = ND$ .

Za proces akumulacije imamo ovakav identitet:

$$O + S + B + \Delta L = I^d + I^u \quad (11)$$

Na lijevoj strani imamo sredstva za financiranje investicija, koja se sastoje od štednje poduzeća (amortizacije i dijela neraspodijeljene dobiti)  $O$ , štednje stanovništva  $S$ , budžetskog salda  $B$  i porasta zajmova iz inozemstva  $\Delta L$  (u kojoj stavci su i FDI). Ta se sredstva raspodjeljuju na izdatke za investicijska dobra domaćeg  $I^d$  i uvoznog  $I^u$  podrijetla. Prihodna je strana računa akumulacije u ovom modelu otvorene privrede uvećana za porast neto zajmova iz inozemstva  $\Delta L$ , dok je rashodna strana uvećana izdacima za investicijska dobra inozemnog podrijetla  $I^u$ .

Za proces opće potrošnje imamo ovakav identitet:

$$T_{ind} + T_{dir} + TR_g = G^d + TR + B + G^u \quad (12)$$

Prihodi ovog procesa sastoje se od indirektnih i direktnih poreza ( $T_{ind} + T_{dir}$ ) uvećanih za transferne prihode države iz inozemstva  $TR_g$ , tj. unilateranih neto-primanja države od strane država ili međunarodnih organizacija<sup>83</sup> (pomoći, pokloni i dr.). Rashodi ovog procesa sastoje se od izdataka na robu i usluge domaćeg  $G^d$  i uvoznog  $G^u$  podrijetla i transfera stanovništvu  $TR$ .

Razlika između prihoda ovog procesa čini njegovu štednju koja se očituje kao saldo budžeta  $B$ :

$$[(T_{ind} + T_{dir}) - (G^d + TR)] + (TR_g - G^u) = B \quad (13)$$

Ako se razlici između domaćih prihoda i rashoda države doda saldo njezinih odnosa s inozemstvom, dobit ćemo saldo državnog budžeta. Budžet može biti uravnotežen, tj.  $B = 0$ , i pri neravnoteži između domaćih prihoda i rashoda države, odgovarajućom neravnotežom odnosa s inozemstvom ovog sektora. Naime, ako je  $B = 0$ , tada je:

$$(T_{ind} + T_{dir}) - (G^d + TR) = (TR_g - G^u)$$

Ako je:

$TR_g > G^u$  tj. ako je prihodna strana odnosa s inozemstvom države veća od izdataka države za uvozne robe i usluge, tada izdaci države za robu i usluge i transfere stanovništva mogu biti veći od poreznih prihoda, a da se ne naruši budžetska ravnoteža. Naravno, vrijedi i obratno.

Zbrojimo li bilance tekuće (osobne i opće) potrošnje, dakle bilance (9) i (12), dobit ćemo:

$$W + TR + TR_i + T_{ind} + T_{dir} + TR_g = C + G + S + T_{dir} + TR + B$$

odnosno:

$$W + T_{ind} + TR_i + TR_g = C + G + S + B \quad (14)$$

Na lijevoj strani imamo *nacionalni dohodak*, dakle dohodak svih nacionalnih proizvodnih faktora iz zemlje ( $W + T_{ind}$ ) i njihov neto dohodak iz inozemstva ( $TR_i + TR_g$ ).

Zbrojimo li prihodne i rashodne strane svih procesa potrošnje (domaćih i inozemstva), tj. zbrojimo li prihodne i rashodne strane u izrazima (9), (11), (12) i (4), dobit ćemo jednadžbu opće ravnoteže u otvorenoj privredi:

$$(W + TR + TR_i) + (O + S + B + \Delta L) + (T_{ind} + T_{dir} + TR_g) + (M + C^n + I^u + G^u) =$$

$$(9) \quad (11) \quad (12) \quad (4)$$

$$= (C^d + S + T_{dir} + C^u) + (I^d + I^u) + (G^d + TR + B + G^u) + (E + TR + \Delta L + TR_g)$$

$$(9) \quad (11) \quad (12) \quad (4)$$

Ako se oslobodimo zagrada i od obje strane jednadžbe (14) odbijemo iste veličine:  $TR$ ,  $TR_i$ ,  $S$ ,  $B$ ,  $\Delta L$ ,  $T_{dir}$ ,  $TR_g$ ,  $C^u$ ,  $I^u$ ,  $G^u$ , dobit ćemo

$$W + O + T_{ind} + M = C^d + I^d + G^d + E \quad (15)$$

<sup>83</sup> To jest, razlika između transfernih primanja države iz inozemstva i transfernih izdavanja države u inozemstvu. Pretpostavljat ćemo da su neto transferi države iz inozemstva pozitivni.

što je zapravo identitet procesa proizvodnje (7), koji pisan u obliku (8)

$$W + O + T_{ind} = C^d + I^d + G^d + (E - M)$$

pokazuje da je primarna raspodjela vrijednosti dodane u procesu proizvodnje jednaka rashodima domaćih sektora finalne uporabe korigirani razlikom između izvoza domaće robe i uvoza intermedijarnih proizvoda.

Isto tako, ako zbrojimo prihodne i rashodne strane proizvodnje i potrošnje, tj. zbrojimo li prihodne i rashodne strane u izrazima (7), (9), (10) i (4) dobit ćemo jednadžbu akumulacije (9):

$$\begin{aligned} & (C^d + G^d + I + E) + (W + TR + TR_i) + (T_{ind} + T_{dir} + TR_g) + (M + C^u + I^u + G^u) = \\ & = (W + T_{ind} + O + M) + (C + T_{dir} + S + C^u) + (G^d + TR + B + G^u) + \\ & \quad + (E + TR_i + TR_g + \Delta L) \end{aligned} \quad (16)$$

Ako se oslobodimo zagrada i ako od obje strane jednadžbe (16) odbijemo iste veličine, dobit ćemo:

$$I = O + S + B + \Delta L \quad (17)$$

Izraz (17) isto je što i izraz (11). On pokazuje da se ukupne bruto investicije financiraju štednjom svih sektora: proizvodnje  $O$ , stanovništva  $S$ , države  $B$  i inozemstva  $\Delta L$  (tj. porastom neto uvoza kapitala i smanjenjem deviznih rezervi).

Matrica financijskih tijekova  $F$  koju smo odijelili dvostukim crtama na tablici 1.3., ima nule na glavnoj dijagonali. Njezin element  $F_{ij}$  pokazuje financijski tijek iz  $i$  u  $j$  sektor. Tako  $F_{21}$  pokazuje tijek financijskih sredstava iz sektora 2 – stanovništva (kućanstva) u sektor 1 – poduzeća, tj. ulaganje novčanih sredstava stanovništva u vrijednosne papire poduzeća.

Tablica 1.3. Proces reprodukcije otvorenog gospodarstva

		Proizvodnja	Potrošnja		Akumulacija				INO
			Osobna	Opća	P	K	G	B	
<b>Proizvodnja</b>		$X_{ij}$	$C^d$	$G^d$	$I_p^d$	$I_K^d$	$I_G^d$	--	$E$
<b>Potrošnja</b>	<b>Osobna</b>	$W$	--	$TR$	--	--	--	--	$TR_i$
	<b>Opća</b>	$T_{ind}$	$T_{dir}$	--	--	--	--	--	$TR_g$
<b>Akumulacija</b>	<b>Poduzeća P (1)</b>	$S_p$	--	--	--	$F_{21}$	$F_{31}$	$F_{41}$	$F_{51}$
	<b>Kućanstva K (2)</b>	--	$S_k$	--	$F_{12}$	--	$F_{32}$	$F_{42}$	$F_{52}$
	<b>Vlada G (3)</b>	--	--	$S_g$	$F_{13}$	$F_{23}$	--	$F_{43}$	$F_{53}$
	<b>Banke B (4)</b>	--	--	--	$F_{14}$	$F_{24}$	$F_{34}$	--	$F_{54}$
<b>INO</b>	<b>INO (5)</b>	$M$	$C^u$	$G^u$	$I_p^u$	$I_K^u$	$I_G^u$	--	--

Izvor prema: Babić, M., op.cit. str. 151.

Proces akumulacije raščlanili smo na četiri sektora. Mogli smo ga raščlaniti i na pet dodajući i  $INO$  (inozemni). Tada bi sektor  $INO$  u petom retku imao prihode od domaće privrede koji bi značili financijska potraživanja domaćih poduzeća od inozemstva  $F_{15}$ , stanovništva  $F_{25}$ , države  $F_{35}$  i potraživanja domaćih banaka od inozemstva na temelju tijeka

financijskih sredstava iz  $B$  u  $INO$   $F_{45}$ . Mi smo, međutim, radi pojednostavljenja pisali samo stupac u kojemu smo naznačili neto financijske tijekomve iz  $INO$ , pojedinim sektorima domaćeg gospodarstva.<sup>84</sup>

Vidimo da postoje tri vrste štednje i investicija. Isto tako postoje četiri različita skupa gospodarskih subjekata, sektora koji obavljaju transakcije u procesu akumulacije; proizvođači, kućanstva, država i banke. Ti sektori obavljaju transakcije s ovom vrstom svoje akumulacije sa sektorima iz aktivnosti potrošnje i proizvodnje. Osim toga, sada postoje transakcije unutar samog sektora akumulacije, koje međusobno obavljaju sektori:  $P$ ,  $K$ ,  $G$  i  $B$ . Zbog toga kvadrant akumulacije nije više prazan, kao što je bilo polje koje se nalazi na presjecištu stupca i retka akumulacije u prijašnjim tablicama. Polja na glavnoj dijagonali ovog kvadranta opet su prazna, što pokazuje da su transakcije s akumulacijom unutar pojedinih sektora konsolidirane.

### **1.2.1.3. Računi tekućih i kapitalnih transakcija pojedinih sektora**

Talica 1.3. pruža nam mogućnost da napišemo jednakosti rashoda i prihoda svakog sektora  $P$ ,  $K$ ,  $G$ ,  $B$  i  $INO$  u svim aktivnostima: proizvodnje, potrošnje i akumulacije. Kod toga, valja imati na umu da su tijekomvi u svim aktivnostima registrirani momentom plaćanja, a ne momentom zarade (ili stvaranja prava) kao u računima domaćeg (nacionalnog) proizvoda i input-output tablicama.

Kao što vidimo iz Tablice 1.3., svi se sektori mogu prema djelatnostima podijeliti u dvije grupe: nefinancijski i financijski sektori. Nefinancijski sektori bave se proizvodnjom, potrošnjom, raspodjelom nacionalnog dohotka i akumulacijom prava i obveza. Financijski sektori, financijski posrednici bave se isključivo uzimanjem i davanjem kredita, tj. stvaranjem financijskih prava i obveza.

I transakcije svakog sektora mogu se podijeliti na dvije grupe: "tekuće" i "kapitalne". Tekuće transakcije ili tekući prihodi i rashodi pojedinih sektora su one koje proistječu iz aktivnosti proizvodnje i potrošnje. To su prihodi i rashodi vezani za tekuću proizvodnju i potrošnju dobara i usluga. Nasuprot njima, kapitalne transakcije ili transakcije s akumulacijom su prihodi i rashodi koji potječu od prodaje prava ili preuzimanja financijskih obveza.

Neravnoteža u bilanci transakcija prve grupe pokriva se odgovarajućom (suprotnom) neravnotežom u bilanci transakcija druge grupe. To znači da se eventualni višak rashoda nad prihodima, tj. deficit u bilanci tekućih transakcija pokriva odgovarajućim viškom obveza nad pravima, tj. odgovarajućim suficitom u bilanci kapitalnih (financijskih) transakcija. Naravno, vrijedi i obratno.

**Sektor proizvodnje** (poduzeća)  $P$  ostvaruje svoje prihode prodajom dobara namijenjenih reprodukcionalnoj (intermedijarnoj) potrošnji  $X_{ij}$  i finalnoj potrošnji, tj. tekućoj potrošnji stanovništva  $C^d$ , države  $G^d$  i inozemstva  $E$ . Njegovi tekući rashodi su dohoci proizvodnih čimbenika koje mu je iznajmio sektor stanovništva  $W$ , indirektni porezi  $T_{ind}$ , te rashodi za utrošak domaćih  $X_{ij}$  i uvoznih intermedijarnih proizvoda  $M$ . Razlika između njegovih tekućih prihoda i rashoda je njegova štednja  $S_p$ , koja se sastoji od amortizacije i nepodijeljene dobiti. Taj sektor i investira. Razliku između investicija i štednje ovaj sektor pokriva razlikom između uzimanja i davanja zajmova. Višak investicija nad štednjom proizvodni sektor financira zajmom od drugih sektora, tj. angažiranjem viška štednje nad investicijama drugih sektora.

Za sektor proizvođača imamo ove jednakosti na računu proizvodnje:

---

<sup>84</sup> Babić, M, op.cit. str.147-150

$$X_{ij} + W + T_{ind} + S_p + M = X_{ij} + C^d + G^d + I_P^d + I_K^d + I_G^d + E \quad (1)$$

Odatle imamo:

$$S_p - I_P^d = C^d + G^d + E + I_K^d + I_G^d - (W + T_{ind} + M) \quad (2)$$

Na desnoj strani (2) imamo razliku između tekućih prihoda ( $C + G + E + I_K^d + I_G^d$ ) sektora  $P$  i njegovih rashoda ( $W + T_{ind} + M$ ). Ta razlika između tekućih prihoda i rashoda, njegova štednja služi za financiranje njegovih investicija.

S obzirom na to da svaki sektor, pa tako i sektor  $P$ , može investirati više ili manje od svoje štednje, razlika između štednje i investicija pokriva se razlikom između njegove financijske aktive i pasive.

Napišemo li kapitalne i financijske transakcije sektora  $P$ , imat ćemo:

$$S_p + F_{21} + F_{31} + F_{31} + F_{41} + F_{51} = I_P^d + I_P^u + F_{12} + F_{13} + F_{14} \quad (3)$$

odnosno:

$$S_p - (I_P^d + I_P^u) = (F_{12} + F_{13} + F_{14}) - (F_{21} + F_{31} + F_{41} + F_{51}) \quad (4)$$

Prema tome, višak bruto-štednje proizvođača, poduzeća,  $S_p$  (koja se sastoji od amortizacije i nerazdijeljene dobiti) nad bruto-investicijama, sektor proizvođača plasira u povećanje zajmova stanovništvu, potrošačkih kredita  $F_{12}$ , kupnju državnih vrijednosnih papira  $F_{13}$  ili u povećanje gotovine ili depozita u bankama  $F_{14}$  ili u smanjenje dugova prema stanovništvu  $F_{21}$ , državi  $F_{31}$  odnosno u smanjenje, otplatu dugova bankama  $F_{41}$ , ili smanjenje dugovanja u inozemstvu  $F_{51}$ .

Obrnuto, višak investicija nad štednjom, sektor proizvođača financira povećanjem zaduženja kod stanovništva, emisijom vrijednosnih papira  $F_{21}$  ili kod države  $F_{31}$  ili kod banaka  $F_{41}$ , ili pak smanjivanjem kredita stanovništvu  $F_{12}$ , prodajom državnih obveznica  $F_{13}$  ili smanjenjem svog depozita u bankama ili gotovine  $F_{14}$  ili smanjenje kreditiranja inozemstva, odnosno povećanjem duga inozemstvu  $F_{51}$ .

**Sektor kućanstva  $K$**  ostvaruje svoje prihode iznajmljivanjem svojih proizvodnih usluga.<sup>85</sup> Njegov se ukupni dohodak ili ukupna tekuća primanja sastoji od dohotka iz proizvodnje  $W$  i od transfera iz zemlje  $TR$  i inozemstva  $TRi$ . Tekući rashodi sektora kućanstva jesu izdaci za robe i usluge domaćeg  $C^d$  ili uvoznog  $C^u$  podrijetla i direktni porezi  $T_{dir}$ . Razlika između tekućih prihoda i tekućih rashoda tog sektora je štednja. Štednja predstavlja višak na tekućem računu ovog sektora.

Sektor kućanstva poduzima i investicije  $I_k$  (recimo u stambenu izgradnju). Ako je štednja kućanstva veća od investicija ( $S_k > I_k$ ), tada taj sektor ima suficit na svom cjelokupnom računu, pa može povećati svoje potraživanje prema drugim sektorima. Obrnuto, u slučaju ukupnog deficita ovog sektora, on mora taj deficit financirati povećanjem svojih financijskih obveza prema drugim sektorima.

Važno je uočiti da ne može postojati ni deficit niti suficit, ako ne postoje raspoloživa sredstva kojima se on financira.

To ćemo još bolje vidjeti ako napišemo identitete prihoda i rashoda sektora  $K$  u procesu potrošnje

$$W + TR + TRi = C^d + C^u + T_{dir} + S_K \quad (5)$$

<sup>85</sup> Kad bi sektor kućanstva bio angažiran i u proizvodnji, što je slučaj u mnogim tržišnim, osobito nerazvijenim zemljama, gdje taj sektor uključuje mala neinkorporirana poduzeća, tada bi aktivnost proizvodnje imala još jedan redak i još jedan stupac koji bi prikazivali prihode i rashode sektora kućanstva u okviru aktivnosti proizvodnje.



Odnosno

$$[W + (T - T_{dir}) + TR_i] - (C^d + C^u) = S_K \quad (6)$$

Izraz u uglatoj zagradi predstavlja raspoloživi dohodak stanovništva. Razlika između raspoloživog dohotka i osobne potrošnje stanovništva čini saldo njegove bilance na tekućem računu, štednju  $S_K$ . Ona služi za financiranje investicija tog sektora.

Identitet sektora  $K$  u sferi akumulacije je:

$$S_K + F_{12} + F_{32} + F_{42} = I_K^d + I_K^u + F_{21} + F_{23} + F_{24} \quad (7)$$

odnosno:

$$S_K - I_K = (F_{21} + F_{23} + F_{24}) - (F_{12} + F_{32} + F_{42}) \quad (8)$$

To znači da je razlika između štednje  $S_K$  i investicija ( $I_K + I_K^u$ ) sektora stanovništva jednaka razlici između porasta financijskih potraživanja i financijskih obveza tog sektora.

Ako je:

$S_K > I_K$

tada sektor stanovništva može povećati kupnju državnih obveznica  $F_{23}$ , vrijednosnih papira (dionica i obveznica) poduzeća  $F_{21}$ , ili povećati svoje depozite u bankama, odnosno povećati držanje gotovine  $F_{24}$ , ili pak može smanjiti svoje dugove državi na ime neplaćenog poreza  $F_{32}$ , poduzećima otplatom potrošačkih kredita  $F_{12}$  ili bankama otplatom dobivenih zajmova, odnosno smanjivanjem držanja gotovine  $F_{42}$ . Pretpostavljamo da je  $F_{52} = 0$ , tj. da sektor stanovništva obavlja svoje financijske transakcije s inozemstvom preko sektora domaćih banaka.

U slučaju da je:

$S_K < I_K$

sektor stanovništva može taj ukupni deficit financirati prodajom državnih obveznica, tj. smanjenjem  $F_{23}$ , prodajom dionica ili obveznica, tj. smanjenjem  $F_{21}$ , smanjenjem svojih depozita u bankama  $F_{24}$  ili povećanjem svojih obveza prema državi, tj. povećanjem  $F_{32}$  ili bankama (uzimanjem zajmova), povećanjem  $F_{42}$  ili poduzećima  $F_{12}$ .

**Javni sektor**, država  $G$  ima prihode od poreza<sup>86</sup> bilo indirektnih  $T_{ind}$  ili direktnih  $T_{dir}$  i od transfera iz inozemstva  $TR_g$ . Njezini su rashodi na dobra i usluge domaćeg  $G^d$  odnosno uvoznog  $G^u$  podrijetla i transfera plaćanja stanovništvu  $TR$ .

Identitet, jednakost prihoda i rashoda u sektoru potrošnje za javni sektor je:

$$T_{ind} + T_{dir} + TR_g = G^d + G^u + TR + S_G \quad (9)$$

odnosno:

$$(T_{ind} + T_{dir} + TR_g) - (G^d + G^u + TR) = S_G \quad (10)$$

Razlika između tekućih prihoda države ( $T_{ind} + T_{dir} + TR_g$ ) i tekućih rashoda države ( $G^d + G^u + TR$ ), - tekući budžet daje njezin višak na tekućem računu, njezinu štednju  $S_G$ .

Javni sektor, međutim i investira. Razlika između investicija i štednje ovog sektora pokriva se porastom njegovih potraživanja ili dugovanja. Da to pokažemo, napišimo identitet ovog sektora u području akumulacije:

---

<sup>86</sup> Javni sektor ima prihode i od javnih poduzeća. Zbog toga se javlja problem da li javna poduzeća uključiti u sektor poduzeća ili ne. Taj se problem u praksi rješava tako da se javna poduzeća koja posluju na privrednom računu kao i ostala poduzeća uključe u sektor poduzeća, a ona koja su na državnom budžetu u javni sektor.

$$S_G + F_{13} + F_{23} + F_{43} + F_{53} = I_G^d + I_G^u + F_{31} + F_{32} + F_{34} \quad (11)$$

odnosno:

$$S_G - I_G = (F_{31} + F_{32} + F_{34}) - (F_{13} + F_{23} + F_{43} + F_{53}) \quad (12)$$

U slučaju ukupnog viška ovog sektora, tj. kad je bruto-štednja javnog sektora veća od njegovih bruto-investicija, porast njegovih ukupnih potraživanja bit će veći od porasta njegovih obveza, tj.:

$$S_G > I_G \Rightarrow (F_{31} + F_{32} + F_{34}) > (F_{13} + F_{23} + F_{43} + F_{53}). \quad (13)$$

Taj višak javni sektor može plasirati u povećanje dugova privrede  $F_{31}$ , stanovništva po neplaćenim porezima  $F_{32}$ , na povećanje svog depozita u bankama  $F_{34}$  ili smanjenje, tj. povlačenje, otkup svojih obveznica ( $F_{13} + F_{23}$ ) ili smanjenje, otplatu svojih zajmova, u zemlji  $F_{43}$  ili inozemstvu  $F_{53}$ .

Eventualni deficit javni sektor će financirati povećanjem svojih obveza ili smanjenjem svojih potraživanja:

$$S_G < I_G \Rightarrow (F_{31} + F_{32} + F_{34}) < (F_{13} + F_{23} + F_{43} + F_{53}) \quad (14)$$

Taj se deficit može financirati izdavanjem državnih obveznica, tj. povećanjem  $F_{13}$  ili  $F_{23}$ , zaduživanjem države u bankama tj. porastom  $F_{43}$ , porastom neto-zaduženja države u inozemstvu, tj. povećanjem  $F_{53}$  ili smanjenjem kredita stanovništvu i poduzećima na neplaćene poreze  $F_{31}$  i  $F_{32}$  smanjenjem depozita vlade u bankama, tj. smanjenjem  $F_{34}$ .

Izraz (14) možemo pisati i ovako:

$$S_G = I_G + (F_{31} + F_{32} + F_{34}) - (F_{13} + F_{23} + F_{43} + F_{53}). \quad (15)$$

Ovaj je izraz za  $S_G$  jednak izrazu (12). Zato možemo pisati:

$$(G + TR + I_G) - (T + TR_g) = (F_{13} - F_{31}) + (F_{23} - F_{32}) + (F_{43} - F_{34}) + F_{53}$$

Na lijevoj strani imamo tekući budžetski deficit kao razliku između tekućih rashoda i tekućih prihoda budžeta. Na desnoj strani imamo financiranje toga deficita, bilancu financijskih transakcija države.

Ovaj se način financiranja budžetskog deficita može pisati i ovako:

$$G - T_n = I_G - S_G = \Delta M - \Delta B$$

Gdje je  $\Delta B = (F_{31} - F_{13}) + (F_{32} - F_{23}) + F_{53}$ , a  $\Delta M = F_{43} - F_{34}$ . To znači da se budžetski deficit može financirati emitiranjem obveznica u zemlji, tj. zaduživanjem države u zemlji (bilo kod privrede, banaka ili stanovništva) ili u inozemstvu i promjenom (povećanjem) novčane mase, tj. tiskanjem novca.

**Sektor financijskih posrednika**, banke, štedionice, osiguravajuća društva, uzajamni i mirovinski fondovi nemaju tekućih prihoda ni rashoda iz aktivnosti proizvodnje i bavi se isključivo držanjem financijskih sredstava ostalih sektora i stvaranjem financijskih obveza tih sektora.

Sedam je funkcija financijskog sustava u modernim gospodarstvima:<sup>87</sup>

1. funkcija prikupljanja i alokacije štednje,

---

<sup>87</sup> Prema: Peter S. Rose: *The Financial System in the Economy* Dow Jones Irwin, 1986., str. 10. prema Babić, M.(2001), op.cit. str.158.

2. funkcija likvidnosti, konverzijom financijskih instrumenata (vrijednosnica) u gotovinu,
3. funkcija platnog prometa,
4. mehanizam za provođenje monetarne politike,
5. funkcija očuvanja vrijednosti imetka, ulaganjem u različite oblike vrijednosnica,
6. kreditna funkcija za gospodarstvo, stanovništvo i državu,
7. funkcija zaštite od rizika za sva tri institucijska sektora, prodajući različite vrste osiguranja, ali i omogućujući diverzifikaciju portfolia tih sektora.

Identitet tog sektora možemo pisati samo za područje akumulacije:

$$F_{14} + F_{24} + F_{34} + F_{54} = F_{41} + F_{42} + F_{43} \quad (16)$$

Lijeva strana izraza (16) pokazuje pasivu, a desna aktivu bankarskog sustava. Na strani pasive nalaze se izvori sredstava koji se sastoje od depozita poduzeća  $F_{14}$ , depozita stanovništva  $F_{24}$ , države  $F_{34}$ , kao i inozemstva, tj. neto inozemna sredstva  $F_{54}$ .

Na strani aktive imamo plasman tih sredstava u zajmove poduzećima  $F_{41}$ , stanovništvu  $F_{42}$  i državi  $F_{43}$ .

Neto inozemna sredstva plaćanja  $F_{54}$  sastoje se od: 1) neto dugoročnih sredstava, 2) neto devizne rezerve i 3) neto zlatne rezerve. Prema tome, neto inozemna sredstva sastoje se od rezervi (2 plus 3) i neto inozemnih sredstava koja ne spadaju u rezerve. Zbog toga  $F_{54}$  uključuje račun kapitalnih transakcija iz bilance plaćanja i suficit ili deficit bilance plaćanja, mjeren promjenom neto-rezervi.

Iz (16) vidimo da se višak zajmova domaćim sektorima  $P$ ,  $K$  i  $G$  nad njihovim depozitima može pokriti porastom zajmova u inozemstvu, odnosno smanjenjem stranih depozita u domaćim bankama. Dakle, porast neto domaće aktive  $(F_{41} + F_{42} + F_{43}) - (F_{14} + F_{24} + F_{34})$  jednak je porastu neto zaduženja u inozemstvu (korigiranog za promjenu rezervi):

$$(F_{41} + F_{42} + F_{43}) - (F_{14} + F_{24} + F_{34}) = F_{54}. \quad (17)$$

$F_{54} > 0$ , ako je  $(F_{41} + F_{42} + F_{43}) > (F_{14} + F_{24} + F_{34})$ . To znači da do neto-zaduženja u inozemstvu dolazi u slučaju kad su krediti u svim sektorima domaćeg gospodarstva  $\sum_{j=1}^3 F_{4j}$

veći od depozita tih sektora  $\sum_{j=1}^3 F_{4j}$ . Dakle, porast neto zaduženja u inozemstvu jednak je porastu neto domaće aktive.

Izraz (17) možemo pisati i ovako:

$$F_{54} = (F_{41} - F_{14}) + (F_{42} - F_{24}) + (F_{43} - F_{34}) \quad (18)$$

To znači da se neto-zaduženje u inozemstvu može razdvojiti na dijelove kojima je ono uvjetovano. Prema tome porast neto-zaduženja u inozemstvu uvjetovano je porastom zaduženja gospodarskih organizacija  $F_{41} - F_{14}$  (tj. razlikom između porasta njihovih kredita i depozita), porastom zaduženja sektora kućanstva  $F_{42} - F_{24}$  i porastom zaduženja sektora vlade  $F_{43} - F_{34}$ .

Iz izraza (18) vidimo još jednu stvar koja je za ekonomsku politiku jako važna. Ako pretpostavimo da se država ne može zaduživati kod domaćeg privatnog sektora,  $P$  i  $K$ , (bilo zbog nerazvijenog tržišta ili zbog drugih razloga), tada se financiranje njezina deficita, kao što smo vidjeli iz (15) može vršiti samo njezinim zaduživanjem kod bankarskog sustava u zemlji, prije svega centralne banke, ili u inozemstvu. Ako dalje pretpostavimo da se država ne može zaduživati u inozemstvu (zbog prezaduženosti, slabog kreditnog rejtinga, političkih razloga i

sl.) tada se financiranje tekućeg deficita može vršiti samo povećanjem novčane mase, dakle zaduživanjem kod centralne banke. Ako pak pretpostavimo da je domaća potražnja za novcem sektora poduzeće ( $F_{41} - F_{14}$ ) i stanovništva ( $F_{42} - F_{24}$ ) konstantna, tada vidimo da je financiranje tekućeg deficita zaduživanjem kod centralne banke ( $F_{43} - F_{34}$ ) jednako povećanju zaduženja u inozemstvu ili smanjenju deviznih rezervi. A ako pretpostavimo da nema novog zaduživanja u inozemstvu, to znači da se financiranje tekućeg deficita države financira smanjenjem deviznih rezervi. Na taj način povećanje budžetskog deficita može utjecati na smanjenje međunarodnih rezervi.

Vidjeli smo, ako je porast kredita kojeg neki sektor uzima od financijskog sektora veći od porasta njegovih depozita u financijskom sektoru, mora biti kompenziran porastom depozita nad kreditima nekog drugog sektora. Za cijelo gospodarstvo, tj. za sve sektore vrijedi da porast njihova zaduženja kod financijskog sektora iznad njihovih depozita rezultira u povećanju neto-zaduženja u inozemstvu:

$$F_{54} = \sum_{i=1}^3 (F_{4i} - F_{i4}). \quad (19)$$

Zbrojimo li račune financijskog viška  $S_i - I_i$  svih realnih sektora domaće proizvodnje, tj. zbrojimo li račune (4), (8) i (12), dobit ćemo:

$$(I_p + F_{12} + F_{13} + F_{14}) + (I_k + F_{21} + F_{23} + F_{24}) + (I_g + F_{31} + F_{32} + F_{34}) = \\ = (S_p + F_{21} + F_{31} + F_{41} + F_{51}) + (S_k + F_{12} + F_{32} + F_{42} + F_{52}) + (S_g + F_{13} + F_{23} + F_{43} + F_{53}).$$

ili

$$S - I = F_{12} + F_{13} + F_{14} - F_{21} - F_{31} - F_{41} - F_{51} + F_{21} + F_{23} + F_{24} - \\ - F_{12} + F_{32} + F_{42} + F_{52} + F_{31} + F_{32} + F_{34} - F_{13} + F_{23} + F_{43} + F_{53}.$$

odnosno, nakon ukidanja istih članova suprotnog predznaka na desnoj strani:

$$S - I = (F_{14} + F_{24} + F_{34}) - (F_{41} + F_{42} + F_{43}) - (F_{51} + F_{52} + F_{53}) \quad (20)$$

Izraz u prvoj zagradi na desnoj strani predstavlja domaće depozite, u drugoj domaće kredite, a u trećoj neto porast zaduženosti u INO.

Izraz (20) možemo pisati i ovako (ako sve pomnožimo s  $-1$ ):

$$S - I = \underbrace{(F_{41} + F_{42} + F_{43})}_{DC} - \underbrace{(F_{14} + F_{24} + F_{34})}_{DD} + \underbrace{(F_{51} + F_{52} + F_{53})}_{\Delta L} \quad (21)$$

NDC

Dakle višak investicija nad štednjom može se financirati porastom neto domaćih kredita *NDC* ili povećanjem neto zaduženja u inozemstvu  $\Delta L$ .

**Sektor inozemstva** ima tekuće prihode od uvoza intermedijarnih proizvoda  $M$ , kao i od uvoza robe namijenjene finalnoj uporabi  $Y^u$ , tj. osobnoj  $C^u$ , općoj potrošnji  $G^u$  i investicijskoj potrošnji  $I^u$ . Njegovi tekući rashodi sastoje se od plaćanja za izvoz  $E$  i transfere stanovništvu  $TR_i$  i državi  $TR_g$ . Razlika između prihoda i rashoda čini saldo bilance plaćanja na tekućem računu. Taj se saldo izravna odgovarajućim saldonom na računu kapitalnih transakcija. To možemo vidjeti iz sljedećeg identiteta sektora inozemstva:

$$U = M + C^u + G^u + I^u = E + TR_i + TR_g + F_{51} + F_{52} + F_{53} + F_{54} \quad (22)$$

odnosno:

$$U - E = TR_i + TR_g + F_{51} + F_{52} + F_{53} + F_{54} = TR_i + TR_g + \Delta L \quad (23)$$

gdje je  $\Delta L = F_{51} + F_{52} + F_{53} + F_{54}$

Saldo vanjskotrgovinske bilance izravna se sa saldonom neto-transfera  $TRI + TR_G$  i neto-zajmovima u inozemstvu  $\Delta L$ , odnosno povećanjem neto uvoza kapitala ili smanjivanjem deviznih rezervi.

Prema tome, neto zaduženje u inozemstvu jednako je razlici u saldu vanjskotrgovinske bilance i bilance neto transfernih plaćanja s inozemstvom:

$$\Delta L = (U - E) - (TRI + TR_G). \quad (24)$$

Ovo možemo pisati i ovako:  $[(E - U) - (TRI + TR_G)] = -\Delta L$  da bismo vidjeli da je saldo bilance tekućih transakcija jednak saldu bilance kapitalnih transakcija ali sa suprotnim predznakom. To znači da se deficit bilance kapitalnih transakcija mora pokriti povećanjem neto uvoza kapitala ili smanjivanjem deviznih rezervi. Bilanca kapitalnih transakcija sastoji se od neto izvoza kapitala  $\Delta K$  i od promjene deviznih rezervi  $\Delta RI$ .

Ukupni raspoloživi dohodak zemlje, nacionalni dohodak u određenoj godini jednak je proizvedenom dohotku u zemlji, domaćem dohotku, uvećan za neto tekuće dohotke iz inozemstva, odnosno kod nas uglavnom transfere  $(TRI + TR_G)$ . Štednja je, kao što znamo, dio raspoloživog dohotka koji se ne troši za financiranje tekuće potrošnje. Stoga nacionalnu štednju možemo pisati:

$$S = Y - (C + G) + (TRI + TR_G) \quad (25)$$

Budući da je:

$$Y - (C + G) = (E - U) + I,$$

to izraz (25) možemo pisati:

$$S = (E - U) + I + (TRI + TR_G)$$

ili

$$S - I = [(E - U) + (TRI + TR_G)] = S^0 \text{ tekuće bilance} = -\Delta L \quad (26)$$

Dakle, razlika između nacionalne štednje i domaćih investicija jednaka je saldu bilance tekućih transakcija. Zato je:

$$S + \Delta L = I$$

što znači da se nejednakost između nacionalne štednje i domaćih investicija uspostavlja odgovarajućom nejednakošću (suprotnog predznaka) bilance plaćanja na tekućem računu. Ovo je vrlo važna relacija za planiranje ekonomske politike. Ona kaže da zemlja ne može investirati više nego štediti, a da nema deficit bilance plaćanja na tekućem računu:

$$S < I \Rightarrow (E - U) + (TRI + TR_G) < 0 \Rightarrow \Delta L > 0$$

Taj se deficit bilance plaćanja na tekućem računu mora pokriti odgovarajućim saldonom na računu kapitalnih transakcija, povećanjem neto zaduženja u inozemstvu ili smanjivanjem međunarodnih rezervi. Za planiranje ekonomske politike važna je još jedna relacija. Naime, razlika između nacionalnog dohotka i domaće potrošnje jednaka je bilanci tekućih transakcija. Da to pokažemo, počimo od jednakosti agregatne ponude u zemlji  $Y + U$  i agregatne potražnje  $C + I + G + E$ :

$$Y + U = C + I + G + E$$

što možemo pisati ovako:  $Y = C + I + G + E - U$  tj. domaći proizvod jednak je domaćoj finalnoj potrošnji korigiranoj za saldo vanjskotrgovinske bilance. Rekli smo da je razlika između domaćeg i nacionalnog dohotka jednaka sumi neto dohodaka iz inozemstva i neto tekućih transfera iz inozemstva. Ako i lijevoj i desnoj strani gornje jednadžbe dodamo sumu tekućih transfera iz inozemstva (u koje smo uključili i dohotke) imamo:

$$ND - (C + I + G) = E - U + TR_i + TR_g$$

Dakle, razlika između nacionalnog dohotka i domaće potrošnje jednaka je bilanci tekućih transakcija. Ako je domaća potrošnja veća od ND, tada je saldo bilance plaćanja negativan pa se mora financirati suficitom u bilanci kapitalnih transakcija, tj. zaduživanjem ili smanjenjem deviznih rezervi. I obrnuto.

#### 1.2.1.4. Opća ravnoteža – konsolidacija računa pojedinih sektora

Zbrojimo li račune tekućih transakcija svih sektora, dobit ćemo, kao što već znamo, identitet sektora proizvodnje:

$$W + T_{ind} + O = C^d + G^d + I^d + E - M.$$

To znači da je zbroj tekuće potrošnje (osobna plus opća plus investicijska plus izvoz domaćih proizvoda minus uvoz intermedijarnih proizvoda jednak zbroju domaćih dohodaka (zbroj osobnih dohodaka, indirektnih poreza i amortizacije).

Vidjeli smo da razlika između štednje i investicija svakog sektora pokazuje njegovu sveukupnu bilancu, koja može biti uravnotežena, ili u deficitu ili u suficitu. Za cjelokupnu otvorenu privredu, međutim sveukupna bilanca je uravnotežena, tj.:

$$\sum_{i=1}^n (S_i - I_i) = 0 \quad (27)$$

Što znači da je:

$$\sum_i S_i = \sum_i I_i$$

ili

$$S = I.$$

Ako pišemo izraz (27) za sve naše sektore, imamo:

$$(S_p - I_p) + (S_K - I_K) + (S_G - I_G) + (S_{INO} - I_{INO}) = 0 \quad (28)$$

Prvi izraz je višak ili manjak bilance proizvođača, drugi je višak ili manjak bilance sektora stanovništva, treći predstavlja višak ili manjak budžeta, a četvrti saldo bilance plaćanja na tekućem računu.

Budući da svakom potraživanju jednog sektora od drugog odgovara dugovanje tog sektora prema ovom prvom, to će zbroj svih potraživanja i dugovanja u otvorenoj privredi biti jednak nuli. Zato će zbroj salda sveukupnih bilanci svih sektora biti jednak nuli. Pokažimo to tako da zbrojimo izraze salda pojedinih sektora (2), (4), (6), (7) i (27):

$$I_p - S_p = F_{21} + F_{31} + F_{41} + F_{51} - F_{12} - F_{13} - F_{14} \quad (2)$$

$$I_K - S_K = F_{12} + F_{32} + F_{42} + F_{52} - F_{23} - F_{24} - F_{21} \quad (4)$$

$$I_G - S_G = F_{13} + F_{23} + F_{43} + F_{53} - F_{32} - F_{42} \quad (6)$$

$$F_{14} + F_{24} + F_{34} + F_{54} - F_{41} - F_{42} - F_{43} = 0 \quad (7)$$

$$E - U = F_{51} + F_{52} + F_{53} + F_{54} - TR_i - TR_G \quad (27)$$

Ako zbrojimo lijeve i desne strane i ako ukinemo iste izraze koji imaju suprotne predznake ( $F_{21}$ ,  $F_{41}$ ,  $F_{51}$ ,  $F_{12}$ ,  $F_{13}$ ,  $F_{14}$ ,  $F_{32}$ ,  $F_{42}$ ,  $F_{23}$ ,  $F_{43}$ ,  $F_{53}$ ,  $F_{24}$ ,  $F_{34}$ ,  $F_{54}$ ) dobit ćemo:

$$SP + SK + SG + U = I_p^d + I_p^u + I_K^d + I_K^u + I_G^d + I_G^u + E + TR_i + TR_G \quad (28)$$

odnosno:

$$S = I + [E - U] + TR_i + TR_G \quad (29)$$

ili

$$S - [(E - U) + (TR_i + TR_G)] = I. \quad (30)$$

Prema tome, ukupne investicije u domaćoj privredi financiraju se domaćom štednjom i deficitom bilance plaćanja na tekućem računu.

Vidimo da se u potpunoj konsolidaciji računa financijskih transakcija međusobno kompenziraju sva financijska dugovanja i potraživanja pojedinih sektora narodne privrede. Ta se činjenica često koristi kao argument izostavljanja računa financijskih transakcija iz sustava nacionalnih računa.

Za razumijevanje uloge turizma u gospodarskom sustavu neophodno je poznavanje čitavog reprodukcijuskog procesa, za što nam je bila potrebna ova analiza.

## 1.2.2. Tržište i država u ekonomskom procesu

Svi ekonomski tijekovi prolaze preko tržišta na kojemu se oblikuju prema zakonima ponude i potražnje. Osim tržišta u oblikovanju ekonomskih tijekova između proizvodnih i potrošnih subjekata, sudjeluje i država. Opći ekonomski tijek ili ekonomski proces u cjelini zbir je pojedinačnih odnosa mnoštva ekonomskih subjekata, koji su nastali utjecajem tržišta i države.

Djelovanjem tržišta na ekonomski proces, uspostavlja se ravnoteža ekonomskog procesa. To je stanje u kojemu svaki ekonomski subjekt, bilo da je proizvođač ili potrošač, uspostavlja optimalan odnos s drugim ekonomskim subjektima, i ni jedan subjekt koji sudjeluje u ekonomskom procesu ne može popraviti svoj položaj, a da ne ugrozi položaj drugog. To ravnotežno stanje ekonomskog procesa nastaje djelovanjem tržišta u uvjetima kada se tržišni subjekti mogu slobodno ponašati. To je teorijska paradigma koja se koristi za analizu ekonomskog procesa.

### 1.2.2.1. Tržište u ekonomskom procesu

Tržište djeluje na ekonomski proces tako što alokira faktore i dohotke na način da se ostvari ravnoteža procesa. Ravnoteža koju nastoji uspostaviti tržište kao neutralni mehanizam regulacije, podrazumijeva da svi faktori ostvaruju istu proizvodnost bez obzira gdje su alocirani i da svi potrošači troše svoj dohodak tako da promjenom strukture potrošnje ne mogu ostvariti veću korist. Takva ravnoteža definira se kao jednakost graničnih koristi i graničnih troškova.

U modelu opće ravnoteže sve cijene dobara jednake su graničnim troškovima, a sve cijene faktora jednake su vrijednostima njihovih graničnih proizvoda. To je stanje u kojemu svaki proizvođač uspijeva maksimirati profit, a svaki potrošač maksimirati korist. Efikasnost ekonomskog procesa u modelu opće ravnoteže proizlazi iz činjenice da nitko, ne može poboljšati svoj položaj, a da pri tome ne ugrozi drugog. Pretpostavka je uspostavljanja i

funkcioniranja modela opće ravnoteže da se sve cijene (dobara i faktora) kao glavni parametar svih varijabli modela, formiraju na tržištu savršene konkurencije.

U tržišnom gospodarstvu krug ekonomskog tijeka ne zatvara se u neposrednom odnosu između proizvodnih i potrošnih jedinica, već se njihov odnos uspostavlja i oblikuje na tržištu. Tržište je mehanizam koji nesvjesno provodi koordinaciju ljudi, aktivnosti i poduzeća preko sustava cijena. To je mjesto gdje kupci i prodavači, u međudonosu određuju cijenu i količinu dobara, koja će se potrošiti u kružnom tijeku ekonomskog procesa.

Tržište nije mjesto koje je netko izmislio, već nesvjesni i “nevidljivi” sustav komunikacija. Tu se udružuju akcije milijuna različitih pojedinaca koji u međudonosu oblikuju cijene za tražene količine svih dobara koja se prodaju ili kupuju.

U tržišnom gospodarstvu kružni tijek ekonomskog procesa, sa Slike 1.2. realizira se putem tržišta na kojemu proizvodne i potrošne jedinice uspostavljaju komunikaciju i tako definiraju cijene i količine dobrima. Taj odnos nije jednostavan, kako to izgleda kad se promatra na globalnoj razini. Stoga ćemo u objašnjenju slijediti Sliku 1.2.

U konkurencijskoj općoj ravnoteži, kada potrošači maksimiraju korisnost, a poduzeća maksimiraju dobit:<sup>88</sup>

- Omjeri graničnih korisnosti za sve potrošače jednaki su relativnim cijenama tih dobara.
- Omjer graničnih troškova dobara koje poduzeća proizvode jednaki su relativnim cijenama tih dobara.
- Relativni granični proizvod svih inputa jednaki su za sva poduzeća i sva dobra i jednaki su relativnim cijenama tih inputa.

Tržišni su odnosi ponuditelja i tražitelja složeni, jer se ostvaruju na dvije različite vrste tržišta; na tržištu faktora ili proizvodnih činilaca i na tržištu dobara, ili proizvoda i usluga. Na tržištu dobara poduzeća nude dobra, a potrošači kupuju određene količine, prema njihovim potrošačkim mogućnostima i ukusu. Na tržištu faktora isti potrošači nude proizvodne faktore koje kupuju proizvođači, poduzeća prema svojim proizvodnim mogućnostima, odnosno s obzirom na troškove nabave faktora.

Kružni tijek ekonomskog života, u kojemu posreduje tržište, pokazuje kako potrošači i proizvođači ostvaruju tržišne odnose u kojima se određuje cijena i količina dobara koje cirkuliraju u gospodarstvu. Tu se uspostavlja zamršena mreža međudnosa različitih subjekata ponude i potražnje, koji putem tržišnog mehanizma rješavaju ključne ekonomske probleme, i to kako na razini nekog parcijalnog tržišta kojih u sustavu gospodarstva ima mnogo, (a turizam je samo jedno od parcijalnih tržišta) tako i na razini gospodarstva kao cjelovitog tržišnog sustava.

Tržište faktora obuhvaća tržište pojedinog faktora, tj. rada, kapitala i prirodnih resursa. Svako od ovih tržišta je specifično. Položaj svakog poduzeća, tražitelja faktora na tržištu faktora je isti, bez obzira da li faktore koristite kao inpute proizvodnje turističkih ili nekih drugih dobara.

Poduzeća, kupci inputa, da bi realizirala proizvodnju, odlučuju se za kombiniranje faktora u proizvodnom procesu. Zavisno od dostupnosti, odnosno cijene faktora i moguće tehnologije proizvodnog procesa, poduzeće bira kombinaciju faktora proizvodnje koja će mu omogućiti minimiziranje troškova proizvodnog procesa. Na taj način tržište faktora, putem cijena faktora, određuje kojom će se tehnologijom proizvoditi dobra. Kombinacija faktora odražava tehnologiju proizvodnog procesa.

---

<sup>88</sup> Samuelson, A., P., & Nordhaus, W., (1992), op.cit.str.291.



Na tržištu faktora ili inputa, uloge proizvodnih i potrošnih jedinica suprotne su ulogama na tržištu dobara. Potrošne jedinice javljaju se u ulozi ponuditelja, a proizvodne jedinice, odnosno poduzeća, u ulozi tražitelja. Potrošači i kućanstva nude na tržištu one faktore koje će poduzeća koristiti kao input proizvodnji dobara. To su u najširoj podjeli tri grupe faktora; zemlja, rad i kapital.

Potrošači ostvaruju dohodak s kojim će se pojaviti kao kupci na tržištu dobara nudeći proizvodne faktore na tržištu faktora. Prema tome izvor njihova dohotka može biti rad, odnosno plaća, zatim renta od najma zemlje i kamata ili dobit od kapitala.

Na potražnju, koja se javlja na tržištu dobara, utječe visina dohotka s kojim raspoložu potrošačke jedinice. Opće je poznato da se značajnija potražnja za turističkim dobrima javlja na razinama dohotka koji omogućuju potrošaču da, trošeći 30% do 40% dohotka, kupi dovoljno hrane, stambenog komfora ili osnovnih dobara, tj. da zadovolji tzv. primarne potrebe.

Pošto se ljudi na istoj razini ukupnog dohotka različito ponašaju i odnose prema kupnji turističkih dobara, može se pretpostaviti da osim ukusa, kulturnih i vrijednosnih utjecaja, na njihovo ponašanje utječe i izvor dohotka. Zacijelo je ponašanje u potrošnji drugačije kod ljudi koji dohodak ostvaruju od rente od onih koji zarađuju prodajom radne snage. Stoga se i ponašanja na tržištu turističkih dobara mogu razmatrati i s aspekta utjecaja izvora dohotka.

### ***1.2.2.2. Uloga države u ekonomskom procesu***

U realnom sektoru tržište nije neutralni mehanizam. Djelovanje tržišnog mehanizma na ekonomski proces država nastoji podrediti svojim ciljevima. Stoga o tržištu govorimo kao o općoj paradigmi koja se koristi za analizu ekonomskog procesa, a o tržišnoj ravnoteži kao analitičkoj metodi i dijagnostičkoj mjeri odstupanja stvarnosti od stanja tržišne ravnoteže.

Država svojim djelovanjem na ekonomski proces, pridonosi općoj ravnoteži ekonomskog sustava, ali prema ciljevima koje promiče. Ciljevi koje država želi ostvariti neutraliziranjem tržišta ili usmjeravanjem tržišnog mehanizma, mogu biti raznovrsni, a ovdje se razmatraju samo ekonomski.

Osnovni ekonomski cilj države je ravnoteža i efikasnost ekonomskog procesa. Promičući načelo efikasnosti država djeluje u istom smjeru kao i tržište, nastojeći ispraviti ograničenja tržišnog mehanizma, tj. anticipirajući privremene tržišne neravnoteže na parcijalnim tržištima.

Država ide i za tim da promiče načelo jednakosti u stvaranju i raspodjeli vrijednosti koje se proizvode u ekonomskom procesu, naravno u mjeri koja je primjerena uvjetima u kojima se reproducira ekonomski proces.

Ciljevi državne intervencije u ekonomski proces<sup>89</sup> mogu biti ekonomski i neekonomski. Ekonomski ciljevi usmjereni su na ispravljanje alokativne efikasnosti tržišnog mehanizma i na otklanjanje razvojnih ograničenja. Neekonomski ciljevi su u pravilu političke prirode.

Intervencije države radi ispravljanja alokativne neefikasnosti usmjerene su na korigiranje ponašanja ekonomskih subjekata i to u pogledu njihove težnje da monopoliziraju tržište ili da nekontrolirano koriste prirodne resurse i javna dobra i iz toga osnova ostvaruju eksterne efekte. Osim toga država intervenira u sustav raspodjele da bi se ostvarili socijalni ciljevi suvremene države i načelo jednakosti i solidarnosti. Država intervenira u ekonomski proces da bi se potaknuli zastoji u razvoju i unaprijedila kvaliteta rasta. To se odnosi na

---

<sup>89</sup> Detaljnije: Dulčić, A., op.cit.str. 59-107

realokaciju faktora radi poticanja ukupne proizvodnosti te na aktiviranje poduzetništva, tehnološkog progresa i komparativnih prednosti nacionalnog gospodarstva.

Postoje tri glavna instrumenta državne regulative. To su:<sup>90</sup>

1. porezi koji služe da se smanje privatni rashodi i time omogućuju javne rashode,
2. izdaci koji navode poduzeća ili radnike da proizvode određena dobra ili usluge zajedno s transfernim plaćanjima koji pružaju potporu dohotku (socijalna skrb),
3. regulacije ili kontrole koje upućuju ljude da obavljaju ili da odustaju od određenih gospodarskih djelatnosti.

Od vremena Platona filozofi su se sporili o ulozi države, a politički mislioci su predlagali različite pristupe vladi. U novije vrijeme je ekonomska nauka razvila novo područje zvano «javni izbor», a to je proučavanje kako vlada odabire i upravlja gospodarstvom. Postoje četiti glavne gospodarske funkcije koje vlada obavlja u modernom mješovitom gospodarstvu a to su:<sup>91</sup>

1. utvrđivanje zakonskog okvira za tržišno gospodarstvo,
2. utjecanje na alokaciju resursa kako bi se poboljšala gospodarska efikasnost,
3. uvođenje programa kako bi se poboljšala raspodjela dohotka,
4. stabiliziranje gospodarstva putem makroekonomskih politika.

Zakonski okvir ima izuzetno snažno djelovanje na gospodarsku aktivnost, iako se većina zakona ne temelji na detaljnoj ekonomskoj «cost-benefit» analizi. Prva je vladina funkcija da postavi zakonski okvir i utvrdi jasna pravila za funkcioniranje tržišta.

Kako tržište nije idealno i ima nedostataka, vlade moraju intervenirati na tom tržištu da bi onemogućile diskriminaciju na tržištu radne snage, na polju kontrole zagađivanja ili poticanja temeljne znanosti i dr.

Preraspodjela dohotka je velika uloga vlade kojom se utječe na održavanje barem minimalnih standarda zdrastva, prehrane i dohotka.

Svjesno ublažavanje gospodarskih ciklusa da se spriječi kronična nezaposlenost, gospodarska stagnacija i inflacija cijena te da se potakne brz gospodarski rast je također važna funkcija svake vlade kao makroekonomska funkcija stabilizacije. Važno je ovdje istaknuti da je u drugoj polovici XX. stoljeća uloga države u preraspodjeli GDP-a u Hrvatskoj jačala, i na neki način se izgrađivao sustav neefikasne alokacije kapitala<sup>92</sup>, koji je čak u sedamdesetim i osamdesetim godinama prošlog stoljeća doveo do stanja, pri kojemu su bankarski krediti zahvaljujući i takvoj ekonomskoj politici bili „poklon“ više politički „poćudnima“ nego ekonomski učinkovitima.

---

<sup>90</sup> Samuelson, P., A., & Nordhaus, W., (1992), Ekonomija 14. izdanje, Mate d.o.o. Zagreb, str. 298-299.

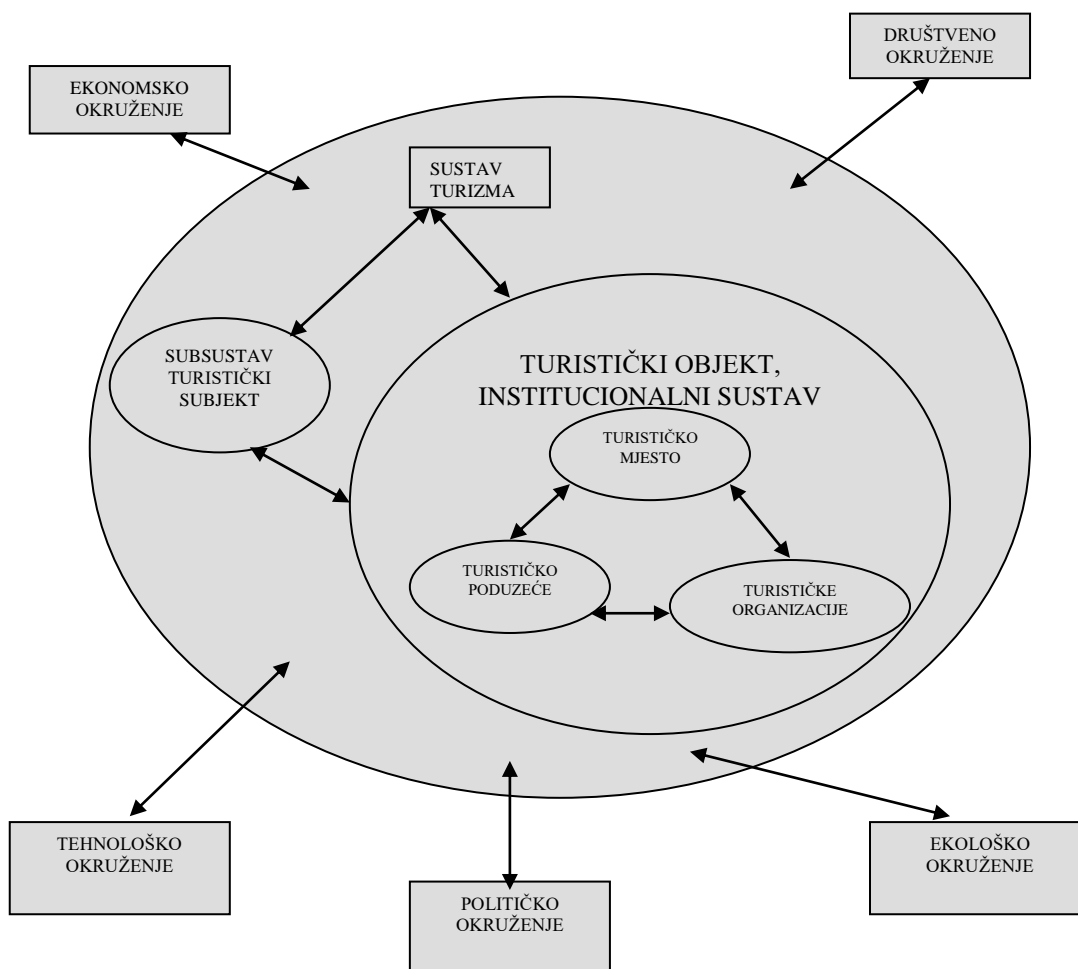
<sup>91</sup> Ibid., str. 301.

<sup>92</sup> Vidi detaljnije: Blažević, B., (1995), Ekonomski računi plasmana kapitala u hrvatsko hotelijerstvo 1960-1990., Hotelijerski fakultet Opatija, str. XVIII.

### 1.3. TURIZAM KAO SLOŽENI GOSPODARSKI I DRUŠTVENI SUSTAV U EKONOMSKOM PROCESU

Prema dr. Claudeu Kasparu, turizam je vrlo složena društvena i ekonomska pojava. Struktura te pojave zahtijeva kompliciranu organizaciju koja čini turistički sustav<sup>93</sup>. Ovaj sustav ne zadire samo u turističke probleme u užem smislu, nego ulazi u mnoga izvanturistička područja. To se vidi iz sheme 1.1.:

Shema 1.1: Sustav turizma



Izvor: Kaspar, C./1975/ ,«Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss«, Verlag Paul Haupt, Bern und Stuttgart, str.11.

Prema tome, sustav organizacije dijeli se na dva osnovna podsustava: podsustav koji se odnosi na turistički subjekt i institucionalni podsustav koji zahvaća organizaciju u turističkom mjestu, turističkom poduzeću i turističkim društvenim organizacijama. Među svim faktorima sustava vladaju snažne interakcijske veze. Na turistički sustav u užem smislu djeluju ekonomsko, društveno, tehnološko, političko i ekološko okružje. Međutim, i obratno,

<sup>93</sup> Prema: Kaspar, C./1975/ ,«Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss«, Verlag Paul Haupt, Bern und Stuttgart, str.11.

turizam djeluje na sva ta okruženja. Iz svega toga proizlazi složenost turističke organizacije, što otežava kreiranje i provođenje razvojne i stabilizacijske turističke politike, planiranje, legislativu, statističko praćenje itd. Zbog toga organizacija ima izuzetnu važnost kao faktor u turističkom razvoju<sup>94</sup>

Iako se turizam kod nas počeo javljati već krajem 19. stoljeća, njegovom proučavanju kao složene društveno-ekonomske pa i sociološke pojave pristupilo se tek u drugoj polovici 20. stoljeća.. Saznanje o potrebi njegove znanstvene obrade i pristupa nastalo je tek kada je turizam prihvaćen kao jedan od osnovnih razvojnih pravaca ex-Jugoslavije, odnosno kada je počeo postizati vidljive rezultate i kada je prerastao u pojavu koju je potrebno znanstveno proučiti i institucionalno regulirati.

Međutim do sada se turizam u teorijskom smislu nije proučio i tretirao kao veliki i složeni ekonomski sustav, što se odražavalo i u njegovoj praktičnoj primjeni.<sup>95</sup>

Razlozi koji navode na mogućnost i potrebu definiranja turizma kao složenog ekonomskog sustava ( a unutar njega traženje i definiranje stanja ravnoteže, stabilnosti i optimalnosti tog sustava) su višestruki od kojih se navode samo najvažniji:<sup>96</sup>

- 1) turizam je kompleksna društveno-ekonomska pojava, s vrlo jakim utjecajem na gotovo sve aktivnosti sredine u kojoj nastaje;
- 2) turizam posjeduje veliku snagu disperzije, direktnim ili indirektnim putem;
- 3) turizam nije statična društveno-ekonomska pojava nego je podložan stalnom kretanju;
- 4) svaki element (komponentu) turizma moguće je definirati u vremenu i prostoru;
- 5) kvantitativne promjene prouzrokuju ujedno i kvalitativne promjene, stvarajući odgovarajuće nivoe razvoja užeg ili šireg područja na kojem turizam djeluje. Time se ujedno naglašava i jedinstvo kretanja i razvoja kao jedan od karakteristika društveno-ekonomskog sustava;
- 6) u turizmu je naglašena povratna sprega između njegovih elemenata (komponenta), što nalazi svojeg odraza naročito u međusobnim odnosima njegove strukture, odnosno u njegovim međusektorskim pa i međuregionalnim odnosima;
- 7) u turizmu kao sustavu moguće je proučavati i definirati određena stanja (ravnoteže, stabilnosti i optimalnosti) i time utjecati na nivo i kvalitetu razvoja;
- 8) velika snaga disperzije i kompleksnost turizma opravdava da se definira kao složeni ekonomski sustav, ali u sklopu narodnog gospodarstva. To znači da je turizam zaseban, zaokružen sustav, a istovremeno podsustav ili dio većeg sustava – narodnog gospodarstva;
- 9) u turizmu je moguće utvrditi sustav potreba i sustav ciljeva;
- 10) u turizmu postoji mogućnost (a i potreba) da se uspostave sustavi informiranja, upravljanja i općenito funkcioniranja;
- 11) ukoliko se turizam ne sagleda i ne regulira u svoj svojoj kompleksnosti, moguće je da nastupe negativne posljedice koje turizam kao masovna pojava može prouzročiti.

Definirajući turizam kao složeni ekonomski sustav treba naglasiti jednu vrlo važnu postavku, a to je da turizam treba biti uravnotežen unutar sebe, a ujedno ne smije gubiti vezu i

---

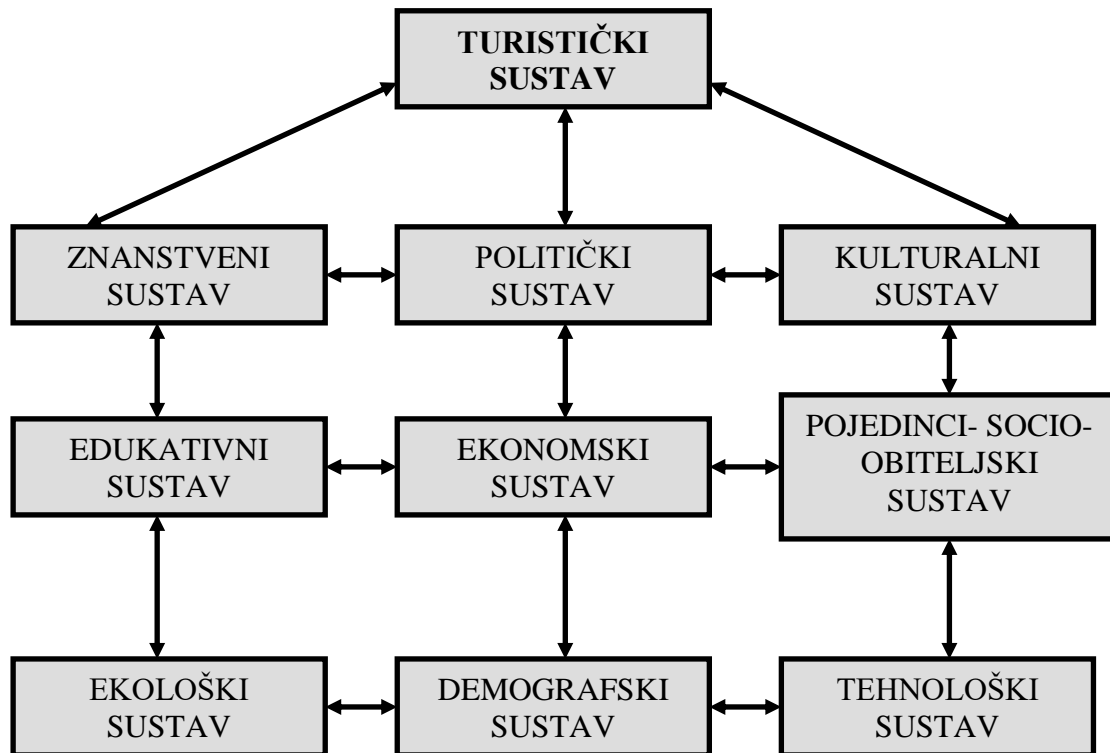
<sup>94</sup> Detaljnije: Cicvarić, A., /1984/, «Turizam i privredni razvoj Jugoslavije», drugo dopunjeno i prošireno izdanje, Tisak «Zagreb» RO za grafičku djelatnost, Samobor, str. 109-126.

<sup>95</sup> Među prve pokušaje u tom smislu spada studija Mladen Montana i suradnici “Organizacija turističke ponude u SR Hrvatskoj”, Ekonomski institut Rijeka, 1972.

<sup>96</sup> Montana, M.,/1979/, Međusektorski odnosi i multiplikativni efekti turističke potrošnje u Istarsko-primorsko-goranskoj regiji», doktorska disertacija, Ekonomski fakultet, Zagreb, str. 89-100.

narušavati proporcije sa sustavom čiji je sastavni dio. Ista logika nastavlja se unutar samog kompleksa turizma, tj. odnosi se na svaku njegovu komponentu (podsustav) od njegove najviše organizacione forme (gospodarske oblasti) do najniže (poduzeća).

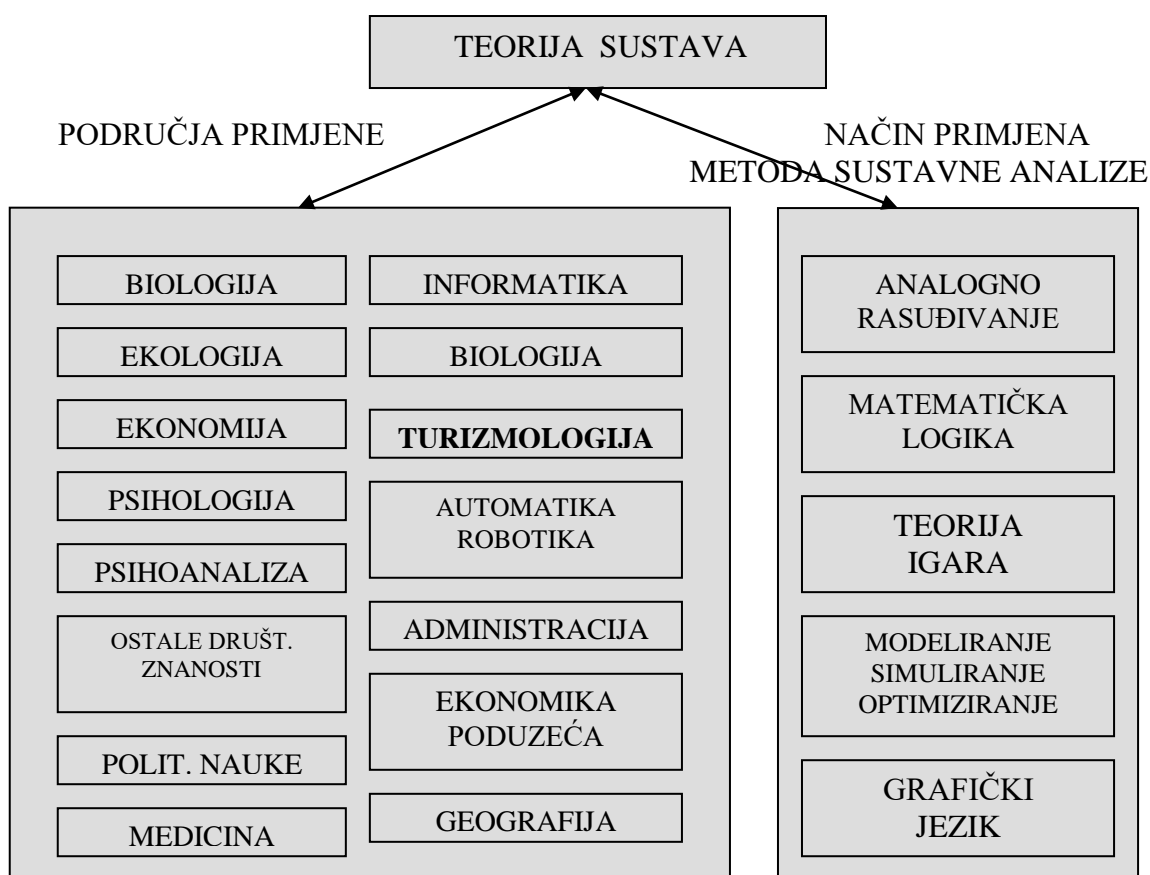
*Shema 1.2: Turistički sustav u društvenom sustavu*



*Izvor: Sessa, A./1984/, La scienza dei sistemi per lo sviluppo del turismo, Editrice Agnesotti, Roma, str.75.*

Iz sheme 1.2. vidi se međuovosnost turističkog sustava od čitavog niza društvenih sustava u kojem odnosu ekonomski sustav je samo jedan od važnih činitelja turističkog sustava. Ali isto tako važnu ulogu igraju i politički, znanstveni, kulturalni, edukativni, socio-obiteljski, ekološki, demografski i tehnološki sustav.

Shema 1.3: Područje i način primjene teorije sustava



Izvor: Sessa, A./1984/, *La scienza dei sistemi per lo sviluppo del turismo*, Editrice Agnesotti, Roma, str.90.,

Iako prof. Sessa u gornjoj shemi prikazuje turizmologiju i ekonomiku poduzeća kao posebna područja primjene izvan ekonomije, što one u suštini nisu, iz spomenute sheme 1.3. proizlazi da je turizmologija isto kao i brojne druge znanstvene discipline nezamisliva bez teorije sustava te da se i u turizmologiji primjenjuju metode sustavne analize poput analognog rasuđivanja, matematičke logike, teorije igara, modeliranja, simuliranja i optimiziranja te grafičkog jezika.

Sa razine destinacije<sup>97</sup>, pojednostavljeno, međuovisnost turizma Hrvatske kao turističke destinacije i drugih djelatnosti i područja društvenog života – uključivo politiku, može se slikovno iskazati na shemi 1.4.

<sup>97</sup> U radu će se koristiti termin destinacija koji je uobičajen u turističkoj terminologiji, iako bi radi čistoće hrvatskog jezika bolje odgovarao termin određište.

Shema 1.4: Brojne veze turizma i ostalih sektora ekonomije i društva gdje politika može utjecati na kompetitivnost i održivost destinacije

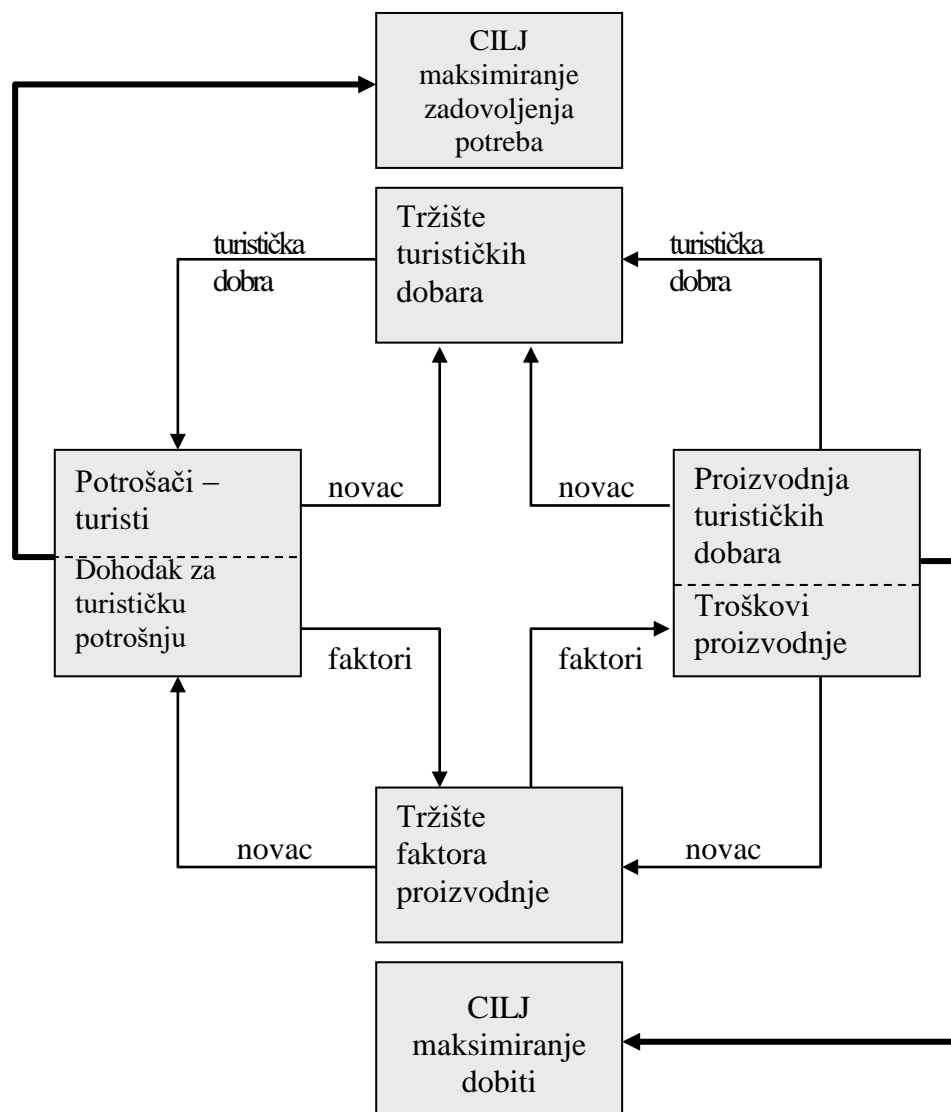


Izvor: Prilagođeno prema Ritchy, B. J.R., Crouch, G.I.(2003.), Cromwell Press, Trowbridge, U.K., str. 150

### 1.3.1. Turizam kao parcijalno tržište

Turizam je specifično parcijalno tržište jer su odnosi ponude i potražnje na tom tržištu specifični. Osnovni model tih odnosa na turističkom tržištu isti je kao i na svakom drugom tržištu. Specifičnost se javlja u ponašanju subjekata ponude i potražnje na tom tržištu, te u međuodnosu parcijalnog i općeg tržišta.

Shema 1.5: Odnosi ekonomskih subjekata u procesu (turističkog) privređivanja



Izvor: prema Dulčić, A., op.cit.str.55.

Shema 1.5. pokazuje sveukupne odnose koji se posredstvom tržišta dobara i tržišta faktora uspostavljaju između subjekata turističke potrošnje i proizvodnje. U tim odnosima, jednako kao i na razini općeg, rješavaju se tri ključna ekonomska pitanja razvoja turizma. To su; što, tj. koja turistička dobra proizvoditi (npr. masovne ili selektivne usluge), kako, odnosno kakvom tehnologijom proizvoditi, tj. da li podizati velike i/ili luksuzne hotele ili obiteljske pansione, odnosno kako strukturirati ponudu, i konačno za koga proizvoditi turistička dobra, odnosno tko će i u kojoj mjeri prisvojiti dohodak koji se stvara u tim gospodarskim aktivnostima.

Odgovori na ta pitanja ne proizlaze iz modela odnosa subjekata ekonomskog procesa. Kružni tijek odnosa proizvodnih i potrošnih jedinica opći je model karakterističan za svako parcijalno i tržište u cjelini. Ono što te odnose čini specifičnim i životnim u svakom odnosu ekonomskih subjekata i na svakom parcijalnom tržištu, jest ponašanje ekonomskih subjekata. To određuje intenzitet i značaj odnosa.



Subjekti potrošnje na tržištu turističkih dobara su turisti. Oni na tržištu imaju cilj maksimirati zadovoljenje svojih potreba, ali uz što manje izdataka. Na njihovo ponašanje, upravljeno tim ciljevima, utječu različiti faktori. Ti faktori ponašaju se kao nezavisne varijable i mogu se grupirati u tri osnovne grupe. To su:

- potrebe potrošača – turista, tj. njihova struktura i hijerarhija, te raspoloživi dohodak, stečen udjelom u raspodjeli i
- cijene dobara koja su predmet kupnje, ali i cijene drugih dobara koja mogu biti predmetom izbora potrošača.

Ti faktori oblikuju ponašanje svakog ekonomskog subjekta. Specifičnost njihova utjecaja na pojedine ekonomske subjekte, poglavito turiste, manifestira se u njihovoj jačini i pravcu utjecaja. Utjecaj svih faktora na ponašanje potrošača u praksi se potvrđuje kupnjom određene količine dobara, odnosno potrošnjom.

Količina je kupljenih, potrošnih dobara sredstvo, a cilj je zadovoljenje potreba. Potrošač, turist, maksimira zadovoljavanje ukupnih potreba, što uključuje i turističke potrebe. To znači da se maksimiranje potreba može promatrati jedino u odnosu na odgovarajuću hijerarhiju potreba.

U realnom sektoru zadovoljenje pojedinih potreba iskazuje se količinom potrošnje dobara. Da li potrošač maksimiranjem ukupnih potreba više kupuje prehrambena dobra, a manje turistička ili obrnuto, saznajemo iz njegove strukture potrošnje. Potrošač, koji raspolaže određenom količinom dohotka, čini izbor dobara, što znači alokaciju raspoloživog dohotka na pojedina dobra ili skupine dobara.

Alokacija dohotka turista, potrošača, zavisi, osim od njegovih potreba i dohotka, i od odnosa cijena dobara koja se na tržištu nude. Drugim riječima, cijena se u modelu ponašanja javlja kao dvostruki parametar, tj. kao:

- cijena dobra koje se kupuje, odnosno njegov odnos prema dohotku potrošača, i
- odnos cijene dobra koje potrošač kupuje prema cijeni drugih dobara.

To znači da će kod iste razine dohotka turista, količina turističkih dobara koja on nabavlja zavistiti i od cijene turističkih dobara i cijena ostalih dobara koja na skali preferencija turista konkuriraju turističkim dobrima.

Uspostavljanje međuovisnosti između faktora ili varijabli utjecaja i ponašanja turista kao potrošača, dosljedno teorijskom modelu ponašanja potrošača, moguće je jedino ako se ponašanje turista podrazumijeva kao racionalno ponašanje, što znači da potrošač (turist) nastoji ostvariti ciljne funkcije, tj. maksimizirati zadovoljenje potreba uz minimiziranje izdataka.

Na izbor dobara koje turist kupuje utječe, osim cijena i dohotka, i njegov vrijednosni sustav te ukupna struktura potreba, a razlikuje se i prema segmentima potrošača.

Ponašanje subjekata proizvodnje ili turističke ponude usmjereno je u tržišnom gospodarstvu na maksimiranje razlika između prihoda i troškova poslovanja, tj. na maksimiranje dobiti. Dobit poduzeća, kao odnos prihoda i troškova, zavisi od:

- cijene dobra, koja se modelira na tržištu dobara i
- cijene proizvodnih faktora, koja se modelira na tržištu faktora.

Drugim riječima dobit je zavisna varijabla u funkciji u kojoj su cijene dobara i faktora nezavisne varijable.

Ponašanje subjekata turističke ponude, determinirano je, s jedne strane, troškovima proizvodnje turističkih dobara, a s druge, stjecanjem prihoda od prodaje turističkih dobara na turističkom tržištu. Troškovi proizvodnje pod utjecajem su tržišta faktora i/ili ekonomske politike. Tržište faktora je mjesto na kojemu se nabavljaju faktori i formira njihova cijena (u uvjetima kada tržište provodi funkciju alokacije faktora).

Troškovi proizvodnje su inputi za proizvođača turističkih dobara, a za subjekte potrošnje input je njihov dohodak. Subjekti turističke ponude proizvođači, nastoje minimizirati troškove, a ponuditelji proizvodnih faktora žele maksimizirati prihod njihovom prodajom.

Uočimo suprotstavljenost ciljnih funkcija kod potrošnih i proizvodnih ekonomskih subjekata, koje povezuju tržišta dobara i faktora.

Dok će na tržištu turističkih dobara potrošni subjekti maksimirati zadovoljenje potreba, dotle će proizvodni subjekti težiti maksimiranju dobiti. Cijene dobara odredit će u kojoj će mjeri proizvođači i potrošači zadovoljiti ciljeve za kojima idu. Ako su cijene niže, potrošači će s istom količinom dohotka zadovoljiti više potreba. Proizvođači će uz niže cijene ostvariti manji dohodak za istu količinu prodaje.

I na tržištu faktora ciljne funkcije su suprotstavljene. S jedne strane vlasnici faktora teže maksimiranju dohotka proizvodnog faktora koji nude tržištu, a s druge strane, subjekti koji faktore kupuju iz prihoda ostvarenih prodajom dobara, teže minimalizaciji troškova inputa.

Utjecaji tih suprotstavljenih impulsa oblikuju ponašanje subjekata na tržištu faktora koje se prenosi na tržište dobara. Pri tome cijene predstavljaju osnovne parametre koji oblikuju ponašanje, odnosno prema kojima subjekti odlučuju o proizvodnji i prodaji dobara i faktora. Drugim riječima odnosi tržišnih cijena dobara i faktora određuju ponašanje subjekta u ekonomskom procesu.

Turističko gospodarstvo, kao i svi veliki i složeni ekonomski sustavi, sastavljeni su hijerarhijski i sadrže ove osnovne nivoe donošenja odluka:

- poduzeća
- poslovna udruženja i slične asocijacije;
- grane i djelatnosti;
- veliki ekonomski sustavi.

Ne postoji dovoljna koordinacija između tih nivoa, niti unutar njih. Koordinacija nije zadovoljavajuća gotovo u svim fazama i akcijama koje prethode odlučivanju, kao što su funkcija informiranja, izrada i dogovaranje zajedničkih planova, nastupanje na tržištu, utjecaj na ekonomsku politiku i dr. Zbog toga sustav odlučivanja gubi na svojoj racionalnosti i efikasnosti.

Hijerarhija u turizmu kao složenom ekonomskom sustavu očituje se i u definiranju i rangiranju njegovih podsustava, odnosno njegovih komponenata. Time se razvrstavaju podsustavi po svojoj važnosti za funkcioniranje čitavog složenog sustava.

Kriteriji za utvrđivanje ranga važnosti pojedinih komponenata u turizmu kao složenom sustavu, uglavnom su ovi:

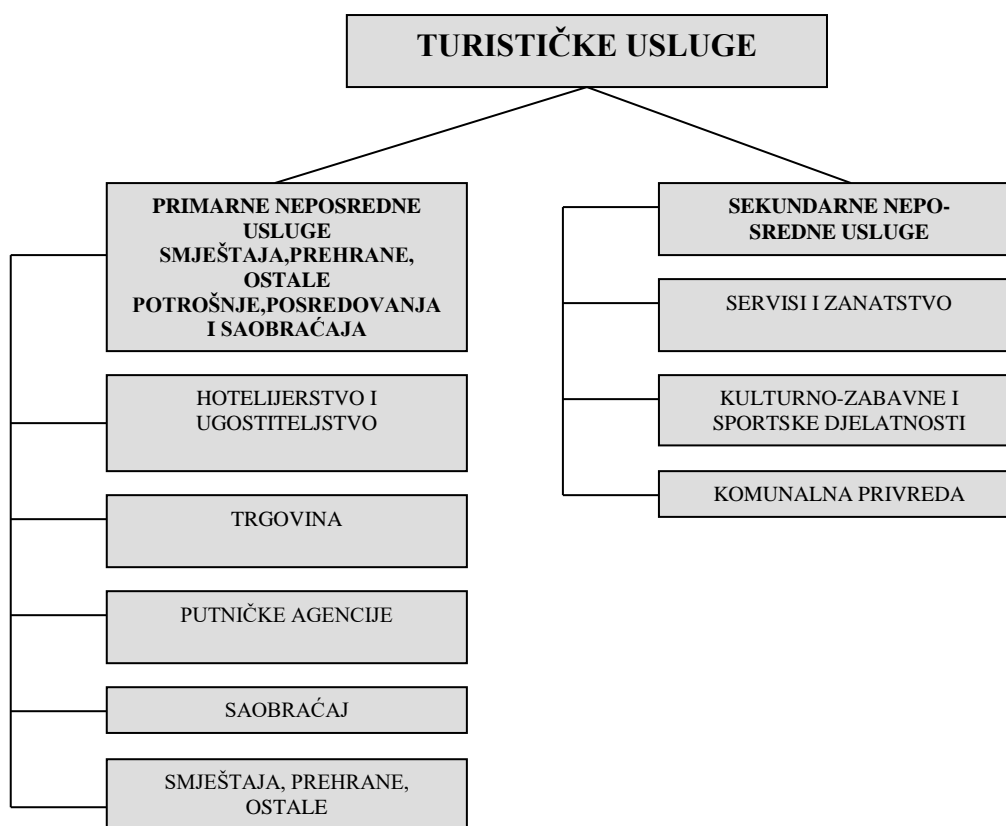
- fizički obujam prometa (proizvodnje) koji dotična komponenta direktno ili indirektno kroz turizam ostvaruje, odnosno plasira;
- vrijednosni izraz toga prometa i njegovi efekti (dohodak, akumulacija, standard radnika i dr);
- utjecaj na zapošljavanje;
- veličina uloženi sredstava, odnosno fiksnih fondova koji se aktiviraju za potrebe turizma;
- multiplikativno djelovanje na ostale komponente sustava;
- induktivno djelovanje, naročito u nedovoljno razvijenim područjima;

- utjecaj na neekonomsku sferu života (kao npr. podizanje kulturnog nivoa, standarda stanovanja, racionalno korištenje prostora, stvaranje tradicije i sl.).

Svaki od ovih kriterija nije mjerljiv, ali se ipak mogu ocijeniti i rangirati. Na osnovu toga proizlazi određena hijerarhija komponenata turističkog gospodarstva koje se shematski globalno prikazuje na shemi 1.6.<sup>98</sup>

Postoji još nekoliko vrsta prioriteta (prioritet višeg nivoa nad nižim, prioritet elemenata s većim brojem veza s drugim elementima ili sustavima, prioritet dugoročnijeg djelovanja, prioritet elemenata ili sustava koji su podložni jačim promjenama, itd).<sup>99</sup> Što je više prioriteta u nekom sustavu (elementu, komponenti), to je njegov ukupni prioritet, odnosno rang važnosti veći.

Shema 1.6: Prikaz grana i djelatnosti prema rangi važnosti u turističkim uslugama



Izvor: Prema Montana, M., i suradnici, (1972), *Organizacija turističke ponude SR Hrvatske*, Ekonomski institut Rijeka, str. 118.

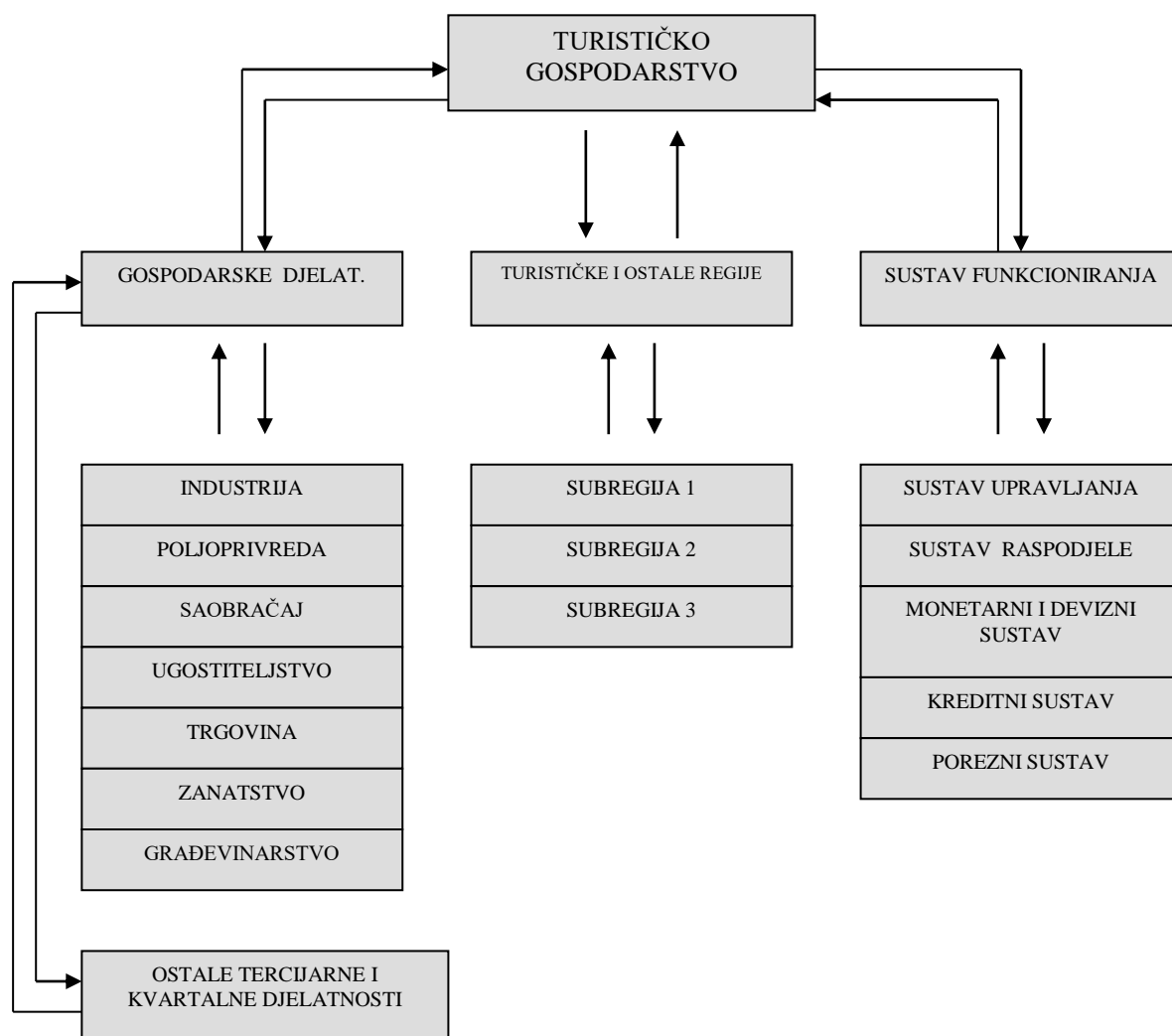
Turističko gospodarstvo kao složeni ekonomski sustav pojednostavljeno prikazuje shema 1.7.<sup>100</sup>

<sup>98</sup> O tome detaljnije vidi: Montana, M., i suradnici, /1972/, “Organizacija turističke ponude SR Hrvatske”, ekonomski institut Rijeka, str. 104-127.

<sup>99</sup> R. Stojanović, op. cit, str 25-27.

<sup>100</sup> Ideju za ovako shematsko prikazivanje turističke privrede Montana, M., nalazi u studiji dr. R. Stojanović, *Veliki ekonomski sistemi, Institut za ekonomska istraživanja*, Beograd, 1970, str. 18. To je u literaturi jedan od prvih pokušaja definiranja turizma kao složene društveno ekonomske pojave u sklopu opće teorije sustava. Treba napomenuti da se u ovoj podjeli i općenito u radu daje težište ekonomskim aspektima turističkog gospodarstva, a ne razmatra se njeno šire društveno, sociološko i drugo značenje.

Shema 1.7: Turističko gospodarstvo kao složeni ekonomski sustav



Izvor: prema Montana, M., doktorska disertacija, op.cit.str.95

Na shemi 1.7. naglašena je trostruka funkcionalna veza i to:

- granska (unutar i između pojedinih gospodarskih oblasti, grana i djelatnosti);
- prostorna (unutar i između turističkih i ostalih širih i užih područja);
- sustav funkcioniranja (društveno-ekonomska institucionalna osnova s razrađenim instrumentarijem ekonomske politike).

To su tri najvažnija podsustava turističkog gospodarstva, a svaki za sebe je opet složen s vrlo velikim brojem elemenata, međuovisnosti, odnosa i problema.

Prema prof. Pirjevcu ukupna sredstva namijenjena turističkoj potrošnji redovito se utroše za kupnju usluga četiri gospodarske djelatnosti, koje svojim načinom djelovanja pripadaju tercijarnim djelatnostima. Mnoga istraživanja, koja su provedena u svijetu i u nas, usredotočena su na to da prikažu veličinu apsorpcije pojedinih gospodarskih djelatnosti, koje izravno apsorbiraju turističku potrošnju. Time istovremeno dokazuju i činjenicu da se turistička potrošnja uvijek distribuira na nekoliko gospodarskih djelatnosti, koje tek u tom

zajedništvu mogu zadovoljiti potrebe turističkog potrošača. Turist, prema tome, svoj “turistički budžet” neposredno troši u sljedećim gospodarskim granama:<sup>101</sup>

ugostiteljstvu,  
prometu,  
trgovini,  
putničkim agencijama, te u  
ostalim granama i djelatnostima.

Turistička je potrošnja samo jedan dio ukupnog prihoda pojedine grane, osim u turističkim agencijama, gdje je turistička potrošnja u pravilu cjelokupni izvor prihoda.

Prema tome, turizam se nikako ne može poistovjetiti s jednom gospodarskom granom, kad sam po sebi čini sastavnicu različitih gospodarskih djelatnosti i grana. Prometna djelatnost, ne samo da je sastavni dio procesa odvijanja “turizma” nego je uvrštena među pretpostavke da “turizam” uopće može funkcionirati. Bez prometne infra i suprastrukture, nemoguće je zamisliti turistička kretanja. Trgovina je zasebna gospodarska, uslužna djelatnost, koja je danas intenzivno zastupljena među sudionicima turističke ponude.

U širem smislu ponovo prema prof. Pirjevcu<sup>102</sup> turizam obuhvaća sve i svakog, koji na bilo koji način participira u oblikovanju i aktivnostima namijenjenim turistima. Osim četiri navedene gospodarske djelatnosti, koje direktno kontaktiraju s turizmom, tu možemo govoriti o poljoprivredi, šumarstvu, prehrambenoj industriji, građevinarstvu, metaloprerađivačkoj industriji, školstvu, zdravstvu itd., ili bolje reći vrlo je teško naći neku ljudsku aktivnost koja se na neki način ne može naći u vezi s turističkim aktivnostima.

U užem smislu, turizam promatramo kroz samo dvije gospodarske djelatnosti, koje su temelj “čistih” turističkih aktivnosti, to su:

-ugostiteljska djelatnost i  
-putničke agencije.

Kao što je već rečeno, ugostiteljstvo je temelj na kojem se gradi turistička aktivnost, budući da turist u mjestu privremenog boravka, mora koristiti usluge smještaja, prehrane i pića, mora zadovoljavati svoje primarne potrebe. Istini za volju, treba spomenuti da cjelovito ugostiteljstvo nije isključivo bazirano na zadovoljavanju turističkih potreba, jer je dobro poznata njihova uloga u pružanju usluga prehrane i pića domaćim, rezidentnim osobama.

Putničke pak agencije, bez obzira o kojoj se vrsti posredništva radi (turoperator ili agencija), isključivo djeluje na turističkom tržištu.

Ako želimo izvršiti kvalifikaciju udjela pojedine djelatnosti u ukupnoj turističkoj potrošnji, to je vrlo kompliciran metodološki postupak, koji počiva na mnogim nedovoljno argumentiranim pretpostavkama, ili je rezultat eksternih istraživanja turističke potrošnje, dakle, opet samo aproksimativne vrijednosti. Potrebno je naime iz ukupne veličine prihoda pojedinih grana odvojiti tekuću svakodnevnu potrošnju domaćeg stanovništva od ukupne turističke potrošnje. Zatim, iz dobivene veličine ukupne turističke potrošnje treba izdvojiti potrošnju domaćih od inozemnih turista, jer je

---

<sup>101</sup> Pirjevec, B., /2001/, op. cit. str. 110.

<sup>102</sup> Pirjevec, op.cit.str. 110-111.

bitno različit utjecaj tih dviju kategorija potrošača na nacionalno gospodarstvo.

Domaći turisti svoj dio osobne potrošnje, namijenjen zadovoljavanju turističkih potreba, troše u granicama svoje zemlje, dakle vrše samo preraspodjelu već stečenog dijela osobnog dohotka u izvandomicilnom turističkom prostoru i u za to prikladno vrijeme. Međutim, ostvarenom potrošnjom domaćih turista u nacionalnim okvirima niti se smanjuje niti povećava nacionalni dohodak.<sup>103</sup> Tu se posebno ističe regionalni aspekt utjecaja turističke potrošnje na pojedine uže prostorne jedinice, koje zahvaljujući turističkoj potrošnji ostvaruju povećane prihode uz intenzivniji razvitak ostalih segmenata gospodarstva, prisutnih na tom području.

Turistička potrošnja domaćeg stanovništva samo je “migracija” osobne potrošnje kao što je i sam domaći turistički promet migracija stanovništva u granicama jedne zemlje.

Svako nacionalno gospodarstvo posebnu važnost pridaje inozemnoj turističkoj potrošnji. Inozemni turistički potrošač unosi u odabranu turističku receptivnu zemlju dio sredstava svoje osobne potrošnje, odnosno dio sredstava osobne potrošnje namijenjenih turističkoj potrošnji, uz napomenu da je taj svoj osobni dohodak ostvario u domicilnoj zemlji. Time je došlo do odlijevanja novčane mase, do smanjenja nacionalnog bogatstva emitivne turističke zemlje, uz istovremeni priljev, odnosno izravno povećanje nacionalnog proizvoda receptivne turističke zemlje, nakon ostvarene turističke potrošnje.

Tako su nastala dva oprečna interesa. S jedne strane emitivna zemlja nastoji utjecati na smanjivanje odlazaka svojih građana u inozemstvo, a s druge strane, receptivna turistička zemlja nastoji utjecati na povećanje dolazaka inozemnih posjetilaca u svoju zemlju. Konačni rezultat pokazuje bilanca odnosa s inozemstvom pojedine zemlje.

Turizam je znatan izvor deviznih sredstava i samim tim izvozna djelatnost, koja svoje prihode ostvaruje “nevidljivim izvozom” ili “izvozom na licu mjesta”.

Goleme su prednosti koje turizam ima u odnosu prema drugim izvoznim djelatnostima, koje se izravno uključuju u međunarodnu robnu razmjenu.

Temeljna postavka koja čini različitost, odnosno daje prednost, jest činjenica da na turističkom tržištu putuje turist potrošač, odnosno da potrošač dolazi do mjesta potrošnje. Prema tome roba ili turističke usluge konzumiraju se na licu mjesta u turističkoj destinaciji tek uz prisutnost turista potrošača. Tako se roba i usluge prodaju za devizna sredstva koja su inozemni turisti donijeli sobom i namijenili ih turističkoj potrošnji. Što je bogatiji i veći izbor robe i usluga u turističkoj destinaciji, veća je i turistička potrošnja.

Turizam je velik potrošač različitih proizvoda, čija kvaliteta mora biti na zavidnoj visini, ali je još uvijek slabija nego što bi morala biti kad bi tu istu robu htjeli prodati na međunarodnom tržištu.

---

<sup>103</sup>Mikić, M., „Tretman turizma u platnoj bilanci”, u: *Turizam u međunarodnoj razmjeni*, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 1987., str. 23. Autoru svom radu upozorava da je takav zaključak općenito prihvatljiv, ali “Promatrajući strukturu potrošnje domaćih turista dolazi se do zaključka da se za zadovoljavanje te potrošnje moraju učiniti određeni devizni rashodi” te dalje navodi “do deviznih rashoda je moralo doći i u razdoblju pripreme kapaciteta i infrastrukture za omogućavanje domaćeg turizma.”

### 1.3.2. Mjerenje međuovisnosti turističkog i gospodarskog razvoja

Ekonomska analiza koristi brojne metode i postupke za mjerenje utjecaja i međuzavisnosti ekonomskih pojava i procesa. Turizam, kao i druge ekonomske pojave, direktno i indirektno utječu na proces gospodarskog i ukupnog društvenog razvoja. Mjerenje tog utjecaja i međuovisnosti nije lako i jednostavno. Razvoj je uvijek rezultanta djelovanja više varijabli, pa mjerenje značenja jedne varijable, ima uvijek ograničenu vrijednost.

U literaturi se susreću različiti analitički postupci koji se koriste za objašnjenje i mjerenje utjecaja turizma na gospodarski razvoj. Prof Dulčić npr. grupira sljedeće analitičke metode;<sup>104</sup>

funkcionalna analitička metoda,  
opisna metoda,  
cost–benefit metoda,  
normativna (ciljna) metoda,  
faktorska metoda i  
integralna metoda analize.

**Funkcionalna analiza** - praktički pokazuje da se svaka makroekonomska kategorije može dovesti u funkcionalnu vezu s turističkom potrošnjom, te dosljedno tome analizirati značenje turizma za gospodarski razvoj putem veza, tzv. funkcija turizma.

U tom pristupu posebno se ističe tzv. multiplikativna funkcija kojom se nastoje obuhvatiti indirektni efekti na čitav niz ekonomskih veličina. Multiplikativni utjecaji pojedinih oblika potrošnje, zbog specifičnog načina djelovanja, izdvajaju se, u posebno područje ekonomske analize,<sup>105</sup> što ćemo kasnije detaljnije obraditi.

**Opisna metoda** - U literaturi se najčešće objašnjava uloga turizma u gospodarskom razvoju na način da se opisuju promjene izazvane razvojem turizma. Objašnjenje razvojne uloge turizma ovdje se svodi na analizu i opis registriranih posljedica koje pojava izaziva, bez dubljih saznanja o međuovisnostima i zakonitostima koje djeluju na relaciji turizam–razvoj.

**Cost–benefit metoda- bilanciranje troškova i koristi** - Ovaj se pristup razlikuje od prethodno opisanog samo u sistematiziranju građe i analitičkoj metodi. Objašnjenje uloge turizma u razvojnom procesu temelji se na bilanciranju pozitivnih i negativnih posljedica koje nastaju na relaciji turizam – društveni razvoj.

U ekonomskoj je analizi takav pristup poznat kao cost–benefit metoda ili bilanciranje troškova i koristi<sup>106</sup> koje izaziva neki razvojni projekt.

U praktičnoj se analizi obično bilanciraju promjene koje nastaju razvojem

---

<sup>104</sup> Dulčić, A., /2001/, «Upravljanje razvojem turizma», Mate d.o.o. Zagreb, str. 97-102.

<sup>105</sup> O multiplikativnom utjecaju turističke potrošnje može se detaljnije vidjeti u knjizi: A. Dulčić, Turizam, načela razvoja i praksa, Institut za turizam Zagreb i Ekonomski fakultet Split, 1991.

<sup>106</sup> U literaturi se ovaj pristup često susreće, a ovdje je izložen prema: Jafari, J.: Razumijevanje strukture turizma, Naše teme, br. 9/1983., str. 1317. prem Dulčić, A., op.cit. str.99.  
Vidjeti: Cicvarić, A., op. cit . str. 104-108.

turizma na četiri glavna područja: a) ekonomskom, b) ekološkom, c) socio–kulturnom i d) političkom.

Prof. Cicvarić se poziva na brojnu literaturu i autore koji su se oglasili na ovom području<sup>107</sup> te sistematizirajući i sintetizirajući predmetno, zaključuje da se «ne može odrediti unificirani model cost-benefit analize, iako je potreba za takvim utvrđivanjem društvenog rentabiliteta turizma upravo izrazita.»<sup>108</sup>

Tako npr. pod :

I. KORISTI (benefitom) treba obuhvatiti ove koristi:

Direktni efekti:

- -prihodi od izgradnje i eksploatacije turističkih objekata ugostiteljstva, trgovine, prometa, zanatstva i drugih objekata koji formiraju primarno turističko tržište
- prihodi od raznih poreza i taksa
- povećanje direktne zaposlenosti
- uključivanje u međunarodnu podjelu rada pod vrlo povoljnim uvjetima (izvoz i utjecaj na platnu bilancu)
- razvoj privredno nedovoljno razvijenih područja kao razvojna varijanta
- podizanje životnog standarda rezidencijalnog stanovništva

Indirektni efekti:

- prihodi u poljoprivredi, industriji, građevinarstvu, prometu, tj. na sekundarnom turističkom tržištu (multiplikativni efekti)
- povećanje indirektno zaposlenosti
- povećanje vrijednosti zemljišta te estetske vrijednosti mjesta, regije i zemlje,
- ekonomska valorizacija prirodnih resursa i kulturno-povijesnog naslijeđa
- proširenje tržišta na turističkom i neturističkom području,
- povećanje zdravlja i produktivnosti radnika
- proširenje kulturnog i obrazovnog horizonta stanovništva,
- smanjenje društvenih napetosti i jačanje političke funkcije turizma (doprinos miru, odgoju mladih i sl.).

---

<sup>107</sup> Vanhove, N./1972/,"Application of the Cost-Benefit Analysis of Tourism", Edition Gurten Gurtenverlag, Berne, str. 21-32;

<sup>108</sup> Cicvarić, A., op.cit. str. 107.



## II. TROŠKOVI /cost/

### Direktni troškovi:

- troškovi izgradnje i eksploatacije turističkih objekata u zemlji ( ovdje ulaze i infrastrukturni troškovi)
- troškovi za propagandu, turističke zajednice i turistička predstavništva u inozemstvu

### Indirektni troškovi

- troškovi proizvodnje u djelatnostima sekundarnog turističkog tržišta, onečišćavanje okoline (uništavanje parkova i šuma, kulturno-povijesnih spomenika, zagađivanje mora, rijeka i sl.)
- povećanje cijena na turističkom području i ugrožavanje životnog standarda rezidencijalnog stanovništva,
- loši socijalni utjecaji miješanja ljudi (kriminal, prostitucija, frustracija, gubljenje identiteta i sl)

Neosporno je da se metodom troškova–koristi mogu obuhvatiti mnogi utjecaji turizma na razvoj. Međutim, ovaj pristup za područje analize i tumačenja utjecaja turizma na gospodarski razvoj ima niz ograničenja. Prije svega on polazi od komparacije unutar sebe, tj. unutar određenog društvenog i gospodarskog sustava. Nadalje, mnoge stavke bilance troškova–koristi moguće je samo kvalitativno izraziti, a u njima je teško izdvojiti utjecaje turizma od utjecaja drugih pojava i procesa. Glavni prigovor tom pristupu leži u činjenici, što se njime ne ide za tim da se protumači proces, da se utvrde pravilnosti ili zakonitosti utjecaja, da se spozna interakcija i veze između turizma i gospodarskog razvoja, već da se izmjere i bilanciraju promjene.<sup>109</sup>

Metoda je bilanciranja u odnosu na cjeloviti uzročno-posljedični pristup tehničko–analitički jednostrana, i u osnovi planerska. To je koristan analitički instrument za bilanciranje elemenata gospodarskog i/ili društvenog razvoja i mjerenje posljedica koje nastaju razvojem turizma na ukupan gospodarski i društveni razvoj pojedinog područja.

### **Normativna (ciljna) metoda**

Utvrđivanje doprinosa turizma gospodarskom razvoju izvodi se prema utjecaju na realizaciju glavnih razvojnih ciljeva zemlje. Tu se analitički problem svodi na pitanja; koliko i kako turizam može pridonijeti ostvarivanju onih razvojnih ciljeva za koje se konkretno društvo i/ili regija opredjeljuje.

Ciljevi se razvoja u različitim društvima razlikuju, osobito po njihovoj hijerarhiji. Promjenjivi su i s obzirom na regionalna područja unutar istih proizvodnih odnosa. Nadalje ciljevi gospodarskog razvoja, kojima turizam može najviše pridonijeti, mogu npr. za neku zemlju ili regiju biti od marginalnog značenja i obrnuto. Npr. zemlja koja ima uravnoteženu platnu bilancu ili punu zaposlenost ne ističe doprinos turizma na tim područjima, dok će zemlje u obrnutoj situaciji baš na tim područjima očekivati najveće doprinose od razvoja turizma.

Ovaj pristup, koji se često primjenjuje u analizi doprinosa turizma gospodarskom razvoju, po značaju je normativan, a sadrži i druga ograničenja. On je ovisan o načinu definiranja razvojnih ciljeva. Stoga se i mjerenje doprinosa turizma ciljevima razvoja

<sup>109</sup> Dulčić.A.,(2001), op.cit. str. 99-100.

obavlja prema “konsenzualnom”, a ne ekonomski racionalno postavljenom cilju. To znači da kriteriji vrednovanja doprinosa i pokazatelji koji se koriste u tu svrhu nisu dosljedno ekonomski.

### **Faktorski pristup**

Utjecaj turizma na gospodarski razvoj može se mjeriti i preko produktivnosti faktora alociranih u proizvodnji turističkih dobara. Tu se koriste metode analize i mjerenja proizvodnosti proizvodnih faktora koji se koriste u različitim proizvodnim procesima. Polazi se od činjenice da proizvodni faktori u različitoj upotrebi ili alokaciji daju i različite razvojne efekte. To znači da alokacija nije izvršena po kriterijima slobodne tržišne konkurencije, već po kriterijima državne intervencije.

U realnom sektoru lako je uočiti razlike u proizvodnosti faktora alociranih u različitim poduzećima, granama, regijama ili zemljama. Seljenjem ili realokacijom faktora proizvodnje na produktivnija mjesta, dinamizira se proces razvoja, a ekonomska politika u tome ima aktivnu ulogu.

Brojni su i razlozi zbog kojih se faktori zadržavaju ili idu prema djelatnostima i mjestima gdje je njihova proizvodnost relativno niska. U takve djelatnosti mogu se svrstati i turističke.

### **Integralni pristup**

Cjelovito objašnjenje međuovisnosti turizma i razvoja, zacijelo nije moguće polazeći samo od neke navedene metode analize. Integralni pristup polazi od zakonitosti razvojnog procesa. Pri tome su bitna pitanja; što i kako pridonosi razvojnog procesu u konkretnom okružju te valja utvrditi da li se turizam razvija kao prirodna komponenta razvojnog procesa u danom okružju, ili je forsiran interesnim ciljevima izvan prirodnog razvojnog tijeka.

Kad razvoj turizma potiče novu kvalitetu u razvojnog procesu, onda se i način njegova razvoja tome prilagođava. Nasuprot tome, kad razvoj turizma potiču drugi ciljevi onda se dosljedno tome prilagođava i način njegova razvoja. To se jasno manifestira u različitoj materijalnoj strukturi turizma u pojedinim zemljama. Dakle, osim pitanja što razvijati, bitno je i pitanje kako razvijati da bi se međuzavisnost pojave i procesa uspostavila na razvojno optimalan način.

Međuovisnost i uvjetovanost razvoja turizma i gospodarskog razvoja integralno se može prema prof. Dulčiću promatrati i valorizirati na četiri ključna područja koja oblikuju dinamizam razvojnog procesa:<sup>110</sup>

Na području podizanja proizvodnosti faktora nacionalnog gospodarstva, poglavito ukupne društvene proizvodnosti rada,

Na području utjecaja na promjenu gospodarske strukture i razvojnih impulsa koje iz te osnove nastaju,

Na području promjena u strukturi osobne potrošnje kao posljedici rasta životnog standarda i kvalitete života nastale razvojem turističkih potreba,

Na području otklanjanja ekonomskih i prirodnih pragova ili ograničenja (npr. izvoznih, energetske, ekološke i sl.) s kojima se susreće razvoj nacionalnih gospodarstava. Integralni pristup pretpostavlja valorizaciju razvojnih doprinosa turizma na svim navedenim područjima. Zato je ovaj pristup i najprihvatljiviji i najrealniji za mjerenje međuovisnosti turističkog i gospodarskog razvoja.

---

<sup>110</sup> Dulčić, A., op.cit. str. 101-102.

### 1.3.3. Definicije turizma i dileme oko turizma kao samostalne teorijsko-znanstvene discipline

Riječi turist i turizam pojavile su se u govornoj komunikaciji početkom XIX. stoljeća. Prva za oznaku posebne podvrste putnika, a druga za oznaku podvrste putovanja.

Putnik ne mora bit turist, ali turist mora bit putnik. Putovanje ne mora biti turizam, ali turizam mora biti putovanje.

Od tada do danas ispreprelo se oko tih riječi, kao nositelja pojma turizam, mnogo dodatnih značenja. Nova značenja često puta nisu, bas logična, određena i jasna, pa izazivaju nesigurnost pri upotrebi. Temeljitiom analizom lako je dovesti u sumnju njihovu upotrebu.

S prvim definicijama turizma (Fremdferkehr na njemačkom) susrećemo se punih sto godina nakon pojave riječi turist i turizam. Tada teoretičari turizma tim (zatečenim) riječima počinju davati i pripisivati nova značenja, novi smisao, dok su one do tada imale samo jedno značenje i bile su samo u funkciji jezične komunikacije. Naime, da je turist podvrsta putnika, a turizam da je putovanje tih putnika-turista, dakle, da je turizam podvrsta putovanja.

Tu i počinju "zamke" u upotrebi riječi turist, turizam, turistički. Najmanje ih je vezano uz riječ turist, a mnogo više uz turizam i pridjev turistički.<sup>111</sup>

Do danas nitko nije pronašao metodu kojom bi se moglo precizno utvrditi i registrirati koji je putnik i turist, a koji putnik to nije. Za neke teoretičare turizma, međutim, mogućnost razgraničenja između putnika koji jest i turist i putnik koji to nije još je uvijek izazov. U traganju za tim razgraničenjem upustio se u novije vrijeme najdublje prof. Ivan Antunac, koji dolazi do zaključka da ne postoji mogućnost čvrstog razgraničenja između putnika koji su turisti i onih koji to nisu. «Ne radi se tu, o nemoći jezika da izrazi bit neke pojave, neke stvarnosti, pojam neke riječi, jer su i leksička definicija putnika i leksička definicija turista potpuno jasne i određene. Radi se o zabludi onih teoretičara koji uporno i dugotrajno smišljaju formulacije tobože znanstvenih definicija za nešto što takve definicije ne mogu imati»<sup>112</sup>

Kad su se koncem XIX: i početkom XX. stoljeća sporadično počeli pojavljivati stručni pa i teorijsko-znanstveni radovi o turizmu, njihovi autori nisu uopće pokušali smisliti posebnu definiciju pojma turist. Bila im je potpuno dovoljna definicija te riječi koju su zatekli u jezičnoj komunikaciji. Naime, da je turist putnik koji, kao osoba i jedinka, putuje radi zadovoljstva, znatiželje, zabave, razonode, stjecanja znanja i sl

U početku je svaka zemlja imala vlastitu koncepciju sustava i metodologije statističkog obuhvata stranaca-turista, u skladu s vlastitim zamišljenim i planiranim potrebama. Prema tome, ti su sustavi bili raznoliki i tek djelomično međusobno usporedivi. Tek nakon Prvog svjetskog rata počinje se razmišljati o međudržavnom ujednačavanju statističkog obuhvata prometa putnika-turista.

Tim zadatkom se počinje baviti novoosnovana međunarodna organizacija za unaprijeđenje turizma, poznata pod imenom i kraticom Union Internationale des Organismes Officiels de Tourisme –UIOOT, kao i Društvo (Liga) naroda, posredstvom svojih stručnih službi za statistiku.

Na temelju višegodišnjeg rada svoje stručne službe za statistiku, Savjet Društva naroda daje 1937. godine (u suradnji s UIOOT-om) oficijelno tumačenje i preporuku tko se za potrebe međunarodne i nacionalnih statistika smatra međunarodnim turistom (Touriste international). To tumačenje i preporuku pozdravlja i UIOOT te ga posebno razrađuje u

<sup>111</sup> Antunac, I./2001/, «Turizam teorijsko-znanstvene rasprave», Institut za turizam Zagreb, Zagreb, str.79.

<sup>112</sup> ibid., str.79.

svojim dokumentima i preporuča ih svojim članicama. Od tada se to njihovo tumačenje i preporuka počelo nazivati definicijom turista u statističke svrhe.

Eksplozivni rast međunarodnih i turističkih putovanja nakon Drugog svjetskog rata postavio je Ujedinjenim narodima (UN) i još postojećoj organizaciji UIOOT mnoge i složene zajedničke zadatke vezane uz svjetski turizam. Stoga one 1963. godine zajednički organiziraju u Rimu Konferenciju o međunarodnim putovanjima i turizmu.

Nakon te konferencije, UN u vezi s pitanjima statistike te međunarodnih i turističkih putovanja nastavlja suradnju sa WTO-om.

Rezultat njihove dugogodišnje suradnje je nekoliko opsežnih studija o detaljno razrađenom sustavu i metodologije statistike za potrebe turizma u međunarodnim i nacionalnim okvirima. Međutim, te su studije samo preporuke, ali ne i od UN-a i njezinih odgovarajućih službi prihvaćeni, odobreni i verificirani sustav i metodologija prikupljanja statističkih podataka o turistima i turizmu. Jer, preporuke su samo neka vrsta eksperimentiranja, dok se ne dođe do nečeg definitivnog. Te studije, kao zajedničko izdanje UN-a i WTO-a, kolaju od 1994. godine u francuskoj i engleskoj verziji.

«Čitav preporučeni sustav statistike fenomena turizam, u pogledu praktične vrijednosti pun je nedorečenosti, praznina, dvojbi, stotina novih termina koji samo unose zbrku.»<sup>113</sup> To su zapažanja prof. Antunca i primjedbe na WTO-ov shematski prikaz turističke statistike i klasifikacije putnika-turista.<sup>114</sup>

Riječ i pojam turizam nastali su, isključivo radi potrebe jezične komunikacije, tj. da se njima označe podvrste putovanja. Naime, putovanja radi zabave, razonode, rekreacije, stjecanja znanja, znatiželje i sl.

No, do konca XIX. i tijekom XX. stoljeća toj su se riječi i pojmu pridavala brojna nova značenja.

Na kakve se sve teškoće nailazi kada se riječi svakodnevne jezične komunikacije počnu koristiti kao stručni i torijsko-znanstveni termini ukazuje prof. Antunac na brojnim primjerima<sup>115</sup>

Od imenice turizam izveden je pridjev turistički. Upotrebom toga pridjeva pojavili su se u stručnoj i teorijsko-znanstvenoj turističkoj terminologiji, a zatim i u svakodnevnoj govornoj komunikaciji, izrazi kao što su: turističko gospodarstvo – turistička industrija – turistička usluga – turistički proizvod – turističko ugostiteljstvo – turističko hotelijerstvo – turistička trgovina – turistički promet – turistički priljev – turističko pravo – turistički kadrovi i slično.

Upotreba tog pridjeva postala je, kao što će se vidjeti, "kamen mali, smutnje velike".<sup>116</sup> Prof. Antunac brojne definicije turizma svodi na zajedničku radnu definiciju:<sup>117</sup>

"Turizam je termin koji označuje:

- a) putovanja radi zadovoljstva,
- b) ukupnost ljudskih aktivnosti za ostvarenje takve vrste putovanja
- c) svaku radinost koja sudjeluje u zadovoljavanju potreba turista."

---

<sup>113</sup> ibid., str.82

<sup>114</sup> Primjedbe koji navodi prof. Antunac na oko izgledaju nebitne, ali iz njegove temeljite analize i isčitavanja proizlazi «Svjetska turistička organizacija i u svom engleskom i u svom francuskom nazivu koristi riječ *turizam* (*World Tourism Organisation – WTO; Organisation Mondiale du Tourisme – OMT*), dok se u spomenutim shematskim prikazima na engleskom govori *World Travel Statistics*, dakle o statistici *putovanja*. Na francuskom se, međutim, govori o *Statistiques du Tourisme Mondial*, dakle, o statistici *turizma*. Nema objašnjenja zašto nazivi nisu ujednačeni. Očito je, međutim, da između *travel* i *tourism/tourisme* postoji određena razlika»./vidi detaljnije Antunac, I., op.cit.str. 86-87.

<sup>115</sup>Ibid., str. 87- 90.

<sup>116</sup>Ibid., str.90-91.

<sup>117</sup>Ibid., op.cit.str. 92.

Značenje pod a) je potpuno jasno i određeno. To je upravo prvotno značenje koju je ta riječ dobila kada je nastala i kada se počela koristiti u jezičnoj komunikaciji. Turizam je, kao što je već bilo govora, samo podvrsta putovanja. Stoga je to značenje svakome prihvatljivo i nema potrebe za bilo kakvim dodatnim objašnjenjima.

Formulacija značenja turizma pod c) jezično je sasvim jasna. U njoj se kaže da se pod turizmom podrazumijevaju i sve one radinosti koje sudjeluju u zadovoljenju potreba turista. Takvo značenje turizma govori zapravo o odnosu, o vezi fenomena turizma s gospodarstvom uopće (tržištem, ekonomskom teorijom i sl.).

Formulacija b) potpuno je neodređena i nejasna. Jedino što se logički može zaključiti jest to što su autori željeli reći da se sva ostala značenja turizma koja nisu obuhvaćena sa a) i c), nalaze pod b) pod zajedničkim nazivom "ukupnost ljudskih aktivnosti". Prema tome pod b) bi se moglo uvrstiti i pitanje je li turizam znanstvena disciplina ili ne, jer takvo pitanje ne može pripadati ni pod a) ni pod c).

Prema prof. Antuncu i njegovim brojnim argumentima<sup>118</sup> možemo zaključiti da je *turist* zapravo samo podvrsta *punika*, a da je *turizam* samo podvrsta *putovanja*.

U literaturi se često ističe da su jednu od najprihvatljivijih definicija turizma dali švicarski autori Hunziker i Krapf, koju je usvojilo i Međunarodno udruženje znanstvenih turističkih eksperata (AIEST) a koja glasi:

« Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se s tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost»

Oko pojmova *turist* i *turizam* vlada prilično velika semantička zbrka, a u literaturi se mogu pročitati brojne definicije. Gotovo svaki pisac *turizam* definira prema svom poimanju.<sup>119</sup>

Prema tome, *turizam* je skup odnosa i pojava i to društvenog i ekonomskog karaktera.

Za razliku od *turizma* koji predstavlja cjelokupnost jedne pojave, *turist* je sudionik te iste pojave. «*Turist* je dobrovoljni, privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koja mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i neučestalom kružnom putovanju»<sup>120</sup>

Prof. Slavko Kulić je svojim kritičkim pristupom i uvidom u poimanje pojma sadržaja i sadržaja pojma «*turizam*» došao do saznanja da je vulgarni ekonomizam iskrivio poimanje *turizma*.<sup>121</sup>

On s pravom konstatira da tamo gdje društvo i ekonomija ne podržavaju *turizam* kao sociokulturni fenomen, iluzorno je očekivati da će društvo i ekonomija ostvariti prihode od *turizma* kao gospodarske djelatnosti. No konstatira da *turizam* nema definicije. *Turizam* nije gospodarska djelatnost. *Turizam* je veoma uvjetan pojam. Proizlazi iz fenomena prirodne i sociokulturne arhitekture, njihove jedinstvenosti, atraktivnosti i komunikativnosti, iz ljudske znatiželje, divljenja, čuđenja, privlačnosti, receptivnosti, ljepote...»<sup>122</sup> Prof. Kulić u svojoj kritičkoj prosudbi ide i dalje i postavlja prava filozofska pitanja i na neki način daje i

---

<sup>118</sup> Njegova analiza obuhvaćaju razdoblje od oko 150 godina od pojave u govornoj komunikaciji riječi *turist* i *turizam* do danas. U njima je izneseno sve što se bitno oko tih rijeci "ispriplelo" u stručnom i teorijsko-znanstvenom prikazivanju i proučavanju te nove društvene pojave; koliko su njezino područje i sadržaj složeni, koliko dilema i nedorečenosti sadrže koje bi trebalo premostiti stručnim i teorijsko-znanstvenom metodom i instrumentarijem.

<sup>119</sup> Dulčić, A., /2001./, "Upravljanje razvojem turizma", Mate nakladnička kuća Zagreb, str. 3.

<sup>120</sup> Cohen, E., »Who is Tourist?« A Conceptual Clarification, Sociological Review, Voll22, No 4, 1974., prema Pirjevec, B., /1998/, «Ekonomski obilježja turizma», Golden marketing, Zagreb, str. 19.

<sup>121</sup> Vidi detaljnije: Kulić, S., /1996/, «Znanstveno kritičko razumijevanje turizma kao sociokulturne djelatnosti», Hrvatska gospodarska revija, str. 646-651.

<sup>122</sup> Ibid., str. 646

odgovore. «Profit ekonomije, ekonomizam je devalvirao poimanje turizma. Turizam je kretanje za viđenjem i doživljavanjem svijeta. Turizam nema prihode u novcu, materijalnu korist, već u psihologiji i sociologiji čovjeka. Turizam ima trošak, kroz osobnu potrošnju, ma gdje bio ostvaren. Zato djela arhitekture i djela sociokulturnog ostvarenja treba čuvati od uništenja, mora ih se učiniti dostupnim, neposrednim.»<sup>123</sup>

Tek nakon Drugog svjetskog rata, postavilo se pitanje: je li i može li turizam postati samostalna teorijsko-znanstvena disciplina? To jest, grana znanosti koja bi se kao predmet mogla izučavati i predavati na fakultetu. Tu se dakle susrećemo s problemom, analogno onom je li turizam u klasifikacijama djelatnost posebna, samostalna djelatnost (o čemu postoje, kako je prije navedeno, dva suprotna stajališta).

Kada se, dakle, suštinski i dubinski analizira fenomen turizma, za mnoge autore je «očito» da turizam nije, niti može biti samostalna znanstvena, pa stoga niti nastavna disciplina te da će turizam jednom postati samostalna znanstvena i nastavna disciplina samo zbog toga što je nakon Drugog svjetskog rata započeo ozbiljan proces njegova *poznanstvenjivanja*. Ostaje međutim, tvrdnja drugih autora da će uvijek postojati znanstveni istraživači i znanstvena istraživanja turizma, ali to ne znači da će se time postići da turizam postane zasebna, zaokružena znanstvena i nastavna disciplina.

Složenost turističkog sustava kao društvenog fenomena i povezanost s brojnim razmišljanjima o tome je li turizam samostalna grana znanosti, kao i o tome može li biti samostalna akademska disciplina, zbunjuje brojne autore jer se takav vrlo složeni problem može i mora izučavati samo uz pomoć drugih samostalnih znanstvenih i akademskih disciplina. Na prvom su mjestu ekonomija, zemljopis, sociologija i psihologija, a zatim dolaze mnoge druge, primjerice političke znanosti, management, marketing, istraživanje tržišta, planiranje, statistika i slično. A sve to mora činiti sustavni prikaz raznolikih manifestacija fenomena turizam. Zato je taj fenomen najbliži znanstvenoj disciplini koju pokriva OPĆA TEORIJA SUSTAVA i najviše nesporazuma upravo i nastaje iz razloga nedovoljnog poznavanja ove relativno mlade znanstvene discipline. Turizam se može i mora izučavati kao složen sustav sa vrlo složenom znanstvenom metodologijom kao što je opća teorija sustava.

Da bi se to postiglo neophodan je multidisciplinarni i interdisciplinarni pristup složenoj turističkoj problematici.

U prvom slučaju polazna točka proučavanja turizma nalazi se u matičnim disciplinama, primjerice u ekonomiji, sociologiji, itd. U drugom se slučaju polazi od gledišta da je turizam jedinstveni i samostalni predmet proučavanja, a spoznaje o njemu treba poslagati u sistematiziranu cjelinu, kako onaj dio koji mu pripada, tako i onaj dio koji ga dovodi u vezu, u određeni odnos s nekim drugim znanstvenim disciplinama.

Činjenica je da se fenomen turizma danas ozbiljno znanstveno proučava, što nitko ne može poreći. Kako priznaje čuveni znanstvenik koji je duboko zasjekao u područje turističkog sustava Jost Krippendorf, da je „kao monodisciplinirano školovani ekonomista morao svladati brojna, njemu strana područja znanja, napose sociologiju, psihologiju i pedagogiju, a veće duhovne prosudbe uzeo je od jednog sociologa i ekonomista, jednog evanđelističkog teologa i psihologa slobodnog vremena, od jednog katoličkog teologa i profesora pedagogije te od jednog profesora pedagogije slobodnog vremena, da bi proniknuo u bit ove složene društveno-ekonomske pojave.“<sup>124</sup> S pravom se postavlja pitanje: kako to da je turizam sa svim iznesenim nejasnoćama, prazninama, nedorečenostima, kontroverzama i sličnim, ipak u stalnom usponu? Postoji li za to jednostavno, objašnjenje. Jest, postoji jednostavno objašnjenje i jednostavan odgovor: bit je u tome što je putovanje uopće, a turističko posebno, svojom masovnošću postalo privlačna roba na tržištu.

---

<sup>123</sup> Ibid. str. 647

<sup>124</sup> Krippendorf, J., op.cit. str. 5-6.

Tržište ne zna što su teoretičari i znanstvenici napisali o turizmu, kakve su planove razvoja i unapređenja turizam sačinili državni organi i druge institucije, kakve su odluke donijeli tržišni subjekti koji pružaju usluge svakom putniku, a posebno oni tržišni subjekti koji isključivo ili pretežno računaju na putnika koji je uz to i turist. No, jedno je sigurno. Upravo kako kaže Adam Smith:

"Nevidljiva ruka koja upravlja tržištem hladnokrvno kažnjava svaku pogrešnu tržišnu odluku, a pravilnu valorizira." Kažnjavanje "nevidljivom rukom" koja upravlja tržištem može se izbjeći jedino pravilnom tržišnom odlukom. Međutim, proces i mehanizam donošenja takvih odluka veoma je složen. To je područje rada onih organa i institucija državne, regionalne i lokalne uprve koji su nositelji opće turističke i turističko-tržišne politike, a isto tako i politike pojedinog poduzeća i njihovih asocijacija. Svi oni moraju surađivati i međusobno se usklađivati.

Za svakog od njih je "tržišno kontrolni sat" jasan i jednostavan. Jer, on bezosjećajno pokazuje jesu li planovi ostvareni ili nisu, je li poslovna bilanca pozitivna ili negativna. Jedino je to konačna rezultanta složenog turističko-tržišnog mehanizma, ispunjenog brojnim pozitivnim i negativnim silnicama. No, kad je jednom poznat rezultat, tih silnica kao da nije ni bilo.

Već danas postaju upitne klasične i u osnovi funkcionalističke definicije turizma kao putovanja zbog odmora i razonode. «Dakle putovanja koje je samo sebi svrhom i koje se koristi kao potrošno dobro. Problem odnosa urbane zone koja generira i turističke zone koja prihvaća turiste ostaje povijesno-dijalektički nerazriješen»<sup>125</sup>. Ne uzimajući u obzir širu međuovisnost između turističke prakse i životne svakodnevnice turista i domaćina ostaje samo sterilnom osnovom. Pri tome je jasno da bi svaka rasprava o ovoj međuovisnosti dovela i do rasprave i o širim i temeljnim civilizacijskim problemima u kojima se turizam uspostavlja samo kao ventil kojim se društvena razočaranja skreću u razmjerno neškodljive kanale. Zato kako ističe dr. Mirjana Dragičević,<sup>126</sup> da znanost o turizmu i turistu ukoliko zaista želi postati znanošću, mora prodrijeti kroz veo ideologije. To znači da umjesto bavljenja posljedicama ekonomske, socijalne i ekološke naravi, treba prijeći na izučavanje korijena i skrivenih unutrašnjih zakonitosti pojave. Zbog budućnosti samog turizma treba se okrenuti njegovu povijesnom samorazumijevanju.

Razvoj znanstvene misli i znanstveno tretiranje turizma kao kompleksne društveno-ekonomske pojave, tekao je nekako paralelno s razvojem samog turizma. U tom smislu globalno se razlikuju tri razdoblja:<sup>127</sup>

- do I. svjetskog rata,
- između dva svjetska rata,
- nakon II. svjetskog rata.<sup>128</sup>

<sup>125</sup> Dragičević, M.,-pogovor u knjizi Krippendorf, J., op.cit. str. 141.

<sup>126</sup> Ibid..str. 141.

<sup>127</sup> Vidi: Montana, M., op.cit. str. 76.

<sup>128</sup> U razvoju znanstvene misli o turizmu kao najvažniji svoj prilog su dali: /prema: Montana, M., op.cit. str. 76./

#### I faza – do I. svjetskog rata

Prvi koji je ukazao na djelovanje turizma na privredu bio je Josef Stradner u knjizi *Der Fremdenverkehr* (Graz, 1905.)

#### II faza – između dva svjetska rata

Između dva rata temeljna djela o turizmu dali su:

W. Morgenroth, *Handwörterbuch der Staatswissenschaften*, Jena, 1927.

R. Glücksman, *Fremdenverkehrskunde*, Bern, 1935.

Borman, *Die Lehre vom Fremdenverkehr*, Berlin, 1931.

A. Mariotti, *Lezioni di Economia turistica*, Roma, 1925.

F. W. Ogilvie, *The Tourist Movement*, London, 1936.

Istovremeno pojavljuju se i pojedine monografije koje obrađuju specifične probleme turizma:

R. Glücksman, *Das Gaststättewesen* Stuttgart, 1927.

Karakteristično je za sve ove tri faze da su u početku predmet proučavanja bili nosioci i opseg turističkog prometa, a što se turizam više razvijao, sve više su se proučavale njegove funkcije, tj. odnos između turizma i cjelokupnog društvenog života. Pri tome postoje ne samo ekonomske, nego i neekonomske funkcije od šireg društvenog značaja (humanizacija ljudskih odnosa, zdravstvena, kulturna, zabavna funkcija i dr). One se uglavnom ne mogu kvantificirati, ali su vrlo značajne za razvoj nekog područja.

Svjetska turistička organizacija (WTO) na svojoj Konferenciji o putovanju i turizmu (Conference on Travel and Tourism), održanoj u Otawi 1991. godine, prihvatila je tzv. «potražni koncept» (demand-side concept), kao jedini mogući pristup u definiranju turizma. Uz takav pristup definicija turizma glasi: «Turizam podrazumijeva aktivnosti osoba tijekom njihova putovanja i boravka u mjestu izvan svog uobičajenog boravišta, i to, bez prekida, ne duže od jedne godine, a radi odmora, odnosno zbog poslovnih i drugih razloga».<sup>129</sup> U obrazloženju takva pristupa, kao jedino mogućega u postavljanju definicije turizma, a ne pristupa prema kojem bi turizam bio definiran kao industrija, dakle prema tzv. «proizvodnom» ili «opskrbljivačkom» konceptu (supply-side concept), navodi se «...da se industrijske djelatnosti definiraju preko poduzeća s jednakim ili sličnim tipom gospodarskih aktivnosti. Gospodarske se aktivnosti razvrstavaju u skladu s određenim klasifikacijskim sustavom, kao što je International Standard Classification of Economic Activity (ISIC), što su ga usvojili UN. Pojedine kategorije djelatnosti prepoznaju se prema proizvodnji, odnosno osiguranju opskrbe određenih dobara ili usluga. Međutim, turizam nije moguće prepoznati kao «opskrbljivača» određenih dobara/usluga. Sama priroda nekog dobra/usluge ne dopušta mogućnost prepoznavanja turizma kao neke gospodarske aktivnosti, nego prije svega kao okolnost potrošnje dobara/usluge... Turizam, barem u teoriji, obuhvaća samo finalnu potrošnju bilo kojeg proizvoda. Stoga se definicija «turizma» isključivo oslanja na utvrđivanje tipa potrošača čija aktivnost sačinjava turizam, a ne na utvrđivanje tipa proizvoda što se konzumira...»<sup>130</sup> i da konzumirani proizvod daje konačne ekonomske efekte.

### 1.3.4. Povijesni razvoj turizma

Turizam zadire u daleku prošlost. Putovanja iz jednog kraja u drugi „intra muras“ ili iz jedne zemlje u drugu „extra muras“ počela su u davna vremena. Putovanja iz zdravstvenih razloga, vjerskih obreda, posjeta kulturno-povijesnim spomenicima ili putovanja iz želje za

- 
- |             |   |
|-------------|---|
| T. Müch,    | Das Hotelunternehmen im Lichte betriebswirtschaftlicher Lehre und Praxis, Zürich, 1930. |
| M. Gautier, | L'hotellerie, Paris, 1932.  |
| I. Norval,  | The Tourist Industry, London, 1936.   |
| M. Troisi,  | La rendita turistica, Bari, 1940.   |

#### III faza – početkom II. svjetskog rata i dalje

Osnovu novim nazorima o turizmu i osnovu teorije turizma dali su

W. Hunziker i K. Krapf u nekoliko svojih djela, među kojima se ističe

W. Hunziker i K. Krapf, Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre, Zürich, 1942.

Nakon II. svjetskog rata javljaju se mnogobrojna djela. Sada turizam ne proučavaju samo pojedinci kao ranije, nego se time bave razne naučne institucije i organizacije. U ovoj fazi od pojedinih radova ističu se ovi:

W. Hunziker, Betriebswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs, Bern, 1959

K. Krapf, Der touristische Konsum, Bern, 1954.

K. Krapf, Tourism as a Factor in Economic Development, Roma, 1963.

K. Krapf, Von der Empirix zur Theori des Fremdenverkehrs, München, 1953.

K. Krapf, Le tourisme facteur de l'économie moderne, Revue de Tourisme 1962/3.

F. Polascia, Economia del Turismo, Edizioni le Opera, Roma, 1969.

Sigaux, History of Tourism, London, 1966.

<sup>129</sup> <http://www.mzopu.hr> (23.11.2004.)

<sup>130</sup> <http://www.mzopu.hr> (23.11.2004.)



doživljajima bila su još iz starih vremena povod za migracije koje danas nazivamo turizam.

Antičke olimpijske igre, koje su se neprekidno održavale 1200 godina, okupljale su već tada sportaše, trenere i gledaoce iz viših klasa starih grčkih gradova i država. Terme i ljetnikovci spominju se već kod vladajuće klase starog Rima i Grčke.

Sličnom snagom privlačili su dio publike i religiozni obredi te gradovi sjedišta pojedinih regija. Ova putovanja i posjete centrima kulturno-historijskih spomenika, naročito su karakteristični u srednjem vijeku. No, sva su ta putovanja bila otežana zbog udaljenosti, pomanjkanja komunikacija i podesnih prijevoznih sredstava, a i financijskih sredstava za pokriće troškova, te su s toga i bila rijetka.

Unatoč zadiranju turizma u daleku prošlost, ipak svojom masovnošću on pripada XX. stoljeću.

Nagla urbanizacija i industrijalizacija, razvoj komunikacija, rast životnog standarda i slobodnog vremena stvorili su preduvijete za razvoj turizma.

I dok je ranije turizam bio privilegij i dostupan samo najvišim slojevima, danas postaje sve više svojina najširih slojeva u privredno razvijenim zonama svijeta.

Ovu konstataciju potvrđuju i podaci<sup>131</sup>. U 1966. godini putovalo je, zbog raznih turističkih motiva, izvan granica svoje zemlje 128 milijuna turista, od čega je bilo 96 milijuna Europljana. U 1966. na svakih 1000 stanovnika Švicarske, zbog raznih turističkih motiva, putovalo je izvan granica zemlje 390 stanovnika, iz Beneluxa 312, iz Francuske 239, iz Zapadne Njemačke 215, iz Skandinavije 166, iz Velike Britanije 143, iz USA 122, iz Kanade 326. U ovim podacima nisu evidentirana turistička putovanja i izleti unutar svake zemlje koji u mnogim zemljama imaju visoko učešće. Međutim, s podacima o turističkim kretanjima unutar zemlje, o tzv. domaćem turizmu, se ne raspolaže, jer se ta kretanja u velikom broju država uopće nisu evidentirala. Da bismo ipak mogli sagledati značenje i te vrste kretanja, donosimo podatke samo za neke zemlje. U SAD na turistička putovanja unutar zemlje troši se godišnje oko 20 milijardi dolara, dok se 1965. za putovanja u inozemstvo iz SAD potrošilo 2,4 milijarde dolara.

O turizmu kao mladoj i masovnoj pojavi u Svijetu govore podaci. Svijet 1960. godine bilježi 25 milijuna dolazaka, 1970. godine 166 milijuna dolazaka a 2004. godine 760 milijuna. Prihodi od turizma kreću se od 2 milijuna US\$ 1950. godine, 18 milijuna 1970. i 523 milijuna US\$ 2004. godine.<sup>132</sup>

Sport i turizam predstavljaju dvije najmasovnije socijalne pojave XX. stoljeća. Iz ovih nekoliko napomena i brojaka može se ukratko konstatirati slijedeće: turizam datira iz davne prošlosti, ali kao masovna društvena pojava javlja se tek u XX. stoljeću. Uvjetovan je porastom kupovne moći stanovništva, slobodnim vremenom i suvremenim tehničkim dostignućima. Turizam u XX. stoljeću postaje značajan faktor za održavanje fizičke i psihičke kondicije gradskog stanovništva.

Prvi počeci turističkog razvitka Hrvatske sežu u drugu polovicu devetnaestog stoljeća. Počeci turističke valorizacije naših primorskih krajeva a posebno otoka, vezani su za parobrodarske linije koje su povezivale sjeverni i južni Jadran, odnosno otoke s kopnom. Uvođenjem parobroda u promet i uspostavljanjem redovite putničko-teretne plovidbe počelo je novo moderno razdoblje u prometu na moru. Tako je na Jadranu prvi parobrod počeo 1918. godine prometovati između Trsta i Vencije. Međutim, za prometno povezivanje istočne obale Jadrana bitno je bilo osnivanje parobrodarskog društva, zvanog Austrijski Lloyd, 1836. godine u Trstu. Austrijski Lloyd je 1837. godine uspostavio redovitu parobrodarsku prugu između Trsta i južnog Jadrana. Time je omogućeno brzo i redovito povezivanje mjesta na obali i otocima. Do tada je promet na Jadranu bio neredovit, a obavljali su ga manji jedrenjaci.

<sup>131</sup> Andrić, N., (1980), "Turizam i regionalni razvoj", Informator Zagreb, str. 27-28.

<sup>132</sup> Podaci WTO-a

Važno je istaknuti i dovršenje željezničkih pruga, koje su dospjele iz europske unutrašnjosti do Trsta (1857.) i Rijeke (1873.). Pored službenih osoba koje su morale putovati željeznicom i parobrodima javljaju se i drugi putnici. To su uglavnom bili bogatiji ljudi, koji su iz određenih interesa upoznawali našu obalu i otoke. Bili su primjerice liječnici, a i drugi znanstvenici koji su obavljali određena klimatska, floristička, zdravstvena, kulturnopovijesna i druga istraživanja, te o njima objavljivali članke u različitim glasilima, primjerice u Beču. U to vrijeme posebno značajna istraživanja, odnosno proučavanja utjecaja i djelovanja morskog zraka i morske vode na ljudski organizam, o čemu se tiskaju ne samo članci u novinama, nego izdaju i posebne publikacije. Od posebne je važnosti u ono doba za propagandu turizma i turističku izgradnju primorskih mjesta bila knjižica riječkog liječnika dra Karla Otta pod naslovom «Fiziološko i tarapetsko utjecanje morskog zraka na naš organizam s osobitim osvrtom na naše Primorje» (Rijeka 1894). Ta je knjižica izašla na hrvatskom jeziku, dok su svi vodiči tada tiskani na njemačkom. Zbog toga se među putnicima javljaju i oni koji traže lijeka svom narušenom zdravlju i oni koji idu na «promjenu zraka». Te bi putnike mogli nazvati prvim ozbiljnim turistima. Tada se ustvari i počinje na našoj obali i otocima razvijati turistička djelatnost<sup>133</sup> od Opatije, Crikvenice, Novog Vinodolskog, Raba, Lošinja, do Hvara, Splita i Dubrovnika. U Opatiji se već 1883. vodi statistika posjetilaca, a godine 1884. je sagrađen i hotel «Kvarner» prvi te vrste u turističke svrhe na Jadranu. Broj turista u Hrvatskom primorju u 1926. godini iznosi 35.602 koji su ostvarili 483.299 noćenja. Najveći broj turista zabilježen je pred Drugi svjetski rat 1939. godine od 79.636 turista i 660.481 noćenja. Inozemna noćenja činila su 58% ukupnih noćenja.<sup>134</sup>

### 1.3.5. Veza turizma i gospodarskog sustava

Odnos turizma, kao specifičnog segmenta finalne potrošnje, s gospodarskim sustavom moguće je objašnjavati na isti način na koji se objašnjava odnos svakog standardnog segmenta finalne potrošnje (to su: investicije, osobna potrošnja, javna ili proračunska-nekadašnja opća i zajednička-potrošnja, izvoz te saldo povećanja/smanjenja zaliha) s gospodarskim sustavom. Taj odnos u cijelosti objašnjava osnovni bilančni identitet nacionalnog gospodarstva, (poglavlje 1.2.) matematički izražen ovom funkcijom:

$$F = D + U$$

gdje je:

**F** = ukupna finalna potrošnja

**D** = društveni proizvod nacionalnog gospodarstva

**U** = ukupni uvoz za reprodukciju i /ili finalnu upotrebu

<sup>133</sup> Vidjeti detaljnije slijedeće knjige: 1. Antić, V., (1953), „Turizam Istre, Hrv. Primorja i Gorski kotar, Rijeka; 2. Dragomanović, S., (1938), “Naš turizam” Tipografija, Grafičko-nakladni zavod d.d. Zagreb; 3. Blažević, B., (1998), «Gospodarstvo Novog Vinodolskog u XX stoljeću», Adamić, Rijeka; 4. Turk, H., (1994), “Povijest turizma i ugostiteljstva otoka Raba, Rijeka; 5. Kabalin, S., (1985), “Novi Vinodolski - prvo stoljeće turizma, Tipograf, Rijeka; 6. Krištafor, V., Jurdana, S., Uremović, V., (1988), Turistička Crikvenica 1888-1988.” Turističko društvo Crikvenica; 7. Antić, V., (1986), “Počeci turizma u Primorju od Opatije do Novog Vinodolskog”, predgovor u knjizi “Selce-turistički razvitak 1894-1985.”, Turističko društvo Selce, 1986., Turk, H., (1999). Začeci turizma na Kvarneru, Zbornik radova Sv. Vid, Rijeka str. 139-158.

<sup>134</sup> Antić, V., (1953), op.cit. str.15-17.

<sup>134</sup> Antić, V., (1953), op.cit. str.15-17.

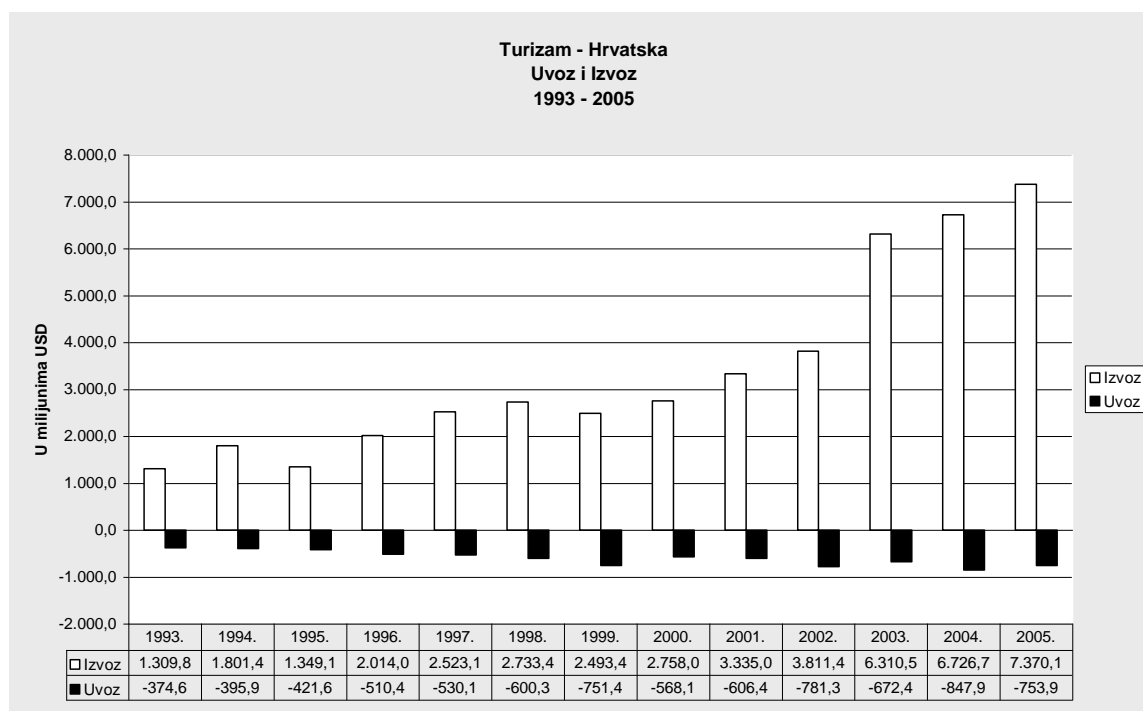
Iz tog osnovnog obrasca slijedi da su društveni proizvod nacionalnog gospodarstva i ukupni uvoz dobara i usluga- namijenjenih bilo reprodukcijskoj bilo finalnoj potrošnji- jedini izvor iz kojih se podmiruje svaki segment finalne potrošnje, pa tako i turistička potrošnja (domaća ili inozemna), ili pak turističke investicije (uzimaju se u ovom slučaju samo one što su izravno u funkciji podmirenja turističkih potreba, kao što su to, na primjer, investicije u hotelijerstvo i sl.). Veličina finalne potrošnje ovisit će dakle o veličini društvenog proizvoda, odnosno o veličini uvoza svake zemlje. Za određeni zadati opseg finalne potrošnje, u ovom slučaju turističke, vrijedi pravilo da što je veća vrijednost društvenog proizvoda, manje su potrebe za uvozom i obratno. Što je manja vrijednost društvenog proizvoda, veće su potrebe za uvozom kako bi se mogao pokriti promatrani segment finalne, u ovom slučaju turističke potrošnje.

Već su dugoročno zabrinjavajuće promjene u strukturi robne razmjene s inozemstvom s ozbiljnijim posljedicama na ukupne učinke turizma u hrvatskom gospodarstvu. Došlo je naime do osjetnijeg povećanja uvoza proizvoda za široku potrošnju. Udio te stavke povećan je s predratnih oko 10% (1989.) čak na oko 26% do 30% ukupne vrijednosti uvoza, i to u cijelom razdoblju od osamostaljenja do konca 2005.. godine.

Visoki rast robnog deficita, zatim, višestruko povećanje udjela proizvoda za široku potrošnju u ukupnoj vrijednosti uvoza, a posljednjih godina i premašenje vrijednosti redovnog uvoza nad izvozom tih dobara, te sve veći opseg uvoza putem shoppinga, najbolji su pokazatelji ozbiljnosti te pojave i nužnosti hitnog pokretanja proizvodnje u cilju poboljšanja opskrbe domaćeg tržišta, naravno, pod uvjetom da su domaći proizvodi cijenom i kvalitetom konkurenti onima iz uvoza. S druge strane, dobro je poznata činjenica da hrvatsko gospodarstvo iz turističkog tržišta ne izvlači ni približno one prihode i učinke što ih to tržište nudi kao mogućnost i što na tom tržištu ostvaruju druge receptivne, a posebice turističke zemlje u mediteranskom konkurentskom okruženju.

U 2005. godini turizam u Hrvatskoj ostvaruje gotovo 7.5 milijardi američkih dolara prihoda što je nešto manje od 75 posto ukupne vrijednosti izvoza komercijalnih usluga. Raspon prihoda ostvarenih od turizma od 1993. do 2005. vidljiv je u grafu br.1.3. Godine 1993. vrijednost turističkog izvoza iznosila je 1.3 milijarde USD, te se kroz sljedećih 12 godina, do 2005., povećala za više od 5,5 puta. Iz grafa su vidljive fluktuacije u poslijeratnim godinama, ali ustaljeni i ubrzan rast počinje 1999. godine. Naime, ove fluktuacije i ovaj graf općenito uvelike podsjećaju na graf. br. 1.2., ukupnih komercijalnih usluga, što i ne čudi kada znamo da turizam sa svojim prosječnim 70 postotnim udjelom u ukupnim komercijalnim uslugama čini okosnicu uslužnog sektora.

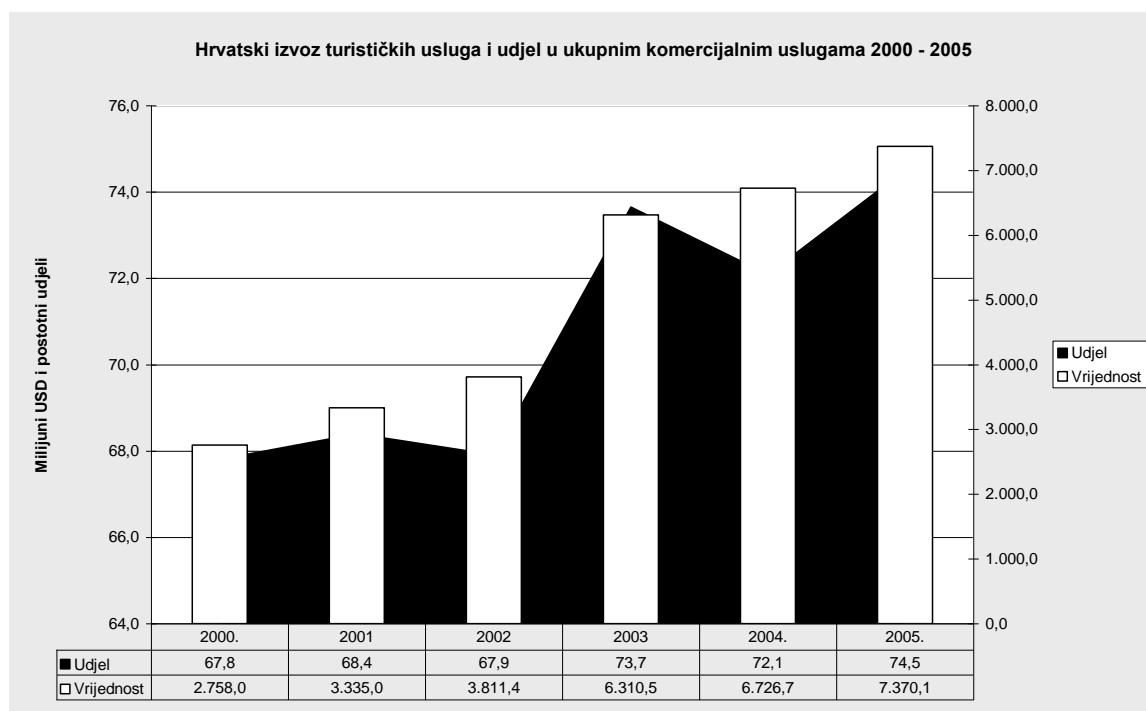
Grafikon 1.1: Hrvatski turizam – Uvoz i izvoz 1993. – 2005.



Izvor: [www.hnb.hr](http://www.hnb.hr) (05. 07. 2006.)

Hrvatski turizam bilježi konstantan rast i to uz manje fluktuacije koje se stabiliziraju 1999. godine. U nastavku dajemo prikaz hrvatskog izvoza turističkih usluga i udjela turizma u ukupnim komercijalnim uslugama na zbirnom grafikonu 1.2. Kao što je vidljivo na prvi pogled, vrijednosti izvoza turizma i vrijednosti udjela turizma u ukupnim komercijalnim uslugama su, uz manja odstupanja, gotovo jednake. Drugim riječima, vidljivo je da rast vrijednosti turizma više od ijedne druge kategorije, utječe na sveukupnu vrijednost usluga. Zatim, kako rastom njegove vrijednosti, raste i njegov udjel u ukupnim uslugama, što nije slučaj s turizmom na svjetskoj razini. Zaključiti se može, u skladu s prije rečenim, da turizam definira uslužni sektor u Hrvatskoj te da sve druge kategorije imaju gotovo zanemariv utjecaj na sektor kao cjelinu. Naime, u budućnosti se može očekivati eskalacija ovog odnosa. Da je tome tako, govori i opadajuća tendencija kategorije ostalih usluga, inače nosilaca najvećeg vrijednosnog udjela svjetskog uslužnog sektora i neovisni rast vrijednosti izvoza turizma.

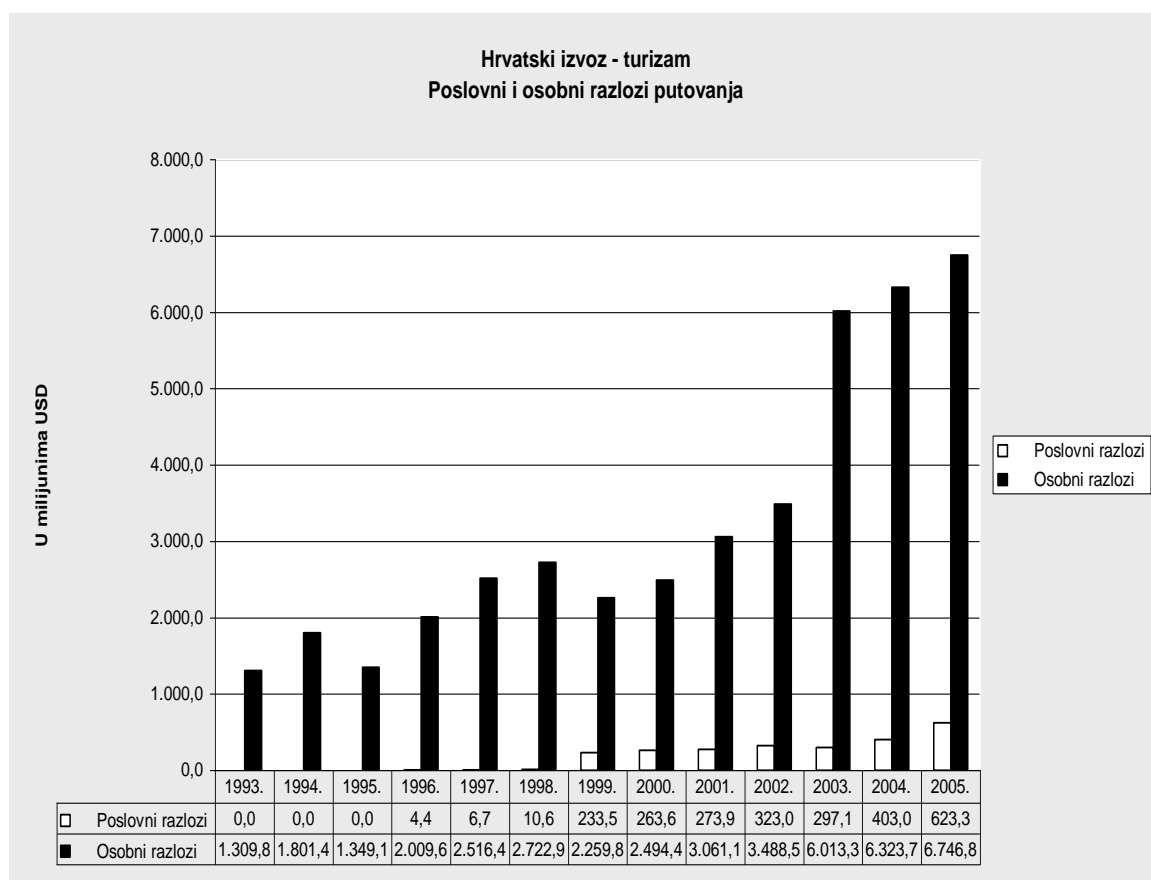
Grafikon 1.2. Hrvatski izvoz turističkih usluga i udjel u ukupnim komercijalnim uslugama 2000. – 2005.



Izvor: www.hnb.hr (07. 07. 2006.)

Analizi turizma u Hrvatskoj dodali smo još jedan aspekt – odnos poslovnih i osobnih razloga putovanja u rasponu od 1993. do 2005. godine. Grafikon 1.3. samo potvrđuje da turisti pronalaze razloge za putovanje u Hrvatsku gotovo isključivo radi odmora. Prihoda od poslovnih razloga kojih od 1993. do 1996. nije ni bilo, u 2005., kao rekordnoj godini, iznose nešto više od 600 milijuna američkih dolara, dok osobni razlozi iznose 6.7 milijardi američkih dolara. Drugačije, poslovni razlozi imaju udjel od svega 9 posto u osobnim razlozima.

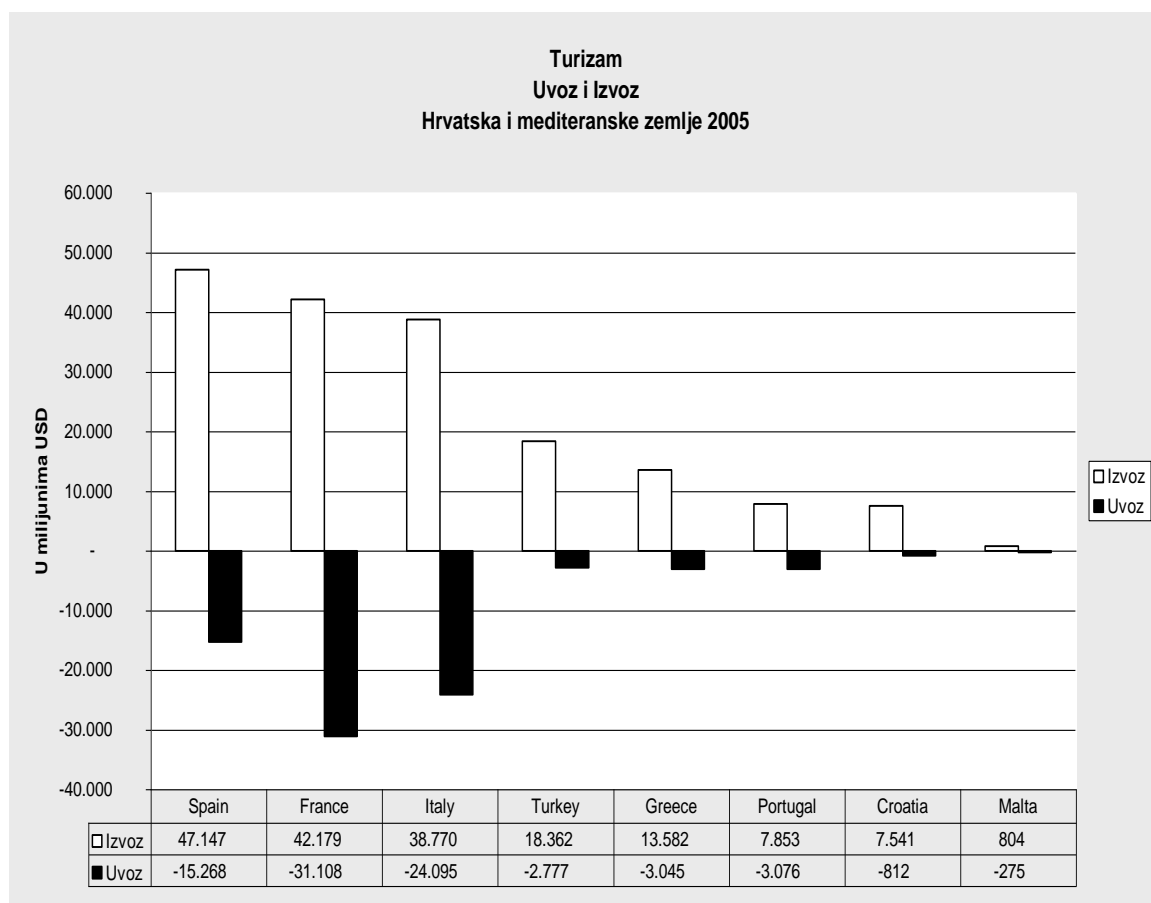
Grafikon 1.3: Hrvatski turistički izvoz – poslovni i osobni razlozi putovanja



Izvor: [www.hnb.hr](http://www.hnb.hr) (10. 07. 2006.)

U posljednjem grafikonu 1.4., usporedili smo Hrvatsku s nekom od ostalih mediteranskih turističkih uspješnica. Iako bi, radi usporedivosti, ovom grafu trebali pridodati još neke parametre, poput broja stanovnika, površine, veličine gospodarstva, BDP-a i slično, neki se odnosi ipak daju naslutiti. Naime, Španjolska, Francuska i Italija zasigurno svojom razvijenošću i veličinom nisu zemlje s kojima bi se Hrvatska trebala izravno uspoređivati, ali Turska i posebice Grčka su zemlje čijim bi turističkim razmjerima Hrvatska trebala težiti. Posebno naglašavamo Grčku iz razloga razvijenosti njezinog nautičkog turizma, kojem i Hrvatska teži. Turska stvara 143 posto ili 1.4 puta veći prihod od turizma u Hrvatskoj. Grčka stvara 80 posto ili 0.8 puta veći prihod, a Portugal ima gotovo jednak prihod od turizma kao Hrvatska. Interesantni su podaci o uvozu, to jest rashodima u turizmu. Naime, Portugal koji stvara gotovo jednak prihod od turizma kao i Hrvatska, ostvaruje gotovo 3 puta veći uvoz u turizmu. Takav, naime podatak govori mnogo o prisutnosti i neprisutnosti, u ovom primjeru Portugalaca i Hrvata na svjetskom tržištu iako ovaj podatak govori mnogo više o njihovoj potrošnji. Naime, u ovom kontekstu uvozna stavka bilance turizma ne mora se nužno promatrati u negativnom smislu.

Grafikon 1.4. Turistički uvoz i izvoz – Hrvatska i mediteranske turističke zemlje 2005.



Izvor: [www.hmb.hr](http://www.hmb.hr) (10. 07. 2006.)

Dovoljno o tome govori usporedba samo globalnih podataka o opsegu smještajnih kapaciteta te veličini prometa i prihoda od međunarodnog turizma po pojedinim receptivnim mediteranskim turističkim zemljama u 2003. godini.(Tablica 1.4.)

Tablica 1.4: Učinkovitost inozemnog turizma u izabranim mediteranskim turističkim zemljama za 2003. godinu

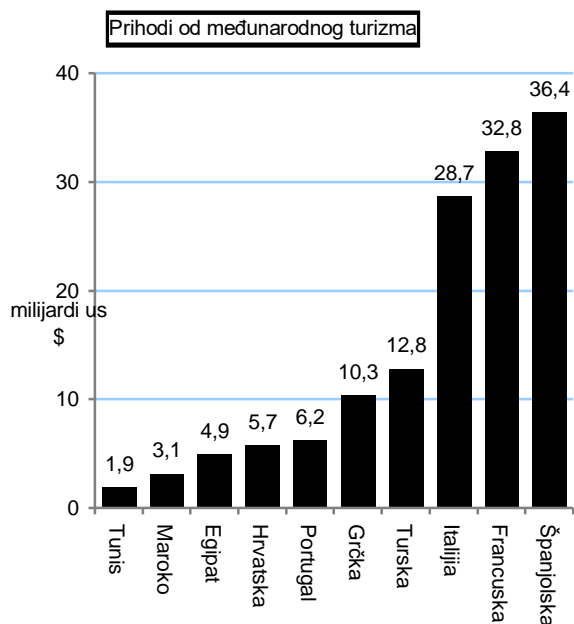
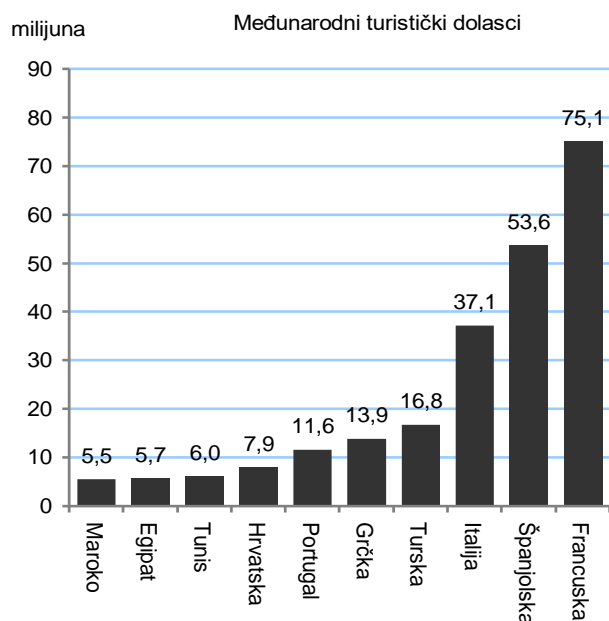
	Šest mediteranskih zemalja ukupno	Udio u postocima					
		Grčka	Franc	Italija	Španjolska	Turska	Hrvatska
SMJEŠTAJNI KAPACITETI (u 000 soba i u %)	2.952 100%	330 11%	603 20%	999 34%	741 25%	202 7%	77 3%
TURISTIČKI PROMET (u milijunima dolazaka i u %)	201.201 100%	13.969 7%	75.048 37%	39.604 19%	51.830 26%	13.341 7%	7.409 4%
PRIHODI OD TURIZMA (u milijunima eura)	124.036 100%	9.460 8%	32.742 26%	27.601 22%	36.925 30%	11.672 9%	5.636 5%

Izvor: Tourism Market Trends- 2004 Edition EUROPA, World Tourism Organization, Madrid, 2005.

Hrvatska je, dakle u krugu s ostalih pet mediteranskih konkurentskih turističkih zemalja u 2003. godini dosegla udio: u ukupnim smještajnim kapacitetima oko 3% u ostvarenim inozemnim dolascima turista oko 4% , a u ostvarenim prihodima od inozemnog turizma oko 5%. To jasno govori o prosječnoj turističkoj potrošnji, a time i o manjim učincima turizma nego što ih ostvaruju ostale konkurentske zemlje. Tijekom 90-tih, zbog rata i stalnih političkih napetosti u ovim prostorima, bitno je oslabljena tržišna pozicija Hrvatske u tom mediteranskom konkurentskom okruženju. U usporedbi sa stanjem i rezultatima ostvarenima u 1989. godini u Hrvatskoj je u tom razdoblju došlo do drastičnog smanjenja ukupne turističke aktivnosti, dok je istodobno turizam u ostalim mediteranskim zemljama, koristeći izrazito povoljnu konjukturu, doživio snažnu razvojnu ekspanziju, ostvarivši visoke stope rasta kako smještajnih kapaciteta tako i fizičkog prometa i prihoda u međunarodnom turizmu. U razdoblju od 1989-1997., kad je u Hrvatskoj došlo do smanjenja smještajnih kapaciteta za gotovo 200 tisuća postelja ( za oko 26%), a inozemni je promet još uvijek manji za oko 30 milijuna noćenja (za oko 55%), u promatrane mediteranske konkurentske zemlje smještajni su kapaciteti porasli za oko 1,2 milijuna postelja (oko 22%), fizički je promet povećan za oko 92 milijuna inozemnih noćenja (oko 43%), a prihodi od inozemnog turizma porasli su više nego dvostruko ( s oko 33 na oko 68 milijardi USD). Hrvatska, dakle, ne samo da je izgubila više od polovine svog inozemnog tržišta (na kojem je gotovo 20 godina: sve do 1988., uspijevala održati vrlo stabilnu poziciju), nego je propustila uz to i iskoristiti povoljnu tržišnu konjukturu i poput svojih konkurenata ostvariti značajniji razvojni iskorak. Što to konkretno znači vidljivo je iz prethodnih podataka. Tako, npr. samo održavanje proporcionalnog udjela u ostvarenom povećanju prometa i prihoda od međunarodnog turizma u tom krugu mediteranskih zemalja donijelo bi povećanje prometa za više od 20%, ili oko 12 milijuna novih inozemnih noćenja, te udvostručenje deviznih prihoda od turizma.



Grafikon 1.5. Najznačajnija mediteranska turistička odredišta – 2004. godina



Samo postojanje tako snažnog i stabilnog tržišta kao što je turističko, a posebice ono međunarodno, čiji je potencijal, kako se iz prethodnih usporednih pokazatelja vidi, dosad korišten u vrlo skromnim razmjerima, golema je šansa cjelokupnom hrvatskom gospodarstvu da radikalnijim zaokretom prema turističkom tržištu, uz uvažavanje svih njegovih specifičnosti, otpočne proces svoje strukturne prilagodbe i bez većih rizika ostvari snažan razvojni iskorak.

U pitanju je dakle daleko širi odnos turizma kao složenog sklopa ljudskih potreba i ukupnoga gospodarskoga sustava od onog što se uspostavlja samo između hotelijerstva, kao gospodarske aktivnosti, i svih ostalih dijelova gospodarskog sustava. Boravkom u hotelskom ili sličnom objektu suvremeni turist podmiruje, istina, važan segment svojih elementarnih

potreba. Međutim, to je ipak relativno manji udio ukupnih potreba što se javljaju za vrijeme turističkog putovanja i boravka. Podmirenje daleko većeg dijela svakodnevnih potreba turist ostvaruje izvan hotelskog objekta, a stupanj podmirenja bitno ovisi o uvjetima boravka u turističkom odredištu u cjelini: o tome kako je organiziran život u smislu osiguranja odgovarajućih, u pravilu visokih standarda komunalnih usluga, arhitektonskom uobličavanju i urbanističkoj uređenosti mjesta, zatim o sadržaju i kvaliteti ponude u trgovini i uslužnom ugostiteljstvu, o bogatstvu ponude kulturnih, zabavnih, sportsko-rekreacijskih i drugih sličnih sadržaja, a u zadnje vrijeme o mogućnostima za kupnju (shopping) što je postalo jednim od najvažnijih sadržaja turističke ponude svakog uspješnog turističkog odredišta. Nužno je dakle, uz smještaj, osigurati daleko širi sklop uvjeta i mogućnosti kojima se osigurava bogatiji sadržaj i kvaliteta boravka i koji, u usporedbi s konkurencijom, bitnije mogu pridonijeti višoj ocjeni ukupnog odnosa «vrijednost za novac». Međutim, u osnovi svega je proizvodnja koja – izravno ili neizravno-opskrbljuje sve te brojne uslužne djelatnosti, bilo u fazi investicijske aktivnosti ili pak u fazi eksploatacije objekata, tj. tijekom pružanja različitih vrsta turističkih usluga. Ukoliko nema te proizvodnje, sve se te brojne i raznovrsne potrebe moraju pokrivati uvozom.

Specifičan i istodobno golemi tržišni potencijal za plasman svojih proizvoda i usluga prepoznaje tržišno gospodarstvo u turizmu i to usprkos svim njegovim brojnim i neprijepornim manjkavostima, koje su najčešće vezane uz jake sezonske oscilacije u aktiviranju potražnje, relativno ograničeno vremensko trajanje najvećeg dijela turističkih aktivnosti, uz istodobno neodgodive goleme početne izdatke za izgradnju infrastrukture i suprastrukture. Bez obzira na sve te teškoće i ograničenja jedan broj država u Europi i u svijetu su turizam izabrale kao koncepcijski dugoročno najpovoljnije gospodarsko razvojno usmjerenje, temeljeći takav izbor prije svega na ocjenama visoke razine usklađenosti s globalnim strateškim nacionalnim interesima.

U manje razvijenim zemljama usmjerenje na turizam kao razvojni prioritet najčešće se spominje u kontekstu jačanja pozicije u međunarodnoj razmjeni i najbržeg rješavanja problema u platnoj bilanci, zatim brže rješavanje u pravilu nagomilanih problema nezaposlenosti te bržeg razvitka nerazvijenih područja i sl. U razvijenijim zemljama pak narasla ekološka svijest stanovništva i sve učinkovitije mjere zaštite okoliša te sve češće prihvaćanje koncepta održivog razvitka kao općeg razvojnog obrasca otvaraju sve širi prostor za razvitak turizma. U takvim okolnostima turizam na mnogim područjima često ostaje kao jedno od ključnih, a nerijetko, što nije dobro i kao jedino alternativno razvojno rješenje. U skladu s takvim svojim razvojnim opredjeljenjem država tada preuzima na sebe obvezu da poticajnom razvojnom kao i tekućom gospodarskom politikom nastoji osigurati sve potrebne uvjete, prevladavajući ili bar ublažavajući sve manjkavosti i ograničenja koje takvo razvojno usmjerenje nosi sa sobom i usredotočujući se prije svega na osiguranje uvjeta potrebnih za održavanje visoke razine poduzetničkog interesa za ulazak u turističke projekte. Daljnju razradu granskih i drugih funkcionalnih veza turizma kao složenog ekonomskog sustava pokazuje shema 1.8.<sup>135</sup>

Komponente u shemi 1.8. grupirane su prema svojim funkcijama i karakteru poslovanja u četiri osnovne grupe (faza izgradnje, faza posredovanja, faza poslovanja i suprastruktura koja pomaže funkcioniranju sustava). Sve ove grupe međusobno se više ili manje isprepliću i međusobno se funkcionalno nadopunjuju (naročito u odnosu na fazu poslovanja) i tako formiraju osnovni ekonomski sustav.

Osim toga, unutar svake od ovih grupa postoji rang važnosti pojedinih komponenata, bilo isključivo u toj grupi ili se nadovezuje i na druge.

---

<sup>135</sup> Montana, M., i suradnici, op. cit, str. 116-117.

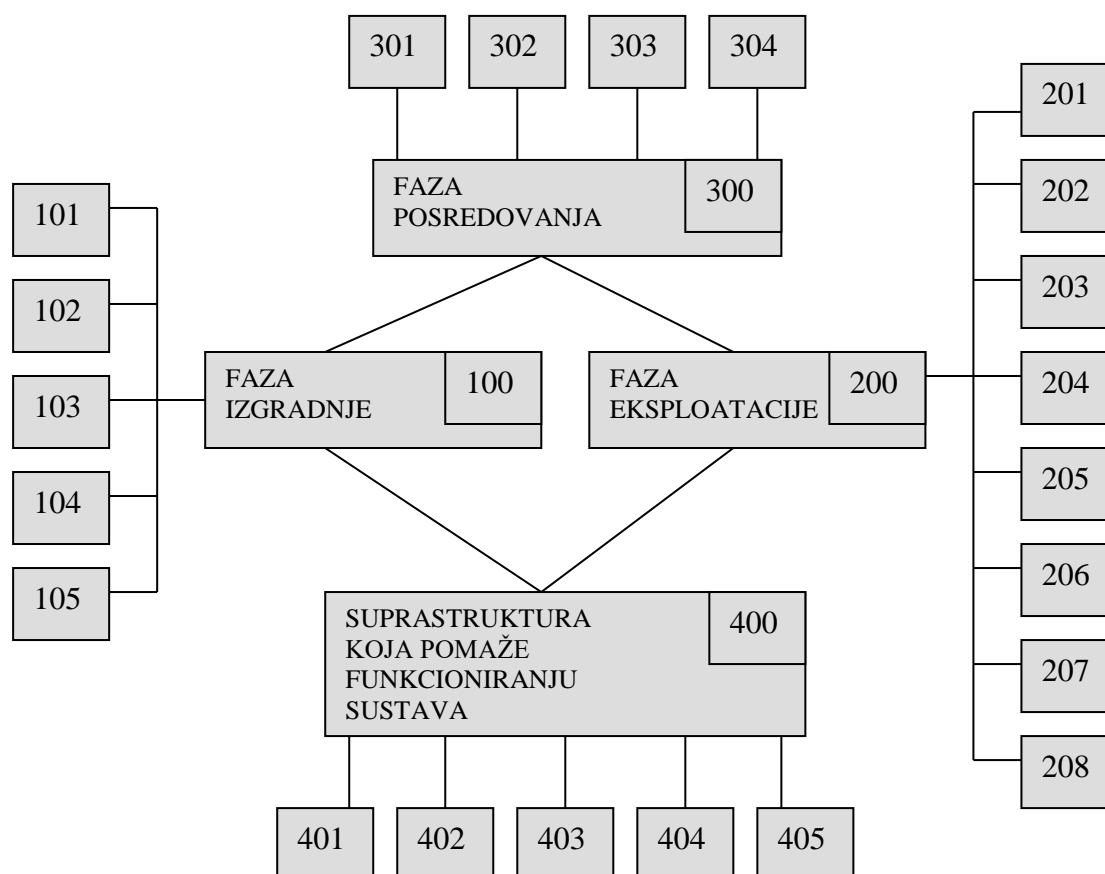
Osim granske povezanosti unutar turizma kao složenog ekonomskog sustava važna je i teritorijalna povezanost uključenih komponenata.

Postavlja se pitanje, da li se može odrediti prostor (mjesto, općina, regija, republika itd.) koji će sačinjavati jednu zaokruženu cjelinu, na kojem će se odvijati najvažniji međusektorski procesi u turizmu.<sup>136</sup> To pitanje je značajno i sa stanovišta organizacije turističke ponude koja ima i prostorne dimenzije, a što utječe na formiranje veličine poduzeća i na oblike njihovih povezivanja.

Međutim, budući da je turizam definiran kao složeni ekonomski sustav, iz toga proizlazi da nema određene teritorijalne (a pogotovo administrativne) granice. Djelovanje nekih njegovih komponenata (podsustava) nije samo lokalno i regionalno, nego dobiva međuregionalno, pa čak i međunarodno značenje.

Ipak, teritorijalna obuhvatnost za sve komponente turizma nije jednaka. Dio industrije i poljoprivrede koji se direktnim ili indirektnim putem uključuju u turizam i imaju najširi domet jer se njihove proizvodne baze nalaze razmještene po čitavoj zemlji, dok npr. komunalna privreda i dio zanatstva i servisa imaju usko općinsko /lokalno/ značenje itd.

Shema 1.8: Komponente turističke ponude koje čine zatvoreni ekonomski sustav



Izvor: prema Montana, M., i suradnici, Organizacija turističke ponude SR Hrvatske, Ekonomski institut Rijeka, 1972, str. 96

<sup>136</sup> Vidi o tome: Blažević, B., /1989/« Sistemski pristup gospodarskom razvoju općinskog sistema privrede», magistarski rad, Institut za ekonomiju i organizaciju, Rijeka

Objašnjenje šifri u shemi 1.8:

100- FAZA IZGRADNJE

- 101- Urbanističke, geodetske i dr. podloge, ekonomske studije, konzervatori, zaštita spomenika kulture i prirode
- 102- Administrativno-upravni poslovi (izdavanje dozvola i rješenja, zemljišna politika, sustav donošenja zakona i odluka)
- 103- Projektiranje
- 104- Građenje
- 105- Nabava proizvoda građevinske, drvne, tekstilne i dr. industrije, opremanje objekata

200- FAZA EKSPLOATACIJE

- 201- Hotelijerstvo i ugostiteljstvo
- 202- Poljoprivreda
- 203- Prehrambena industrija
- 204- Trgovina
- 205- Zanatstvo i servisi
- 206- Saobraćaj
- 207- Komunalna privreda
- 208- Kulturno-zabavni i sportski sadržaji

300- POSREDOVANJE

- 301- Turističke agencije
- 302- Službe reklame i propagande i informacija
- 303- Carinska služba
- 304- Službe za izdavanje pasoša i dozvola (za nautički i lovni turizam i sl.)

400- SUPRASTRUKTURA KOJA POMAŽE FUNKCIONIRANJU SUSTAVA

- 401- Turističke zajednice, društva i poslovna udruženja
- 402- Gospodarske komore
- 403- Službe i institucije u okviru političko-teritorijalnih jedinica (općine, regije i republika)
- 404- Instituti i zavodi
- 405- Međunarodne turističke organizacije

Orijentaciona teritorijalna obuhvatnost pojedinih komponenata turizma može se definirati ovako:<sup>137</sup>

**1) na nivou općina i gradova:**

- hotelijerstvo i ugostiteljstvo
- komunalna privreda
- zanatstvo i servisi

**2) na nivou regije (i međuopćinskom nivou):**

- hotelijerstvo i ugostiteljstvo
- trgovina
- turističke agencije
- dio komunalne privrede (opskrba vodom i strujom)
- građevinarstvo
- projektne organizacije
- veći zanatski i servisni centri

---

<sup>137</sup>Montana, M., i suradnici, op. cit, str. 124.

- kulturno-zabavne i sportske djelatnosti
- 3) na širem međuregionalnom i republičkom nivou:**
  - poljoprivreda
  - industrija
  - građevinarstvo
  - projektne organizacije
  - saobraćaj
  - turističke agencije
  - kulturno-zabavne i sportske djelatnosti

Ova orijentaciona podjela pokazuje teritorijalnu obuhvatnost pojedinih komponenata, odnosno posredstvom kojih komponenata se uža i šira područja kroz turizam međusobno funkcionalno nadopunjuju.

Nadalje, s obzirom na prostorni domet djelovanja komponenata (podsustava) turizma proizlazi da je regija najkompletnija i najobuhvatnija teritorijalna jedinica. To potvrđuje važnost proučavanja i planskog usmjeravanja regionalnog društveno-ekonomskog zbivanja.

Širina teritorijalne obuhvatnosti pojedinih komponenata potvrđuje da turizam nije samo lokalni fenomen, nego da ima znatno šire granice djelovanja. To se prvenstveno odnosi na poljoprivredu, industriju i saobraćaj koji spadaju među najvažnije komponente turizma kao sustava.

Turizam kao i svaki složeni ekonomski sustav mora proći kroz tri osnovne razvojne faze i to:

- opće ravnoteže
- stabilnosti
- optimalnosti

Opće karakteristike ovih stanja su ove:<sup>138</sup>

a) opća ravnoteža, stabilnost i optimalnost predstavljaju stupnjeve organiziranosti unutar kojih su mogući razni stupnjevi intenziteta i varijacije stanja;

b) ni u jednom ekonomskom sustavu, pa tako ni u turizmu, ne mogu se postići apsolutna stanja ravnoteže, stabilnosti i optimalnosti, nego im se mogu više ili manje približavati;

c) nije moguće utvrditi egzaktno modele ili formule za uspostavljanje određenog stanja, jer su uzroci mnogostruki i nije ih moguće predvidjeti, a pogotovo programirati;

d) moguće je utvrditi prototip nekog sustava a zatim promatrati odstupanja, tj. da li se izlazi iz stanja ravnoteže, stabilnosti ili optimalnosti. Poremećaje je moguće ispraviti odgovarajućim mjerama ekonomske politike i pojedinačnim akcijama neposrednih učesnika tog sustava;

e) da bi turizam kao sustav mogao postojati i da postiže navedena stanja (stupnjeve organiziranosti) potrebno je da ima razvijene tzv. "povratne sprege" (među karakteristične sprege spadaju: sprega plan-tržište, investicioni ciklusi, sprega informacije-odlučivanje, ciklusi materijalnih i novčanih privrednih tokova). Među povratnim spregama postoji hijerarhija koju treba uočiti i na nju utjecati.

U dosadašnjem razvoju hrvatskog turizma, većina od ovih povratnih sprega nije postignuta u zadovoljavajućem obliku. To se naročito odnosi na sprege plan-tržište, informacije-odlučivanje, a deformacija je bilo i u ostalim povratnim spregama. Naravno, to se negativno odrazilo i u postizanju viših stupnjeva organiziranosti turizma kao sustava.

---

<sup>138</sup> Prema Stojanović, R., op. cit, str. 71. i dalje, i prema Montana, M., i suradnici, op. cit, str. 110 i dalje.

Poznato je da u teoriji sustava postoje tzv. pozitivne povratne sprege (stabilizatori) i negativne povratne sprege (kumulatori).<sup>139</sup>

Što je sustav razvijeniji ima više kumulatora i stabilizatora. Oni se izmjenjuju i dovode do ravnoteže, odnosno stabilnosti sustava. Međutim, ne valja stalna prevaga ni stabilizatora ni kumulatora jer mogu dovesti do stagnacije ili do kaosa.

U vezi s pojedinačnim stanjima (stupnjevima organiziranosti) svakog sustava, pa tako i turizma, treba istaći da se stanje opće ravnoteže ponavlja u vremenskim intervalima u trajanju jednog investicionog ciklusa, koji u praksi može imati različito trajanje, pogotovo za različite podsustave. Vrijeme između dva uzastopna stanja opće ravnoteže je različito, što zavisi o strukturnim promjenama koje se u okviru jednog investicionog ciklusa dogode, te o sposobnosti sustava da se tim promjenama prilagodi.

Važno je napomenuti da stanje opće ravnoteže ne moraju postići svi podsustavi (komponente) sustava, nego samo najvažniji. Isto vrijedi i za regije, a to znači da je dovoljno ravnotežu uspostaviti između najvažnijih turističkih regija i onih regija s kojima se one funkcionalno nadopunjuju.

Prema tome, zastupa se teza forsiranja i prioriteta najvažnijih podsustava i regija te preko njih uspostavljati ravnotežu, a izbjegavati linearni razvoj.

Dok traju investicioni ciklusi moguća su kolebanja različitog intenziteta, što ovisi o sposobnosti sustava da se tome prilagođava. Tada se govori o stupnju stabilnosti sustava, a izražava se kao stabilan, nestabilan ili kvazi-stabilan sustav.<sup>140</sup>

Za razliku od stanja ravnoteže, koja se može uspostaviti na višem ili nižem nivou sustava, stanje stabilnosti postiže se samo pri stalnom razvoju sustava. Osnovna pretpostavka uspostavljanja stabilnosti je viši nivo organizacije i razvoja ne samo tog sustava nego i njegovog okruženja.

Najviši stupanj organiziranosti, odnosno stanja je optimalnost sustava. K tome treba težiti, iako ga je objektivno najteže postići i najmanje je proučen i u praksi verificiran.

Optimalnost sustava svodi se na matematički dual:

- minimiziranje utrošaka svih materijalnih i ljudskih resursa, uz
- maksimiziranje rezultata

odnosno

$$\text{Min } w = ax_1 + bx_2 + \dots + nx_n$$

$$\text{Max } z = ax'_1 + bx'_2 + \dots + nx'_n$$

pri čemu su  $x_1 \dots x_n$  i  $x'_1 \dots x'_n$  resursi, dok  $a, b, \dots, n$  predstavljaju parametre.

Da bi se uspostavilo stanje optimalnosti sustava potrebno je prethodno uspostaviti ravnotežu i stabilnost barem najvažnijih njegovih podsustava (komponentata). Pri tome su mogući različiti stupnjevi optimalnosti koji se više ili manje približavaju idealnom stanju, što ovisi o konkretnim prilikama u kojima sustav djeluje.

Za današnje formiranje i funkcioniranje turizma u Hrvatskoj kao sustava karakteristično je da se ono vršilo uglavnom u uvjetima uspostavljanja prvog stupnja organiziranosti i to s različitim uspjehom.

Nasuprot tome, viši stupnjevi organiziranosti – stabilnost i optimalnost nikad nisu postignuti.<sup>141</sup>

Osnovni razlog je u tome, što se u okviru investicionih ciklusa u turističko gospodarstvo preferirala uglavnom izgradnja smještajnih kapaciteta tzv. turistifikacija bez

<sup>139</sup> Detaljnije o tome u Stojanović, R., op. cit, str. 94 i dalje.

<sup>140</sup> Ibid., str. 91-93.

<sup>141</sup> Montana, M., op. cit. str. 104.

odgovarajućih ulaganja u ostale komponente turizma (naročito poljoprivredu, industriju, saobraćaj).<sup>142</sup>

Međutim, investicije nisu jedini uzrok koji je doveo do disproporcija između pojedinih podsustava i narušavanja ravnoteže sustava, nego k tome treba dodati nejednaku efikasnost organizacionih mjera i poslovnosti unutar njih.

Centralna točka svakog putovanja, pa tako i turističkog, jest čovjek kao fizička osoba koja se naziva *putnik*, *putnik-turist*, ili samo *turist*.

Da bi turist zadovoljio i ostvario svoje potrebe i želje, mora dati određena financijska sredstva onim subjektima koji će mu pružiti i prodati odgovarajuća dobra i usluge kojima će on zadovoljiti i ostvariti svoje potrebe i želje.

Upravo taj akt potrošnje turista osnova je svih ekonomskih aspekata i funkcija turizma, njegova utjecaja na gospodarstvo. Akt potrošnje turista i veličina te potrošnje osnovna je i jedina veza između turizma i gospodarstva.

Akt potrošnje nužno izaziva akt proizvodnje na jednoj strani te raspodjele i razmjene na drugoj strani. Proizvođači i trgovci usmjeravaju svoje napore u proizvodnju i distribuciju roba i usluga kojima je cilj zadovoljiti potrebe svakog potrošača, a sve to uz novčanu naknadu.

Za nacionalnu ekonomiju turist je značajan jer je čisti potrošač, a ne zbog toga što nosi naziv turist iz nekih izvangospodarskih razloga.

Tu su činjenicu davno uočili tržišni subjekti (kojima su turisti postali klijenti-potrošači), a tek nakon njih, stručnjaci i teoretičari turizma koji su tu činjenicu unosili u svoje definicije (radne hipoteze) i turista i turizma.

Evo nekoliko takvih formulacija:<sup>143</sup>

Za F.V. Ogilvie-a "Turist je svaka osoba koja zadovoljava dva uvijeta... drugi je uvijet da u mjestu privremenog boravka troši novac koji je stekao drugdje..."

Za Norval-a J., «turist je osoba ... i koja u zemlji privremenog boravka troši novac koji je stekla negdje drugdje...

Za Morgenroth-a, W., "turizam u užem smislu je promet osoba koje kratkotrajno napuštaju mjesto svog stalnog boravka i u posjećenim se mjestima zadržavaju isključivo kao potrošači gospodarskih i kulturnih dobara."

Hunziker, W., kaže: "iz toga proizilazi da je turist čisti potrošač."

Za Kraft-a, K., "za vanjsku, vidljivu fazu odvijanja turističkog prometa vrijedi jednadžba  $TURIST = POTROŠAČ/KUPAC$ ."

Dakle, turizam, posredstvom osobne potrošnje turista, obavlja svoju najvažniju funkciju: gospodarsku funkciju.

Očito je, dakle, da se u turizmu susrećemo jednom jedinom ekonomskom kategorijom, a to je POTROŠNJA. i to, čista finalna osobna potrošnja.

A budući da je turizam, u gospodarsko-tržišnom smislu, isključivo finalna potrošnja, i to osobna, u reprodukciji materijalnog života društva potrošnjom, poznato je, završava jedan, a započinje novi ciklus proizvodnje koji, putem raspodjele i razmjene, ponovno završava potrošnjom.

Analiza tih makroekonomskih kategorija očito pokazuje da se "svaka radinost koja sudjeluje u zadovoljavanju potreba turista, nikako ne može nalaziti u potrošnji, već samo u fazama prije nje, u proizvodnji, raspodjeli i razmjeni. Samo se u tri te faze nalaze i susreću činjenice i odnosi koji su predmet danas postojećih podjela materijalne proizvodnje i usluga na gospodarske grane i djelatnosti, na proizvode, zanimanja i slično. Svaka finalna, pa tako i

<sup>142</sup> Vidi detaljnije: Blažević, B., /1995/, "Ekonomski računi plasmana kapitala u hrvatsko hotelijerstvo 1960-1990", doktorska disertacija, Hotelijerski fakultet Opatija.

<sup>143</sup> Prema: Antunac, I., op.cit. str. 93-94.

osobna potrošnja jest završni čin gospodarske aktivnosti. Bez potrošnje proizvedenog, međutim, ne bi moglo doći do novog ciklusa proizvodnje, dakle reprodukcije društva uopće. K tome, veća je potrošnja dokaz više razine životnog standarda društvene zajednice, dokaz proizvodne snage te zajednice.

Zamjenom teza kako to ističe prof. Antunac nastaje zbrka. «Pridavanjem spomenutog značenja riječi turizam nastala je svojevrsna zamjena teze u kojoj je potrošnja turista proglašena proizvodnjom turizma. Nastala je zapravo "fatamorgana" koja je, nažalost, postala uvjerenje i tvrdnja velikog broja teoretičara i znanstvenika koji, po svaku cijenu, žele dokazati da je fenomen turizam posebna gospodarska grana, posebna gospodarska djelatnost.»<sup>144</sup> Njihovo gledište bi se moglo ovako formulirati. Turizam je zasebna gospodarska grana. Istina, ona je "heterogena" jer robe i usluge turistima pružaju raznorodni gospodarski subjekti. No, svim tim gospodarskim subjektima turizam daje zajednički smisao i ekonomsku osnovu, pa se stoga njihova aktivnost, kada se radi o turizmu, može smatrati turističkim gospodarstvom, turističkom industrijom, drugim rječima, posebnom granom gospodarstva.

Suprotno stajalište zauzimaju oni koji smatraju da veza između turizma i gospodarstva proizilazi samo iz akta potrošnje i veličine potrošnje turista. Ta se potrošnja ostvaruje u poznatim, postojećim, samostalnim gospodarskim oblastima i granama i njihovim poduzećima (a prema postojećim i prihvaćenim klasifikacijama), koji su postojali i koji će uvijek postojati, kakve god definicije turista i turizma bile. Za tržišno gospodarstvo turist je samo potrošač i ništa drugo. Tržišno gospodarstvo uopće ne treba još i neko posebno ime, posebni naziv za jednu vrstu potrošača.

To drugo gledište, s pravom ukazuje prof. Antunac je pravilno, a ono prvo je, kao posljedica zamjene teza, potpuno pogrešno, premda je u dnevnoj upotrebi češće.

### ***1.3.5.1. Turističke usluge***

Kada se izučava razvojna problematika turističke djelatnosti, svakako treba razmotriti sve ekonomske funkcije turizma jer one direktno doprinose razvoju kako same pojave, tako i njenom interakcijskom djelovanju unutar i izvan nacionalne ekonomije. Većina turističkih stručnjaka smatra da je za razvoj turizma u nekoj receptivnoj zemlji bitno da raspolaze pogodnom gospodarskom osnovom te da svoju aktivnost pretežno usmjeri na razvoj osnovnih razvojnih faktora, tj. na investicije kao materijalni faktor proizvedenog društvenog bogatstva i na zaposlenost radnih ljudi u toj oblasti. Međutim, za razvoj svake djelatnosti, a posebno turističke, analiza bi bila nepotpuna da ne obuhvaća i subjektivni faktor proizvodnih snaga, tj. radne ljude u toj djelatnosti. Subjektivni faktor je naročito značajan upravo u turističkoj djelatnosti gdje u ukupnoj vrijednosti proizvoda i usluga prevladava novostvorena vrijednost odnosno živi ljudski rad na račun prenesene vrijednosti. To proizlazi iz samog karaktera turističke djelatnosti gdje dolazi do direktnog kontakta između turističkih proizvođača i turističkih potrošača, a predmet razmjene su usluge i novčana protuvrijednost za njih. Kako su usluge dominantne u tom procesu, to se turizam ubraja u tercijarne djelatnosti, a analiza zaposlenosti ima izuzetno značenje. Jedna od najznačajnijih ekonomskih funkcija turizma proizlazi iz činjenice da je turizam pretežno uslužna djelatnost. U ugostiteljstvu, prometu, trgovini, turističkom posredovanju, zanatstvu itd., tj. u djelatnostima koje čine turizam, prevladavaju usluge koje svrstavaju ovu djelatnost u tercijarni sektor. Drugim riječima, u turizmu je veliko značenje živog ljudskog rada u gospodarskom procesu. Turističko poslovanje u principu se odvija u direktnom kontaktu između proizvođača turističke usluge i

---

<sup>144</sup> Antunac, I., op.cit. str. 95



njenog potrošača – turiste. To znači, ukoliko se povećava masa turista potrošača, u pravili treba da se povećava i masa turističkih proizvođača.

Proizvode i usluge turistima pružaju "treći", samostalni gospodarsko-tržišni subjekti, kao i neki subjekti nelukrativnog sektora. Ti subjekti, njihovi proizvodi i njihove usluge imaju svoja imena i nazive. Jednom je to ugostitelj sa svojom uslugom, hotelijer s hotelijerskom uslugom, prijevoznik s prijevoznikom uslugom (prometnom, transportnom), trgovac s trgovačkom uslugom, i tako redom.

Jasno je da ne može turist sam sebi niti turizam turistima pružiti turističku uslugu jer takva usluga ne postoji. Postoji samo usluga pržena turistima od "trećih" poslovnih i tržišnih subjekata, kao i od netržišnih subjekata.

Nema sumnje da je radi eufonije (blagozvučja) lakše izreći turistička usluga nego usluga turistima. No, to se može tolerirati samo ako onaj tko je to izrekao, kao i onaj kome je to rečeno zna da se zapravo radi o uslugama turistima. Ako se to ne zna, nastaje mnogostruka konfuzija u izrazima kao što su: turističko ugostiteljstvo, turističko hotelijerstvo, turistička trgovina, turistički promet (transport) i slično.

Tada upotreba pridjeva turistički postaje zaista "kamen mali – smutnje velike".<sup>145</sup>

### ***1.3.5.2. Proizvođači roba i usluga za turiste kao podsustavi turističkog sustava***

Koncem šesdesetih i početkom sedamdesetih godina prošlog stoljeća teoretičari i znanstvenici u turizmu započeli su živu raspravu o posebnom, specifičnom turističkom proizvodu. U većini rasprava se tvrdilo i dokazivalo postojanje posebnog, samostalnog turističkog proizvoda. Zastupnici tog stajališta nisu, međutim, uspjeli pronaći i imenovati konačnog proizvođača tog proizvoda. Morali su priznati da je taj zamišljeni turistički proizvod zapravo suma (zbroj) posebnih proizvoda i usluga raznih proizvođača i pružatelja usluga na tržištu, kao i da ti proizvođači i njihovi proizvodi te pružatelji usluga i njihove usluge imaju svoje nazive u kojima se turizam ne spominje. A ne spominju se stoga što su ti proizvodi i usluge namjenjeni svakom potrošaču, a ne samo onom koji se ( zbog posebnih razloga) naziva još i turist.

Da bi doskočili tom argumentu, zastupnici postojanja samostalnog, specifičnog turističkog proizvoda postavili su tezu: ti raznorodni proizvodi i usluge različitih tržišnih subjekata postaju turističkim proizvodima samo u onom dijelu u kojem ih troše i njima se koriste turisti. Naravno, takva je teza potpuno pogrešna, a moglo bi se reći i neozbiljna, ako se radi o teorijsko-znanstvenom istraživanju i raspravljanju. A sam izraz turistički proizvod ostao je i postao samo sredstvom figurativnog (ne teorijsko-znanstvenog) prikaza i raznolike i šarolike ponude potrebne za zadovoljenje želja i potreba putnika-turista.

Dakle, i tu susrećemo svojevrsnu zamjenu teza kojom se potrošnja tretira kao proizvodnja.<sup>146</sup> I mi ćemo u našem nabranju i objašnjavanju sustava turizma i njegovih podsustava koristiti, ali isključivo figurativno, izraz «turistički proizvod». Prema tome, naš «turistički proizvod» ili bolje reći proizvođači roba i usluga za turiste koji čine podsustave turističkog sustava sastoje se iz sljedećih podsustava:

---

<sup>145</sup> Antunac, I., op.cit. str. 96.

<sup>146</sup> Antunac, I., op.cit. str. 98.

## 1. Podsustav turističko ugostiteljstvo i putničke agencije

Prema postojećim klasifikacijama ugostiteljstvo i turizam klasificirani su zajedno sa trgovinom.<sup>147</sup> Takva klasifikacija ima nekoliko nedostataka, a pogotovo sa stanovišta proučavanja kompleksa turizma ne može se prihvatiti. Nedostaci su uglavnom u ovome:

a) Razvojem turizma sve više se diferencira sve značajniji sektor a to je turističko ugostiteljstvo i hotelijerstvo sa specifičnim objektima, razdobljima poslovanja, karakteristikama prometa i sl. Taj sektor treba potpuno odvojiti od trgovine jer imaju malo toga zajedničkog, a vrlo su značajni u ukupnim turističkim poslovnim transakcijama. Za potrebe analize međusektorskih odnosa koji nastaju uslijed turističkog prometa, potrebno je čak unutar sektora ugostiteljstva odvojiti utjecaje turističkog ugostiteljstva od stalnog ugostiteljstva. Iako je praktički to teško izvesti zbog nedostataka odgovarajućih podataka, ipak se može postići bilo indirektnim putem, procjenama ili izvornim istraživanjem.

b) Turizam nije jedna grana nego u sferi ponude predstavlja kompleks nekoliko komponenata sa svim njihovim uzročnostima i odnosima (složeni ekonomski sustav). Pojam turizma se proteže i na potražnju gdje predstavlja jednu određenu pojavu i kretanje na tržištu.<sup>148</sup>

Ova klasifikacija može se odnositi na turističke agencije i druge slične turističke organizacije, s uskim i specifičnim poslovanjem, što se ne može poistovjetiti s pojmom turizma.

Zbog toga su ovdje kao posebni sektori izdvojeni:

- turističko ugostiteljstvo (ovdje se koristi kao uvjetni termin), a odnosi se na ono ugostiteljstvo koje koriste samo turisti, tj. bez ostalog ugostiteljstva kojeg koristi domicilno stanovništvo i poslovni ljudi /posebno hotelijerstvo/;
- turističke agencije i dr. turističke organizacije.

Nadalje, za sektor turističkog ugostiteljstva je značajno da su njegovi inputi ( $\sum x_j$ ) znatno veći nego outputi ( $\sum x_i$ ), uz vrlo veliku finalnu potrošnju ( $Y_i$ ). To znači da turističko ugostiteljstvo dajući svoje proizvode i usluge relativno malo sudjeluje u reprodukcionalnoj potrošnji ostalih sektora, ali da istovremeno prima veliku masu proizvoda i usluga iz drugih sektora koje prerađuje i daje kao svoje usluge finalnoj potrošnji, tj. turistima.

Slično je u sektoru trgovine, ali ipak postoje razlike jer su u njoj kao outputi iskazane marže za druge sektore, a u ugostiteljstvu stvarne usluge ali samo za turiste.

Turističke agencije također uglavnom rade za finalnu potrošnju (turiste) uz relativno male inpute i outpute u okviru reprodukcione potrošnje.

## 2. Prometni podsustav

Promet je sastavni dio turističkog proizvoda. Kao što je nezamisliva proizvodnja bilo kojeg proizvoda bez vezivnog materijala, tako bi i turizam bio nemoguć bez prometa koji je u turizmu poveznica brojnih aktivnosti prije putovanja, nositelj samog putovanja od emitivnih do receptivnih područja i obrnuto, osnova pokretljivosti u destinaciji te nezaobilazni činitelj i nakon putovanja. Kada se s takvog stajališta razmatra promet i njegova uloga u turizmu, radi boljeg razumijevanja, nužno je promet razlučiti na prijevoz i komunikacije.

Na prijevoz bi se odnosio osnovni ili glavni promet, ili prijevoz od mjesta stalnog prebivališta do mjesta privremenog prebivališta i dakako prijevoz u obrnutom smjeru te promet odnosno prijevoz u destinaciji. Sav taj promet (prijevoz i komunikacije) omogućuje ostvarenje turizma i utječe na opći utisak turističkog pothvata svakog pojedinca.

---

<sup>147</sup> Tako prati i službena statistika.

<sup>148</sup> To proizlazi iz već poznatih definicija turizma.

Turizam je izuzetno složena pojava i kada se promatra s gledišta turisti – promet, jer taj odnos nije jednoznačan. Štoviše, on je višeznačajan a opredjeljuje ga složenost strukture turista, dakle osoba koje se uključuju u turističke tijekove.

Da bi bio jasnije istaknut problem turizma i prometa u Hrvatskoj, obrađuje se osnovni promet, dakle onaj dio prometa kojim se turisti služe u dolasku na odredište.

Cestovna infrastruktura ima svoju težinu u hrvatskom i inozemnom turizmu. Razumije se da njezina uloga dolazi do izražaja u turizmu općenito i svekolikom životu Republike Hrvatske. Središnje je dakle pitanje, koje traži precizan odgovor u odnosu na cestovnu mrežu u Hrvatskoj i hrvatski turizam, te kojom mjerom odvagnuti «težinu» cesta.

To pitanje stalno je na dnevnom redu u hrvatskoj političko- ekonomskoj praksi, a odgovor bi se mogao sažeti u jedan slogan: «hrvatski turizam ovisi o izgradnji cesta.

No, je li to baš tako? U odgovoru na takvo pitanje treba poći od znanstveno dokazanih istina:<sup>149</sup>

1. Cestovna infrastruktura ne može sama po sebi biti učinkovit poticatelj ekonomskog razvoja, pa ni razvoja turizma; ona je jedan od činitelja koji samo omogućuju razvitak
2. Cestovna infrastruktura ne može «preslikati» razinu svekolikog ekonomskog razvitka neke zemlje
3. Razvoj svake djelatnosti, pa i turizma ovisi o cjelokupnom razvoju zemlje; njezinom unutarnjem političkom, ekonomskom, pravnom sustavu
4. Ulaganja u ceste su u pravilu ogromne investicije, kojih onda nedostaje za druge potrebe
5. Razvoj turizma ovisi od konkurentnosti turističkih usluga, politike prodaje, privlačnosti destinacija, itd.

Unatoč tome što hrvatski cestovni sustav zaostaje desetljećima iza razvijene Europe, Hrvatska je ostvarila visoku stopu rasta u turizmu. Vjeruje se da će ta stopa rasta biti veća završetkom izgradnje autocesta po Hrvatskoj, a posebno Zagreb - Split - Dubrovnik i Zagreb – Rijeka.

Saobraćaj u svim njegovim oblicima veoma je prisutan u turističkim kretanjima. Međutim kada se promatra sa stanovišta jedne regije onda iz razmatranja treba isključiti tzv. «veliki saobraćaj», odnosno one vrste prijevoznih sredstava koji dovode turiste na odredište i predstavljaju samo sponu između inicijalnih i receptivnih područja. To znači da se gotovo sve međusektorske transakcije u okviru «velikog saobraćaja» događaju izvan granica uže regije i zato ga treba izdvojiti.

Zbog toga se udio saobraćaja u ukupnim međusektorskim transakcijama turističke privrede na regionalnom nivou znatno smanjuju, što ne znači da je to pojava ako se saobraćaj promatra i na nivou ukupnog hrvatskog turizma.

Promjena mjesta ljudi i dobara jedna je od osnovnih potreba ljudskog društva. Stoga je transport postao dio uvjeta egzistencije ljudi na našoj planeti, bez saobraćaja kao i bez proizvodnje nije moguće postojanje organiziranog i razvijenog ljudskog društva. Danas više nije moguće zamisliti ni slabo razvijenu zemlju bez priličnog djelovanja različitih oblika transporta.

Što je društvo razvijenije i potrebe za prijevozima naglo rastu a iskustvo pokazuje da promet kao popratna pojava saobraćajne djelatnosti u razvijenom društvu raste znatno brže od proizvodnje.

Promet je posljedica, odnosno popratna pojava transportne djelatnosti, bilo u smislu kretanja transportnih sredstava, bilo u smislu boravka transportnih sredstava u mirovanju, bilo u obliku rezultata izvršene transportne djelatnosti.

---

<sup>149</sup> Turizam, br. 2/01, str. 29

Za život i postojanje ljudskog društva, promet odnosno transport ima odlučujuću važnost, on je krvotok svijeta.<sup>150</sup>

Svakodnevno prenosi velike količine tereta, veliki broj ljudi i vijesti u svim pravcima na male i velike udaljenosti, na sve strane svijeta.

Bez transportne djelatnosti nebi bila moguća cirkulacija dobara, pa bi i sama proizvodnja postala bezpredmetna jer nebi bilo dovoza sirovina niti odvoza gotovih proizvoda. Ljudsko društvo je nezamislivo bez transportne djelatnosti.

Kako bi izgledali veliki gradovi bez autobusnog prometa, poslovanje bez telefona, velika područja bez željezničkog prometa, povezanost djelovanja gospodarstva i pojedinca bez poštanskog prijenosa pisama ili brzo i mnogobrojno zaključivanje ugovora bez prilike da poslovni ljudi avionima prijeđu daleki put radi pregovora i da se isti dan vrate u svoj ured.

Posebno je još pitanje odmora i turizma milijuna ljudi što u kraćem vremenu žele stići stotine kilometara daleko u druge klimatske zone i na kraju se sa što manje zastoja vratiti u svoje boravište.

Suvremeni čovjek dvadesetog stoljeća živio je sa saobraćajem, s pomoću saobraćaja, kroz saobraćaj i u saobraćaju, tako da je saobraćaj postao dio njegove osobne opće naobrazbe i njegovog pogleda na svijet. Jednostavno rečeno čovjekov život bez saobraćaja je nezamisliv. Promet i turizam su međusobno povezani i ovisni jedan o drugome.

Od trenutka pojave turizma kao organizirane aktivnosti, znatan dio prometnog razvitka usmjeren je na zadovoljenje turističkih potreba.

Bez prometa bi bilo nemoguće ostvariti turizam.

Da bi ljudi stigli iz jedne destinacije u drugu potreban je neki prijevoz odnosno promet, zato razlikujemo: cestovni, željeznički, zračni i pomorski promet, svi oni povezuju destinacije i dio su turizma .

### **a) Cestovni promet i turizam**

Cestovni promet ima veliku važnost u turizmu i turistička ponuda bez automobila, autobusa i drugih sredstava cestovnog prometa bila bi teško izvediva .

Cestovni promet je izuzetno elastičan jer omogućuje izbor vremena početka i završetka putovanja, rute kojom će putovati od polazišne do odredišne točke, vremenu i lokaciji usputnih postaja itd.

U turizmu cestovna su vozila nositelji povezivanja emitivnog i receptivnog područja tj. sastavni su dio turističkog proizvoda a to mogu zahvaliti prometnoj infrastrukturi koja omogućava sve veće brzine, veću propusnu moć zbog većeg broja propusnih traka, veću udobnost zahvaljujući objektima za snabdjevanje i odmor koji su dio cestovne infrastrukture.

Osim toga cestovni promet čini dostupnim i one destinacije koje nisu dostupne drugim prometnim načinom.

Cestovnom infrastrukturom obuhvaćeni su svi građevinski objekti koji sudjeluju u prometnim tokovima: prometnice, mostovi, tuneli, podvožnjaci, nadvožnjaci, signalizacija, odmorišta itd.<sup>151</sup>

Prilikom utvrđivanja uloge cestovne infrastrukture za turizam ne treba izostaviti autobusne terminale.

---

<sup>150</sup> Mrnjavac, E.,(1992.), Promet u turizmu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, str.32.

<sup>151</sup> Ibid., str. 31

Pod autobusnim terminalom podrazumijevamo početno – završne točke autobusnog prometa, treba ga razlikovati sa autobusnim kolodvorom koji raspolaže isključivo površinom za prihvat autobusa i uredom za prodaju karata.

Autobusni terminal raspolaže: površinama za prihvat autobusa, prostorima za pranje i čišćenje autobusa, radionicama za manje popravke, zatvorenim prostorima za putnike dok čekaju na početak putovanja, ugostiteljskim i trgovinskim uslugama, informativnom službom, službom za prodaju karata, prostorima za prihvat gradskih autobusa, taxi vozilima sl. Prilikom odabira lokacije prednost bi trebalo dati blizini ostalih prometnih grana, jer se time olakšava presjedanje s jednog prometnog sredstva na drugo.

Kvaliteta cestovne prometnice osim građevinsko – prometnih značajki kao što su propusna moć, broj voznih traka u oba smjera, radijusi zakrivljenosti, veličina uspona, nagib trase, signalizacija i slično, bitno pridonose prateći objekti odnosno odmorišta.

Odmorišta služe za okrijepu turista a postoje određeni kriteriji na kojoj međusobnoj udaljenosti se objekti trebaju nalaziti i koje sadržaje trebaju ponuditi.

A to su: opskrba gorivom, informativna služba, usluga popravka vozila, javne telefonske govornice, ugostiteljski sadržaji, trgovinski sadržaji, usluga smještaj, toalet i slično.

Njihova funkcija čini ih vrlo značajnim u podizanju opće razine kvalitete cestovnog prometa u turizmu, često nude i karakteristične turističke sadržaje i tako predstavljaju efikasan oblik promocije turističkog proizvoda i turističke destinacije.

## **b) Zračne luke i zračni promet i turizam**

Zračni je promet na drugom mjestu u izboru prometne alternative inozemnih turista prilikom dolaska u Hrvatsku. U većoj ga mjeri koriste turisti koji u organiziranim angažmanima, dakle posredstvom turističkih agencija, borave u hotelu.

Sam prijevoz turista do zrakoplovnih luka na jadranskoj obali i otocima nije problematičan. Važnu ulogu u zračnom prijevozu do receptivnih područja imaju i zračne luke. One su podsustav sustava zračnog prometa i o njihovim mogućnostima ovisi funkcioniranje toga u hrvatskom turizmu visoko zastupljenog oblika prijevoza. Na teritoriju Hrvatske devet je međunarodnih zračnih luka.

Zračni promet je najmlađa prometna grana u prometnom sustavu.

Za razliku od cestovnog i željezničkog prometa, zračni promet ne iziskuje gradnju infrastrukture na prijevoznim pravcima, potrebno je samo izgraditi početno – završne točke odnosno aerodrome.

One su međusobno povezane zamišljenim rutama, koje se razlikuju po visini i smjeru, a garantiraju sigurnost leta rastućem broju komercijalnih, vojnih, izviđačkih i ostalih tipova zrakoplova.

Zračne luke zapremaju velike površine, i zbog toga su često dosta udaljene od grada, što podrazumijeva neophodnost upotrebe neke druge prometne grane za prijevoz od i do zračne luke, najčešće je to cestovni promet.

U zračnom prometu razlikujemo linijski promet, charter promet i promet vlastitim zrakoplovom.

Linijski prijevoznici su u pravilu velike organizacije, sa znatnom financijskom snagom budući da je nabavka zrakoplova vezana uz velike investicije. Prodaju putnih karata može se povjeriti agenciji, drugom prijevozniku ili vlastitoj mreži agencija.

Charter promet bazira se na višem stupnju popunjenja zrakoplova 80 – 90 % u usporedbi sa linijskim prometom, a koristi se najčešće u turističke svrhe, te nudi niže razine kvalitete prometne usluge:<sup>152</sup>

---

<sup>152</sup> Mrnjavac, E., /2002/, “ Promet u turizmu”, Fakultet za turistički i hotelski menadžment , Opatija, 2002., str.106

Za charter promet neophodna je suradnja zračnog prijevoznika i turističke agencije. Istražujući turističko tržište agencija će uočiti povećanu potražnju za prijevozom na određenoj relaciji, a zračni prijevoznik će obaviti prijevozničku funkciju.

Promet zrakoplovima ne bi bio izvediv bez zračne luke. Zračna luka obuhvaća: poletno-sletne staze, manevarske površine, površine za mirovanje zrakoplova, objekte, uređaje i postrojenja sigurnosti leta, servisne uređaje za zrakoplove, objekte i opremu za prihvat putnika, objekte i opremu za prihvat tereta, površine za prihvat sredstava ostalih prometnih grana, i pristupne prometnice.

### **c) Željeznički promet**

Turisti iz inozemstva u dolasku na hrvatsku jadransku obalu rijetko koriste željeznicu. Tek približno svaki pedeseti dođe tim oblikom prijevoza, što bi se moglo objasniti nezadovoljavajućom prometnom uslugom hrvatskih željeznica.

Temeljni je razlog marginalne uloge željeznica u prijevozu turista, njezin konkurentski položaj na prijevoznom tržištu. Naime, klasična željeznica ne može konkurirati cestovnom i zračnom prometu, pa je turisti zaobilaze opredjeljujući se na oblik prijevoza koji može u većoj mjeri zadovoljiti većinu njihovih izbirljivih i složenih zahtjeva.

Javno raspoloženje već stvoreno u Europi koje dobiva sve više pristalica i razumijevanje vlada, za stvaranje humanijih i zdravijih uvjeta za život, pogoduje razvoju željezničkog prometa. Taj oblik prijevoza povoljan je s energetskog motrišta, ali njegove prednosti osobito dolaze do izražaja u zaštiti okoline od ispušnih plinova, buke, potrebnom prostoru za izgradnju željezničkih pruga.

### **d) Pomorski promet i turizam**

Pomorski promet je jedna od najstarijih i najznačajnijih prometnih grana, kojom su otkriveni nepoznati dijelovi kopna te organizirani prijevozi putnika do prekomorskih destinacija.

Nezamjenjiva je njegova uloga u svjetskim robnim tijekovima, kao nositelj robne razmjene i gospodarskog razvitka, no, u putničkim tijekovima ograničena je na linijski servis na kraćim udaljenostima, kružna putovanja i izlete. Kružna putovanja (Cruise passengers) ili bolje reći turisti koji kružnim putovanjem posjećuju Hrvatsku postaju sve značajnij i interesniji kao skupina visoko platežnih gostiju za koje je potrebno formirati i specifičnu ponudu i neophodnu infrastrukturu. (Dubrovnik; Split; Hvar; Zadar; Pula; Rijeka).

Osnovno prometno sredstvo u pomorskom prometu je brod, raspolaže velikim kapacitetom, malom brzinom, niskim prijevoznim troškovima i elastičnošću u odabiru rute između početne i završne luke.

Brod je najsigurnije prometno sredstvo, a sigurnosni standardi se stalno povećavaju konstrukcijskim poboljšanjima, učinkovitijom organizacijom radnih procesa na brodu te tijekom putnika.

Općenito u svjetskoj floti prevladavaju putnički brodovi, katamarani i hidrogliseri koji su namjenjeni turističkim putovanjima, a u upotrebi su i trajekti za prijevoz putnika i automobila.

Podsustav pomorskog prometa osim brodova obuhvaća i infrastrukturu, odnosno luke, signalno-sigurnosne uređaje i plovne kanale.

### **Promet kao usluga u turizmu**

Promet je sastavni dio turističke ponude i potražnje, zbog kojeg se turisti odlučuju za određeni oblik turističkog proizvoda, a može biti i samo sastavnica turističkog proizvoda koja omogućava prijevoz iz jedne destinacije u drugu.

Cestovni promet je najčešći oblik prijevoza turista.

Autobusni izleti su najrašireniji oblik turističkog proizvoda, raširen po cijelom svijetu, uz različite turističke sadržaje kao što su: posjet sajmovima, sportskim manifestacijama, kazališnim predstavama, koncertima itd.

Mogu biti namjenjeni turističkom tržištu, odnosno individualnom korisniku, ili izleti za zatvorene grupe korisnika kao što su dječji vrtić, škole, poduzeća itd.

Višednevna putovanja autobusom su također vrlo popularna, raspolažu raznolikim turističkim sadržajima, organiziraju ih turističke agencije kombinirajući turističku sa prijevoznikom funkcijom.

Jedan od oblika cestovnog prometa u turizmu jesu panoramski prijevozi autobusima i specijalnim vozilima u turističkoj destinaciji, odlikuju se velikom pokretljivošću, a najčešće su to mini autobusi sa velikim staklenim površinama ili turistički vlakovi.

Pored ovih oblika prijevoza u turističkoj destinaciji možemo i iznajmiti neka cestovna vozila, kao što su: automobili, motocikli, skuteri, bicikli te nam oni omogućavaju da sami kreiramo svoje putovanje i boravak u turističkoj destinaciji prema svojim željama.

U povezivanju turističke potražnje i ponude, ali i drugim oblicima turističke ponude sudjeluje i željeznički promet.

Na području nacionalnih parkova, safari parkova i drugih zaštićenih dijelova prirode rasprostranjeni su panoramski prijevozi željeznicom, željeznica je zbog električnog pogona ekološki prometni sustav, te je stoga na područjima koje treba zaštititi, ali i učiniti dostupnima turistima njena uloga vrlo velika

Kao dio turističke ponude neke destinacije nude i prijevoz žičarama, uspinjačama i prijenosnicama.

Žičare su prijevozna sredstva za kraće udaljenosti, strme reljefne konfiguracije, na kojima se ne mogu koristiti druga prijevozna sredstva, te za velike prometne tijekove.

Najčešće se koriste na skijalištima u obliku vučnica, žičare sa sjedištima, žičare sa kabinama i zračnog tramvaja, ali mogu biti i u gradskim jezgrama kao gradske žičare ili uspinjače.<sup>153</sup>

Zračni promet je radi svog razvitka jedan od glavnih prometnih grana u povezivanju turističkih destinacija, posebno onih na velikim udaljenostima, na drugim kontinentima.

Bez obzira radi li se o linijskom ili charter letu, zračni promet ima vrlo značajnu ulogu u povezivanju receptivnog i emitivnog tržišta, može biti i kombinirani turistički proizvod uporabom sredstava drugih prometnih grana, autobusa, vlaka i broda.

Osim linijskog prometa u zračnom prometu djeluje i promet po posebnim potrebama u funkciji obogaćivanja turističke ponude destinacije, a nazivamo ih panoramski letovi.

Turistima se nudi razgledavanje destinacije iz zraka što je vrlo atraktivno, može nuditi i druge oblike prometa prema posebnim zahtjevima kao što su: fotografiranje, snimanje, padobranski skokovi i drugo.

U povezivanju destinacija na prekomorskim relacijama razvijen je pomorski promet. Najčešće su to kružna putovanja brodovima, a mogu biti međunarodna ili u teritorijalnim vodama. Najznačajnija područja jesu: Karibi, Mediteran, Sjeverna Europa, Daleki Istok i Aljaska, trajanje putovanja je 7-14 dana, a turistička ponuda je uživanje u moru i suncu te posjet kulturno- povjesnim znamenitostima.

Izleti brodovima su kraća putovanja, koja najčešće traju jedan dan, odvijaju se na malim brodovima, i nude uživanje u prirodnim ljepotama uz niske cijene.

Panoramski prijevoz je dosta rasprostranjen u turističkim središtima, tu spada: razgledavanje morskog dna, arheoloških nalazišta, nacionalnih parkova, gradova i luka.

---

<sup>153</sup> Tonković, K., /1981/, "Promet u više razina", Školska knjiga, Zagreb, str.82.

Specifičan oblik turizma je nautički turizam, koji djeluje kao samostalni turistički proizvod, a zasniva se na plovidbi i boravku u specijalnim brodicama ili jahtama koje mogu biti unajmljene ili u vlasništvu korisnika.

Za razvitak ovog oblika djelatnosti važne su infrastrukture na obali mora s odgovarajućom opremom, a nazivamo ih marine.

Marine su namjenjene: prihvatu i čuvanju plovila, pružanju ugostiteljskih usluga, trgovinskih usluga, sportsko-rekreacijskih usluga, usluga opskrbe i slično.

### 3. Podsustav poljoprivrede

Udio i utjecaj poljoprivrede u turističkom gospodarstvu je vrlo velik i zato je neophodno dezagregiranje ovog sektora na njegove najznačajnije elemente. Turizam, prema definiciji čini globalno tržište. Preko tog se tržišta globaliziraju domaći, posebno prehrambeni proizvodi. Te okolnosti omogućuju zaključak «prema kojemu su poljodjelstvo i turizam točke globalne gospodarske konvergencije»<sup>154</sup> Prema tome turizam shvaćen kao prostor globalne tržišne interpretacije ekonomskog procesa, postavlja poljoprivredi složene kriterijalne zahtjeve. Na prvom mjestu to se odnosi na zahtjev glede cijena, odnosno obavezne primjene svjetske cijene. Isto tako zahtjev prema poljoprivredi koji se odnosi na kvalitetu proizvoda, stabilnost opskrbe i originalnost proizvoda. Poljoprivreda prema turizmu postavlja zahtjeve za afirmacijom domaće ponude i specifične originalne domaće marke proizvoda, te uključivanje u jedinstven turističko-poljoprivredni sustav i cjelovit prehrambeno - prerađivački kompleks i njegov razgranati lanac.

Iz oblasti poljoprivrede obuhvaćene su najčešće ove grane:

- Povrtlarstvo
- Ratarsrtvo
- Voćarstvo
- Vinogradarstvo
- Stočarstvo
- Ribarstvo

Uzeto je u obzir da se outputi poljoprivrede rasprostiru na tri osnovna načina:

- značajan dio poljoprivredne proizvodnje koristi se kao reprodukciona potrošnja u tom sektoru;
- preko trgovinske mreže za druge sektore i finalnu potrošnju;
- direktnim isporukama drugim sektorima u finalnoj potrošnji.

Posljednja dva načina isporuke međusobno se isprepliću i praktički ih je veoma teško izdvojiti.

Iz toga proizlaze daljnji problemi jer treba utvrditi «cijenu proizvođača», «cijenu kupca» trgovinsku maržu i dr, te ih na odgovarajući način uklopiti u međusektorsku tabelu, izbjegavajući ponavljanje podataka.

Slični problemi pojavljuju se još u industriji, trgovini i ugostiteljstvu, dok je u ostalim sektorima, s obzirom na njihovu relativno manju važnost i karakteristike poslovanja, to manje izraženo.

Pozicioniranje Republike Hrvatske kao oaze ekoturizma u Europi, dakle zdravom turizmu temeljenom na zdravoj hrani uistinu može biti jedna od objektivno učinkovitijih varijanti razvoja turizma Republike Hrvatske u bliskoj budućnosti kojom se može ostvariti nedvojbeno konkurentna prednost u globaliziranim uvjetima današnjice. Mogućnosti su

---

<sup>154</sup> Lokin, B.,(2000),«Hrvatska 2015.», Golden marketing, Zagreb, str. 230.



razvitka ekološke poljoprivrede, kao odgovora intenzivnoj poljoprivredi koja nedvojbeno prevladava u zemljama Europske unije, uistinu vrlo velike.

S druge strane, stanje je u poljoprivredi i prehrambenoj industriji izuzetno nepovoljno, već i zbog maćehinskoga odnosa mjera ekonomske politike prema tim, uz turizam, nedvojbenim gospodarskim prioritetima. Zato se, empirijski, kao i na temelju postojećih saznanja, može utvrditi da poljoprivreda i prehrambena industrija u Republici Hrvatskoj ne samo da u kvantitativnom i kvalitativnom smislu mogu zadovoljavati potrebe na domaćem tržištu, već i u cijelosti potrebe inozemnih i domaćih turističkih potrošača, a da postoje i velike izvozne mogućnosti. Sve to, međutim zahtijeva promišljenu razradu strateškoga razvoja i razvitka proizvodnje hrane uopće, a zasebno onoga segmenta koji je namijenjen zahtjevnom turističkom tržištu. Valja istaknuti kako računice, primjerice, ukazuju kako izdaci za hranu i piće u svjetskom turističkom prometu iznose oko jedne trećine ukupnih izdataka turista. Naravno, ukoliko je riječ o slojevima stanovništva s nižom kupovnom moći, taj je postotak znatno veći. Međutim, temeljni ekonomski učinci, koji se postižu izvozom proizvoda hrane preko turizma u odnosu na njihov klasičan izvoz, jesu sljedeći:

- jednostavnije ostvarenje deviznoga priljeva u turizmu i drugim komplementarnim djelatnostima
- ostvarenje većih cijena proizvoda hrane
- prodaja raznovrsnih proizvoda hrane koji se inače zbog slabe kvalitete, kvarljivosti, nekonkurentnosti i sl. ne bi mogli izvoziti
- prodaja proizvoda hrane više faze prerade
- veći devizni učinci
- nadvladavanje svih oblika agrarnoga protekcionizma
- mogućnost realiziranja poreza na dodanu vrijednost, trgovačke marže, turističke rente i sl.
- odsustvo raznih diskriminacijskih mjera
- smanjenje dijela troškova (pakiranja, prijevoza, kondicioniranja, manipulacije proizvoda i slično)
- odsustvo poslova vezanih za ugovaranje izvoza
- mogućnost ekonomskoga vrednovanja prirodnih i društvenih atraktivnosti turističke ponude
- dugoročnija stabilnost poslovanja itd.

Zato se dio gospodarstva i gospodarskih subjekata Republike Hrvatske koji (ne)izravno sudjeluje u proizvodnji hrane mora restrukturirati, što se ponajprije odnosi na proizvodnu strukturu koja mora biti sukladna potrebama domaćeg tržišta, uključivo i potrebama turističkoga tržišta te potrebama stvarnih i potencijalnih izvoznih tržišta. To, empirijski govoreći, znači barem uvjetno smanjivanje proizvodnje osnovnih ratarskih kultura (pšenice i kukuruza, ponajprije) te industrijskoga bilja (suncokreta i uljane repice, ponajprije) u korist, primjerice, hmelja i soje, vinove loze, a osobito povrća i voća. Jednako tako, potrebno je nastojati povećavati proizvodnju sjemenskih kultura, cvijeća i ljekovitoga bilja. Osobito bitne zahvate neophodno je učiniti na području stočarstva, gdje se vjerojatno treba vratiti u Europi osobito razgranatom jeftinijem uzgoju pašnim i stajsko-pašnim načinom, kako u govedarstvu, tako i u ovčarstvu i kozarstvu. Također je potrebno snažno utjecati na uzgoj divljači, ali i slatkovodnih i morskih riba, kao i ostalih plodova mora. Kako bi se ovi ciljevi postigli, neophodno je, prije svega, povećavati robnost poljoprivrede, odnosno povećavati sposobnost poljoprivrede da stvara tržišne viškove, što se u prvom redu može postići povećanjem poljoprivrednih površina i povećanjem proizvodnje hrane, povećanjem proizvodnosti rada, većom racionalizacijom i boljom organizacijom, izmjenom strukture proizvodnje, zamjenom i uklanjanjem uvoza, te marketinškom orijentacijom gospodarskih subjekata u proizvodnji hrane.

Pri zaključivanju o do sada izloženom, možemo istaknuti sljedeće:

- a) izvozom proizvoda hrane preko turizma, moguće je ostvariti značajne devizne učinke
- b) u Republici Hrvatskoj potrebno je ostvariti takvu proizvodnju hrane koja će biti u stanju podmirivati redovitu potrošnju stanovništva i potrebe izvoza klasičnim putem te podmirivati potrebe inozemnih potrošača turističkih proizvoda (odnosno potrebe izvoza preko turizma).

#### **4. Podsustav industrije**

Iako je ova gospodarska oblast s najviše grana, u turističkom sustavu najčešće su prisutne i zastupljene:

- proizvodnja i prijenos električne energije
- proizvodnja i prerada nafte
- proizvodnja papira
- tekstilna industrija
- industrija kože i obuće
- industrija gume
- prehrambena industrija
- grafička industrija, novinska i izdavačka djelatnost
- industrija duhana
- filmska industrija

Od navedenih industrijskih grana, neusporedivo najveći udio u turizmu ima prehrambena industrija (uključujući i proizvodnju pića i napitaka) koja uz poljoprivredu daje osnovne «sirovine» ugostiteljstvu.

Hrana ima strateško značenje u gospodarstvu svake zemlje. Istodobno, ona ima i vrlo veliku specifičnu težinu u uspostavljanju kvantitativno i kvalitativno zadovoljavajuće turističke ponude i nedvojbeno ima i imati će veliko značenje za razvitak turizma Republike Hrvatske u budućnosti. Dakle, i današnje suvremeno turističko tržište zahtijeva kvalitetan i razmjerno standardiziran vid ponude proizvoda hrane. U tom bi pravcu valjalo poduzeti i korake na postavljanju "industrijske" i u kvalitativnom smislu standardizirane ponude proizvoda hrane. Tako osmišljavanje određenoga broja jela koja bi imala svojevrsan CRO-image, kao eksponent identiteta vlastite nacionalne kuhinje (ethnic food) postaje neminovnost. Treba, naime, imati u vidu kako su inozemni potrošači turističkih proizvoda vrlo zahtjevni, ali istodobno i izbirljivi potrošači, prije svega zahvaljujući svojoj razmjerno većoj kupovnoj moći. Počinje preovladavati potražnja za visokokvalitetnom, visokodiverzificiranom zdravom, prirodnom i biološki punovrijednom hranom, po mogućnosti, s poznatom markom kao jamstvom kvalitete. Važno je, međutim, istaknuti, kako suvremeni turizam koji je prerastao iz pasivnoga u aktivni, odnosno u turizam doživljaja i avantura, zahtijeva i značajne promjene u načinu ishrane potrošača turističkih proizvoda. Sve više dominira "ishrana u hodu" ili "s nogu", zatim upotreba konfekcioniranih, polugotovih i gotovih proizvoda hrane koji zahtijevaju vrlo malo napora prigodom pripremanja (u kampovima, na izletima i sl.), kao i upotreba specijalne ishrane (dijabetičarske, dijetetičarske i makrobiotičke). Prema tome, predmet ponude turističkih subjekata osim klasičnih, ali kvalitetnih proizvoda hrane, trebaju biti proizvodi tzv. "prirodno i biološki zdrave hrane", makrobiotički proizvodi, ljekovito i aromatično bilje, ali i hrvatski specifični proizvodi koji bi bili u stanju zadovoljiti, danas uglavnom već značajno iznijansirane potrebe potrošača s visokom kupovnom moći, ali koji, u pravilu, moraju imati vlastitu, i to po mogućnosti autentičnu marku proizvoda. Hranu čine stvari koje čovjek unosi u organizam radi nadoknađivanja utrošene energije i izgradnje tijela. Hranom se smatraju sve vrste namirnica. Namirnice sadrže hranjive tvari u prirodnom stanju. Hrana utječe na čovjekovo zdravlje te na njegove umne i tjelesne sposobnosti, jer gladan i

nedovoljno hranjen čovjek ne može uspješno obavljati razne životne aktivnosti. Zato je hrana osnovna potreba svakog živog organizma i osnovni uvjet za održanje života.

Nakon toga u manjoj mjeri sudjeluju ostale opskrbe industrije (prerada nafte, industrija duhana, grafička industrija, industrija stakla, tekstilna industrija i dr.). Ove grane uključene su u fazi eksploatacije turističkih objekata, dok u fazi izgradnje najviše sudjeluju industrija građevinskog materijala, drvena industrija, mašingradnja, elektroindustrija i dr. Indirektno kroz ove navedene grane sudjeluju još crna i obojena metalurgija, metaloprerađivačka i kemijska industrija.

Bilo bi korisno oblast industrije, koja djeluje u kompleksu turističkog gospodarstva, dezagregirati na najvažnije grane i prikazivati ih u sklopu međusektorske analize. Takav pristup sigurno bi pokazao dominantan utjecaj prehrambene industrija, što potvrđuje da nije neophodno pogotovo na regionalnom nivou sektor industrije dezagregirati.

Slično kao poljoprivreda tako i sektor industrije također plasira svoje proizvode bilo preko trgovine bilo direktnim isporukama drugim sektorima i finalnoj potrošnji ili pak kao vlastitu reprodukciju potrošnju.

## **5. Podsustav građevinarstva**

Svakako da bi jedna znatno više dezagregirana međusektorska analiza trebala obuhvatiti i sektor građevinarstva, ali i sa širim teritorijalnim obuhvatom da se dobije prava slika utjecaja građevinarstva ne samo na tekuće poslovanje, već i na investicionu aktivnost.

Loše osobine uzimanja građevinarstva samo kao podsustava tekućem poslovanju su u tome što međusektorska analiza unač relativno malog udjela sektora građevinarstava u ukupnim transakcijama ne daje kompletan uvid, dok je dobra strana tretiranje odnosa koji proizlaze samo iz tekućeg poslovanja, odnosno faze eksploatacije bez faze izgradnje.

## **6. Podsustav trgovine**

U ovom sektoru obuhvaćeni su:

- c) trgovina na malo
- d) trgovina na veliko
- e) vanjska trgovina

Trgovina kao posrednik između proizvodnje i potrošnje općenito, pa tako i u kompleksu turizma ima poseban tretman. Ona prima proizvode od drugih sektora i dalje ih distribuira dijelovima za reprodukciju potrošnju ili finansijsku potrošnju. U tom procesu na cijenu proizvođača obično se dodaju marže i troškovi trgovine uz porez na dodanu vrijednost da bi se dobila cijena primaoca, što u međusektorskim tabelama treba eliminirati i prikazati cijenu proizvođača.

Trgovinski promet koji se stvara u okviru turističke potrošnje najvećim djelom (oko 80%) odnosi se na trgovine na malo, a zatim na promet trgovine na veliko (oko 18%) i tek neznatno (oko 2%) na vanjsku trgovinu.

To ujedno pokazuje da ne postoji potreba daljnjeg dezagregiranja sektora trgovine na malo, nego da se skoro može poistovjetiti s jednim njenim dijelom, tj. s trgovinom na malo.

Međutim, ako se sektor trgovine promatra u transakcijama širih okvira izvan turističke regije, odnosno na međuregionalnoj i državnoj razini, tada je svakako znatno veći utjecaj na veliko i vanjske trgovine.

U tome se sastoji i jedan od nedostataka međusektorske analize na nivou regije jer obuhvaća samo jedan dio, iako najznačajnijih međusektorskih odnosa sektora trgovine.

To upućuje na potrebu daljnjeg traženja oblika i inteziteta uzajamne međuregionalne povezanosti i potvrđuje tezu o veoma širokom djelovanju kompleksa turizma.

## **7. Komunalna privreda i zanatstvo**

U okviru ovih sektora sa stanovništva međusektorskih odnosa koje izaziva turistička potrošnja potrebno je obuhvatiti:

- u komunalnoj privredi vodoopskrbu, elektroopskrbu, te korištenje kupališta ili gradskih površina za potrebe parkiranja i garažiranja. To su najzačajnije stavke u izdacima turističkih poduzeća bilo koje vrste i zato ih treba posebno pokazivati. Ostale djelatnosti komunalne privrede (uređenje parkova i nasada, gradskih ulica, održavanje čistoće i dr.) nemaju bitnijeg utjecaja. Isto tako ovdje ne treba uzeti u obzir ni stambeno gazdinstvo jer je to problem za sebe;

- u zanatstvu obuhvaćeno je samo uslužno zanatstvo i to onaj dio koji se u turizmu koristi (uglavnom za osobne usluge). Proizvodno zanatstvo, osim nekoliko vrsta «finih» zanata ( filigrani, zlatari i sl ) uglavnom se pojavljuju u fazi izgradnje objekata.

## **8. Podsustav kulturno-zabavnih i sportskih djelatnosti**

### **Turizam i kultura**

Umjetnost, kultura i povijest važni su motivi za putovanja mnogih turista koji posjećuju turističke destinacije i predstavljaju veliku promotivnu snagu destinacije, čak i prema tržišnim segmentima manje osjetljivima na kulturu. Sve to usprkos činjenici što ni država ni turistički sektor nisu dovoljno napravili kako bi se kulturne i povijesne resurse učinili dostupnijima. Razvojem kulturnog turizma riješili bi se mnogi problemi, jer on omogućuje širenje turizma sezonski i regionalno, širenje kulturne potrošnje geografski i društveno te izgradnju identiteta destinacije. Ono što jednu destinaciju čini drugačijom od ostalih jest njena kulturna baština. Stoga naglasak mora biti na tom resursu kao vodećem «proizvodu» destinacije. Svaka destinacija ima specifičan «proizvod» koji zasjenjuje druge i koji predstavlja glavnu privlačnu snagu za turiste. Najčešći je zadatak turističkih organizacija u svijetu prezentirati vlastitu kulturu turizmom. Događaji se koriste kao sredstvo za privlačenje kako stranih tako i domaćih turista i kao rješenje problema diferencijacije «proizvoda» na sve konkurentnijem turističkom tržištu. Oni mogu doprinijeti animaciji statičkih kulturnih atrakcija i stvoriti želju za ponovnim dolaskom, za dolaskom izvan sezone ili želju za dolaskom u netradicionalna područja. Glavni međunarodni događaji postali su ključni element međunarodne turističke promocije. Predstavljaju glavni motiv za ponovni dolazak stranih turista. Festivali i posebni događaji nemaju isti fizički izgled i trajnost kao druge turističke atrakcije, ali jedni i drugi vrlo su važni za privlačenje turista. Takve je događaje tematski moguće kategorizirati kako slijedi: vizualna umjetnost, glazba (ples), kazališne predstave, književnost, opća kultura, folklor, karneval, sport, natjecanja, obljetnice i tradicija. U mnogim gradovima ti događaji predstavljaju važan element turističkog proizvoda, privlače određen segment potrošača i utječu na porast turističkog prometa te pomažu u kreiranju boljeg imidža destinacije, a kada su na razini međunarodnih događaja, utječu na stvaranje imidža cijele zemlje. Bez obzira koliko bili dobro poznati, zahtijevaju intenzivne promjene promotivne aktivnosti, ne samo prije neposrednog otvaranja, nego znatno ranije, ali i za vrijeme odvijanja, kako bi se povećao broj posjetitelja. Postoji puno poznatih godišnjih festivala koji se održavaju na točno određene datume i na točno određenim mjestima. Mnoga ljetovališta koriste festivale kako bi privukla pažnju posjetitelja. Kulturni programi, uz more i sunce, neizbježan su element koji nudi duhovno blagostanje i trajno sjećanje na određenu destinaciju. Posjećivanje muzeja, odlazak na kazališne predstave ili folklorne priredbe upotpunjuju doživljaj turista i omogućuju stvaranje potpunije slike o određenoj zemlji, regiji ili mjestu.

Kulturni turizam se promatra kao selektivni oblik turizma koji omogućuje diverzifikaciju tržišne potražnje i rješenje problema s kojima se susreću različite destinacije. Za tradicionalne turističke destinacije koje svoje održanje temelje na turizmu, razvoj kulturnog turizma često je rješenje turističke prenatrpanosti ili sezonalnosti. Kulturno naslijeđe, uz destinacijske prirodne resurse, osnova je turističke ponude. Težnja za otkrivanjem novih kultura skoro je uvijek na popisu motiva za putovanje potencijalnih turista. Područja interesa su prilično različita i uključuju kulturno- povijesne spomenike, umjetnost, zabavu, sport, kulturne događaje i sl. Suvremeni posjetitelji pokazuju veće zanimanje za paket- aranžmane koji sadrže posjete kulturnom naslijeđu, naravno, ovisno o njihovu obrazovanju, prihodu i kulturi. Žele upoznati lokalnu kulturu i biti u kontaktu s mještanima. Ima onih koji su pasivni promatrači- za njih su važna prirodna bogatstva, klima i vanjski dojmovi. Suvremeni posjetitelji učestalo posjećuju kazališta, muzeje, galerije, umjetničke i glazbene događaje, očarani su nacionalnih folklorom, posjećuju priredbe, sportska natjecanja i uživaju u gastronomiji. Sve to čini kvalitetu života u kojoj su kultura i turizam bitni čimbenici. U stvari, baština u turizmu nije samo definicija za prirodu, povijest, arhitekturu, tradiciju, itd., odnosno naslijeđe ili ostavštinu, vrijednosti koje se prenose s generacije na generaciju, nego vrijednosti koje se mogu istaknuti u promociji turističke destinacije.

Kulturni turizam je nedvojbeno važno i rastuće turističko tržište. Povećava se broj posjetitelja kulturnih atrakcija, a i broj turista uključenih u kulturni turizam u posljednjih 20-30 godina. Međutim, podaci pokazuju da je kultura kao motiv za putovanje u većem broju slučajeva sekundarni motiv. Nadalje, istraživanja pokazuju da je sveukupno kulturno turističko tržište, uključujući i turiste kojima je kultura sekundarni motiv putovanja, oko tri puta veće od tržišta koje čine turisti kojima je upoznavanje kulturnih atrakcija bio glavni motiv putovanja. Razvoj kulturnog turizma posebice je važan u destinacijama u kojima je kultura neophodan dodatak osnovnim elementima ponude (sunce, more i pijesak). Za takve destinacije vodeća ciljna tržišna skupina trebaju biti posjetitelji s posebnim interesima, odnosno posjetitelji koji traže kombinaciju kulturnih doživljaja i mora. Posjećivanje kulturnih atrakcija samo je dio njihovih dnevnih aktivnosti koje kombiniraju s ostalim, npr. posjetima restoranima, plažama, itd. To je samo dio «popisa» aktivnosti; prioriteti ovise o već poduzetim aktivnostima i stvarnom poznavanju destinacije.

Da bi se potaknuo interes za kulturne atrakcije, moraju se održavati, oblikovati i isticati u kontekstu destinacije, zajedno s visokokvalitetnim turističkim uslugama. Izuzetno je važno osigurati adekvatan marketinški menadžment kulturnih atrakcija i kombinirati različita područja interesa u pojedinom aranžmanu te u isto vrijeme turistima treba osigurati različite pogodnosti, privlačnosti i usluge.

Za djelotvoran «kulturni menadžment» destinacije ili regije neophodno je ispuniti sljedeće uvjete:<sup>155</sup>

- očuvanje lokalne kulture, dostupne lokalnom stanovništvu i turistima
- razvoj kvalitete usluga tradicionalne i lokalne kulture u skladu s međunarodnim standardima
- otvaranje prostora i kreiranje događaja za turiste, bilo kao proizvoda ili sastavnog dijela sveukupne «mjesne atrakcije», a da se pri tome ne ugrozi autentičnost lokalne kulture

Kulturni «proizvodi» nisu samo zgrade ili objekti, već su «proizvodi» način njihove interpretacije. Upravljanje kulturnim atrakcijama zadaća je kako turističkog tako i kulturnog

---

<sup>155</sup> Bartoluci, M. i suradnici, Menadžment u sportu i turizmu, Kineziološki i ekonomski fakultet, Zg, 2004, str.192

sektora. Neophodno je razviti međusobnu suradnju između turizma i kulture, popularizirajući kulturu kroz medije.

Razvoj kulturnog turizma najuočljiviji je na lokalnoj razini. Kultura je postala glavni element u promociji gradova. Ekonomski aspekt kulturnog turizma razlog je zainteresiranosti lokalnih vlasti za razvoj ovog oblika turizma. Upravo zbog činjenice da od kulturnih atrakcija mogu imati koristi i lokalno stanovništvo i turisti, povećava se lokalna podrška razvoju kulturnog turizma. Samo kultura koja je, u najvećoj mogućoj mjeri, u funkciji turizma može pružiti maksimalne ekonomske efekte.

### **Turizam i sport**

I turizam i sport, dvije složene društveno-ekonomske pojave, intenzivno se istražuju u novije vrijeme u svijetu. Većina se istraživanja odnosi na kineziološke, zdravstvene, sociološke, a naročito na ekonomske aspekte turizma i sporta.<sup>156</sup>

Turizam i sport dvije su srodne i međusobno usko povezane društvene pojave. Srodnost tih pojava, kao i bliskost njihovih funkcija proizlazi iz činjenice da su protagonisti tih dviju pojava vrlo često isti subjekti-turisti.<sup>157</sup> Turizam, kao iskustveno orijentirana aktivnost, i sport, kao izvedbeno orijentirana aktivnost, u velikoj su mjeri poput sijamskih blizanaca.<sup>158</sup> Njihova povezanost seže u daleku prošlost. Naime već u antičko doba sport je pokretao ljude na putovanja koja se mogu usporediti sa suvremenim turističkim kretanjima. No, danas je sport u turizmu dobio mnogo širu ulogu. Njegova uloga više nije samo uloga objekta promatranja, nego sport sve više postaje važan sadržaj boravka u turističkom odredištu. Turisti sve više postaju aktivni sudionici različitih sportskih aktivnosti, kao što su sportovi na vodi, tenis, golf, skijanje, jahanje i drugo, čime se stvara i nov odnos između turizma i sporta.<sup>159</sup>

O funkcionalnoj vezi turizma i sporta odavno su pisali Hunziker i Krapf (1942) u svom poznatom djelu „Grundrisse der allgemeinen Fremdenverkehrslehre“. Vežu između turizma i sporta istraživali su i naši autori, među kojima su S. Marković i O. Mojzeš (1972). Ekonomske učinke sporta u turizmu M. Bartoluci<sup>160</sup> valorizira kao direktne i indirektne. Direktni ekonomski učinci ostvaruju se u turističkim ili sportskim poduzećima na temelju prodaje sportsko-rekreacijskih usluga. Posredni ekonomski učinci manifestiraju se u u čimbenicima kao što su: motivacija za izbor turističke destinacije, produženje turističke sezone, prevladavanje sezonskog karaktera turizma, povećanje izvanpansionske potrošnje, unapređenje raznolikosti i kvalitete turističke ponude i dr.<sup>161</sup>

---

<sup>156</sup> Od prvih takvih knjiga u Hrvatskoj su: Ekonomske vrijednosti sporta u turizmu /1972/, Zagreb-Poreč; Relac, M.,/1979/, Sportska rekreacija u turizmu; Relac, M., Bartoluci, M., Čavlek, N., /1988/, Fakultet za fizičku kulturu i Ekonomski fakultet, Zagreb.

<sup>157</sup>Vidi detaljnije, Bartoluci M., /2004/, Menedžment u sportu i turizmu, Kineziološki fakultet Zagreb, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb

<sup>158</sup> Keller, P., (2001), Sport tourism: Introductory report, World Conference on sport and Tourism, Sport Activities During the Outbound Holidays. Barcelona: International Olympic Committee, World Tourism Organization.

<sup>159</sup> Bartoluci, M.,(2003), Ekonomika i menadžment sporta, 2., izmjenjeno i dopunjeno izdanje, Zagreb, Informator, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu., str. 65.

<sup>160</sup> Bartoluci, M.,(1999), Ekonomski aspekti sporta i turizma, Fakultet za fizičku kulturu, Zagreb, str.139-140.

<sup>161</sup> Bartoluci, M.,(2004), Menadžment u sportu i turizmu, op.cit.str.39.

## PITANJA ZA PROVJERU ZNANJA I VJEŽBE

1. Što je to opća teorija sustava, te kakvo je njezino mjesto u sustavu znanosti?
2. Koje su osnovne značajke primjene sustavnog pristupa?
3. Što podrazumijevamo pod sustavnim pristupom i sustavnom analizom i gdje opća teorija sustava nalazi svoju primjenu?
4. Kojih pet etapa podrazumijeva sustavni pristup u svojoj realizaciji?
5. Kako bi definirali sustav i koja su bitna obilježja organizacijskog sustava u području ekonomije?
6. Kojih šest načela vrijedi za odnose sustava i njegovih podsustava?
7. Koje tri temeljne metodološke etape razvoja znanosti razlikujete te objasnite karakteristike svake od njih?
8. Kada je riječ o mogućim pristupima u izboru optimalne strategije gospodarskog razvoja, koji se podsustavi javljaju kao dopuna sustavnom pristupu?
9. Ako bi vršili klasifikaciju metoda kvantitativne ekonomske analize, nabrojite i objasnite podjelu tih metoda?
10. Nabrojite i objasnite osnovne nedostatke i prednosti kvantitativnih metoda u ekonomiji?
11. Što je to ekonomski proces i koja su to kružna obilježja tog procesa?
12. Kakva je uloga proizvodnje i potrošnje u kružnom tijeku gospodarskih aktivnosti i koja dva osnovna tržišta obuhvaća ekonomski proces?
13. Što je nacionalni dohodak i kakvu vezu on ima s finalnom potrošnjom?
14. Objasnite proces dezagregacije (rasčlanjivanja) finalne uporabe na osobnu potrošnju, akumulaciju i opću potrošnju. Prikažite grafički i tabelarno tijek procesa reprodukcije?
15. Kako izgleda proces reprodukcije otvorenog gospodarstva?
16. Objasnite da li bilanca plaćanja može biti uravnotežena i kada trgovinska bilanca nije u ravnoteži te kakava je uloga bilance kapitalnih transakcija u toj ekonomskoj ravnoteži?
17. Prikažite kako se financiraju investicije u zatvorenoj, a kako u otvorenoj privredi?
18. Koja je razlika između domaćeg proizvoda (dohotka) i nacionalnog proizvoda (dohotka)?
19. Navedite koji su rashodi, a koji prihodi svakog sektora (sektora proizvodnje; kućanstva; javnog sektora; sektora financijskih posrednika; sektora inozemstvo)?
20. Kakva je uloga tržišta u ekonomskom procesu?
21. Kakva je uloga države u ekonomskom procesu i koje su četiri glavne gospodarske funkcije koje vlada obavlja u modernom mješovitom gospodarstvu?
22. Koji su razlozi koji navode na mogućnost i potrebu definiranja turizma kao složenog ekonomskog sustava?
23. Objasnite i prikažite shematski turistički sustav u društvenom sustavu?
24. Koje je područje, a koji način primjene teorije sustava, te zašto je turizmologija znanost koju mora izučavati teorija sustava?
25. Prikažite i objasnite turizam kao parcijalno tržište?
26. Koje osnovne nivoe donošenja odluka sadrži turizam kao veliki i složeni ekonomski sustav te u čemu se očituju hijerarhija i kriteriji za utvrđivanje ranga važnosti pojedinih komponenti u turizmu?
27. Prikažite grane i djelatnosti prema rangu važnosti u turističkim uslugama?
28. Prikažite pojednostavljeno turističko gospodarstvo kao složeni ekonomski sustav (u širem i užem smislu)?
29. Nabrojite i objasnite analitičke postupke koji se koriste za objašnjenje i mjerenje utjecaja turizma na gospodarski razvoj?
30. Koje se dileme pojavljuju oko turizma kao samostalne teorijsko-znanstvene discipline?
31. Objasnite odnos turizma kao specifičnog segmenta finalne potrošnje s gospodarskim sustavom?

32. Objasnite razliku u gledanju na razvojni prioritet turizma u manje razvijenim zemljama u odnosu na razvijene zemlje?
33. Objasnite gransku povezanost unutar turizma kao složenog ekonomskog sustava, kao i teritorijalnu povezanost, te da li se može odrediti prostor koji će sačinjavati jednu strogo zaokruženu cjelinu na kojem se odvijaju najvažniji međusektorski procesi u turizmu?
34. Objasnite stupnjeve organiziranosti turističkog gospodarstva kao složenog ekonomskog sustava (opća ravnoteža; stabilnost; optimalnost)
35. Objasnite kako je nastala ključna zamjena teza u kojoj je potrošnja turista proglašena proizvodnjom turista?
36. Objasnite zašto turizam pripada uslužnim djelatnostima?
37. Objasnite kako se dolazi do turističke potrošnje i što ona predstavlja kao makroekonomska kategorija?
38. Kolikim i kakvim se problemima i teškoćama susreće kvantitativna analiza pri utvrđivanju turističkih dolazaka i deviznog priljeva od turizma?
39. Koliki je udio osobne, a koliki turističke potrošnje u bruto domaćem proizvodu u zemljama Europske unije?
40. Objasnite što se podrazumijeva pod pojmom «turistički proizvod» i kakav je njegov znanstveno-teorijski prikaz?
41. Objasnite zamjenu teza u tretmanu turističkog proizvoda?
42. Nabrojite i kratko objasnite osnovne podsustave turističkog sustava, a koji se odnose na proizvođače robe i usluga za turiste?



**2.dio**

**PRISTUP  
ISTRAŽIVANJU, KONCIPIRANJU I  
PROJEKTIRANJU TURISTIČKOG I  
GOSPODARSKOG RAZVOJA**

## **2. PRISTUP ISTRAŽIVANJU, KONCIPIRANJU I PROJEKTIRANJU TURISTIČKOG I GOSPODARSKOG RAZVOJA**

Istraživanje i koncipiranje turističkog i gospodarskog razvoja, zbog svoje složenosti i sohasličnosti jednog i drugog sustava, nije više moguće vršiti klasičnim analitičkim instrumentarijem, već su za te analize potrebne i mnogo složenije metode. Jedna od njih je i sustavni pristup i sustavna analiza.

### **2.1. SUSTAVNI PRISTUP U ISTRAŽIVANJU I KONCIPIRANJU GOSPODARSKOG RAZVOJA**

Klasičnim načinom i klasičnim metodama, istraživanje i koncipiranje gospodarskog razvoja bez sustavnog pristupa, više je nemoguće zamisliti. Prednosti sustavskog pristupa u odnosu na klasične prisupe istraživanju i koncipiranju dugoročnog gospodarskog razvoja su nedvojbene i neosporne, bilo da je riječ o sustavnom pristupu koncepciji i strategiji dugoročnog gospodarskog razvoja, bilo da je riječ o središnjem i esencijalnom istraživanju sustava ciljeva kao glavnih sadržaja koncepcije i strategije dugoročnog gospodarskog razvoja. Sustavni pristup je relativno nova znanstvena metodologija koja je potaknula i slijedi opću teoriju sustava i sve se više koristi u izučavanju složenih sustava u prirodi i društvu uključivo i ekonomske (organizacijske) sustave svih razina organiziranosti. Za sam pristup usko je povezan niz metoda analize pod zajedničkim nazivom sustavna analiza.<sup>162</sup> Dijalektička povezanost i dinamičnost predmeta promatranja kao stvari i pojava koje se kreću i razvijaju u interakciji djelova i ovih u odnosu na cjelinu i jeste bitno obilježje sustavnog pristupa.<sup>163</sup> Sustavni pristup se realizira u pet etapa koje postupno slijede jedna iza druge. To su:<sup>164</sup>

1. definiranje predmeta proučavanja i njegove funkcije kao sustava
2. utvrđivanje i definiranje veza sustava s njegovom okolinom,
3. definiranje osnovnih elemenata sustava, njegove strukture, tj. uzajamne funkcionalne povezanosti,
4. traženje boljih rješenja u prestrukturiranju elemenata sustava u smislu njihova boljeg kombiniranja i povezivanja u cjelinu i s okolinom,
5. prelazak na nivo elemenata kao sustava. Ukoliko rješenje ne zadovoljava, postupak se ponavlja sve dok se ne dođe do zadovoljavajuće strukture i funkcioniranja sustava.

Kada se govori o potpunom sustavnom pristupu kao mogućem pristupu pri izboru optimalne strategije gospodarskog razvoja navode se najvažniji elementi i prednosti sustavnog pristupa:<sup>165</sup>

1. sustavnim pristupom utvrđuju se što kompletnija mreža veza, povratnih sprega između promatranog ekonomskog sustava i velikog društvenog sustava kome ovaj pripada, kao i veze sa svjetskim ekonomskim sustavom, te mreže veza i povratnih sprega unutar ekonomskog sustava;

---

<sup>162</sup> Deželjin, J.,/1987/, Teorija sistema i informatizacija privrede i društva, Narodne novine, Zagreb, str.24.

<sup>163</sup> ibid.str. 26.

<sup>164</sup> Ibid.str.26-27.

<sup>165</sup> vidi detaljnije: Stojanović, R., »Optimalna strategija privrednog razvoja«, op. cit. str.38-40

2. sustavnim pristupom određuje se stupanj zavisnosti razvoja ekonomskog sustava od razvoja ostalih podsustava društvenog sustava, kao i udio neekonomskih faktora u gospodarskom razvoju;
3. sustavnim pristupom dolazimo do vrlo širokog izbora prioriteta unutar društvenog i ekonomskog sustava: društvenih potreba, društvenih ciljeva, faktora razvoja, povratnih sprega, gospodarskih grana, regija, oblasti naučno-istraživačkog rada i stručnog obrazovanja, metoda upravljanja, upravljačkih parametara itd.
4. sustavnim pristupom kompleksno se uzimaju kako materijalni tako i nematerijalni, kako mjerljivi tako i nemjerljivi elementi pri izboru strategije razvoja. To je utoliko značajnije kada se zna da je manji broj mjerljivih nego nemjerljivih elemenata, ako se nemaju u vidu i svi važniji poznati faktori čijim mjerenjem još nismo ovladali;
5. uslijed postojanja sveopće limitiranosti svega što utječe na gospodarski razvoj, sustavnim pristupom najbolje se traže rješenja koja minimiziraju upotrebu najviše limitiranih faktora. Kod potpuno mjerljivih faktora limitiranost je lakše mjeriti nego kod manje mjerljivih faktora, dok se kod sasvim nemjerljivih može jedino pristupiti rang-listi po pretpostavljenoj snazi limitiranosti na osnovu našeg provjerenog i obrađenog iskustva;
6. sustavnim pristupom utječe se na faktore gdje se očekuje opadajući prinos da se nađe zamjena čime bi se to moglo kompenzirati;
7. ovim pristupom jasno se formuliraju najvažniji konflikti i izrađuju liste njihove prioritetnosti da bi se dobio uvid u značaj i snagu pojedinih konflikata, s ciljem dostizanja optimalne konfliktnosti;
8. sustavnim pristupom utvrđuju se svi parovi faktora razvoja sa suprotnim djelovanjem, u cilju stimuliranja pozitivnih, a destimuliranja negativnih efekata u cilju maksimizacije rezultata iz «igre na razlici». Smisao je u tome da svaki od parova suprotnosti do kraja ispita kako bi on djelovao kada ne bi postojao njihov suprotni par, tj. kada bi mogao u potpunosti da pokaže sve svoje pozitivne i negativne efekte. Tek poznavajući svaki od parova suprotnosti u njihovom «čistom vidu» može se donositi zaključak što se od toga para nikako ne bi smjelo žrtvovati, a što bi se opet moralo žrtvovati bilo u cjelini, bilo djelomično u cilju maksimiziranja neke ciljne veličine. To je kratko rečeno, prihvaćanje metoda po egzistenciji parova suprotnosti, a odbacivanje metoda kompromisa između parova suprotnosti.

Kada je riječ o planiranju razvojne politike, tj. primjeni sustavnog pristupa u planiranju, a posebno o definitivnoj prevazi intuitivnih metoda pripremanja strateških odluka, prednosti se daju sustavnom pristupu da bi se mogle zadovoljiti najznačajnije društvene težnje, a koje bi se sastojale u sljedećem<sup>166</sup>:

1. visoka adaptabilnost sustava na promjene koje mu dolaze iz okruženja, shvaćajući okruženje kao dinamičan i kompleksan ekosustav, kao i stalno djelovanje sustava na njegovo okruženje u pravcu željenog mijenjanja tog okruženja;
2. maksimiziranje pozitivnih i minimiziranje negativnih eksternih efekata;
3. maksimalno usklađivanje normi ponašanja svih gospodarskih subjekata uz stalno provjeravanje jednom ustanovljene skale prioriteta u gospodarskom razvoju;
4. optimalno korištenje raspoloživih resursa;
5. svodjenje društvenih konflikata na optimum konfliktnosti i to ne putem kompromisa, već putem koegzistencije suprotnosti, putem uvažavanja po principu prioritetnosti elemenata i podsustava koji su u konfliktu, pojedinačnih zahtjeva na način koji istovremeno maksimizira interese cjeline;

---

<sup>166</sup> ibid., str. 274-282

6. primjenom sustavnog pristupa u utvrđivanju razvojne politike pospješuju se demokratske aktivnosti i stvaranje društvene odgovornosti za donijete odluke i na njihovoj osnovi preuzete akcije.

Mi bismo dodali da društveno.ekonomski sustav, a time i gospodarski razvoj, nije matematički sustav, kao što ni veze na kojima on počiva nisu matematičke nego stohastičke, te stoga sustavni pristup predstavlja najadekvatniju metodologiju, najcjelovitiji i najdinamičniji pristup koji upravo uvažava svo bogatstvo formi i sadržaja, kako materijalnih tako i nematerijalnih, mjerljivih i nemjerljivih, a koji su najbliži realnom životu.

Ono što svatko od nas vidi, razumije i čini, ovisi u bilo kojoj situaciji o perspektivi s koje spoznajemo situaciju. Takva se perspektiva naziva paradigmom, vrlo uopćenim načinom koji svatko od nas koristi kako bi osmislio svijet u kojem djelujemo. Paradigma je skup predrasuda koje iz prošlosti unosimo u svaku novu situaciju s kojom se susrećemo. Paradigma je skup uvjerenja ili pretpostavki koje, obično, stvaramo podsvijesno, te ih stoga uglavnom nikada ne preispitujemo. To znači da paradigma proizlazi iz zajedničkog prošlog iskustva i odražava se u našem naučenom ponašanju, u akcijama koje automatski poduzimamo kako bismo složene zadatke ispunili bez razmišljanja.<sup>167</sup>

Zato uobičajena znanost ne pokušava otkriti nešto posve novo, već je «metodička aktivnost rješavanja problema uz pomoć kriterija i pravila postupka koje postavlja paradigma».<sup>168</sup> Prema tome, uobičajena znanost izbjegava iznenađenja i sasvin sigurno nije prikladna za potkopavanje i mijenjanje paradigme. Međutim, što je korištenje uobičajene znanosti intenzivnije to je brža izgradnja anomalija koje izazivaju propitivanje paradigme. Krizno razdoblje razaranja paradigme i stvaranja nove paradigme znanstvena je revolucija - vrijeme u kojem se događaju glavni znanstveni pomaci.

Paradigme koje vladaju u ekonomskoj znanosti, a vezane su na pojmove i definiranje turizma, potrošnje, turističkog doživljaja na kojem se bazira turistička ponuda, organizacija u stabilnoj ravnoteži<sup>169</sup> i sl., samo su anomalije u našim glavama koje upravo traže i izazivaju veće propitivanje tih postojećih paradigmi.

Turizam je vrlo složeni društveno – ekonomski sustav kojeg ne možemo razumijeti ukoliko ga ne analiziramo i složenim metodama kojima se služi opća teorija sustava i putem koje možemo najbrže doći do novih spoznaja, novih znanja, razbijanja starih klišeja i paradigmi i uspostavljanja novih.

### **2.1.1. Konceptcija i strategija gospodarskog razvoja**

Faktor vrijeme rastućim stupnjem razvoja proizvodnih snaga, kompleksnosti i međuzavisnosti društvenih i ekonomskih sustava dobiva sve veći značaj. Širenjem vremenskog horizonta smanjuje se egzaknost pristupa problemima, tako da spoznaja s

---

<sup>167</sup> Stacey, R.,D., /1993/, »Strateški menadžment i organizacijska dinamika«, Mate d.o.o Zagreb, str. 78.

<sup>168</sup> Ibid., str. 80.

<sup>169</sup> Organizacija je u stabilnoj ravnoteži stoga organizacija u kojoj je unutarnje ponašanje harmonično, svi su elementi organizacije i njzine strategije konzistentni, a organizacija ostaje posve prilagođena svojoj okolini. Organizacija u stabilnoj ravnoteži slijedi predvidiv put prema budućnosti, put na kojemu nema nikakvih iznenađenja. Novi razvoj diktiraju promjene u okolini. Ta ideja čini menadžersku paradigmu u kojoj se uspješnim organizacijama smatraju one koje se približavaju stanju stabilne ravnoteže, dok mogući poremećaji proizlaze isključivo iz promjene u okolini koje nije bilo moguće predvidjeti. Nestabilnost dolazi iz vana i može se smanjiti prikupljanjem i analiziranjem većeg broja podataka, odnosno efikasnijim prognoziranjem. To predstavlja određeni pogled na dinamiku./vidi: Stacey, R.,D.,op.cit. str. 97./

područja realnosti prelazi na intelektualno polje, stoga je »jedini prihvatljivi pristup daljnjoj budućnosti – teorijski pristup.«<sup>170</sup>

Dugoročni razvoj podrazumijeva sve društveno-ekonomske sadržaje, tako da nije prihvatljiv pristup društvanom razvoju kao zasebnom pretežno ekonomskom procesu. Ocjene o optimalizaciji gospodarskog rasta vrlo su različite i kreću se od onih koji se zalažu za vrlo spori ili nulti rast, do onih koje govore o dinamičkoj stopi rasta na dugi rok i utjecaju tehnologije na taj rast. Konceptcija razvoja mora početi od polit-ekonomskog pristupa razvoju i o poklanjanju pažnje međunarodnim političkim i ekonomskim odnosima, smještajući njihov sadržaj u vlastiti društveno-ekonomski kontekst.<sup>171</sup>

Konceptcija stoga predstavlja sustav programiranja budućnosti kao najvišu fazu. Ona predstavlja poželjnu, ali i vjerojatnu budućnost. Sadržaj koncepcije dugoročnog razvoja razrađuje se u odgovarajuće ciljeve. Za većinu odnosnih ciljeva gospodarskog razvoja karakteristična je nepovezanost sa osnovnim ciljem društvenog razvoja. Sadržaj koncepcije dugoročnog razvoja moglo bi se predočiti na slijedeći način<sup>172</sup>:

- Konceptcija dugoročnog razvoja obuhvaća razvoj političkih i društvenih odnosa, kao i široke sociološke aspekte;
- Ova konceptcija obuhvaća razvoj znanosti i tehnologije, obrazovanja, međunarodne ekonomske odnose, demografski faktor i drugo;
- Sadržaj koncepcije dugoročnog razvoja sačinjavaju i putevi za njezinu realizaciju, tj. identifikacija strateških opredjeljenja u smislu izbora proizvodne orijentacije, štednje i potrošnje i drugo;
- Ova konceptcija obuhvaća agregatne makro-ekonomske kvantifikacije rasta, kao što je stopa rasta nacionalnog gospodarstva, uvjetne fizičke jedinice rasta, posebno kod proizvodnje energije, bazne metalurgije, korištenja prostora, voda i drugo;
- Sadržaj globalne koncepcije razvoja čine i pojedine ključne gospodarske grane i ekonomska područja, kao npr.: vanjsko-ekonomski odnosi, opća i zajednička potrošnja, osobna potrošnja i drugo. Važan vid koncepcije dugoročnog razvoja čini regionalni razvoj sa svim proturječnostima toga razvoja (regionalne razlike koje su u pravilu mogu rješavati samo dugoročno);
- Ekološki problem kao sadržaj koncepcije dugoročnog razvoja i drugo.

Kako se može uočiti, konceptcija dugoročnog razvoja je najviša faza sustava programiranja budućnosti, dok strategija predstavlja metodu pomoću koje se realizira utvrđena konceptcija. Pod strategijom gospodarskog razvoja podrazumijeva se kompleks koordiniranih akcija koje, za unaprijed utvrđeni vremenski period, dovode do realizacije postavljenih osnovnih ciljeva gospodarskog i društvenog razvoja, uz također odabrane promjene u sustavu funkcioniranja datog gospodarstva, posebno uz korištenje određenih upravljačkih parametara predviđenih za svaki razvojni cilj.

Takvi ciljevi, koji su bitni za koncipiranje razvojne strategije, zovu se strateški ciljevi.<sup>173</sup> Strategija gospodarskog razvoja izrađuje se na svim upravljačkim nivoima, od poduzeća do gospodarstva zemlje kao cjeline i to granski i teritorijalno.

Strategija gospodarskog razvoja mora imati u vidu paralelni razvoj i po gospodarskim granama i po regijama, tj. razvoj se mora promatrati istovremeno i vertikalno i horizontalno. Gransko promatranje vidi u čovjeku kreatora – proizvođača, a na teritoriju se on vidi i kao proizvođač, ali i kao potrošač, tj. kao cjelokupna ličnost, kao društvena ličnost u punom

---

<sup>170</sup> Lokin, B., »Pristup koncepciji dugoročnog razvoja«, »Naprijed« Zagreb, str. 10

<sup>171</sup> Ibid., str. 9-14

<sup>172</sup> Ibid., str. 13-14

<sup>173</sup> Vidi – Ekonomska enciklopedija I, (1984), , Savremena administracija, Beograd, str. 889

značenju te riječi. Teritorij zato osnovnu ciljnu funkciju ima maksimiziranje dohotka po stanovniku, dok grana nasuprot regiji ima za osnovnu ciljnu funkciju maksimiziranje dohotka po zaposlenom. Tu se krije i osnovni konflikt ovih dviju strategija, jer je drugačija razvojna strategija, ako je rukovođena maksimiziranjem dohotka po stanovniku, a drugačija ako je maksimiziranje dohotka po zaposlenom. Dohodak po stanovniku se najviše maksimizira novom zaposlenošću, dok na dohodak po zaposlenom najviše djeluje novi tehnički progres. Tu i leži opasnost od »teritorijalizacije akumulacije«, tj. težnja za investiranje na vlastitoj teritoriji radi nove zaposlenosti i dohotka, bez obzira na veću rentabilnost ulaganja van teritorije na kojoj se formira akumulacija.<sup>174</sup> Da bi se mogli usaglasiti konfliktni ciljevi, a polazeći od pluralizma interesa kao naše realnosti, najvažniji metod za dolaženja do razvojne politike su sljedeći uvjeti:<sup>175</sup>

1. postojanje, najmanje srednjoročne razvojne koncepcije zemlje u cjelini, u obliku općeg dogovora na najvišem upravljačkom nivou (smjernice za daljni razvoj zemlje);
2. formulacija opće strategije razvoja na nivou grana i teritorijalno. Ova strategija dozvoljava korekciju poslije razrade strategije razvoja u svim poduzećima odnosno poslije usaglašavanja planova između svih zainteresiranih partnera;
3. tehnologija dolaženja do strategije razvoja, a kasnije i do plana razvoja za dati period mora biti razrađena.

Kako vremenski faktor određuje karakter strategije, u srednjoročnom vremenskom razmaku optimalna strategija je matematički shvaćena. Optimalnom strategijom se na dulji rok kvantitativnom elementu pretpostavlja kvalitativni element. Osnovna značajka strategije dugoročnog razvoja je njezin orijentacioni karakter, ona prvenstveno pokazuje put kojim se u datom vremenu stiže do razvojnih ciljeva.<sup>176</sup>

»Izabrano vremensko razdoblje definirano koncepcijom, predstavlja prostor za strategiju, koja u svakom slučaju mora biti optimalna.«<sup>177</sup>

To znači da se formiranje strategije i izbor strategijskih pravaca zasnivaju na konceptijskim rješenjima. »Polazeći od funkcije cilja u ovom slučaju konceptijskih ciljeva, utvrđuje se strategija razvoja. Ona sadrži ciljeve razvoja, te puteve, sredstva i vrijeme za njihovu realizaciju.«<sup>178</sup> Ciljevi razvoja čine najvažniji sadržaj strategije razvoja. Strateški ciljevi operacionaliziraju konceptijske ciljeve u vremenu. S obzirom na ovaj najvažniji sadržaj strategije, zasluđuje da se kratko osvrnemo na njega. (vidi sliku 2.1.)

---

<sup>174</sup>ibid., str. 891-892

<sup>175</sup> Ibid., str. 894

<sup>176</sup> Usporedi: Lokin, B., – »Pristup koncepciji dugoročnog razvoja«, op. cit. str. 15

<sup>177</sup> Ibid., str. 15

<sup>178</sup>Ibid., str. 15

Slika 2.1: Sustav ciljeva kao sadžaj koncepcije i strategije razvoja



Izvor. Izrada autora

Polazeći od ključnih resursa koje posjeduje jedno područje, kao i od osnovnog koncepcijskog cilja, tada osnovna strategija dugoročnog gospodarskog razvitka leži na ciljevima i razvitku onih gospodarskih grana koje će biti okosnica rasta i razvitka i s kojima će se maksimalno udovoljiti društvenim potrebama minimumom utška raspoloživih resursa.

Stupanj razrade strateških ciljeva razvitka u niz potciljeva, neophodno je razraditi zasebnim studijama razvoja pojedinih oblasti. Svaka strategija mora biti podređena cilju, ali istodobno mora biti tako projektirana da smanji utjecaj razvojnih rizika, koji bi nas mogli udaljiti od cilja. Manja područja svoj razvitak trebaju temeljiti na barem jednoj “vukućoj” djelatnosti, ali uz takvu djelatnost poželjno je značajnije razvijati još najmanje dvije ili tri koje ne moraju biti prateće prvoj, no svakako ne smije se desiti da ometaju njen razvitak i obrnuto. Proces usklađivanja i donošenja strategije dugoročnog razvoja dosta je složen. Po nekima, taj proces iziskuje isto onoliko truda i napora koliko i kasnije provođenje strategije. Najbitnije je to da se taj proces odvija logičkim slijedom donošenja bitnih odluka, kako bi se sve kasnije aktivnosti mogle sinhrono odvijati.

Moderna strategija razvoja počiva na organizacijskoj dinamici koja govori o “organizaciji koja je daleko od ravnoteže”<sup>179</sup>. Dok sustav funkcionira daleko od ravnoteže, on nikada ne slijedi točno iste obrasce ponašanja, već složene obrasce koji nisu ni pravilni niti predvidivi. Umjesto toga, obrasci ponašanja pokazuju i osobine stabilnosti i osobine nestabilnosti, ali nikad na predvidiv način. Prema tome, organizaciju daleko od ravnoteže obilježava suprotnost i rasprava, ne sklad i dosljednost. Ona zbog toga generira nove perspektive i nove oblike ponašanja. Takvi sustavi imaju potencijal za inovaciju koji sustavi u ravnoteži ne posjeduju. Oni mogu doživjeti iznenadne revolucionarne promjene smjera kretanja, mogu iznenada proći kroz krizu prema novom obliku reda.

Ovakav uvod u organizacijsku dinamiku na kojoj počiva moderna strategija razvoja je posebno značajna za vrlo složeni mehanizam gospodarskog, a unutar njega turističkog sustava.

<sup>179</sup> vidi detaljnije: Stacey, R., D., op.cit., kao i Pascale, R. T., /1990/, *Managing on the Edge: How Successful Companies Use Conflict to Stay Ahead*, London: Viking Penguin., kao i Porter, M., /1990/, »The Competitive Advantage of Nations«, London: Macmillan Press.

## 2.1.2. Sustav ciljeva gospodarskog razvoja

Cilj je ono čemu sustav teži u svom nastajanju, postojanju i funkcioniranju. Svoje ciljeve sustav postiže izvršavanjem određenih zadataka. Zadaci se tako pojavljuju kao svojevrsna operacionalizacija ciljeva, kao put, oblik i sredstvo da se oni ostvare, odnosno postignu.<sup>180</sup>

Kako su društveni sustavi, sustavi sa više ciljeva među kojima postoji hijerarhija, tj. na vrhu piramide društvenih ciljeva nalazi se osnovni cilj razvitka velikog društvenog sustava, prema kojemu su i svi ekonomski ciljevi podređeni tom osnovnom društvenom cilju. Osnovni cilj društvenog razvoja je blagostanje društva, tj. blagostanje njegovih članova, jer je čovjek glavni cilj i smisao društvenog razvoja.<sup>181</sup> Sadržaj koncepcije dugoročnog razvoja razrađuje se u odgovarajuće ciljeve. Za većinu osnovnih ciljeva gospodarskog razvoja karakteristična je nepovezanost sa osnovnim ciljem društvenog razvoja. Zato se kao osnovni cilj velikog ekonomskog sustava uzima maksimalno zadovoljenje društvenih potreba sa datim (raspoloživim) resursima, odnosno minimiziranje utrošaka resursa za određeni sustav društvenih potreba.<sup>182</sup> Izvan navedenog osnovnog cilja koji se nalazi na vrhu sustava ekonomskih ciljeva po hijerarhijskom principu postoje sljedeći sustavi ciljeva kao podsustavi velikog ekonomskog sustava:<sup>183</sup>

- porast efektivnosti upotrebe svih materijalnih resursa
- brži porast grana koje su glavni realizatori nove tehnike, tj. od kojih najviše zavisi tehnički progres i njegove pozitivne posljedice na ubrzanje cijelog gospodarskog i društvenog razvoja
- održavanje dinamičke proporcionalnosti između gospodarskih grana i gospodarskih regija i drugo
- održavanje stabilnosti velikog ekonomskog sustava
- ostali ciljevi kao što su ravnoteža platne bilance, smanjenje nezaposlenosti, stabilnost cijena i drugo.

Osim ovih najopćenitijih i najvažnijih elemenata sustava ekonomskih ciljeva, svaka gospodarska grana i svaka gospodarska regija, kao podsustavi velikog ekonomskog sustava imaju još i svoje vlastite specifične ciljeve. «Što je društvo razvijenije sve su jače i njegove potrebe za velikim ciljevima. Realizacija velikih ciljeva naglo širi naše vidike što se izražava u daljnjem razvoju sustava potreba, tj. u njegovom prelasku u sustav višeg reda, u kome se opet javljaju nove vrste potreba za novim još grandioznijim ciljevima, koji često samom svojom formulacijom, služe kao odskočne daske za buduće skokove nauke i tehnike.»<sup>184</sup>

## 2.1.3. Koncepcijski ciljevi /vizija/ turističkog razvoja Hrvatske

Turizam je jedan od najvažnijih pokretača razvoja gospodarstva u Republici Hrvatskoj. Da bi se osigurao razvoj Hrvatske kao konkurentne turističke zemlje, potreban je

<sup>180</sup> Deželjin, J.,/1987/,Teorija sistema i informatizacija privrede i društva, Narodne novine, Zagreb, str.68.

<sup>181</sup> Stojanović, R.,: »Veliki ekonomski sistemi«, op. cit. str. 37-48

<sup>182</sup> Ibid., str. 53-55

<sup>183</sup> Ibid., str. 56- 57

<sup>184</sup>Ibid., str. 60-61



usklađen rad svih sudionika, javnih i privatnih na svim razinama. Svi sudionici hrvatskog turizma okupljeni oko jasne zajedničke vizije, moraju djelovati zajedno i koordinirano na uklanjanju prepreka ka ispunjenju strateških ciljeva.

Koncepcija turističkog razvoja Hrvatske mora postati važan podsustav koncepcije gospodarskog razvoja Hrvatske odnosno sustav koncepcijskih i strateških ciljeva turističkog razvoja mora biti podsustav koncepcijskih i strateških ciljeva gospodarskog razvoja Hrvatske.

WTTC je 1996. godine objavio «Millennium vision» dokument kojim naglašava veliki potencijal turizma za poticanje prosperiteta nacionalne ekonomije te otvaranje velikog broja novih radnih mjesta. Navedeni ciljevi će se najlakše postići kroz javno-privatnu inicijativu i partnerstvo temeljeno na:<sup>185</sup>

- turizmu kao strateškom i razvojnom projektu sa pozitivnim utjecajem na intezitet gospodarske aktivnosti, rastu zapošljavanja, modernizaciji infrastrukture te poticanju investicija i izvoza;
- nastojanju da se formira otvoreno i konkurentno tržište kroz liberalizaciju propisa u djelatnostima vezanim za turizam i poticajne programe financiranja projekata;
- naglasku na održivom razvoju, za koji je neophodna suradnja na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini, implementacija prostornih i ekoloških standarda te postojanje jasne strategije;
- eliminaciji razvojnih prepreka kroz prilagođavanje zakonske regulative, poreznog opterećenja, te investiranje u edukaciju.

U skladu sa ovakvom širokom «milenijum vizijom» ponuđenom od WTTC-a, vizija hrvatskog turizma formulirana je u sljedećoj rečenici: «Turizam značajno pridonosi gospodarskom rastu Republike Hrvatske i blagostanju njenih građana, bazirajući se na održivom korištenju prirodnih i kulturno-povijesnih potencijala aktivno sudjelujući u njihovom očuvanju i razvoju, stvarajući okruženje privlačno za investitore.»<sup>186</sup>

### ***2.1.3.1. Sustav strateških ciljeva turističkog razvoja Hrvatske***

Koncepcija razvoja turizma, kako bi rekao Krippendorf,<sup>187</sup> «u ravnoteži», zahtijeva strogo poštivanje hijerarhije ciljeva: ciljevi prve razine – ukupnost interesa turista i stanovnika turističkih krajeva-moraju imati prednost pred ciljevima druge razine, dakle, pred interesima pojedinih skupina zanimanja. Na toj razini treba pokušati međusobno uskladiti interese stanovnika turističkih krajeva i turista i razvoj planirati tako da ono što se podigne bude korisno za obje strane. «Ako se ti interesi ne bi mogli izmiriti i ako bi bilo kakvih dvojbi, interesi mještana uvijek bi morali imati prednost pred interesima stranaca.»<sup>188</sup>

Vremensko razdoblje definirano koncepcijom, predstavlja prostor za strategiju, koja u svakom slučaju mora biti optimalna. To znači da se formiranje strategije i izbor strategijskih pravaca zasnivaju na koncepcijskim rješenjima. »Polazeći od funkcije cilja u ovom slučaju koncepcijskih ciljeva tj. vizije, utvrđuje se strategija razvoja. Ona sadrži ciljeve razvoja, te puteve, sredstva i vrijeme za njihovu realizaciju. Ciljevi razvoja čine najvažniji sadržaj strategije razvoja. Strateški ciljevi operacionaliziraju koncepcijske ciljeve u vremenu.

---

<sup>185</sup> Startegija razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine, (2001), Prijedlog finalne verzije, Ministarstvo turizma i Institut za turizam Zagreb, str.16.

<sup>186</sup> isto str. 17.

<sup>187</sup> Krippendorf, J.,op.cit. str. 114.

<sup>188</sup> Ibid, str. 114.

Kako spomenuta vizija razvoja turizma vrijedi na cijelom području Hrvatske, tu viziju odnosno koncepciju razvoja potrebno je i nužno precizirati strateškim ciljevima ključnih za realizaciju te vizije. Ti strateški ciljevi bili bi:<sup>189</sup>

- Uređenje vlasničkih odnosa i okončanje procesa privatizacije hotela
- Konkurentnost Hrvatske na međunarodnom tržištu kapitala
- Donošenje prostornog plana razvoja hrvatskog turizma u svrhu očuvanja atraktivnih prirodnih resursa-pokretača razvoja i poticanja održivog razvoja turizma.
- Trajna zaštita, implementacija i poštivanje visokih ekoloških standarda te dugoročno održiva valorizacija turističkih potencijala
- Edukacija managementa i svih zaposlenih u turizmu
- Izgradnja prometne infrastrukture i optimalna organizacija prometa u službi turizma te podizanje kvalitete pratećih sadržaja na prometnim pravcima i terminalima.
- Razvoj cjelovite ponude turističke destinacije
- Podizanje razine kvalitete svih smještajnih kapaciteta, osnovnih i komplementarnih, i prilagođavanje kriterija kvalitete međunarodnim standardima.
- Ulazak poznatih međunarodnih hotelskih «brandova» na hrvatsko tržište.
- Efikasnija distribucija i korištenje suvremenih trendova komunikacije i marketinga.

Svaki od spomenutih strateških ciljeva ima definirani vremenski okvir realizacije /do 2010. god/. Osim vremenskog okvira, svaki strateški cilj razvoja hrvatskog turizma ima i konkretne mjere za implementaciju tog cilja. Dosljednom implementacijom usvojene strategije i strateških ciljeva osigurati će se dugoročni rast pozitivnih efekata od turizma, koji će na taj način ojačati svoju poziciju značajnog čimbenika gospodarskog rasta i generatora novih radnih mjesta.

### ***2.1.3.2. Sustav strateških ciljeva turističkog razvoja destinacije***

Strategija turizma je polazišni dokument za realizaciju zacrtanih strateških ciljeva i kreiranje odgovarajućih operativnih planova na nižim razinama, čija će provedba omogućiti ostvarenje glavnog konceptijskog cilja. Osim što predstavlja svodnu strategiju prilikom izrade lokalnih planova razvoja turizma, ona je također i jedno od ključnih polazišta u procesu kreiranja nacionalne strategije regionalnog razvoja.

Implementacijom ciljeva i mjera strategije razvoja, započet će nova faza repozicioniranja turizma i njegove percepcije u Hrvatskoj: od sezonske djelatnosti koja se odigrava u nekoliko ljetnih mjeseci uz jadransku obalu, prema «industriji» koja obilježava značajan dio života i rada svih građana Republike Hrvatske i koja značajno pridonosi gospodarskom rastu Republike Hrvatske i blagostanju njenih građana.

Očito je da i turistički razvoj, nije matematički sustav, kao što ni veze na kojima on počiva nisu matematičke nego stohastičke, te stoga sustavni pristup predstavlja najadekvatniju metodologiju koja je najbliža realnom životu. Kako vremenski faktor određuje karakter strategije, optimalnom strategijom na dulji rok kvantitativnom elementu je nadređen kvalitativni element. Osnovna značajka strategije dugoročnog razvoja je njezin orijentacioni karakter, ona prvenstveno pokazuje put kojim se u datom vremenu stiže do razvojnih ciljeva.<sup>190</sup> Očito je da projekcije dugoročnog razvoja koje počivaju isključivo na proizvodno-kapitalnom, tj. ekonometrijskom modelu, ne daju dobre rezultate za naša očekivanja, koja se sve više moraju temeljiti na teoriji racionalnih očekivanja i sustavnom pristupu. Nedovoljno

---

<sup>189</sup> Strategija razvoja Hrvatskog turizma do 2010. godine, (2003), Finalna verzija, RH Ministarstvo turizma

<sup>190</sup> Lokin, B., op.cit. str. 15.

široka spoznaja irelevantnih informacija neophodnih za racionalno odlučivanje i "racionalno očekivanje" u našem društvu predstavlja jedan od bitnih razloga za kočničke mehanizma.

Na turizam se danas više ne gleda jednako kao prije. Njegov brzi razvoj ali i promjene opće društvene strukture i svijesti doveli su do novog diferenciranog promatranja turizma. Širom svijeta vodi se diskusija o troškovima i koristima turizma za gospodarstvo, okolinu i društvo. Zbog toga je nužno, "unapređivati turizam samo onoliko koliko on stanovništvu turističkih područja donosi željeni gospodarski probitak, prije svega u obliku dohotka i radnih mjesta, te ako je taj probitak trajne naravi i ako inače ne narušava životne prilike stanovništva. Prije realizacije nekog projekta treba što je moguće točnije razraditi njegovo djelovanje (gospodarske troškove i koristi, utjecaj na društvo i okoliš)"<sup>191</sup>

Riječ destinacija se počela početkom sedamdesetih godina širiti i na istraživanje turizma, naročito njegovih tijekova između emitivnih i receptivnih područja. Destinacija je postala oznaka za turistički lokalitet, zonu, regiju, zemlju, skupinu zemalja, pa čak i kontinent. Zato današnja turistička destinacija grada ili općine ima svoje logično ishodište u pojmu grada ili općine kao turističkog mjesta ili turističkih mjesta koje je svojim povijesnim činjenicama stvorilo kontinuitet posjeta, a istovremeno i egzistenciju domaćem stanovništvu. Značaj turističkog mjesta i nužnost njegovog stalnog "osmišljavanja" i obogaćivanja potvrđuje i davna činjenica o osnivanju "Društva za uređenje i poljepšanje mjesta i okolice" koja su se početkom prošlog stoljeća počela javljati u primorskim mjestima. Nažalost, dugogodišnje razdoblje napuštanja tržišnog odnosa i orijentacija s pretežnim naglaskom na kvantitativno praćenje turističkih tijekova ostavila je traga i na brojna turistička mjesta širom Hrvatske. Turistička destinacija danas, mora biti odgovor na suvremena kretanja u načinu korištenja slobodnog vremena i biti pravi nastavak ideje turističkog mjesta koje je imalo sve sadržaje koji su trebali i koji su zadovoljavali tadašnje turiste. Granice turističke destinacije "odredit će tržište, i one se formiraju "kroz izraz tržišne prihvaćenosti"<sup>192</sup>. Činjenica je da turističke aktivnosti utječu na socijalni, kulturni, ekološki i gospodarski aspekt destinacije. Vjerujući da ti aspekti dobivaju na važnosti porastom turističkih dolazaka, nužno je da postoji prag podnošljivosti broja posjetitelja, a njegovim prekoračenjem utjecaji postaju neprihvatljivi i nepodnošljivi.

Granica nosivosti kapaciteta definirana je kao ona razina prisutnosti turista koja stvara pozitivne utjecaje na domicilno stanovništvo, okolinu, gospodarstvo i turiste, a održiva je i u budućnosti. Budući da je turizam povezan s utjecajima na društvo, kulturu, okolinu i gospodarstvo, vrlo je vjerojatno da će prag granice nosivosti biti pređen u jednom od tih područja, a ne u svima odjednom. Zato se može smatrati da turističke aktivnosti vrše pritisak, npr. na lokalni ekosustav, prije nego bi mogla ugroziti socijalnu strukturu, kulturu ili gospodarstvo. Razvoj nekontroliranog mehaničkog priliva stanovništva, vikendaša, kroz politiku kolektivne stambene izgradnje može najdirektnije ugroziti socijalnu odnosno kulturnu strukturu, ali isto tako i ekološku. To znači da granicu nosivosti ukupnih kapaciteta za destinaciju određuju, ekološka razmišljanja, ali najviše prethodno postavljeni cilj rasta standarda domicilnog stanovništva i zaštita njegovog kulturnog identiteta. Socijalna struktura velikih svjetskih i europskih metropola je puno sposobnija da prihvati i tolerira prisutnost turista i "vikendaša" nego izrazito obiteljski strukturirana područja kao što su to još uvijek male destinacije naših gradova (mjesta) i općina.

Kulturne karakteristike destinacije igraju važnu ulogu u određivanju utjecaja. Što je neuobičajnija kultura, to destinacija može biti atraktivnija, ali isto tako i povratno, prisutnost turista i "vikendaša" može na nju štetno djelovati ukoliko se ne uvažava prihvatni kapacitet

Raspoloživi lokalni resursi imat će najvažniji utjecaj na prihvatljivost i poželjnost turističkog razvoja. Tamo gdje su lokalni resursi mali, domaćin će biti izložen prilično velikoj

<sup>191</sup> Krippendorf, J., op.cit. str. 113.

<sup>192</sup> Magaš, D., /1997/, Turistička destinacija, Hotelijerski fakultet Opatija, str. 27 i dalje.

konkurenciji i troškovima za turističko korištenje tih resursa. Turistički razvoj može rezultirati unapređenjem infrastrukture koja bi bila dostupna domaćinima i turistima i na taj način utjecati na kvalitetu života domaćeg stanovništva. Međutim, granica nosivosti kapaciteta postaje ovisna varijabla, a ne fiksna vrijednost turističke prisutnosti. Dugoročna izloženost turističkoj prisutnosti i promjena lokalnih čimbenika vjerojatno će utjecati na to koliko promjena mogu prihvatiti i domaća zajednica i turisti. S vremenom nastaje povratna sprega između granice nosivosti, lokalnih i vanjskih čimbenika koji će biti odgovorni za povećanje/smanjenje važnosti granice nosivosti. Ako se granica nosivosti kapaciteta ne respektirajući, neko od područja utjecaja, prekorači, razvojni će proces biti zaustavljen i može se dogoditi nepopravljiva šteta. Šteta se može odnositi na socijalne i ekonomske aspekte, ali će konačni rezultat biti takav da će posjetitelji osjećati da se smanjuje njihovo turističko zadovoljstvo i destinacija će propadati. Isključivanje domaće populacije iz nekih turističkih aktivnosti (koncesije za plaže, prijevoz i slično) samo će povećati negativan pritisak i može stvoriti sukob između domaćina i turista. Prema tome, kao što je već i navedeno, svaki se oblik gospodarskog razvoja sukobljava s implikacijama na socijalne aspekte strukture i kulturne aspekte populacije, počam od običaja, religioznosti, načina življenja, obrasca ponašanja, načina oblačenja, načina korištenja slobodnog vremena, ponašanja prema strancima i drugo. Riječ je o tzv. "održivom turizmu" ("Sustainable Tourism") tj. turizmu koji ne uništava svoju bazu i koji ne stvara nepopravljive štete. Radi se jednostavno o turizmu koji je podnošljiv za okolinu. Načela koja su obilježje ovakvog turizma, a koji mora u svom razvoju respektirati svaka turistička destinacija jesu:

- pažljivo ophođenje (odnos) prema prirodi-lijep krajolik, nedirnuta priroda bez buke;
- uvažavanje domicilnog stanovništva i njegove kulture- respektirati potrebe i želje domicilnog stanovništva;
- izbjeći rasipanje resursa-vode, električne energije, ekološko uklapanje otpada i slično;
- očuvanje prirodne, socijalne i kulturne višestrukosti-očuvanje flore i faune, socijalna podnošljivost i socijalna odgovornost, njegovati kulturne posebnosti;
- strateško planiranje-dugoročni planski koncept mora biti usklađen na lokalnoj, regionalnoj i državnoj razini.;
- gospodarske prednosti-održivi turizam potiče domaće gospodarske subjekte, spriječava razaranje tradicionalne društvene strukture;
- uključivanje domicilnog stanovništva-stanovništvo mora biti konzultirano o novim turističkim projektima;
- savjetovanje i obavještanje stanovništva-domaćem stanovništvu mora se dati mogućnost aktivnog sudjelovanja u planiranju i davanju vlastitih prijedloga u oblikovanju svog mjesta, donošenje odluka isključivo izvana rezultira otporom domaćeg stanovništva, što je loše za cijelokupnu ponudu;
- obrazovanje turističkih radnika-suradnici svih turističkih subjekata moraju biti informirani i educirani o novim trendovima u turizmu;
- odgovorni marketing-potpuna i poštena informacija, upoznavanje turista s navikama i običajima u destinaciji.

Ova načela održivog turizma opisuju idealnu sliku. U praksi neće biti moguće uvijek uzeti u obzir sva načela. Ipak, ona služe kao pomoć u orijentaciji, cilj bi trebao biti najbliže moguće približavanje idealnoj situaciji.

Nije moguće razvijati turizam bez utjecaja na okolinu, kulturu, socijalnu strukturu i gospodarstvo, ali je moguće korektnim planiranjem, a posebno prostornim planom grada odnosno općine, upravljati turističkim i ukupnim razvojem, tako da se negativni utjecaji svedu na minimum, a potiču pozitivni. Najviši cilj razvitka jednog turističkog područja, kojemu bi morali biti podređeni svi ostali dugoročni strateški ciljevi, u sebi bi morao sadržavati veliki

kvalitativan skok što u svojem središnjem dijelu ima čovjeka, građanina, odnosno stanovnika turističke destinacije. Dugoročni razvitak mora biti zasnovan na komparativnim prednostima koje proizlaze iz raspoloživih resursa (prirodnih i stečenih) na uvažavanju međuzavisnosti i funkcionalnih veza među pojedinim djelatnostima, te na potrebi osiguranja boljih uvjeta življenja svih žitelja na području jedne turističke destinacije. Dugoročni program razvitka polazi od dugoročnih ciljeva. Osnovnom i zajedničkom cilju trebaju težiti i moraju biti podređeni strateški ciljevi razvitka pojedinih djelatnosti. Slijedom toga, osnovni cilj dugoročnog razvitka turističke destinacije definirat ćemo kao: dostizanje visoke kvalitete življenja stanovništva i očuvanje kulturnog identiteta čitave turističke destinacije.

Tako definiran cilj dugoročnog razvoja u sebi sadrži nekoliko komponenti, koje bismo mogli specificirati kao:

- optimalan gospodarski razvoj destinacije
- viša razina životnog standarda stanovništva
- očuvanje potrebne razine ekologije
- njegovanje kulturno-povijesne baštine, te njeno stavljanje u funkciju gospodarskog i općeg razvitka

Za prvu fazu donošenja odluka o strategiji razvoja destinacije sugerira se sljedeći redoslijed:

- 1) Utvrditi i prihvatiti ciljeve dugoročnog razvitka turističke destinacije (s mogućom kvantifikacijom visine nekih pokazatelja - DP p/c, koeficijent turističke gustoće izražen brojem smještajnih kapaciteta po stanovniku i slično).
- 2) Raspraviti i utvrditi optimalnu gospodarsku strukturu po djelatnostima, s posebnom naznakom na: nosećim djelatnostima, ostalim djelatnostima manjeg značenja za razvitak i nepoželjnim i kontraproaktivnim djelatnostima.
- 3) Raspraviti i donijeti odluku o svakoj djelatnosti, njenu strategiju razvoja, prostorne, infrastrukturne i ekološke uvjete.
- 4) Donijeti odluku o prostorno-urbanističkom planovima čitavog područja.
- 5) Utvrditi instrumente poticaja razvitka (porezna, kreditna, zemljišna politika), odvojeno za onaj dio koji bi bio u nadležnosti grada ili općine te za onaj dio koji bi bio u nadležnosti države.

Pritom, razraditi sustav renti, a posebno uvesti instituciju “ekoloških renti” po načelu “ništa nije zabranjeno, ali ono što je nezdravo i štetno mora biti preskupo”. Nadalje, u provedbi strategije dugoročnog razvoja gradski odnosno općinski organi bi između ostaloga, morali preuzeti na sebe i vrlo bitne zadatke u vezi s promocijom cjelokupna područja, te stvaranja “imagea” koji je prethodno usvojen.

### ***2.1.3.2.1. Pretpostavke i ciljevi razvitka destinacije***

Iskustvo dosadašnjeg razvitka, i onog pozitivnog i onog lošeg, upućuje na neke opće pretpostavke na kojima bi se trebao zasnivati razvitak čitave turističke destinacije. Od njih se čine najvažnije ove:

- razvitak turističke destinacije mora cjelovito obuhvatiti područje omeđeno ne upravnim granicama općine odnosno grada nego prirodnim uvjetima i gospodarskim, te ostalim interesima,
- razvitak mora cjelovito obuhvatiti sve prirodne resurse, uvjete i ostale potencijale, a to znači skladno razvijati uz turizam i ostale proizvodne grane kao što su stočarstvo, poljoprivreda, ribarstvo, kao i mnogobrojne ostale djelatnosti što su međuovisne. Time

se širi lepeza gospodarske djelatnosti, potpunije se iskorištavaju gospodarski, ljudski i ostali resursi, a umanjuju se rizici turističke monokulture.

- u budućem razvitku valja napustiti politiku gigantizacije, politiku kvantitativna rasta, kada je rast imao karakteristike količinskog povećanja u kojem je bio važan pokazatelj porasta broja hotela, broja soba, broja noćenja, kada su mastodontske dimenzije bile lažni izraz snage moći i utjecaja u društvu. Umjesto politike količina valjalo bi razvitak zasnivati na visokoj kvaliteti okoline i uopće, visokoj kvaliteti življenja.

Prethodno izložene pretpostavke razvitka određuju i njegove ciljeve koji bi se mogli definirati kao:

- povećanje kapaciteta komunalne infrastrukture i njihovo dovodenje na visoki nivo kao osnove za budući gospodarski razvitak i kvalitetniji život građana,
- razvitak turizma kao glavne (ali ne i jedine) gospodarske djelatnosti, uz skladan razvitak i svih ostalih djelatnosti koje za to imaju uvjeta,
- otvaranje novih radnih mjesta (ali ne i za mehanički prirast stanovništva), čime bi se dostigla zadovoljavajuća stopa zaposlenosti domaćeg stanovništva,
- povećanje nacionalnog dohotka i povećanje stope rentabilnosti u privredi kao osnove za povećanje životnog standarda ljudi i razvoj kulture življenja.

Tako definirani ciljevi gospodarskog razvitka imaju svoj osnovni smisao u stvaranju uvjeta i mogućnosti za jedan bogatiji, ugodniji život čovjeka, i u materijalnom i u nematerijalnom smislu. Da bi se taj cilj mogao ostvariti, potrebna su golema financijska i ostala sredstva, koja se mogu ostvariti, jedino privređivanjem. Potrebno nam je takvo gospodarstvo koja će, uz zadovoljavajuću profitnu stopu vlasnika kapitala, odbacivati još dovoljno veliki dohodak, iz kojeg će se isplaćivati buduće plaće, približne europskoj razini i financirati skupa komunalna infrastruktura. Znači, potrebno nam je razvijati visokorentabilno i visokoakumulativno gospodarstvo.<sup>193</sup>

U budućnosti valja razvijati pretežno one gospodarske aktivnosti koje će biti više ili manje povezane s turizmom kao osnovnom djelatnošću. One bi trebale biti skladno uključene u opći asortiman turističke ponude, kako bi tu ponudu učinile raznovrsnijom i kako bi svaka djelatnost posebno utjecala na povišenje i oplemenjivanje ukupne kvalitete turističke ponude. Iako ni jedna druga gospodarska oblast nema niti približno tako dobre preduvjete za razvoj kao turizam na potencijalno turističkom području, to ipak ne znači da ostale gospodarske aktivnosti nemaju nikakve šanse za razvitak. Dapače, i ribarstvo i zemljoradnja i stočarstvo i raznorazni obrtnički proizvodi, imaju značajne mogućnosti. Zbog toga će se uspješan razvitak ostvariti tek onda ako se iskoriste sve mogućnosti i svi resursi u skladnu gospodarsku cjelinu.

U ostalom, turistička ponuda nije samo hotelska soba, to je prije svega veliki broj privatnih iznajmljivača i svih onih koji raznim proizvodima i uslugama sudjeluju u ukupnosti turističkog gospodarstva. Zato sve njih, posebno privatne iznajmljivače, treba obuhvatiti u cjelovitoj politici razvitka turizma jedne destinacije. Bilo bi nedopustivo da se u budućem razvitku ne obnove i ne razviju sve one grane koje imaju za to mogućnosti, a da pri tome njihov razvitak ne ugrozi i ne ometa razvitak turizma. Razvitak ostalih grana potreban je barem iz dva razloga: njime se pokušavaju izbjeći rizici monokulture zasnovane na preferiranju turizma i u slučaju uspostavljanja skladnosti u razvoju svih djelatnosti, širi se lepeza i obogaćuje sadržaj turističke ponude. Zato je svaka inicijativa dobro došla u općem gospodarskom razvitku pa će, umjesto krutih "perspektivnih planava," biti korisna aktivnost u organizaciji gospodarske inicijative, a ulogu organizatora mogle bi preuzeti ustanove kao što

---

<sup>193</sup> Vidi detaljnije: Gašparović, V., /1993/, «O gospodarskom razvitku Vinodolskog kraja» Vinodolski zbornik broj 7., Crikvenica, str.13-20.

je grad ili općina kroz osnivanje poduzeća u svom vlasništvu, gospodarska komora, zatim ustanove koje već postoje, i koje će se i dalje osnivati, za promicanje turizma.

Nijedna proizvodna aktivnost nije u tolikoj mjeri pod utjecajem nepovoljnih političkih i sigurnosnih faktora kao što je to turizam. Ratne strahote i zbivanja u Hrvatskoj ne samo da su turistička kretanja usmjerena na turistička područja sveli na nulu nego su ozbiljno ugrozile i perspektive za nekoliko godina.

Što učiniti u takovim uvjetima? Rješenje i puteve da se ovaj problem riješi treba tražiti u okviru žive i osmišljene komunikacijske odnosno promotivne funkcije marketinga.

Kako dobiti odgovore na pitanja kao što su:

- kakav je postojeći "image" destinacije, što su njezine prednosti a što slabosti?
- što ukazuju relevantni trendovi turističke potražnje?
- što su ciljevi marketiških aktivnosti na području destinacije čiji je nositelj turistička zajednica?
- po čemu se destinacija razlikuje od konkurencije i kako se ona pozicionira na turističkom tržištu?
- koji su osnovni turistički proizvodi destinacije?
- koja su najperspektivnija turistička tržišta destinacije?
- što je optimalan izbor promotivnih aktivnosti destinacije?

Pravi odgovor na ova pitanja daje Strateški marketing plan grada-odnosno destinacije koji predstavlja temeljni konceptijski dokument marketinga turističke destinacije. Kao takav, plan je namjenjen prije svega nositeljima marketiških aktivnosti destinacije, poglavito turističkoj zajednici grada, općine ili županije te odgovarajućim službama gradske ili državne uprave. Svakako da ovaj dokument može također postati kvalitetna osnovica za usmjeravanje domaćih i stranih poduzetničkih aktivnosti privatnog sektora na ovom području. Ostvarivanje marketinške strategije turističke destinacije predstavlja podizanje kvalitete cjelokupne destinacije, pri čemu kvalitativnu transformaciju nužno treba shvatiti kao proces. Sigurno je da će u tom procesu dva faktora igrati vodeće uloge : (1) prostorno-urbanistička i komunalno-servisna transformacija destinacije i (2) transformacija hotelsko-turističkih poduzeća na prostoru turističke destinacije. To praktično znači da turističko pozicioniranje destinacije mora biti podržano pozicioniranjem dominantnog turističkog poduzeća.

Osim potpunijeg kvantitativnog iskorištenja postojećih resursa valja u budućem razvitku posvetiti najveću moguću pozornost njihovom kvalitativnom iskorištenju. Dapače, kvalitetna komponenta bi trebala postati okosnica ne samo turističkog nego cjelokupnog razvoja destinacije i to stoga što su prirodni uvjeti rangirani kao visokokvalitetni. Sa stanovišta kvalitete nužno je da sve izvedenice iz ove fundamentalne razvojne osnove budu također na istom nivou.

Kvaliteta, a u našem slučaju to znači da svaka aktivnost na području turističke destinacije mora nositi značajke visoke kvalitete, počevši od ugostiteljske usluge, čistoće, higijene i reda na svakom koraku do visoke kvalitete kulturnih i zabavnih priredbi. Zbog svega toga kvaliteta u razvoju trebala bi označiti rat duhu provincijalizma, nekompetentnosti mediokriteta i sklonostima za improvizaciju.

Bilo bi neoprostivo u nadkvalitetni prirodni ambijent ugraditi nekvalitetne, niskovrijedne i niskoakumulativne sadržaje. Dapače, to bi bio zločin ne samo protiv svih gospodarskih principa nego i zločin protiv same prirode. Dakako, ovaj imperativ vrijedi za sve manifestacije kako gospodarske, tako i negospodarske. Dakle, u politici razvoja trebalo bi staviti težište na povećanje kvalitete, ali ne samo hotelske ili, nešto šire, turističke usluge, nego na povećanje kvalitete totalne ponude i svekolika života. Jer, kvaliteta je integralni fenomen što znači da svi dijelovi jedne cjeline, jedne ponude, ili jednog područja, moraju biti razvijeni na približno jednakom nivou kvalitete. Politika kvalitete, kao osnovna odrednica

razvitka, odudara od donedavne generalne tradicije koja je bila usmjerena na kvantitativni rast: velik broj ležajeva, velik broj noćenja, velik broj posjetitelja. Taj suludi marš kvantitete mastodontskih ambicija, a inspiriran i organiziran od nekompetentnih ljudi snizio je opću kvalitetu življenja domaćih stanovnika i degradirao kvalitetu turističke klijentele.<sup>194</sup> Kvalitetna ponuda zahtijeva, kao što je već rečeno, i kvalitetnu tehničku opremljenost, ali još više od toga zahtijeva kvalitetne kadrove, sposobne, ambiciozne, educirane. Budući da turistička ponuda obuhvaća i veliki broj privatnih iznajmljivača i čini cjelinu kvalitete turističke ponude, to je potrebno organizirati odgovarajući sustav izobrazbe i uključiti u nj privatne iznajmljivače. Grad odnosno općina i njihovi organi morat će organizirati, propisivati i stvarati osnove i uvjete (materijalne, institucionalne, financijske i sl.) za gospodarski razvoj, prije svega izgradnjom komunalne infrastrukture, uspostavljanjem takovih uvjeta (poreskih i sličnih) koji će stimulirati gospodarski razvoj i konačno, izradom kriterija koje valja svaki gospodarski pothvat zadovoljiti, a to su: opći interesi, zaštita okoline, uvjet skladnog razvitka cjeline gospodarstva i sl. U okviru takove gospodarske politike županija, grad odnosno općina i njihovi organi imat će odgovornost poglavito na tri područja: (1) gospodarenje prostorom, (2) izgradnja komunalne infrastrukture i (3) uspostavljanju financijskih okvira i ostalih uvjeta za gospodarstvo.

Gospodarenje prostorom će biti najvažnija i najdelikatnija funkcija gradske uprave. Od buduće politike gospodarenja prostorom očekuje se ne da sačuva prirodne ljepote, osobitosti i prednosti destinacije nego da te značajke još jače istakne i iskoristi na najbolji način. Buduća će politika i praksa gospodarenja prostorom na najenergičniji način morati spriječiti svako devastiranje, degradiranje, zagađivanje prostora i ljudi. Navedeni zahtjevi praktično znače da se ni najmanji dio prostora grada odnosno općine ne bi smio upropastiti, nagrditi, krivo iskoristiti. Obratno, svaka intervencija u prostor trebala bi ne samo sačuvati nego još i unaprijediti postojeću kvalitetu. Nameće se, dakle, jasan, energičan i rigorozan zaključak po kome treba spriječiti svaku daljnju izgradnju koja bi devastirala kvalitetnu supstancu prirodnih resursa. Gospodarenje prostorom zahtijeva posebnu studiju, a ovdje su izvedena samo neka načela ovisno o općem gospodarskom razvitku. Ali i na ovom bi mjestu trebalo naglasiti važnost iniciranih načela, a još više da se proklamirana načela poštuju u praksi. S time u vezi gradska uprava i ostale institucije trebale bi biti osposobljene za kreiranje i organizaciju provođenja proklamiranih načela. Od najveće je važnosti, osim toga, da nadležni organi budu dosljedni u sprovođenju legalno izvedenih načela u gospodarenju prostorom i da budu sposobni oduprijeti se golemom pritisku primitivnih, nisko kvalitetnih, ali vrlo agresivnih zahtjeva u razvitku koje valja očekivati na tako atraktivnom području jedne turističke destinacije. Čini se da bi to stajalište moglo biti ključno za strategiju razvoja destinacije. Realizacija takvog stajališta bila bi kamen kušnje za ispit doraslosti planera da jednom prekrasnom i jedinstvenom prirodnom okruženju udahnu adekvatan sadržaj, da spriječe devastaciju tih ljepota i da omogućе provođenje adekvatnih rješenja i usprkos lošim navikama i sitnim a krivo određenim interesima pojedinaca. Realizacija takove politike gospodarenja prostorom zahtijeva prije svega visoku organizaciju određenih službi gradske i državne uprave, modernu organizacionu osnovu (kao što je npr. banka podataka), preuzimanje u praksi već dokazanih uspješnih mjera i putova, kao što je organizacija javnih poduzeća, posebno komunalnog poduzeća, planiranje na osnovi projektnih studija, itd.

Razvoj komunalne infrastrukture na drugom je mjestu, ali ne manje važnom, kao obveza grada odnosno općine kao turističke destinacije da sama gradi, organizira gradnju, ili da samo potakne izgradnju komunalne infrastrukture, koja je osnovna pretpostavka gospodarskog razvitka. S obzirom na to da se u budućem razvitku teži kvalitetnom gospodarenju onda i aktivnost i usluge komunalne infrastrukture treba podignuti na višu

---

<sup>194</sup> Vidi detaljnije: Gašparović, V., /1993/, op.cit.



razinu. Kapaciteti i razina kvalitete komunalnih usluga ne udovoljavaju niti sadašnjim potrebama a kamoli budućim; ceste i gradske ulice su zakrčene, Jadranska magistrala prolazi kroz mjesta i siječe ih na atraktivni i manje atraktivni dio, nisu organizirana parkirališta za automobile i vezovi za plovila su nedovoljni, čak su i plaže prenapučene, neizgrađena je kanalizacija u svim djelovima grada, opremljenost za suzbijanje “cvjetanja” i onečišćenja mora su nedovoljna, a to su samo neki primjeri nedostatnih infrastrukturnih komunalnih kapaciteta. Stoga valja otvoreno i jasno ocijeniti stanje komunalija. S time u vez javlja se potreba da se razvitak gospodarstva i urbani razvitak uopće dovede u sklad s kapacitetima infrastrukture. To znači da bi prije svake gradnje novih gospodarskih i urbanih objekata trebalo izgraditi kapacitete komunalne infrastrukture, odnosno da bi u generalnom razvitku destinacije infrastrukturi trebalo dati prioritet. Dosljedna primjena takvog stajališta značila bi posebnu brigu za razvitak i u količinskom i kvalitetnom smislu svih vrsti komunalne infrastrukture. Budući da je gradnja te vrste skupa i da angažira velik kapital, čiji su izvori oskudni, onda se javlja potreba za iznalaženjem dodatnih financijskih izvora. Kako ti izvori, bez obzira na to koliko veliki bili, neće moći udovoljiti svim potrebama, valjalo bi zato pažljivo odrediti prioritete. Od mnogih komunalnih problema treba posebno izdvojiti promet, gradski i prigradski, i odrediti mu visoko mjesto u prioritetima. Trebalo bi proučiti prometnice, sredstva za promet i prometni režim koji ne bi zagađivao i nagrđivao, nego koji bi se uklapao u krajolik i koji bi udovoljavao najvišim kvalitetnim standardima s ciljem da osigura kretanje roba i ljudi, ali da ne zakrčuje ulice i zagađuje more i atmosferu. Dakako da se zaštita i očuvanje okoline javlja kao potreba visokog prioriteta, naročito briga za čistoću mora. Polazeći od činjenice da su postojeći najvažniji infrastrukturni kapaciteti već sada nedostatni, svaka daljnja gradnja hotela, privatnih kuća, gospodarskih objekata i sl., koja bi dodatno angažirala postojeće komunalne kapacitete, vodi preopterećenju, zagušenju i kolapsu. To izaziva degradaciju životnih uvjeta stanovnika, a takovo stanje ispod svih dopustivih standarda jedva da bi moglo udovoljiti i onoj turističkoj publici najnižih zahtjeva. Rješenje je u brznoj i promišljenoj investicionoj aktivnosti u stvaranju dostatnih i kvalitetnih infrastrukturnih kapaciteta, kao uvjetu za daljnju gradnju hotela, kuća za odmor, gospodarskih objekata i sl. A dok god se infrastrukturni kapaciteti ne povećaju trebalo bi izbjegavati i odložiti svaku izgradnju koja bi vodila preopterećenju i kvalitetnom degradiranju komunalnih službi. Takvo stajalište vodi k praktičnom rješenju, koje bi u određenom smislu značilo privremeni moratorij za svaku onu gradnju za koju se ne može osigurati kvalitetan komunalni servis (pristupne ceste, telefon, voda, kanalizacija, odvoz smeća itd.). Tako određeni moratorij imao bi karakter privremenosti, tj. svaka opravdana gradnja odgodila bi se do časa dok se ne osiguraju svi infrastrukturni uvjeti u količinskom i kvalitetnom smislu. Bila bi to odgođena gradnja dok se ne steknu svi potrebni uvjeti i udovolji visokom standardu kvalitete življenja. Za uspješno provođenje Glavnog plana razvoja turizma jedne turističke destinacije neophodno je primjenjivati posebne razvojne i druge mjere i programe podrške na sve tri razine odlučivanja i to:

a) na državnoj razini

- omogućiti liberalnije propise o razvoju svih oblika turizma
- osigurati stimulatívne mjere za financiranje izgradnje smještajnih i drugih turističkih kapaciteta
- izgraditi sustav racionalnog gospodarenja i upravljanja prostorom i prirodnim resursima
- poticati sustav zaštite okoliša i suzbijanja ekoloških onečišćenja.

b) na regionalnoj i lokalnoj razini

- osnivanje jamstvenog fonda za poticanje razvoja turizma

- regionalnoj razvojnoj agenciji delegirati poslove vezane za procjenu i davanje dozvola za smanjenje lokalnog poreza i odlučivanje o prihvatljivosti i kontroli planiranih investicijskih projekata
  - organizirati odbore, odjele ili postavljati odgovorne osobe za osmišljavanje projekata koji će biti prihvatljivi određenoj turističkoj destinaciji,
  - koordinirati lobiranje i uspostavljati suradnju s hrvatskom vladom i međunarodnim organizacijama u cilju prijedloga poboljšanja koje bi mogle provesti sve zainteresirane strane (zakoni, stopa poreza na dobit, poticajna kamata i potpora),
  - osiguravati potporu u provedbi razvojnog programa turizma osiguranjem raznih komunalnih, poreznih, prostorno lokacijskih i sličnih olakšica turističkim subjektima,
  - održavati komunalni sustav, regulirati promet, brinuti o uređenju parkova, pročelja zgrada, spomeničke baštin, zemljišta, raznih manifestacija i turističkih atrakcija.
- c) na razini turističkih zajednica i destinacijskog menadžmenta
- izoštriti kreativnost, osposobiti se za nove izazove i kooperativnost u stvaranju integralnog upravljanja turističkom ponudom,
  - stvoriti starteške saveze za zajedničku promociju, kvalitetu i širenje ponude raznovrsnih proizvoda i usluga,
  - integralnim upravljanjem unaprijediti kvalitetu i sniziti troškove
  - poticati razvojne, promotivne, koordinacijske i edukativne aktivnosti,
  - turistička poduzeća će dominantno “ opskrbljivati” turiste, stvarati uvjete i strategije za pridobivanje novih gostiju, pratiti konkurenciju i raznolike zahtjeve turista, razrađivati poslovne planove i poticati poduzetnički duh građana, poduzetnika, menadžera i zaposlenih,
  - razvijati suradnju s cehovskim i drugim udrugama civilnog društva koje imaju važne zadaće i aktivnosti u promicanju turističke ponude u cjelini.

Na svim spomenutim razinama potrebno je uskladiti aktivnosti i kontinuirano projektirati razne mjere i poticaje za razvoj turističkih destinacija koje neće konkurirati jedna drugoj već će se raznim potporama nadopunjavati.

## **2.2. PROJEKTIRANJE SUSTAVA CILJEVA TURISTIČKOG I GOSPODARSKOG RAZVOJA**

Sustavno projektiranje razvoja podrazumijeva prvorazredno projektiranje sustava ciljeva razvoja koji su usmjereni u pravcu stvaranja materijalnih i drugih pretpostavki i uvjeta za život i rad stanovništva. Isto tako sustavno projektiranje razvoja uključuje projekciju ključnih proizvodnih resursa kao glavnih sredstava za ostvarenje postavljenih ciljeva.

### **2.2.1. Projekcija sustava ciljeva razvoja**

Ciljevi dugoročnog razvoja obično nisu kvantitativno precizirani i određeni sa stajališta subjekta i sredstava. Riječ je više o stavovima u pogledu poželjnog usmjeravanja razvoja. Sama konkretizacija tih ciljeva ogleđa se u razvojnim planovima za kraća razdoblja. To znači da ciljevi dugoročnog razvoja imaju poseban značaj, jer " ... izražavaju opći društveni i politički konsenzus o smislu i pravcima planiranih akcija i kao takvi manje su podložni promjenama, odnosno utjecaju tekućih prilika. " <sup>195</sup> Dugoročni ciljevi našeg društva su ti koji određuju opće ciljeve dugoročnog razvoja nižih razina. Prema tome, glavni bi cilj dugoročnog razvoja bio razvoj društva i čovjeka u cjelini, odnosno u konačnici oslobađanje čovjeka i njegovo potpuno razotudjenje.

" Ciljevi dugoročnog razvoja, prije svega, idu za tim da se razvijaju i uspostave društveni kriteriji i metode upravljanja i kontrole društvenih procesa, koji bi sprječavali neracionalno gospodarenje, monopole, uzurpaciju prava, a da ti kriteriji i metode ne budu nametnuti gospodarstvu preko monopola države. " <sup>196</sup> Razvojni ciljevi nižih razina usko su povezani s razvojnim ciljevima i prioritetima na nivou Hrvatske.

Razvoj čovjeka i društva u cjelini, kao najviši razvojni cilj ostvaruje se kroz podmirenje potreba radnih ljudi i stanovništva zadovoljenjem njihovih općih, zajedničkih i osobnih potreba. Rast i razvoj potreba traži stalan i permanentan rast dohotka i efikasnosti privređivanja svih gospodarskih subjekata unutar gospodarskog i društvenog sustava, te jačanje i razvoj resursa. To su ujedno i dva osnovna cilja bez čijeg zadovoljenja nije moguće ispuniti svrhu poslovanja. Isto tako osnovni ciljevi povratnom spregom utječu na glavni cilj, a to je povećanje proizvodnje dobara i pružanja usluga bez kojeg je nezamisliv rast dohotka, koji je opet neophodan za rast i razvoj resursa.

Osnovni proizvodni resursi su ključni resursi i predstavljaju glavna sredstva za ostvarivanje postavljenih ciljeva koji služe kao osnova za jačanje i razvoj materijalne osnove rada kao uvjeta proširene reprodukcije. Kako od njih počinje poslovanje, tj. od njih zavisi visina i rast novostvorene vrijednosti koja opet povratno utječe na rast i razvoj resursa, neophodno je projekciji ključnih resursa, kao podsustavu osnovnog cilja poslovanja, tj. jačanju i razvoju resursa posvetiti kod sustavnog projektiranja razvoja posebnu pažnju.

## **2.3. RASPOLOŽIVI KLJUČNI RESURSI KAO PODSUSTAVI I NJIHOVA PROJEKCIJA**

---

<sup>195</sup> " Osnove dugoročnog razvoja grada Zagreba, /1982/, " Ekonomski institut Zagreb,, str. 476

<sup>196</sup> Ibid., str. 447

U ključne proizvodne resurse neophodne za realizaciju ciljeva razvoja jednog gospodarskog sustava pripadaju slijedeći resursi :

1. stanovništvo i kadrovi,
2. prirodni resursi,
3. sredstva za rad,
4. prostorno uređenje, urbanizam, te životna i radna sredina.
5. vrijeme kao resurs

### **2.3.1. Podsustav stanovništvo i kadrovi**

Stanovništvo je jedan od najznačajnijih faktora proizvodnje, a ujedno i bitan faktor gospodarskog razvoja. Zato stanovništvo i njegova struktura imaju bitan utjecaj na obim, strukturu i tempo gospodarskog razvoja, jer ono učestvuje u ukupnom procesu društvene reprodukcije, od proizvodnje do potrošnje. Stanovništvo je vrlo dinamična kategorija čije promjene u pojedinim strukturama bitno utječu na ukupni društveno – ekonomski razvoj. Struktura proizvodnje i potrošnje zavisna je od strukture stanovništva, što ukazuje na neposredno uspostavljanje odgovarajućih odnosa između ukupnog stanovništva, zaposlenih, proizvodnih kapaciteta i količine proizvoda. U zavisnosti od stupnja razvoja mijenja se struktura stanovništva, kao i struktura i obim proizvodnje. Razvoj stanovništva i njegove strukture mora se pratiti u dužem vremenskom periodu, a u analizu se moraju uključiti svi relevantni faktori složene strukture stanovništva. Pored društveno – ekonomske strukture stanovništva analiza mora obuhvatiti i prirodni priraštaj, starosnu strukturu i migracije.

Uključivanje svih ovih faktora razvoja u analizu omogućava da se predlože mjere za vođenje pravilne politike demografskog razvoja. Kod projekcije stanovništva primarnu važnost i veću stabilnost ima razvoj stanovništva na osnovi prirodnog kretanja, dok se migracije i njihov utjecaj na stanovništvo teško mogu samostalno projicirati, već su one izvedene iz odnosa ponude radne snage na osnovi prirodnog kretanja i potražnje za radnom snagom.<sup>197</sup> Analiza demografskih kretanja iz prošlosti, kao i prognoza njihovih promjena u budućnosti, značajne su pretpostavke u planiranju društvenog i ekonomskog razvoja. Stanovništvo ima vlastitu dinamiku razvoja koja je djelomično i posebno uvjetovana gospodarskim razvojem, s time što određuje s jedne strane radne resurse, a s druge strane obujam i strukturu društvenih potreba.

Na bazi temeljite analize, kako kretanja stanovništva, tako i analize strukture stanovništva i zaposlenosti, koja obuhvaćaju dobnu strukturu, obrazovnu strukturu zaposlenosti po sektorima gospodarstva, kao i prostorni razmještaj stanovništva, dobiva se solidna osnova za projekciju stanovništva u narednom periodu.

U pogledu projekcije dobne strukture i očekivanja za naredni period moguće su tek orijentacijske pretpostavke. Odnos muškog u odnosu na žensko stanovništvo se mijenja i potrebno ga je predviđati kao i udjel aktivnog stanovništva u odnosu na udio izdržavanog stanovništva. Projekcija aktivnog stanovništva po sektorima djelatnosti i to dinamika kretanja u primarnom, sekundarnom, tercijarnom i kvartalnom sektoru postaje bitna za razvoj gospodarskog sustava na konkretno promatranom području. Struktura zaposlenih s obzirom na stupanj stručnog obrazovanja bit će glavni pokretač i zajedno s tehničkim progresom treba

---

<sup>197</sup> Vidi: " koncepcija dugoročnog privrednog razvoja SHR " – modelski pristup – Ekonomski institut Zagreb, 1983., str. 245

da je osnovni faktor koji će mijenjati fizionomiju sustava privređivanja na promatranom području. Otuda je planiranje kadrova bitna pretpostavka gospodarskog i društvenog razvoja

Nije više moguće na osnovi prethodne kadrovske strukture projicirati novu u narednom periodu. Kada se planiraju kadrovi mora se strogo prethodno utvrditi nivo ukupnog društveno - ekonomskog razvoja, u čemu poseban značaj ima razvoj propulzivnih grana gospodarstva. Isto tako mora se uvažiti činjenica da sve gospodarske grane ne vrše isti utjecaj na ekonomske prognoze, tako da su za dugoročan razvoj najvažnije one gospodarske grane koje će biti okosnica rasta i razvoja na promatranom području, što posebno mora biti definirano u strategiji razvoja i u njezinim ciljevima.

**Radna snaga** je bitan činitelj gospodarskog rasta, jer, redovito, gospodarski rast zahtijeva i povećani broj radnika, a raspoloživi broj radnika čini i gornju granicu mogućega gospodarskog rasta. To je limit koji, doduše, i nije tako čvrst jer se može raznim mjerama, kao. npr. automatizacijom i uvozom radne snage, ublažiti. S druge strane, problem radne snage u obliku nezaposlenosti stvara društvene i socijalne teškoće koje se pretvaraju u imperativ gospodarskog rasta da bi se zaposlili nezaposleni. Doduše, i ova donja granica nezaposlenosti kao socijalni minimum dosta je rastezljiva. Zbog svega toga, dakle i zbog gospodarskih probitaka kao i socijalne nužde, mikroekonomska teorija gospodarskoga rasta pridaje zaposlenosti vrlo veliku pozornost. Teorija optimalnog rasta, o kojoj se govori na drugom mjestu, imala je ambicija stvoriti model takvog gospodarskog rasta koji bi osigurao potpunu zaposlenost, tj. stvorio takvo stanje u kojemu ne bi nedostajalo radnika niti bi postojala nezaposlenost.

Obilježje cijelog povijesnog razdoblja čovječanstva je nezaposlenost, čak niti snažan gospodarski rast ostvaren posljednjih stoljeća, osim u kratkim razdobljima, nije uklonio nezaposlenost. Gotovo da nema zemlje koja je uspostavila potpunu zaposlenost, a u mnogim zemljama vlada posvemašna nezaposlenost. Ako se ne obaziremo na demografske i ostale razloge u sklopu razvoja društva već samo na one iz područja gospodarstva, tada bi se moglo reći da su razlozi nezaposlenosti nedovoljan gospodarski rast izazvan nedovoljnim investicijama koji nije otvorio dovoljan broj radnih mjesta. Zato nacionalna politika gospodarskog rasta teži ostvariti takvu stopu rasta, odnosno uložiti u investicije toliko koliko bi bilo potrebno da se postigne potpuna zaposlenost. Ali investicijskoga kapitala nikada dosta. Osim toga, suvremene investicije angažiraju vrlo produktivne strojeve koji zahtijevaju relativno manji broj radnika. U tijeku je proces jačanja organskog sastava kapitala koji usporava tempo zapošljavanja. Dakle, kod novih investicija broj zaposlenih ne raste dovoljno brzo, a ako je riječ o rekonstrukciji i modernizaciji postojećih tvornica javljaju se prekobrojni radnici koji povećavaju armiju nezaposlenih. Naime, u tom se slučaju uvode produktivniji strojevi koji zahtijevaju manji broj radnika od postojećeg.

Prema modelu Solowa, obnova i modernizacija strojnog parka i uvođenje produktivnijih strojeva stvara nezaposlenost, ali se ravnoteža zaposlenosti, i time održanje konstantne stope zaposlenosti aktivnog stanovništva, po njemu, uspostavlja novom zaposlenošću koju izaziva porast investicija, tj. povećanje proizvodnih dobara. U protivnom, javlja se stacionarni proces stabilizacije ekonomičnosti starih postrojenja, proizvodnost ostaje na istoj razini pa prema tome i zaposlenost.

U mikroanalizi gospodarskoga rasta polazi se od granične proizvodnosti nekog stroja ili skupine strojeva po starosti kao osnove za utvrđivanje njihove zastarjelosti obzirom na to da je njihova granična proizvodnost dovoljna da ostvari odgovarajuću dobit, odnosno plaću radnika. Tako će se formirati plaća na razini koja će zavisiti od proizvodnosti rada na najmanje produktivnom stroju. Solow analizira odnose zaposlenosti, proizvodnosti i generiranje kapitala pa uspostavlja mehanizam po kojemu razlika proizvodnosti radnika po jedinici rasta investicija igra istu ulogu kao i nejednakost plodnosti zemlje u rikardijanskoj

analizi cijene žita, pa je po tome ovaj mehanizam analogan Ricardovoj renti. Time se dokazuje da je veličina zaposlenosti po jedinici kapitala rastuća funkcija starosti kapitala.

Analiza Solowa upućuje na već poznate situacije i tendencije po kojima pomlađivanje postrojenja, tj. isključivanje zastarjelih postrojenja, podiže proizvodnost radnika i time osnovicu za porast plaća. I obratno, zastarijevanje postrojenja prouzročit će pad ekonomičnosti proizvodnje, a time i pad nadnica. S druge strane, rast nadnica potaknut će gospodarstvenike da ulažu u moderniju opremu koja zahtijeva manji broj radnika. I time bi se moglo, doduše na nešto složeniji način, zaključiti izlaganje o funkciji kapitala u obnovi zastarjele opreme u sklopu analize rasta proizvodnosti i utjecaja na zaposlenost.

U politici ravnotežnog rasta teži se idealnom stanju u kojemu bi i potražnja radne snage bila izbalansirana, u kojemu nema niti zaposlenosti niti oskudice na radnoj snazi. Takvo, po svemu sudeći, idealno stanje kao model potpune zaposlenosti razvili su već Ricardo pa Schumpeter i A. Marshall. Nasuprot tome stoji poznata pesimistička teorija stanovništva Malthusa i skepsa P. Sweezya<sup>198</sup> po kojoj «ekonomski napredak moraju najzad zaustaviti dva suverena i nepromjenjiva prirodna zakona: zakon stanovništva i zakon o opadanju prinosa».

Teorija J. B. Saya po kojoj je «kapitalistička privreda sposobna da automatski i neograničeno proširuje proizvodnju i da na taj način apsorbira otpuštenu radnu snagu»<sup>199</sup>, još je i danas ugrađena u raznim teorijama i modelima ravnotežnog rasta. Neoklasičari, s A. Marshallom i J.B. Clarkom na čelu, pa lossanska i austrijska psihološka škola definirat će ravnotežu kao stanje u kojemu niti jedna solucija nema prednosti, a kreće se po krivulji indiferentnosti pa se na osnovi toga zaključuje kako stanje ravnoteže mora označavati potpunu zaposlenost svih faktora proizvodnje, dakle i potpunu zaposlenost radne snage. Pa i Harrod-Domarov model prirodnog ili uravnoteženog rasta predviđa da uloga rada mora rasti po istoj stopi po kojoj raste ulog kapitala i proizvodnje.

Suprotno Harrod-Domarovu stajalištu, rast proizvodnje se zasniva na automatizaciji proizvodnih procesa za koju je karakteristično neproporcionalno povećanje ulaganja kapitala uz posve skroman porast zaposlenosti, a ako je riječ o rekonstrukciji postojećih pogona, onda se javlja i nezaposlenost. Stoga je u potpunosti opravdana Keynesova tvrdnja da gospodarska ravnoteža ne znači i potpunu zaposlenost, doduše on u drugom dijelu ove tvrdnje pronalazi razloge nepotpune zaposlenosti u nedovoljno efektivnoj potražnji, a ne u trendu snaženja organskog sastava kapitala. Suvremena iskustva pokazuju da se zadovoljavajuća stopa rasta ponude ostvaruje relativno velikim ulogom kapitala koji u strukturi ulaganja zahtijeva skroman i nedovoljan porast uloga radne snage. To znači da se zadovoljavajuća stopa gospodarskoga rasta, koja bi zadovoljila naraslu potražnju robe, može ostvariti i uz uvjet nezaposlenosti. Sva maštanja o tome da bi gospodarski rast trebalo ostvariti uz uvjet potpune zaposlenosti gospodarstvo nije moglo ostvariti. Još je J. Benham sredinom 19. stoljeća zahtijevao da se strojevi uvode samo tamo gdje nema dovoljno radne snage. Čini se, naime, opravdanim da se u gospodarstvu u kojem ima dovoljno radnika, a koje je siromašno kapitalom, uvode tehnologije štednje na kapitalu. Pa ipak, ovakvo stajalište ne prihvaćaju suvremene ekonomske politike, a još manje ih provode poduzeća. Poduzeće teži uvesti najsuvremenije tehnologije, a u njima je odnos rada prema kapitalu izrazito u korist ovog drugog čimbenika, pa čak i u slučajevima kada ide tako ostvaren porast proizvodnosti na štetu ekonomičnosti. To se može shvatiti, pa čak i pravdati činjenicom što nova tehnologija osim visoke proizvodnosti donosi i druge koristi, kao npr. povećanje kvalitete proizvoda, kraće rokove isporuke, ali i neke nematerijalne prednosti kao što je prestiž u poslovnom svijetu, jednostavnije upravljanje poslovnim sustavom itd.

<sup>198</sup> Sweezy, P., T 1959., Teorije kapitalističkog razvitka, „Naprijed, Zagreb, str.105. Mill, J.S.,

<sup>199</sup> Mesarić, M., 1970., Uvod u analizu tehničkog napretka, Ekonomski institut, Zagreb, str. 26.

Na osnovi ovakvog pogleda na problem zaposlenosti proizlazi da za razliku od ekonomske politike koja mora voditi računa o potpunoj zaposlenosti, o spriječavanju nezaposlenosti, o ublažavanju posljedica nezaposlenosti i tome slično, poduzeće ima samo vrlo ograničenu odgovornost prema zaposlenosti. Ono će u procesu razvoja voditi računa samo o svojim autonomnim interesima koji će biti tek jednim dijelom ograničeni zakonom i aktivnošću radničkih sindikata. Poduzeće i poduzetnik će smatrati da je briga o potpunoj zaposlenosti i nezaposlenosti stvar države i socijalnih institucija. Poduzetnik polazi od stajališta da će uz normalnu, a u kritičnim slučajevima i povećanu plaću moći naći dovoljan broj radnika barem po broju; a ako ne i po kvalifikaciji- on će ih naknadno osposobiti. A ako ih ipak ne bude dovoljno u njegovoj zemlji, pribavit će ih iz drugih zemalja. Otvorena tržišta, sa slobodnim protokom ljudi i gospodarska sloboda, nekada su omogućavali takvo ponašanje poduzetnika. Danas, u modernom društvu, postoje brojna ograničenja u pogledu uvoza radne snage. Velikim migracijama radne snage početkom druge polovice 20. stoljeća uklonjen je u razvijenim zemljama Zapadne Europe nedostatak radnika, ali i izazvao brojne socijalne posljedice, frustracije kod stranih radnika, ali i kod domaćeg stanovništva sve do netrpeljivosti. Ipak, bez obzira na sve poteškoće, privatni poduzetnik redovito neće zakočiti neki gospodarski projekt zbog nedostatka radne snage, jer će, čak i u uvjetima oskudice radne snage, vjerovati da je njegov kontingent radnika, neznatan prema nacionalnim razmjerima, neće izazvati posebne probleme i vjerovat će da će usprkos svim teškoćama ipak uspjeti nabaviti potreban broj radnika.

S druge strane, proces otpuštanja radnika, čak i masovnog otpuštanja, prisutan je u suvremenim gospodarstvima. Istina, opća socijalizacija društva uspjela je načiniti taj proces humanijim putem općih mjera, ali i putem različitih postupaka i moralnih ograničenja od strane poslodavaca. Da bi ublažio nevolje otpuštenih, poslodavac će poduzimati različite aktivnosti kao što je isplata otpremnina, snositi će troškove prekvalifikacije, davati će financijsku potporu individualnim inicijativama samih radnika (pomoć u osnivanju vlastitih radionica, npr.). Bilo bi korisno kada bi se prava otpuštenih još i proširila i kad bi mogli još neko vrijeme nakon što im prestane radni odnos koristiti pravne, financijske i slične savjete, kao i izravnu pomoć u organizaciji vlastitih djelatnosti. Ove intervencije mogu zahtijevati znatna sredstva pa bi ih valjalo i planirati kao dodatna sredstva koja će povećati ukupnu investicijsku svotu namijenjenu modernizaciji poduzeća. Odnosno, izvor za financiranje pomoći tehnološkim viškovima radnika mogao bi se pronaći izdvajanjem jednog dijela ekstradobiti ostvarene rekonstrukcijom i modernizacijom.

Konačno, valja još dodati i to da se odnos poduzeća prema bivšim radnicima ne ostvaruje samo na socijalnom planu, taj odnos zadire još i u područje etike i emotivnih odnosa prema bivšim suradnicima, a na tim osnovama gradi se odgovornost poduzetnika. Ipak, poslodavac neće smatrati da je briga za zaposlenost njegova briga. Zbog toga neće graditi tvornice s isključivim ciljom da bi osigurao potpunu zaposlenost nacije, niti će odustati od automatizacije proizvodnog procesa iako bude morao otpustiti radnike. Zato se može reći da odgovornost poduzeća za potpunu zaposlenost nije uspostavljena, a zakonska i moralna ograničenja u postupku otpuštanja radnika ipak nisu prekinula taj proces, on je samo ublažen. Što je manje poduzeća i što je u pitanju manji broj radnika a što je taj broj s obzirom na aktivno stanovništvo regije u kojoj djeluje poduzeće manji, to je poduzeće slobodnije u pitanjima zapošljavanja i prilikom preuzimanja na posao i prilikom otpuštanja. To znači da će u velikom gradu novo zaposlenje nekolicine radnika proći isto toliko neopaženo kao i njihovo otpuštanje. Nasuprot tomu, u kraju u kojem postoji jedna jedina tvornica koja zapošljava radnike, svaki neravnotežni porast nezaposlenosti u tom mikroprostoru izazvat će teškoće, još veće ako je riječ o otpuštanju. Zbog toga će, u takvim slučajevima, gospodarstvo, htjelo to ili

ne, bilo zakonsko na to obvezatno ili ne, morati voditi računa o zaposlenosti na svome području.

U zaključku, se može utvrditi da je radna snaga važan proizvodni čimbenik, čak presudan za rast poduzeća, ali da se poduzeće ponaša kao da je faktor raspoloživ i da nema odgovornosti za bilo kakve posljedice zbog svog postupanja.

U okviru problema radne snage poduzeće, ako već nije osjetljivo na opće stanje zaposlenosti, bit će vrlo zainteresirano za izobrazbu i kvalifikaciju radnika, posebno visokokvalificiranih. U tom smislu će poduzeće i samo, vlastitom inicijativom i vlastitim sredstvima organizirati razne vrste dopunskog školovanja.

Mikroekonomija, u analizi zaposlenosti, gotovo isključivu pozornost upućuje zaposlenosti kao globalnoj pojavi. Poduzeće, naprotiv, veću pozornost posvećuje obrazovanosti i kvalificiranosti radnika. Već je spomenuto da zaposlenost u smislu amorfne i neizdiferencirane mase radne snage ne predstavlja ograničenje gospodarskog rasta. Ali praksa i život pokazuju da je nedostatak stručnih i sposobnih radnika znatna zapreka razvoju poduzeća, a onda i cijelog gospodarstva. Kupnja tuđeg znanja, tehnologije, proizvodnih metoda i organizacije neće dati dobre rezultate ako ne postoji vlastiti kadar sposoban prihvatiti tuđa znanja, koristiti ih pa čak i unapređivati. Tako, npr., u slučaju kupnje licencnog prava za proizvodnju nekog proizvoda pribavljaju se upute o tehnološkim postupcima, organizaciji proizvodnog i poslovnog procesa i slično. Pametan kupac licence osigurat će i izobrazbu svojih radnika kako bi se moglo na najbolji način koristiti tuđa znanja i iskustva. Mudar kupac licence nastojat će obrazovati vlastiti kadar koji će, oslanjajući se na licencnu dokumentaciju, dalje vlastitim snagama razvijati nove proizvode, nove proizvodne metode i usavršavati organizaciju, jer licencna dokumentacija će ubrzo zastarjeti, a određeni broj visokokvalificiranih ljudi nesposobnih da organiziraju i provode razvoj i sposobnih da uporabe i primjenjuju tehničke, tehnološke i organizacijske inovacije, označuje stanje nesposobnosti za vlastiti razvoj i stanje u kojemu je ovisnost o naprednom svijetu stalna. A takva ovisnost predstavlja zaostajanje, nesamostalnost u odlukama, donosi povećane troškove i izlaganje na milost i nemilost naprednijem svijetu.

### 2.3.2. Podsustav prirodni resursi

**Prirodna bogatstva** imaju golemu važnost za narodno gospodarstvo. Vlastita proizvodna bogatstva čine neki narod, u neku ruku, nezavisnijim od drugih. Zatim, prirodna bogatstva omogućuju i tehnički nerazvijenim sredinama da ostvaruju prihode izvozom poljoprivrednih plodova, drva, ruda, i sl. tek primarno obrađene, dakle uporabom jednostavnih tehnologija.

Treba, međutim naglasiti da su prirodna bogatstva potencijalno narodno bogatstvo koje će tek tehničkom i komercijalnom obradom, makar i jednostavnom postati realno narodno bogatstvo. Prirodno bogatstvo olakšava gospodarski razvoj, ali nije nužan uvjet razvoja. Jer, poznato je da ima zemalja s golemim prirodnim bogatstvima koje su siromašne i da ima gospodarski vrlo razvijenih zemalja koje su siromašne ili uopće ne posjeduju prirodna bogatstva.

Poduzeća, u uvjetima slobodnog tržišta koje pretpostavlja slobodno kolanje materijala, neće zavisiti od vlastitog prirodnog bogatstva, što znači da će moći zasnivati svoj razvoj na uvozu i kupovanju sirovina i materijala od drugih. Problem će za poduzeće predstavljati transportni troškovi, ako je prijevoz, doprema materijala skupa. Na ovoj činjenici bi se mogla



zasnivati razvojna politika ekonomičnije industrijske obrade nekog materijala na mjestu nalazišta negoli negdje drugdje.

Osim transportnih troškova kao ograničenja, postoje i institucionalni propisi u obliku raznih privilegija, stimulacija ili zabrana prodavanja, izvoza ili uvoza iz drugih zemalja. Zbog svega toga nedostatak materijala i energije, ali i teškoće u njihovoj nabavi, mogu se iskazati kao ograničenje u razvoju poduzeća i u slučajevima kada ima dovoljno financijskih mogućnosti za njihovu nabavu.

Svijet je danas suočen i opterećen sa prijetnjama i problemima koji traže visoku društvenu angažiranost da bi se isti mogli svesti na podnošljivu mjeru. Osim demografske eksplozije riječ je i o oskudici hrane, nedostatku sirovina, zagađenosti prirode i slično. Prirodni resursi poput mora, zraka, vode, te problem optimalnog korištenja i upravljanja tim resursima postaje sve važniji i oni će u budućnosti igrati sve veću i važniju ulogu.<sup>200</sup> Gledanje na rješavanje ovih problema kreće se od krajnjih pesimista do krajnjih optimista. Eksplozija prirodnih resursa uslijed njihove ograničenosti postaje prvorazredni problem i otvara niz konflikata u sklopu društveno - ekonomskih odnosa, ne samo u okvirima gospodarskih regija i grana djelatnosti, već i ukupnog nacionalnog i svjetskog gospodarstva. Kada je riječ o promatranju gospodarskog razvoja (na jednom omeđenom području kao što je jedan grad, općina, više općina, županija i sl) neophodno je analizirati prirodne resurse kao ključne resurse od utjecaja na razvoj tog promatranog područja. Danas čovjek ima snažan utjecaj na prirodu, stvarajući nova dobra, razvijajući nove tehnologije, umjetne stvari, utjecajem na gene, defakto čovjek "proizvodi prirodu". Upravljanjem prirodnim resursima poseban značaj ima kod neregenerativnih prirodnih bogatstava ( mineralni resursi ), dok je kod regenerativnih prirodnih bogatstava potrebno voditi računa da onaj tko eksploatira to bogatstvo obavezno nadoknadi njihovu reprodukciju ( šume, zemlja, more, zrak ).<sup>201</sup> Ovo posljednje podrazumijeva da društvo posebno definira rentu kod korištenja prirodnih resursa,<sup>202</sup> te da se nedostatak društvene akumulacije za zaštitu i regeneraciju prirodnih bogatstava ponovno iskoristi kao izvor akumulacije za te namjene.

Neophodno je stoga putem naučnih sagledavanja precizno dobiti sliku stanja svih prirodnih resursa na području jedne društveno – političke zajednice i na osnovi toga izučiti promjene i posljedice koje će izazvati planirani razvoj na promatranom području.

Osnovni izvor sredstava za financiranje takvih programa mora biti već spomenuta renta koju društvo mora zahvatiti i u prvoj fazi ove programe financirati iz općinskih budžeta, da bi se u drugom dijelu neposredne zaštite prirodnih resursa isti financirali direktno iz dohotka poduzeća koje rentu ostvaruju.<sup>203</sup>

Kod plaćanja rente za eksploataciju prirodnih resursa potrebno je ići u fiskalnoj politici od jednostavne logike, da svaki onaj pravni ili fizički subjekt koji ostvaruje prihod i dohodak korištenjem direktno ili indirektno prirodne resurse, mora i participirati u cilju zaštite tih istih prirodnih resursa. Potrebno je izgraditi trajne i sistematične informatičke osnove za potrebna fundamentalna razvojna i primjenjena istraživanja, a naročito banke podataka. Isto tako potrebno je jačanje kadrovskog potencijala i njihovo usmjeravanje na interdisciplinarno rješavanje složene problematike, zaštite prirodnih resursa i ekološke zaštite prostora. Neophodno je stoga zaoštriti odgovornost svih sudionika odlučivanja o prostornim

---

<sup>200</sup> Vidi: Goodstein, S., E.,(2003), *Ekonomika i okoliš*, Biblioteka gospodarska misao, Mate, Zagreb

<sup>201</sup>vidi: Potočnik, V.,(2002), *Obnovljivi izvori energije i zaštita okoliša u Hrvatskoj*, Ministarstvo zaštite okoliša i prostornog uređenja, Zagreb

<sup>202</sup> Vidi: Stojanović, R.,: " Upravljanje razvojem ... ", op.cit. str. 245 – 253

<sup>203</sup> Vidi pobliže: Andrić, N., /1980/, *Separat iz " Proširena reprodukcija i problemi ekologije "*, Zbornik radova, " Samoupravni sistemi proširena reprodukcija u socijalističkoj Jugoslaviji ", Informator Zagreb, str. 119 - 122

planovima, te osobito osigurati po potrebi i najstrožim sankcijama, disciplinu njihove realizacije.<sup>204</sup>

Tablica 2.1: Matrica odnosa prirodnih resursa i razvoja djelatnosti na primjeru sustava regionalnog gospodarstva

Prirodni resursi	Djelatnosti				
	Turizam	Šumarstvo	Poljoprivreda	Marikultura	Energija Rude
Zrak	+	+	+		
More	+			+	
Vode	+		+		+
Šume	+	+			
Zemlja	+		+		
Flora i fauna	+	+	+		
Minerali					+

Izvor. Blažević, B. *Sistemski pristup gospodarskom razvoju općinskog sistema privrede, Magistarski rad, 1989. str. 106.*

Očito je vidljiva velika zavisnost iz prikazane matrice odnosa svih prirodnih resursa na razvoj osnovnih gospodarskih djelatnosti kao pravca razvoja jednog promatranog sustava gospodarstva. Uzročno – posljedična veza između razvoja djelatnosti i razvoja prirodnih resursa je vrlo jaka i očigledna. Djelatnosti su se razvile zahvaljujući prvorazredno prirodnim resursima, ali isto tako očuvanju, zaštiti i daljnjoj reprodukciji prirodnih resursa, mora sada vraćati taj razvoj gospodarskih djelatnosti ukoliko ne želi da na dužu stazu uništi osnovne izvore svoje egzistencije sa nesagledivim širim posljedicama.

Mogli bi zaključiti s razmišljanjem koje kaže da " ... u suvremenom se svijetu brzo množe upozorenja da je potrebno poduzeti hitne, sistematske akcije često velikih razmjera, jer prijete opasnost ireverzibilnih oštećenja prirodne okoline zbog nekontroliranog u društvenom interesu ekonomskog rasta ",<sup>205</sup> čemu bi dodali da niže razine gospodarskih sustava moraju biti aktivno uključene u te procese i akcije ukoliko ne žele da ugroze svoj opstanak.

### 2.3.3. Podsustav sredstva za rad

**Kapital** je bitan uvjet, on je najvažniji, najteži i u najvećoj mjeri ograničavajući uvjet rasta poduzeća, ali i rasta cjelokupnog narodnoga bogatstva. Jer svaki je rast vezan, u većoj ili manjoj mjeri, za ulaganje kapitala.

Ulaganje kapitala je potrebno da bi se nabavila oprema i sredstva za proizvodnju u svrhu povećanja obujma proizvodnje. Ulaganje kapitala je nužno i u onim slučajevima kada se investira u sniženje proizvodnih troškova, a ne samo u povećanje proizvodnje. Kapital je potreban za ulaganja u dugotrajnu imovinu i u kratkotrajnu imovinu. A slobodnog kapitala nikada dovoljno, niti vlastitog, a često niti tuđeg, i to ne samo u siromašnim zemljama, nego i u zemljama bogatima kapitalom, potražnja za njim veća je od ponude. Ne samo da vlada oskudica kapitala, nego je i skup. Za korištenje kapitala plaćaju se visoke kamate, provizije i

<sup>204</sup> Vidi i usporedi Zaključke okruglog stola; /1987/., " Turizam i prostor " u knjizi " Turizam i prostor – ekološki aspekti konfliktnih situacija"- Zbornik radova, Institut za turizam Zagreb, str. 305 - 312

<sup>205</sup> Vidi detaljnije: Lang, R.,/1986/, " Konceptija i strategija razvoja ", Ekonomski institut Zagreb, str. 125-137

razne dažbine, a uz to i razni ustupci. Zahtjevi davatelja kredita mogu biti i veći i širi pa osim kamata i povrata kredita, oni mogu tražiti uvid u poslovanje, zahtijevati da ih se obvezatno konzultira kod većih poslovnih poteza, dapače mogu zahtijevati za sebe i pravo veta. Dakako, što je primatelj kredita nepouzdaniji, ili radi u okolnostima većih rizika, zahtjevi davatelja kredita su obuhvatniji i zahtjevniji. Iz tih razloga se krediti izbjegavaju ako je ikako moguće.

Kapital je, dakle bitan uvjet, ali je istodobno zbog njegove relativne oskudice i visokog kamatnjaka ograničavajući faktor rasta i poduzeća i cijelog narodnog gospodarstva.

Ovakvom stajalištu o zavisnosti gospodarskog rasta o ulaganju kapitala ne proturječi činjenica da se znatan rast i obujam proizvodnje, znatno sniženje proizvodnih troškova može ostvariti na postojećim sredstvima, dakle bez ulaganja kapitala, ali uvođenjem racionalnijih metoda proizvodnje i poslovanja te postavljanjem učinkovitije organizacije rada. Ipak, i u ovim slučajevima potrebna su ulaganja kapitala no ona zaista nisu velika. Ispravno bi stoga bilo tvrditi da je kapital vrlo važan faktor rasta, ali nije jedini i ne mora biti uvijek i najvažniji.

U vezi s time neki će autori, kao Jorgensen i Griliches,<sup>206</sup> tvrditi da gospodarski rast ovisi isključivo o kapitalu uloženom u razvoj. Neki će drugi, kao Joan Robinson<sup>207</sup> slično kao i Nicholas Kaldor, sumnjati u to da štednja presudno utječe na gospodarski rast pa zato ne bi trebalo fetišizirati štednju kao odlučan ili bar ne jedini izvor toga rasta. Franco Modigliani postavlja s time u vezi alternativnu teoriju suprotnu prethodnim. On zamjenjuje konstantnost odnosa kapitala i proizvodnje pojmovima «psiholoških odluka ljudi o bogatstvu, potrošnji, štednji i trošenju». I pokazuje kako se sklonost ka štednji mijenja u zavisnosti od zarade; što više zarađuje, on više štedi, najveću štednju ostvaruje pred mirovinu, a zatim u mirovini troši ušteđevinu.<sup>208</sup>

Madžar umjesto dohotka uvodi pojam akumulacije koju će podijeliti na autonomne investicije «koje mehanizmom akceleratora nisu opredeljene kao funkcija promijena u nacionalnom dohotku nego se kreću nezavisno od tih promijena». Ostatak investicija on naziva induciranim investicijama «koji je opredeljen varijacijama nacionalnog dohotka i predstavlja jednu endogenu promijenjivu u modelu». S time da je zbir induciranih i autonomnih investicija jednak akumulaciji.<sup>209</sup>

Zahtijevanu ravnotežu rasta proizvodnje, tj. veličine investicije i potražnje, Giersch<sup>210</sup> vidi u tzv. stanju labiliteta investicija kada povećana ponuda kao «efekt kapaciteta» bude zadovoljila ali i stvorila potražnju (jer nadnica nije samo trošak poduzeća, to je plaća radnika) kao efekt dobiti, a ta dva efekta moraju biti u ravnoteži.

Zavisnost gospodarskog rasta kao i zavisnost rasta dobiti može se odrediti s pomoću investicijske funkcije

$$I = s D$$

gdje se dohodak povećava putem investicijskog multiplikatora ( $k$ )

$$D = k I$$

koji pokazuje da će se dobiti povećati za iznos koji je  $k$  puta veći od investicija. Neoklasična teorija zanemaruje ovu investicijsku funkciju bacajući težište na optimiranje dobiti pa neki autori vide u neoklasičnoj teoriji tvrdnju da je gospodarski rast nezavisan od investicija.

<sup>206</sup> Vidi detaljnije: Jorgenson, D. W., Griliches, I., /1967/, The Explanation of Productivity Change, Review of Economic Studies 34, str. 249.

<sup>207</sup> Robinson, J., 1981., Uvod u suvremenu ekonomiku, Ekonomska biblioteka, Zagreb.

<sup>208</sup> Gašparović, V., op.cit. str. 95.

<sup>209</sup> Vidi detaljnije: Madžar, Lj., /1973/, Optimalizacija u teoriji proizvodnje i privrednog rasta, Savremena administracija, Beograd,

<sup>210</sup> vidi detaljnije: Giersch, H., /1977/, Konjunktur-und Wachstumspolitik in der offenen Wirtschaft, II. Dio, Gabler Verlag.

Marx je davno skrenuo pažnju da se ekonomske epohe ne razlikuju po tome što se proizvodi, nego kako se proizvodi, kojim sredstvima za rad. Marx inače posvećuje posebnu pažnju značenju sredstva za rad, a posebno ističe značenje tehnike i tehnologije. Na suvremenom stupnju razvoja proizvodnih snaga vrlo je izrazita uloga znanosti, tehnike i tehnologije za odvijanje proširene društvene reprodukcije. Nekada se učinak sva ova tri faktora obuhvaća terminom " tehnički progres " ili " tehnološki napredak ". Napredak znanosti i tehnike materijalizira se u savršenijim sredstvima za rad, predmetima rada i energiji. To su i glavni faktori dinamike gospodarstva. <sup>211</sup> Podsustav sredstva za rad potrebno je shvatiti u najširem smislu kao važan resurs u realizaciji ciljeva gospodarskog razvoja. On uključuje sve stvari pomoću kojih čovjek utječe na predmete rada da bi ih prilagodio svojim potrebama i ostvario u konačnici svoje postavljene ciljeve razvoja.

Sredstva za rad podrazumijevaju i sve one materijalne činioce proizvodnje koji neposredno ne ulaze u sam proces proizvodnje, ali bez kojih je nezamisliv proces proizvodnje ( zemlja, zgrade, putevi, transportna sredstva, skladišta i drugo ). Prema tome, tu je na prvom mjestu tehnika koja izražava određeni odnos čovjeka prema prirodi i govori o odnosu u kojoj je mjeri čovjek ovladao prirodom. Tehnički progres podrazumjeva prenošenje čovjekovih proizvodnih funkcija na tehničke uređaje ( strojeve ). Nauka i tehnika se javljaju kao sredstva bez kojih je danas, a još više u budućnosti, nezamisliv društveni i gospodarski razvoj, pomoću kojih čovjek uvećava svoje proizvodne mogućnosti. Prema tome, tehnikom i naučnim saznanjima čovjek realizira rezultate svog intelektualnog razvoja i predaje ih u nasljeđe budućim generacijama da ih dalje razvijaju. Stoga ćemo se na utjecaju znanosti i tehnike na budući gospodarski razvoj najviše i zadržati, tj. znanstveno – tehnološka realnost mora prožeti i preokupirati sva naša razmišljanja, sve naše postavke i sve naše akcije sa dalekosežnim posljedicama za budućnost. Govoriti o projekciji sustava ciljeva gospodarskog razvoja i o njegovom bitnom resursu kao podsustavu sredstva za rad, znači govoriti i kritički preispitivati znanstveno – tehnološku realnost, znači govoriti o trećoj tehnološkoj revoluciji koja se ostvaruje. Društveni odnosi mogu se dalje revolucionirati "samo na osnovi nove tehnologije, a to je tehnologija na bazi elektronike, mikroprocesora, kompjutera itd." <sup>212</sup> Marxova teorija revolucije je složena i ukupno zahvaća revolucioniranje samog načina proizvodnje, tj. mijenjanje odnosa između čovjeka i rada u samom aktu proizvodnje, "a te se promjene ne mogu vršiti nikakvim političkim aktom, već isključivo revolucioniranjem tehnologije, sredstva za rad, što su naši marksisti zanemarili."<sup>213</sup> Potrebno je stoga izvršiti revolucioniranje proizvodnih snaga "u toj mjeri da se rad oslobodi otuđenosti, a to nikakva promjena društvenih odnosa ne može donijeti, već samo promjena u materijalnoj osnovi rada, u tehnološkim postignućima koji će omogućiti drugi odnos čovjeka prema radu, stvaralačkom proizvodnom djelovanju . " <sup>214</sup>

Bitne i suštinske promjene danas i ubuduće odvijat će se u samome procesu rada. Kompleksnija sredstva za rad potiskuju ulogu čovjeka u neposrednom procesu rada i sve više prebacuju njegov rad na polje ideja. Čitav složeni proces rada postaje zavisian od onih koji ga moraju poznavati. Veličina znanja odnosno znanost i obrazovanje sve više postaju presudni da bi se moglo vladati strojem i složenim procesom rada. Osnova nove treće tehnološke revolucije koja nosi ogromne promjene globalnih razmjera je upravo u znanju i primjeni rezultata znanstveno – istraživačkog rada. Nove industrije i procesi kojima je osnova ugrađivanje što više znanja u jedinici proizvoda postižu najveće komercijalne uspjehe i "srž su bogatstva zemlje koja se s tom proizvodnjom uspjela afirmirati na svjetskom tržištu." <sup>215</sup>

---

<sup>211</sup>Lang, R./1986/, " Konceptcija i strategija razvoja ", Ekonomski institut Zagreb, str. 49 - 63

<sup>212</sup>Dragičević, A., : " Vizija i zbilja ", op.cit. str. 453

<sup>213</sup>Ibid., str. 453

<sup>214</sup> Ibid., str. 470

<sup>215</sup> " Znanost, tehnologija, razvoj " - " Naše teme " broj 7 – 9, str. 643

Znanost, obrazovanje i tehnički napredak u usporedbi s klasičnim razvojnim faktorima i resursima za ostvarivanje ciljeva gospodarskog i društvenog razvoja postaju sve značajniji i sve dominantniji i današnjem stupnju gospodarskog razvoja ovi resursi postaju odlučujući za gospodarski razvoj. Sve se više mora osjećati povratni utjecaj znanosti na praksu, a to znači i mnogo veći i brži doprinos regionalnom gospodarskom razvoju i šire.

Tehnički progres predstavljat će kontinuirani proces usavršavanja sredstava za proizvodnju, a posebno sredstva za rad koje je neodvojivo od tehnologije, tj. od uvođenja novih metoda u proizvodnju, organizaciju i upravljanje proizvodnjom uz stalno smanjenje troškova po jedinici proizvoda.<sup>216</sup> Glavna pokretačka snaga je znanost i nove znanstvene spoznaje mogu samo znanstveni stručni kadrovi realizirati u praksi. Tehnološki razvoj u današnjim uvjetima treće tehnološke revolucije toliko je složen i brz da ga je nemoguće detaljno planirati. Težište u obrazovanju ne smije biti na konkretnim tehnologijama nego na fundamentalnim znanjima koja će omogućiti ovladavanje konkretnim tehnologijama koje će se brzo mijenjati.<sup>217</sup>

Ako na ovom mjestu govorimo o projekciji sredstava za rad kao resursu za ostvarivanje postavljenih ciljeva razvoja, ne možemo zaobići, s obzirom na brzinu razvoja i širinu primjene, dostignuća informacijske revolucije čija osnovica leži u visokim tehnologijama mikro – elektronike, biotehnologije s genetskim inženjerstvom, kozmičke tehnologije, tehnologije novih materijala, telekomunikacijske tehnologije kao i niz drugih usko povezanih s ovim tehnologijama. Sve ove nabrojene i nenabrojene tehnologije i dostignuća imaju i sve više će imati presudan utjecaj na razvoj regionalnog gospodarskog sustava .

#### **2.3.4. Prostor, urbanizam, te životna i radna sredina kao resurs**

Među ciljeve borbe za ostvarivanje konačne svrhe poslovanja, tj. razvoja čovjeka i društva ulazi i pravo čovjeka da radi i živi u humano oblikovanom prostoru, stanu, gradu, mjestu, općini, koji odgovaraju svestrano razvijenoj ljudskoj ličnosti." Pravo na samo upravljanje uključuje u sebi i čovjekovo pravo da živi u prostorno – urbanim uvjetima koji su adekvatni dostojanstvu ljudske prirode."<sup>218</sup> Nova kvaliteta života traži da se" na nov način udruže arhitektonsko, urbanističko, građevinsko, umjetničko, likovno i sva druga ljudska djelatnost od kojih zavisi duboko i materijalno osnova humanog prostora."<sup>219</sup> Pravo i dužnost društva je da stvara i osigurava uvjete za očuvanje i unapređenje prirodnih i drugih vrijednosti čovjekove sredine koje su važne za zdrav, siguran i djelotvoran život i rad sadašnjih i budućih generacija.<sup>220</sup> Pojam prostora ne podrazumijeva samo fizički prostor, samo ono što je priroda dala i ono što su ljudi stvorili. Taj pojam je mnogo širi i on podrazumijeva sredinu u kojoj ljudi ostvaruju usuglašeno zadovoljavanje svojih potreba za radom, stanovanjem, razonodom, odnosno rekreacijom. " Prostor je sredina u kojoj se ostvaruje sinteza u najvišem obliku. "<sup>221</sup> Suvremeno shvaćanje humanog prostora u sebi uključuje prostor koji odgovara svestranim ljudskim potrebama, koji ima sadržaje i forme koji dolikuju ljudima u kojoj će se otuđenje svest na najmanju mjeru.

---

<sup>216</sup> Vidi:Cicvarić, A.,: " Turizam i privredni razvoj Jugoslavije ", op.cit. str. 145 - 147

<sup>217</sup> Paar, V., /1988/,: " Najbolji ( još ) nisu otišli ", intervju " Komunistu " Zagreb, 15. siječnja 1988., str. 17

<sup>218</sup> Vidi: Obradović, D.,(1981)," Sinteza u tumačenju humanog prostora i samoupravnog rada ", III knjiga o Sintezi- " Zamak kulture ", Vrnjačka Banja, str. 12

<sup>219</sup>Ibid., str. 12

<sup>220</sup>Ibid., str. 13

<sup>221</sup> Piha, B., (1985),"Humani prostor i udruženi rad ", IV knjiga o Sintezi - " Zamak kulture ", Vrnjačka Banja, 1985., str. 17

Kada je riječ o prostoru sa stanovišta sustavnog mišljenja, tada svi pripadamo jednom jedinstvenom sustavu, jedinstvenom prostoru i napredak zavisi od svakog elementa sustava posebno i od načina njegovog uključivanja u sustav. " Činjenica je da kada bude šire prihvaćeno shvaćanje o jedinstvu i međuzavisnostima među elementima sustava tada će biti i više snage za stvaranje humanijeg svijeta u humanoj sredini."<sup>222</sup> Današnja urbanistička praksa nije dovoljno opredijeljena i ne ostvaruje puni humani sadržaj prostora. Stvara se dezintegrirana struktura prostora primjenom metoda rezervacije prostora. Takve metode otežavaju nastajanje jedinstva prostora i formiranje humane sredine. Iako imamo dovoljno planova, programa i projekata, problem postaje ne njihov broj, već njihova usuglašenost. Ti planovi su parcijalni između sebe neusuglašeni. Urbanistički planovi moraju biti zasnovani na viziji cjeline budućnosti. Zajednički ciljevi moraju biti ti koji moraju unositi više reda u postojeći nered. Potrebno je kroz planove unositi kriterije za utvrđivanje kvalitete života, pokazatelje stupnja otuđenosti, procvata umjetnosti, obrazovanja i drugo. Ocjenjivanje ovakvih kvalitativnih kriterija doprinijelo bi usmjeravanju humanizacije prostora odnosno humanizacije planiranja.<sup>223</sup> Iz tog razloga možda više nego u bilo kojem drugom području sustavni pristup, koji se očituje u sintezi znanja i ponašanja i u interdisciplinarnom pristupu mora doći do izražaja. Neophodni su timovi stručnjaka koji će biti u stanju shvatiti cjelinu, uzajamnu povezanost svih elemenata prostora i donošenjem odluka na najdemokratskiji način od strane nositelja razvoja, jedino je moguće ostvariti optimalni razvoj u prostoru kojim dolazimo do humanog prostora.

Pitanje je koliko može biti human prostor namjenjen radu, tj. radni prostor, a koliko prostor namjenjen življenju, tj. životni prostor. Proces mijenjanja karaktera rada, kao i njegovog trajanja je u tijeku. Takav rad bit će slobodniji i omogućit će povećanu materijalnu bazu i razvijenu nadgradnju. U takvim uvjetima mjesto rada nije prostor u kojem treba boraviti iz nužde, te se kao takav ne može ostvariti bez usmjerenog uređenja i opremanja. Taj radni prostor bit će opremljen i uređen ne samo za tehnološke potrebe, već i za ostale humane potrebe ljudi tako da će poduzeća sama sebi stvarati humanu radnu sredinu.<sup>224</sup> Čovjek se ne realizira kao ličnost samo u slobodnom vremenu i samo u vremenu rada, već u cjelokupnom vremenu van rada i u vremenu rada. Potrebno je da postoji ravnoteža između aktivnosti na radu i aktivnosti na mjestu stanovanja i mjestu rekreacije. Slobodno vrijeme ima povratni utjecaj na rad da bi rad bio kraći, produktivniji i slobodniji. Iako se u planovima, naročito urbanističkim, prostor najčešće planira kao humanistički, realizacijom tih planova prostor postaje dehumaniziran, jer se ne ostvaruju planovi življenja u planiranoj humanoj sredini. Karakter postavljenih razvojnih ciljeva našeg društva traži i humanu sredinu jer je to nerazdvojivo od ukupnog gospodarskog i društvenog sustava. Čovjek na ovom stupnju razvoja mora razvijati svoju individualnost. Sve će mu više ostajati vremena i mogućnosti da usmjerava svoju energiju i svoje sposobnosti na usavršavanje i proširivanje svog obrazovanja, talenta, zdravlja i odmora. Zato mu je sve više potrebna i humana životna sredina. Život čovjeka je jedinstven i on će se sve manje dijeliti na onaj na radu i onaj izvan rada. " Življenje je integralno kao što je integralan i prostor u naseljima. Među njima postoji stalna međuzavisnost, kako između rada i življenja, tako između njih i radne, stambene i rekreacione sredine."<sup>225</sup>

Kad se postigne takva integracija, možemo govoriti o ostvarenju humanog prostora u punom smislu. Prostorni planovi kao rezultat planiranja i kao instrument društva predviđaju

---

<sup>222</sup> Ibid., str. 17

<sup>223</sup> Ibid., str. 18

<sup>224</sup> Vidi detaljnije: Piha, B., " Humani prostor ... " op.cit. str. 19 - 22

<sup>225</sup> Ibid., str. 20

načine, putove i sredstva da se zadaci prostornog planiranja ostvare. Njima se predviđa politika skladnog i sinkroniziranog razvoja radi proširenja materijalne osnove rada i radi razvijanja životnog standarda u cjelini.

Prostorni plan je najpogodnije sredstvo za stvaranje humane sredine. Suvremenom čovjeku je potrebna vizija budućnosti. Takva vizija se više ne može i ne smije stvarati kao granska ili isključivo kao gospodarska, već to mora biti vizija društva u cjelini.

Danas živimo u svijetu koji je rad i prostorno i vremenski odvojio od ostalih aktivnosti.<sup>226</sup> To je veliki danak koji se plaća razvoju industrijske i postindustrijske civilizacije. Ukoliko sustavno razmišljamo dolazimo do zaključka da se prostor kao radna sredina mora promatrati u sklopu cjelokupnog prostora u kome se čovjek kreće i koji ga okružuje.<sup>227</sup> Isto tako i rad je sastavni dio čovjekovog dnevnog života i nužno je povezan sa slobodnim vremenom i njegovim sadržajem. Nagli procvat znanosti i tehnike, izmijenjeni način življenja bitno utječu na nove odnose prema prostoru i organizaciji prostora. Čovjekova okolina se naglo mijenja kao i način života.

Ugrožava se cjelokupni ekološki sustav, gradovi gutaju svoju okolinu, industrija (i turistička industrija) uništava tlo, zrak i vodu. Prostor se javlja kao egzistencijalno dobro koje je zbog politike spontaniteta sve više ugroženo, a nasuprot tome stoji jedna valjana alternativa, a to je zdrava ekološka svijest i svjesno planiranje razvoja.<sup>228</sup>

«Postoji opasnost da se industrijski društveni sustav, koji je dugo bio veoma uspješan, izrodi u đavolji krug. Prijašnji čarobni krug pretvara se u dvoglavu zmiju. Jedna glava proždire prirodna blaga u obliku sirovina i energije, dok druga glava već počinje gutati vlastiti rep. Zmija neprestano proizvodi sve veće brdo izmeta, otpadaka koji se ne mogu obnavljati: tvari i energija, koje se više ne mogu privoditi kružnom tijeku, dakle, ne mogu se prvoj zmijskoj glavi dati kao hrana»<sup>229</sup> Daju se objašnjena kako bi se pomoću novih tehnologija zaštite prirode mogle smanjiti negativne ekološke posljedice i tako otkloniti opasnost. Ali da bi se osigurala potrebna sredstva, više no ikad potreban je rast kako bi se platili troškovi rasta – i to ne samo na području prirodnog okoliša.

Govoriti o područjima sa pretežno turističkom orijentacijom ima posebnu specifičnu težinu. Posebno strateško pitanje razvoja turizma je prostor i njegovo racionalno korištenje. Turizam je izrazito određen prostorom. Upravo na turističkim područjima pokazala se istinitom činjenica da je bilo lakše pronaći sredstva za opremu prostora nego ta sredstva usmjeriti i upravljati s prostorom s uvećanom vrijednošću. Društvo ulaže veliki kapital u opremanje prostora, a renta se pretežno odljeva prema onima koji nisu pridonijeli vrijednosti prostora. Suprotstavljanje tim pojavama je složen problem koji se mora rješavati složenim metodama.

Postoji nekoliko aktivnosti koje traže veliki društveni angažman u cilju mijenjanja postojećih odnosa i stanja u prostoru:<sup>230</sup>

- Ustrojavanje prostora formalno i stvarno kao društvene vrijednosti i faktora proširene reprodukcije društva i njegovih pojedinih aktivnosti;
- Uništavanje i zagađivanje prostora definirati i u zakonodavnoj mjeri tretirati kao trošak onoga koji to stanje prouzrokuje i još više kao skriveni trošak proizvodnje;
- Zakonodavno i praktično usuglasiti prostorno i ekonomsko planiranje;
- Razviti sustav upravljanja čovjekovom sredinom;

---

<sup>226</sup> Ibid., str. 57 - 59

<sup>227</sup> vidi: Delort, R.,-Walter, F.,(2002), Povijest europskog okoliša,Ministarstvo zaštite okoliša i prostornog uređenja, Zagreb

<sup>228</sup> Vidi detaljnije: " Turizam i prostor ", op.cit. str. 17 - 32

<sup>229</sup> Krippendorf, J., op.cit str. 23.

<sup>230</sup> Šimović, I., " Moć i nemoć turizma u očuvanju prostora " u knjizi " Turizam i prostor ... ", op.cit. str. 31 - 32

- Definirati i učiniti djelotvornom zemljišnu politiku, te razviti znanstveni pristup analizi, planiranju i korištenju prostora, te razviti metode za aktivno praćenje stanja u čovjekovoj okolini umjesto prostornog nabiranja pojedinih aktivnosti i mjera.

## 2.4. ORGANIZACIJA UPRAVLJANJA GOSPODARSKIM I TURISTIČKIM RAZVOJEM

Da bi gospodarski sustav mogao nesmetano funkcionirati, jedna od bitnih radnji jeste provesti dobru organizaciju upravljanja razvojem tim sustavom. Pojmovno sustav upravljanja u teoriji se različito tumači ovisno od stajališta sa kojeg se polazi, te ovisno o širini i karakteru sustava na koji se ono odnosi. Jednom se upravljanje definira u smislu «vođenja poslova i organiziranja procesa rada», drugi put «kao odnos prema stvarima» ili kao «usmjeravanje, određivanje» ili kao donošenje odluka koje utječu na funkcioniranje sustava.<sup>231</sup> Bilo bi potrebno otkrivati i ustanoviti veze među ekonomskim pojavama i njihove utjecaje, za što je neophodno izraditi sustav parametra razvoja. Isto tako gospodarski sustav ne bi mogao uspješno funkcionirati ukoliko podsustav prognoziranja ne bi kvalitetno organizirali i postavili tako da možemo dobivati odgovore na brojna pitanja posebno ključnih faktora gospodarskog razvoja i to koristeći ne samo kvantitativne, već i kvalitativne /posebno intuitivne/ metode pripremanja odluka.

Organiziranost informacijskog podsustava kao i podsustava odlučivanja jedan je od ključnih faktora bez kojih bi sustav upravljanja gospodarskim razvojem bio blokiran, tj. funkcioniranje sustava došlo bi u pitanje.

Znanstveni koncept integralnog upravljanja tako kompleksnim sustavom kakav je regionalni, zahtijeva i odgovarajuću modelsku potporu. Modeliranjem odgovarajućeg regionalnog sustava omogućuje se logičko obuhvaćanje kompleksnosti i stohastičnosti procesa upravljanja tim sustavom, a sve u cilju da se pri kreiranju različitih varijanti ili scenarija mogućeg dinamičkog razvitka regije izbjegne eksperimentiranje s realnim sustavom što predstavlja iznimno opasan, dugotrajan i skup posao s dugoročno nepredvidivim posljedicama.

Temeljno pitanje vezano za proces modeliranja regionalnog sustava odnosi se na izbor takvog modela, odnosno metodologije modeliranja koja će na najbolji mogući način udovoljiti zahtjevima modeliranja iznimno kompleksnog, višedimenzionalnog, višesektorskog, dinamičkog, te otvorenog organizacijskog sustava kakav je regionalni. Sama činjenica da je regionalni sustav samo dio ili podsustav odgovarajućeg sustava na višoj razini, te da se i sam sastoji od karakterističnih, međusobno vezanih podsustava upućuje na potrebu da se znanstvenom istraživanju i modeliranju dinamičkog ponašanja takvog sustava priđe na temelju osnovnih postavki sustavnog pristupa. Pri tome, treba voditi računa da se izgradnja i rješavanje modela za potporu upravljačkom procesu na osnovi sustavnog pristupa teško može temeljiti na primjeni standardnih analitičkih, odnosno matematičkih metoda i algoritama i to primarno zbog izrazite složenosti, dinamičnosti i otvorenosti regionalnog sustava. Zbog toga se u takvim slučajevima preferiraju simulacijski modeli, odnosno simulacijske metode i tehnike koje omogućuju učinkovitu manipulaciju s modelom realnog sustava, te kreiranje čitavog niza manje ili više prihvatljivih varijanti mogućeg budućeg dinamičkog razvitka

---

<sup>231</sup> Vidi detaljnije: Uzelac, J.,/1985/, *Sistemska-kibernetički pristup upravljanju u privrednim organizacijama*, doktorska disertacija, SCEOZ u Rijeci, posebno str.129-133.



modeliranog sustava bez težnje, a često i bez mogućnosti da se pronade jedinstveno optimalno rješenje ili optimalni scenarij budućeg razvitka spomenutog sustava.<sup>232</sup>

Organizacija upravljanja i sustav organiziranja<sup>233</sup> mora staviti u prvi plan razvijanje i organiziranje samostalnih i znanstveno – razvojnih istraživačkih jedinica unutar gospodarskih subjekata, kao i jačanje organa i službi lokalnih jedinica (općina i gradova) koji svi zajedno moraju sve više da se oslanjaju na znanstveno – tehnološke i obrazovne osnove. Te jedinice i organi prvorazredno bi bili oslonjeni na manji razvojno i znanstveno – istraživački centar kojeg bi se moralo organizirati na lokalnoj i na regionalnoj razini, a koji bi bio u direktnoj vezi sa institucijama posebno fakultetima ili njihova organizaciona jedinica, kao i u vezi sa svojim kompleksnim gospodarskim sustavom. To bi bio ujedno i jedan mali znanstveno – istraživački nukleus koji bi promijenom najsuvremenijih znanstvenih metoda upravljao lokalnim i regionalnim sustavom. Očito da takav razvojni centar ne bi mogao funkcionirati bez razvijanja i organiziranja komunalnog informacijskog sustava koji bi morao postati centar povezanosti u prostornom i funkcionalnom smislu čiji integralni dio bi bili pojedinačni informacijski sustavi u poduzećima na lokalnoj i regionalnoj razini.

#### **2.4.1. Izrada sustava parametra modela i modela razvoja**

Šarolikost veza i odnosa između ekonomskih veličina jednog regionalnog gospodarskog sustava nije slučajna niti kaotična. Upravo zato je neophodno otkrivati veze među ekonomskim pojavama i njihove međusobne utjecaje, te je stoga neophodno definirati model jedne takve projekcije gospodarskog rasta. Zakonitosti ekonomskog procesa stoga je neophodno izraziti u matematičkoj formi pomoću funkcija. Usljed stohastičkog karaktera ekonomskih pojava uključivanjem slučajnih pogrešaka dobiva se ekonometrijski model kojim se minimizira doprinos stohastičke komponente, a maksimizira doprinos determinističke komponente modela kod formiranja vrijednosti zavisne varijable modela, stoga je neophodno ekonometrijskim putem ocijeniti ne samo pojedine parametre modela, već i model kao cjelinu.

Kako ekonomska analiza i ekonomski model ne može napraviti savršenu sliku ekonomske stvarnosti, nego samo njezinu skicu, tu skicu pojednostavljene stvarnosti ekonomskog sustava u kojoj su predočene međuovisnosti između njegovih varijabli, nazivamo ekonomskim modelom. Pojave ili elementi pojave koji se proučavaju modelom nazivaju se varijablama modela. Kvantitativni izraz međuovisnosti dviju ekonomskih varijabli uvijek je dan parametrom. Osnovna zadaća ekonometrije je procjena vrijednosti i testiranje parametara u ekonomskim modelima. Govorimo o procjeni, a ne o izračunavanju vrijednosti parametara, zbog stohastičke naravi međuovisnosti ekonomskih varijabli.<sup>234</sup>

U sustavnoj analizi ne vrši se eksperimentiranje samim sustavom već se koriste odgovarajući modeli. Pri kreiranju modela teži se da on bude što je moguće više blizak stvarnosti koju se istražuje, ali i da može poslužiti samoj stvarnosti. Model tako omogućava da se spozna sustav, uoče njegove slabe strane, da se eksperimentira njime i ispituje na taj način njegovo ponašanje u različitim simuliranim uvjetima. No, da bi se moglo ocijeniti sustav treba imati i odgovarajući «model ocjenjivanja» izražen u obliku formaliziranih kriterija uspjeha, odnosno neuspjeha, u funkcioniranju sustava. Ovaj model zajedno s

---

<sup>232</sup> Vidjeti detaljnije: Grčić, B./1995/, "Simulacijski model upravljanja razvojem regije", doktorska disertacija, Split, kao i Fishwick, P.A./1991/, "Qualitative Simulation Modeling and Analysis, New York.

<sup>233</sup> Vidi detaljnije: Cerović, Z./2003/, *Hotelski menadžment*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, str. 355-365.

<sup>234</sup> Vidi detaljnije: Babić, M., /2001/, *Makroekonomija*, dvanaesto izdanje, Mate d.o.o. Zagreb, str.16-36.

informacijama o pojedinim parametrima djelovanja sustava pretpostavka je konačne sinteze i ocjene uspješnosti funkcioniranja sustava.

#### ***2.4.1.1. Definiranje modela projekcije gospodarskog razvoja na lokalnoj i regionalnoj razini***

Da bi se mogla vršiti projekcija gospodarskog razvoja, potrebno je u svakom slučaju voditi računa o karakteristikama gospodarskog razvoja u prošlom periodu, kao i o postavljenim i prihvatljivim ciljevima za budući period. Neophodno je stoga definirati odgovarajući model projekcije gospodarskog razvoja u kojem moraju biti prisutni veze i zavisnosti između određenih ekonomskih veličina i projekcija odgovarajućih odnosa u budućnosti. Sva složenost ovakvog projektiranja proizlazi upravo iz činjenice da se u modelu javlja sva šarolikost međusobnih odnosa i isprepletenost veza. Takva šarolikost i kretanje tih pojava nije slučajno ni kaotično. Zato je potrebno otkrivati i ustanoviti veze među pojavama i njihove međusobne utjecaje i prilikom projekcije više-ekonomskih veličina treba imati u vidu sve međuzavisnosti i projekciju vršiti na taj način da se ta međuzavisnost ne narušava. Veze među pojavama ne moraju biti funkcionalne, tj. da svakoj vrijednosti jedne pojave točno odgovara određena vrijednost druge pojave. Veze najčešće i jesu labavije, tj. kada jednoj vrijednosti " X " pripada više vrijednosti " Y " i one se tada pokoravaju nekom zakonu vjerojatnosti. Takva veza među pojavama zove se stohastička veza.<sup>235</sup> Veze među pojavama ( ekonomskim veličinama ) mogu biti pozitivne, tj. kada porast jedne prati porast druge, i negativne, tj. kada porast jedne pojave prati pad druge. Osim smjera i jakosti veza treba razlikovati i oblik veze koji može biti linearan ili krivolinijski. Putem računa korelacije odnosno metode korelacije ustanovljava se postojanje veza među pojavama kao i oblici, smjer i jačina te veze. Prema tome, najvažniji zadatak jeste između ekonomskih veličina definirati odnose koji bi se izrazili određenim relacijama, o kojima je potrebno prilikom projekcije posebno voditi računa da se isti ne poremete.<sup>236</sup> Matematičko – ekonomski modeli koji se konstruiraju na osnovi statističko – ekonometrijskog istraživanja nekog ekonomskog procesa, podržanim brzim kompjuterima, omogućuju rješavanje velikog broja praktičnih i teorijskih problema u ekonomiji. Razvoj kompjutersko – matematičko – ekonomskog modela omogućuje konstantno praćenje stanja cijelog gospodarstva jedne regije, ili ukupnog narodnog gospodarstva, kako u globalu, tako i po sektorima djelatnosti, što u kombinaciji sa klasičnim istraživanjima sugerira optimalnu strategiju razvoja.

Za projekciju gospodarskog razvoja može dobro poslužiti model na kojem se je kod nas najviše radilo. Riječ je o proizvodno – kapitalnom modelu gospodarskog razvoja. Rad na tom modelu je započeo 1958. godine u Saveznom zavodu za društveno planiranje. Uz određena daljnja usavršavanja koja su model učinila fleksibilnijim, on se je vrlo uspješno koristio za Studiju izrade projekcije dugoročnog razvoja društvenog sektora gospodarstva SR Hrvatske.<sup>237</sup> Takav model postaje sve razvijeniji i ima multidisciplinarni pristup, tj. model nije samo produkt informatike, nije matematika ni statistika, nego čista suvremena ekonomija.<sup>238</sup> Ekonomija se u rješavanju svojih zadataka služi sa više znanstvenih disciplina i

---

<sup>235</sup> Vidi detaljnije: Serdar, V., /1970/, Udžbenik statistike, " Školska knjiga " Zagreb, str. 333 – 383 i Dr. Ivo Pavlič, I., /1970/: " Statistička teorija i promjena ", " Tehnička knjiga " Zagreb, str. 279 - 305

<sup>236</sup> Vidi: Grupa autora: /1974/, " Prilog izradi projekcije dugoročnog razvoja društvenog sektora SRH ", Ekonomski institut Zagreb, str. 4

<sup>237</sup> Ibid., str. 4

<sup>238</sup> Institut za ekonomiju i organizaciju iz Rijeke koristio je isti model i prilagođava ga za rješavanje praktičnih problema pod nazivom " Model ekonomske optimizacije ".

njihovim metodama što takav pristup čini multidisciplinarnim i interdisciplinarnim. U realizaciji takvog zadatka prvo se provodi statističko – ekonometrijsko istraživanje svih relevantnih ekonomskih varijabli razvoja lokalne ili regionalne privrede. Za razliku od varijabli koje su definirane u modelu i koje se mijenjaju iz godine u godinu, kao što su domaći proizvod, veličina fiksnih fondova, veličina investicija ( nove investicije ), zaposlenosti, parametri modela se obuhvaćaju u cijelom razdoblju za koje se model primjenjuje. Najteži dio posla upravo i jeste ocjena parametra modela. Ova ocjena pokazuje u kojoj mjeri je definiran model prihvatljiv kao metoda budućeg gospodarskog rasta. Ako se modelom žele ispitati implikacije tendencija gospodarskog razvoja iz prošlog u buduće razdoblje, onda parametre treba ocijeniti odgovarajućom ekonometrijskom analizom na temelju podataka iz prošlog razdoblja.

U turističkom menadžmentu važno je razviti sustavni pristup na utjecajnu interakciju ekonomskih i socijalnih faktora u regiji. Jezgra sustavnog pogleda u turizmu prepoznaje osnovne razloge za probleme i ocjenjivanje posljedica uzrokovanih pitanjima koja postavlja menadžment. Postoji mnogo pogleda koja istražuju različita područja u turizmu. Ekonomski pogled tretira turističke zahtjeve, psihološki pogled sagledava motivaciju turista, zemljopisni teritorijalne elemente, kulturološki govori o muzejskim i galerijskim posjetiocima, a etnološki govori o naslijeđu nacije važnom za turističku ponudu.

Sustavno istraživanje smatra turizam „ crnom kutijom“, što znači turizam kao sustav s inputima i outputima i interakcijama na podsustavima. Slijedeći definicije sustava, jedna od njih definira osnovne elemente sustava kao na pr.:

$E_i$  = okoliš, atraktivnosti okoliša, broj turista, investicije, infrastruktura, mogućnosti i njihove interakcije.

$R$  = okoliš, atraktivnosti okoliša, broj turista - koji stvaraju pojednostavljeni model (slika 2.2.). Razumjeti proces znači razumjeti elemente i veze unutar pojednostavljenog modela  $R$ .<sup>239</sup>

To se može opisati na slijedeći način: očuvani okoliš (+) utječe u istom smjeru na turistička područja atraktivnosti (+), što utječe na broj turista (+), broj turista utječe na rast investicija u infrastrukturu i kvalitetu života (+). S druge strane događa se negativan proces: više turista (+) uzrokuje narušavanje okoliša(-), što je razlog za pad atraktivnosti turističkog područja. U isto vrijeme različite mogućnosti koje donosi broj turista (+) uzrokuje probleme, prometnu gužvu, nezgode, vozačku nervozu, bijes i žaljenje turista što su izabrali tu destinaciju u tom području (-). Iz ovih kvalitativnih opisa može se vidjeti što se treba poduzimati. Ako se uspije spojiti i usmjeriti skup elemenata  $E_i$  na bazi njihovog opisa i deskripcije u istom smjeru označeno sa simbolom (+), nasuprot smjera označenog sa simbolom (-), dobijemo utjecajni dijagram poštujući kvalitativan model ovog pojednostavljenog sustava prikazanog na slici 2.2. Iz prikazanog modela proizlazi da postoji jedan osnovni krug (-) nastao uzročnim povećanjem (+), što znači da rast broja turista dovodi do granica rasta, uzrokovanih infrastrukturnim i okolišnim oštećenjem.<sup>240</sup> U viziji turističkog strateškog razvoja mora se predviđati razvoj kao cjelina da bi se izbjegla ograničenja. Ako u pojačanom krugu ( $E_i$ ), koji se sastoji od investicija, očuvanja okoliša i dr., samo jedan element počinje propadati (-), to znači i pad svim drugim elementima ( a posebno broju turista koji opadaju).

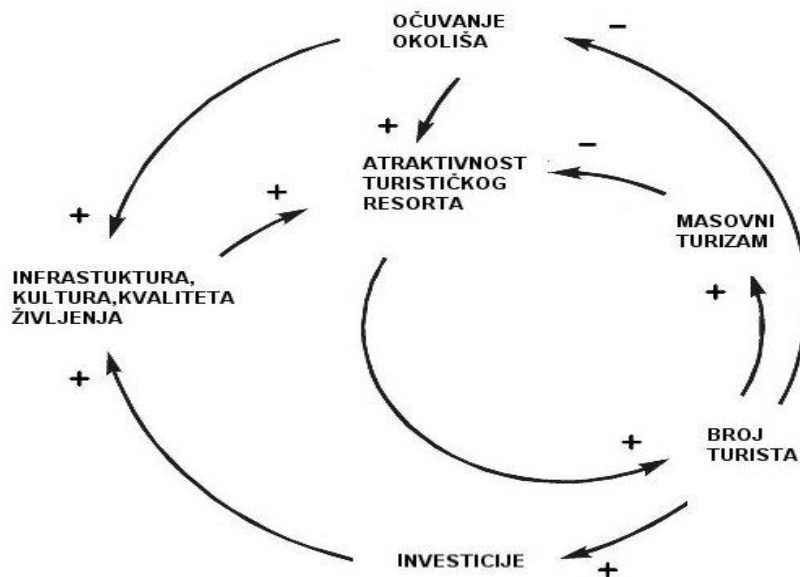
---

Vidi: Informacija I, kratak sažetak opisa modela i izlazne informacije i II popularna interpretacija korištenja modela i njegovih rezultata, Institut za ekonomiju i organizaciju Rijeka, lipanj 1988. godine

<sup>239</sup> Jere Lazanski, T.,(2006), “System Dinamic and Modelling in Tourism” 18. Biennial International Congress Tourism&Hospitality Industri 2006., New Trends in Tourism and Hospitality Mangement, Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija, pp. 337-346.

<sup>240</sup> Ibid., str.341.

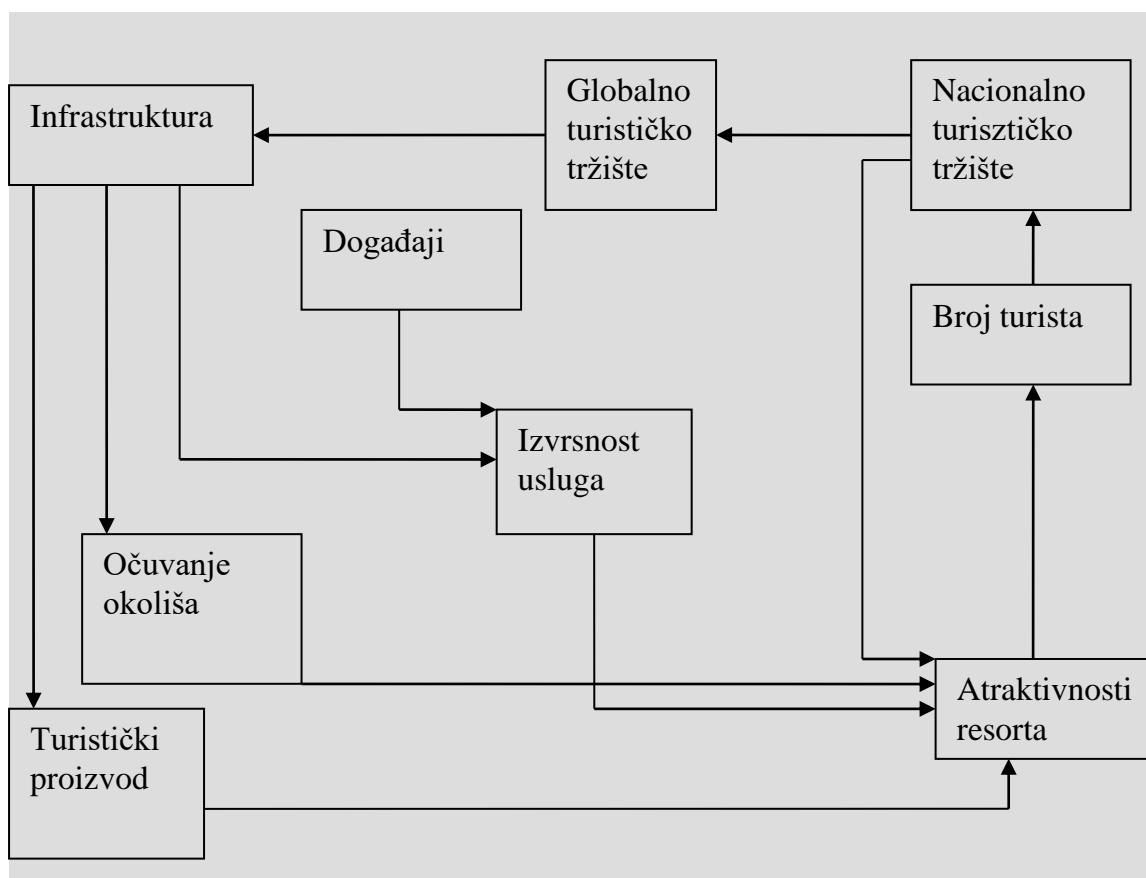
**Slika 2.2. Uzročno-posljedični dijagram zavisnosti atributa na lokalnoj (resort) razini**



Izvor: prema Jere Lazanski, T.,2002., „Qualitative Modeling of Complex System in a Frame of System Dynamics“, Masters Thesis, Faculty of Organizational Sciences Kranj, University of Maribor,

Uzročno-posljedični dijagram kao dio globalne turističke strategije promatra turizam kao dio politike globalnog razvoja i zato se on analizira kao cjelina tj. zajedno s ekonomijom, infrastrukturom i edukacijom. Dinamika sustava omogućuje korištenje svih elementa razvoja. Zato se model turističkog razvoja unapređuje i usložnjava sa podsustavima održivog razvoja nacionalne ekonomije i globalnog okruženja. Novi uzročno-posljedični dijagram prikazuje slika 2.3. Turistička infrastruktura negativno utječe na očuvanje okoliša (-), što uzrokuje pad atraktivnosti.

Slika 2.3: Uzročno-posljedični dijagram integralne turističke razvojne politike iz globalne turističke markentiške perspektive



Izvor: prema Jere Lazanski, T.,2002., *Qualitative Modeling of Complex System in a Frame of System Dynamics*, Masters Thesis, Faculty of Organizational Sciences Kranj, University of Maribor,

Uzročno –posljedični dijagram prikazuje turističko tržište koje ima pozitivni utjecaj na turističku infrastrukturu i sekundarnu turističku ponudu (+), dobra infrastruktura utječe pozitivno na turistički proizvod (+), turistički proizvod utječe na atrakcije ponuđene kroz turizam (+). Globalno tržište ima pozitivan utjecaj (+) na turističke događaje, što pozitivno utječe na izvrsnost usluga, izvrsnost usluga dalje ima pozitivan utjecaj (+) na atrakcije ponuđene od strane nacionalnog turizma. Atrakcije uzrokuju rast broja turista (+) na lokalnoj razini (+), broj turista utječe da se smanjuje kvaliteta atraktivnosti (-) turističkog područja (-). Pozitivni uzročno-posljedični krugovi znače razvoj, ali isto tako ako je okruženje ekološki siromašno, ono utječe negativno na područje atraktivnosti. Dalje samo slijedi lančana reakcija na pad broja turista, na pad turističkih investicija i razvojno i ekonomsko propadanje destinacije.

### **2.4.1.2. Ekonometrijska ocjena modela kao cjeline i pojedinih parametra modela za regionalni gospodarski i turistički sustav**

Razvojni ciljevi postavljeni u strategiji razvoja određuju strukturnu razvojnu politiku. Ukoliko su tendencije gospodarskog razvoja iz prošlosti neprihvatljive za buduće razdoblje, s obzirom na šire odabrane razvojne ciljeve na višim nivoima, tada se mora strukturnom politikom, prije svega na području investicija, usmjeriti razvoj u željenom pravcu. Prema tome, najvažnije je da nas rukovode ciljevi koji proizlaze iz strategije razvoja, a koji se ogledaju u postavljenim globalnim i parcijalnim stopama rasta makroekonomskih veličina, u prihvaćanju budućih stopa rasta, impliciranih u strukturi i dinamici rasta u prošlom razdoblju.

Dinamika i strukturne karakteristike sustava gospodarstva analiziraju se kao ekonometrijska ocjena parametara proizvodnih funkcija, funkcija investicija, funkcija zaposlenosti i to na bazi serije podataka o fiksnim fondovima (osnovnim sredstvima), novim investicijama, zaposlenosti i domaćem proizvodu.<sup>241</sup> Konstrukciju ekonometrijskih modela treba shvatiti kao naučnu metodu pristupa praktičnim problemima određenog ekonomskog organizma u našem slučaju regionalnog sustava gospodarstva.<sup>242</sup> Potrebno je stoga zakonitosti ekonomskog procesa izraziti u matematičkoj formi pomoću funkcija. Kako ekonomske pojave imaju stohastičan karakter, a nije potpuno determiniran određenim kauzalnim relacijama kao ponašanje sustava u prirodnim naukama, zato se istraživani fenomen u ekonomskim naukama niti ne može objasniti samo sustavom relacija, već je neophodno uključivanje slučajnih pogrešaka (engl. disturbance terms), da bi se dobio ekonometrijski model kojim se djelomično nadomješćuje gubitak preciznosti zbog stohastičnosti ponašanja varijabli i pojednostavljenja stvarnih relacija.<sup>243</sup> Slučajna greška ili stohastički element obično se u model uvodi kao aditivna stavka i označava se sa " u ", a ponaša se kao nova slučajna varijabla za koju se pretpostavlja da su joj vrijednosti normalno ili približno normalno distribuirane. Uobičajena je pretpostavka da ta nova varijabla ima srednju vrijednost jednaku nuli. Ako njena srednja vrijednost nije jednaka nuli, onda znači da su pogreške sustavne i nisu distribuirane normalno.<sup>244</sup> U našem slučaju potrebno je ocjenjivati vrijednosti parametra funkcije s više varijabli na osnovi većeg niza empirijskih podataka, tj. kada je broj opažanja ( n ) veći od broja nepoznatih vrijednosti od parametra u funkciji ( k )  $k < n$ . Tada " višak " vrijednosti opažanja koji se uključuje u regresiju, snižava utjecaj i veličinu slučajnih odstupanja " u " i povećava točnost ocjene funkcije. U takvom slučaju možemo primjenjivati metodu najmanjih kvadrata ili tehniku multiple regresije.<sup>245</sup> Naš zadatak je utvrditi vrijednost parametra funkcije triju varijabli ( regresora ) i to : zaposlenosti, osnovnih sredstava i novih investicija, dok je zavisna varijabla domaći proizvod jedne regije, (općine grada odnosno županije). Funkcija tada ima oblik

$$y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + u.$$

Najteži i najsloženiji zadatak upravo i jeste utvrditi odnosno testirati pouzdanost ocjenjenog modela kao cjeline ( funkcije ) i pojedinih parametara modela. Pod ocjenom

---

<sup>241</sup> Na ovom mjestu ukazujemo na model kojim se prvorazredno respektira sustavni pristup rješavanju ekonomskih problema, a ne ulazi se u teoretske osnove samog modela. Isto tako aplikacija samog modela u svoj njegovoj cjelovitosti konkretnog gospodarstva prelazila bi ciljeve postavljene ovim radom, te je prikazan samo model, njegova ocjena i ocjena njegovih parametara na primjeru jedne turističke regije.

<sup>242</sup> Vidi detaljnije: Blažević, B., and Jelusic, A., (2006), "Modelling regional economic development", Kybernetes – The international journal of systems & cybernetics, Volumen 35 Number 7/8, str.1190-1202.

<sup>243</sup> Vujković, T., /1976/,: " Ekonometrijske metode i tehnike ", Informator , Zagreb, str. 16

<sup>244</sup> Ibid., str. 16

<sup>245</sup> Ibid., str. 34

parametara modela ( funkcije ) najvažnije je naći odgovor na pitanje koliko se funkcija prilagođava empirijskim opažanjima i da li su ocjenjene vrijednosti njezinih parametara pouzdane. Bez obzira koji se tip modela ocjenjuje, osnovni cilj ocjenjivanja jeste da se minimalizira doprinos stohastičke komponente, odnosno maksimalizira doprinos determinističke komponente modela formiranju vrijednosti zavisne varijable modela. Drugim riječima, osnovni cilj ocjenjivanja modela jeste ocjenjivanje takvih vrijednosti parametara koje će omogućiti da ocjenjivanje vrijednosti zavisne varijable " y " bude što je moguće bliže empirijskim vrijednostima " yi ".<sup>246</sup> Bez upotrebe kompjutera takva ocjena je nezamisliva i praktično neprovediva u vremenu brzih odluka i dinamičkog kretanja. Jedan od takvih paketa ekonometrijskih programa ( software ) je SORITEC program ( SORITes EConometrias ) razvijen 1974. godine za IBM personalne kompjutere. Radi se o programu za ekonometrijsko modeliranje, ocjenjivanje i prognoziranje koji omogućuje da se relativno lako riješi i simulira svaki model koji se može specificirati.<sup>247</sup> Program omogućuje kvantificiranje gotovo svih pokazatelja za testiranje pouzdanosti ocjenjenog modela kao cjeline i pojedinih parametara modela. Pouzdanost modela kao i parametara u programu SORITEC prikazuje se i sastoji iz dvije tabele:

- a) tabela sa ocjenjenim vrijednostima parametara, standardnim greškama ocjene vrijednosti parametara, t – vrijednosti i odnosnih nivoa signifikantnosti parametara;
- b) tabela sa dijagnostičkim pokazateljima za ocjenjivanje modela: broj opažanja, srednja vrijednost zavisne varijable, R<sup>2</sup> i korigirani R<sup>2</sup>, standardna greška ocjene modela, Durbin – Wotson pokazatelj, F – vrijednosti i nivo signifikantnosti ocjene modela.

---

<sup>246</sup> Vujković, T., /1988/,: " Upotreba mikrokompjutera u ekonomskim istraživanjima ", Informator, Zagreb, str.

19

<sup>247</sup> Ibid., str. 27 - 52

Tablica 2.2. Rezultati multiple regresijske analize putem programa "Soritec" za gospodarstvo jedne regije za razdoblje 1985-2001. godina po stalnim cijenama 1990. godine

/gdje je y=društveni proizvod u mil. novčanih jedinica., x = OSA  
u mil. novčanih jedinica, x2=zaposlenost u 000 rad. i x3=nove investicije u 000 novčanih jedinica./

Re d. Br.	Oblik regresijske /funkcije/	Vari-jabla	Parametar uz varijablu	Ocjena parametara			Ocjena modela					
				Standar-dna gre-ška	T – poka-zatelj	Signif.	Standar-dna gre-ška ocjene	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> adj.	D-W	F/3,13/	Signif.
1.	$Y=b_0+b_1x_1+b_2x_2+b_3x_3$	const. x1 x2 x3	-216,677 0,281013E-01 193,924 0,121418E-01	120,882 0,322914E-01 32,8199 0,451280E-01	-1,79246 0,870241 5,90874 0,269053	0,096 0,4000 0,000 0,792	43,8135	0,807	0,763	1,29671	18,1569	0,000005
2.	$Y=b_0+b_1x_1+b_2x_2+b_3x_3$	const. x1 x2 x3	-171,668 0,712419E-05 188,942 0,227998E-04	119,867 0,780768E-05 31,8858 0,318957E-04	-1,43216 0,912459 5,92557 0,714823	0,176 0,378 0,000 0,487	42,8816	0,815	0,773	1,37360	19,1450	0,000004
3.	$Y=b_1x_1+b_2x_2+b_3x_3$	const. x1 x2 x3	Isključena 0,252505E-08 147,372 0,376157E-07	- 0,245000E-08 5,46333 0,228805E-07	- 1,03064 26,9748 1,64401	- 0,320 0,000 0,122	42,7098	0,996	0,995	1,31252	1199,14	0,00000
4.	$Y=b_0+b_1x_1+b_2x_2+b_3x_3$	const. x1 x2 x3	-136,648 0,121554E-18 184,886 0,248283E-10	115,808 0,102138E-18 29,6533 0,187645E-10	-1,17996 1,19010 6,23493 1,32315	0,259 0,255 0,000 0,209	40,5658	0,835	0,797	1,47800	21,9021	0,000002
5.	$Y=b_1x_1+b_2x_2+b_3x_3$	const. x1 x2 x3	Isključena 0,179467E-25 150,682 0,348752E-10	- 0,136134E-25 3,10568 0,171685E-10	- 1,31831 48,5183 2,03135	- 0,209 0,000 0,062	40,8680	0,996	0,996	1,38442	1310,08	0,00000
6.	$Y=b_1x_1+b_2x_2+b_3x_3$	const. x1 x2 x3	Isključena 0,183046E-25 151,090 0,242192E-16	- 0,131621E-25 2,90507 0,104373E-16	- 1,39070 52,0092 2,32045	- 0,186 0,000 0,036	39,5196	0,997	0,996	1,41396	1401,33	0,00000

Izvor: Izračunato prema programu SORITEC za gospodarski regionalni sustav.



U našem primjeru za ilustraciju ocjenjen je putem programa SORITEC model prethodno opće prikazane funkcije, kao i ocjena pojedinih parametara, gdje  $y$  označava domaći proizvod jedne regije u kunama i po stalnim cijenama iz 1990. godine,  $x_1$  aktivna osnovna sredstva po nabavnoj vrijednosti i po stalnim cijenama 1990. godine u kunama,  $x_2$  nove investicije u kunama po stalnim cijenama iz 1990. godine i  $x_3$  broj zaposlenih u tisućama. U tabeli broj 2.3. izračunate su vrijednosti parametara funkcije domaćeg proizvoda promatrane regije kao zavisne varijable i osnovnih sredstava, zaposlenosti i novih investicija kao nezavisnih varijabli modela. U prvom dijelu tabele dana je ocjena parametara funkcije uz nezavisne varijable i njihova pouzdanost, dok nam drugi dio tabele daje ocjenu ukupnog modela i njegovo prilagođavanje empirijskim veličinama. Upravo naš zadatak i jeste da modeliranje u našem primjeru vlastitim izborom kroz šest oblika regresije (moglo ih je biti i više) tražimo onu funkciju odnosno onaj model multiple regresije u našem primjeru sa 3 regresora (osnovna sredstva, zaposlenost i nove investicije) i sa 17 opažanja (razdoblje 1985-2001.) u stalnim cijenama 1990. godine, kada je broj opažanja veći od broja nepoznatih vrijednosti parametara u funkciji, tako da taj «višak» vrijednosti opažanja, koji se uključuje u regresiju, snižava utjecaj i veličinu slučajnih odstupanja i povećava točnost ocjene funkcije.<sup>248</sup> Ukupna odstupanja teoretskih od empirijskih vrijednosti funkcije sastoje se iz odstupanja koja su objašnjena ocjenjenom funkcijom i neobjašnjenih odstupanja ili reziduala. Cilj nam je doći do one funkcije gdje su neobjašnjena odstupanja manja, odnosno gdje su ona minimalna. U našem primjeru (tabela broj 2.2) vidimo da se kroz mijenjanje oblika regresije u 6 slučajeva poboljšavaju ocjenjeni parametri kao i čitav model. Kod ocjene parametara vidimo da su oni kod jednadžbe broj 6 najbolji što je vidljivo kroz smanjenje vrijednosti standardne greške, kroz poboljšani t-pokazatelj i konačno kroz bitno poboljšanu signifikantnost. Ne ulazeći na ovom mjestu u analizu svakog pojedinog kriterija za ocjenu modela, već uzimajući samo njihove konačne rezultate, isti nas dovode do modela broj 6 za koji je ocjena najbolja. Standardna greška se smanjuje od 43,8135 na 39,5196, koeficijent multiple regresije  $R^2$  se poboljšava od 80,7% na 99,7% i pokazuje da ocjenjena funkcija bolje aproksimira empirijske vrijednosti zavisne varijable kada je koeficijent determinacije  $R^2$  bliži jedinici. Marginalni  $R^2$  (ili  $R$  adj) kreće se u rasponu od 76,3% do 99,6% i isti govori ukoliko je bliže jedinici, da regresori koji su ostali u funkciji, a to su: osnovna sredstva, zaposlenosti i investicije i koji nisu ispušteni iz funkcije, bolje aproksimiraju empirijske vrijednosti.

---

<sup>248</sup> Vidi detaljnije: Vujković, T.: "Ekonomometrijske metode..."

D-W (Durbin – Wodson) pokazatelji poboljšavaju svoju vrijednost od 1,29671 na 1,41396 a što znači da je smanjena i slučajnost distribucije grešaka, te kako se izračunati pokazatelj nalazi između kritičih vrijednosti  $d$  iz tablica (0,67 – 1,41396 - 1,43) on govori o neodređenosti testa na nivou 1% signifikantnosti, tj. nije moguće donijeti zaključak o prisutnosti ili odsutnosti serijske korelacije, ali je očito da se ne radi o autokoreliranosti kada bi morali naš model odbaciti. Na sličan način modelirane su funkcije i izračunate vrijednosti parametara funkcije osnovnih sredstava kao zavisne varijable, te društvenog proizvoda i zaposlenosti kao nezavisne varijable za gospodarstvo promatrane regije (vidi tabelu broj 2.2. i broj 2.3.).

$$y = 0,183046E - 25x1^8 + 151,090x2 + 0,242192E - 16x3^6$$

Ovdje je važno napomenuti da bez obzira na pouzdanost modela i tehnike na osnovi koje je ocjenjen model i njegovi parametri, za pognozu budućih događanja ekonomskih pojava neophodno je uvijek imati u vidu jačinu i smjer utjecaja vanjskih nepredvidivih faktora, ali isto tako treba znati, da bez ekonometrijske ocjene i podloge, kvaliteta naše procjene bi bila bitno slabija.

Tablica 2.3: Rezultati regresijske analize putem programa "Soritec" za gospodarstvo jedne regije za razdoblje 1985-2001. godina po stalnim cijenama 1990. godine

/gdje je y=društveni proizvod u mil. novčanih jedinica., x1= OSA u mil. novčanih jedinica, x2=zaposlenost u 000 radnika. I x3=nove investicije u 000 novčanih jedinica./

Red. Br.	Oblik regresijske /funkcije/	Varijabla	Parametar uz varijablu	Ocjena parametara			Ocjena modela					
				Standardna greška	T – pokazatelj	Signif.	Standardna greška ocjene	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> adj.	D-W	F(2-15)	Signif.
1.	$Y=b_0+b_1x_1+b_2x_2$	b <sub>0</sub> -const x1 x2	1008,23 2,10945 -101,384	1031,73 2,18180 507,797	0,977222 0,966842 -0,199655	0,345 0,350 0,845	356,972	0,179	0,062	0,86748	1,52594	0,251472
2.	$Y=b_1x_1+b_2x_2$	b <sub>0</sub> -const x1 x2	Isključ. 1,16243 296,168	- 1,95182 303,445	- 0,595563 0,976019	- 0,560 0,345	356,436	0,970	0,966	0,78747	243,655	0,00000
3.	$Y=b_0+b_1x_1$	b <sub>0</sub> -const x1 x2	843,205 1,72147	597,374 0,959633	1,41152 1,79388	0,178 0,093	345,356	0,177	0,122	0,85382	3,21800	0,093012
4.	$Y=b_1x_1$	b <sub>0</sub> -const x1 x2	Isključ. 3,06262	- 0,138667	- 22,0863	- 0,000	355,908	0,968	0,966	0,78653	487,803	0,00000
5.	$Y=b_1x_3$	b <sub>0</sub> -const x1 x2	Isključ. 0,665218E-05 isključ.	- 0,65523E-05 -	- 10,1524 -	- 0,000 -	732,089	0,866	0,857	0,35832	103,071	0,00000

Izvor: Izračunao autor prema programu SORITEC za gospodarski regionalni sustav.

U tabeli broj 2.4. dati su rezultati regresijske analize ugostiteljsko-turističke privrede promatrane regije za razdoblje 1985-2001. po stalnim cijenama iz 1990. godine, gdje se na sličan način dolazi do odgovarajućeg modela i ocjene parametara tog modela, kao i kod ukupnog gospodarstva. Model i njegovi parametri za ugostiteljsko-turističko gospodarstvo promatrane regije glasi:

$$y = -51585,1x_1^{-1} + 170,301x_2 + 0,144986 x_3$$

Na isti način dolazi se do modela i odgovarajućih parametara za sve gospodarske djelatnosti koje čine regionalni sustav privređivanja.

Tablica 2.4: Izabrani modeli (funkcije) kretanja domaćeg proizvoda, osnovnih sredstava i zaposlenosti po programu "Soritec" za gospodarstvo i za djelatnost ugostiteljstvo i turizam jedne turističke regije

Izabrani oblik regresije (funkcije)	Varij- bla	Ocjene modela					
		Standardna greška ocjene	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> -adj.	D-W	F	Signif.
DOMAĆI PROIZVOD a) Privreda Y=0,183046E-25x <sup>8</sup> <sub>1</sub> +151,090x <sub>2</sub> +0,24192E-16x <sup>6</sup> <sub>3</sub>	Y=P X1=K X2=L X3=I	39,5196	0,997	0,996	1,41396	1401,33	0,00000
b) Ugostiteljstvo i turizam Y=-51585,1x <sup>-1</sup> <sub>1</sub> +170,301x <sub>2</sub> +0,144986x <sub>3</sub>	Y=P X1=K X2=L X3=I	28,1904	0,983	0,979	1,20979	270,790	0,00000
OSNOVNA SREDSTVA a) Privreda Y=3,06262x <sub>1</sub>	Y=K X1=P	355,908	0,968	0,966	0,78653	487.705	0,00000
b) Ugostiteljstvo i turizam Y=566,854x <sub>2</sub> +0,234967x <sub>3</sub>	Y=K X2=L X3=I	83,7224	0,990	0,989	1,52243	771.705	0,00000
ZAPOSLENOST a) Privreda Y=0,641591E-02x <sub>1</sub>	Y=L X1=P	0,293658	0,995	0,995	0,97458	3144,60	0,00000
b) Ugostiteljstvo i turizam Y=0,157622E-02x <sub>1</sub> +0,140200E-02x <sub>2</sub> -0,519256E-03x <sub>3</sub>	Y=L X1=P X2=K X3=I	0,136257	0,991	0,989	1,21240	516,520	0,00000

Izvor: Izračun autora prema programu SORITEC za gospodarski regionalni sustav

Na osnovi ocjene parametara modela, odnosno ocjene modela gospodarskog i turističkog razvoja promatrane regije, došlo se do funkcije modela regionalnog gospodarstva na bazi kojeg možemo ocjeniti koliko taj model ima prognostičku vrijednost. Neophodno je stoga vršiti analizu prilagodljivosti modelskih vrijednosti stvarnima (vidi tabelu br.2.5.), kako za ukupno gospodarstvo tako i za pojedine njegove sektore. Kada je prilagodljivost modela prihvatljiva i pouzdana, tada se može tim modelom aproksimirati kretanje gospodarskog razvoja u budućem periodu. Modelska ocjena budućeg razvoja mora voditi računa da se «ciljevi budućeg razvoja najčešće razlikuju od ostvarenih ciljeva, kao i da može biti više putova da se postavljeni i pretpostavljeni ciljevi ostvare».<sup>249</sup> Ako se rezultati projekcije gospodarskog i turističkog razvoja ne mogu prihvatiti kao ciljevi budućeg razvoja, potrebno je definirati nove ciljeve i prema njima izvršiti odgovarajuću korekciju parametara modela. Ako se pođe od toga da je jedan od ciljeva dugoročnog ekonomskog razvoja i osiguranje dovoljno radnih mjesta za aktivno stanovništvo koje traži zaposlenje, tada bi tendencije razvoja regionalnog gospodarstva trebali ocjenjivati prvenstveno s tog stajališta, tj. kada se ostvaruje stanje pune zaposlenosti za ukupno aktivno stanovništvo u promatranom periodu. Ako bi pošli od toga cilja, morali bi tada izabrati onu varijantu koja u najkraćem vremenu dovodi do ravnotežnog stanja između traženih i ponuđenih radnih mjesta. Takvom cilju, odnosno takvoj varijanti rasta regionalnog gospodarstva koji se vrednuje sa gledišta stupnja zapošljavanja, treba i odabrati onu varijantu koja najbrže vodi tom cilju uz odabir onih stopa porasta produktivnosti rada, kao i kretanje kapitalnog koeficijenta koji realno omogućuje postizanje spomenutog cilja u promatranom vremenu.

---

<sup>249</sup> Blažević, B., /1989/, Sistemski pristup dugoročnom razvoju općinskog sistema privrede, Magistarski rad, Institut za ekonomiju i organizaciju u Rijeci, Rijeka, str. 151.

Tablica 2.5: Pregled stvarnih i modelskih vrijednosti domaćeg proizvoda, zaposlenosti i osnovnih sredstava u karakterističnim godinama perioda 1985-2000. godine na primjeru jedne turističke regije

	1985.		1990.		1995.		2000.	
	S	M	S	M	S	M	S	M
<b>DOMAĆI PROIZVOD</b> (u mil. kn.)								
a) Ukupno privreda	510.000	529.000	500.000	579.513	677.000	640.953	722.000	684.462
b) Ugostitelj. i turizam	107.000	97.473	123.000	169.351	201.000	183.044	319.000	269.993
<b>ZAPOSLTENOST</b> (u 000)								
a) Ukupno privreda	3,5	3,27	3,69	3,21	4,22	4,34	4,47	4,69
b) Ugostitelj. i turizam	1,02	0,71	1,25	1,06	1,32	1,36	1,58	1,54
<b>OSNOVNA SREDSTVA</b> (u mil. Kn)								
a) Ukupno privreda	1.176	1.561	2.149	1.531	1.913	2.073	1.791	2.211
b) Ugostitelj. i turizam	472	631	696	758	805	784	888	991

LEGENDA: S = stvarne vrijednosti  
M = modelske vrijednosti

Izvor : Izračun autora po programu «SORITEC» prema originalnim podacima za jednu turističku regiju

U tablici broj 2.6. prikazani su rezultati jedne od varijanti projekcije razvoja gospodarstva jedne turističke regije za period 2005.-2020. / na bazi stalnih cijena iz 1990./ i to za kretanje domaćeg proizvoda , osnovnih sredstava i broja zaposlenih.

Tablica 2.6. Rezultati jedne od varijanti projekcije razvoja gospodarstva jedne turističke regije za period 2005-2020. godine (stalne cijene 1990. godine) – domaći proizvod /P/(mil. Kn), osnovna sredstva /K/ (u mil kn) i broj zaposlenih /L/.

Godina	P	K	L
2005.	928.975	2.618.540	5.486
2010.	981.196	3.185.130	6.673
2015.	1.809.080	3.981.410	8.341
2020.	1.383.130	4.241.730	8.886

Izvor: Izračun autora prema originalnim podacima po programu «Soritec»

Tablica 2.7: Prosječne stope rasta /R/ domaćeg proizvoda /P/, osnovnih sredstava /K/, i zaposlenosti /L/

Period	R(P)	R(K)	R(L)
2005-2015.	6,9	4,3	4,3
2005-2020.	3,5	2,9	2,9

Izvor: Izračun autora prema podacima iz tabele broj 2.5.

Tablica 2.8: Osnovni analitički pokazatelji kretanja proizvodnosti rada (P/L), kapitalne opremljenosti (K/L) i kapitalnih koeficijenta (K/P)

Godina	P/L	K/L	K/P
2005.	175,3	595,6	3,40
2010.	172,0	550,4	3,20
2015.	248,7	676,5	2,72
2020.	239,4	659,6	2,76

Izvor: Izračun autora prema podacima iz tabele br. 2.5.

Bez prognoza o budućnosti gospodarskog sustava nije ni moguće optimalno odlučivanje kod funkcioniranja sustava. Odgovore na brojna pitanja procjene faktora razvoja nalazimo putem novih metoda koje nastoje u sebi uključiti i afirmirati interdisciplinarni pristup, odnosno sustavni pristup u pripremanju odluka. Radi se o intuitivnim metodama, koje su se pokazale veoma adekvatne za pripremanje i donošenje strateških razvojnih odluka.<sup>250</sup> Taj način odlučivanja posebno je značajan i važan u nestabilnoj, turbulentnoj okolini.<sup>251</sup> Činjenica je da ekonometrijske i operacijske metode pripremanja odluka nisu adekvatne za sve vrste odluka. Kod nekih odluka one su još uvijek pogodnije, ali, kod nekih posebno dugoročnih strateških odluka ta je njihova neadekvatnost veoma velika i zato se ona mora prevladati tzv. intuitivnim metodama.

<sup>250</sup> Brajdić, I.,(1998), Modeli odlučivanja, Hotelijerski fakultet Opatija, str. 79-82.

<sup>251</sup> Brajdić, I., /2003/, Specifičnosti odlučivanja u hrvatskome turizmu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, str. 16.



## 2.4.2. Upravljanje turističkim razvojem

Koncepcija razvoja hrvatskog turizma te ostvarenje vizije i strateških razvojnih ciljeva provedbeno je izuzetno složen projekt najviše zbog velikog broja sudionika. Suradnja, organizirano i usklađeno djelovanje te institucionalno jačanje najvažnijih sudionika turističkog poslovnog i razvojnog procesa kao što su država, vlasnici i management, bitan su preduvjet uspješnog upravljanja turističkim razvojem. Uloga države usredotočena je na osiguranje osnovnih razvojnih uvjeta, na stvaranje poticajne poduzetničke klime i jačanje konkurentnosti donošenjem odgovarajućih mjera u gospodarskom sustavu te na odgovornije upravljanje razvojem turizma na načelima održivog razvitka. Posebno se to odnosi na sljedeće;<sup>252</sup>

- zaštita okoliša i visoki ekološki standardi sukladno načelima održivog razvitka;
- izrada prostornih i urbanističkih planova kao temeljnih dokumenata za učinkovitije upravljanje razvojem;
- poboljšanje dostupnosti i izgradnja komunalne infrastrukture;
- korištenjem pomorskog i drugog javnog dobra sukladno zakonu i temeljnim razvojnim načelima;
- brže rješavanje složene problematike obrazovanja za potrebe turizma;
- cjelokupni sustav mjera gospodarske politike, posebice mjera kreditne i fiskalne politike staviti u funkciju poticanja poduzetništva i jačanja konkurentnosti;
- hitno rješavanje problematike privatizacije turističkog sektora;
- stvaranje uvjeta poticajnih za razvoj proizvodnih i uslužnih djelatnosti te poboljšanje konkurentnosti domaćeg gospodarstva te povećanje ukupnih gospodarskih učinaka hrvatskog turizma.

Uspjeh destinacije je funkcija više međuzavisnih komponenti, a ta činjenica naglašava potrebu za kontinuiranim i integriranim pristupom upravljanju kvalitetom turističke destinacije poznatom kao IQM. Cjelokupno upravljanje kvalitetom turističke destinacije ili Integratet Quality Management, podrazumijeva ne samo razinu zadovoljstva turista s pojedinim turističkim uslugama, već i zadovoljstvo neopipljivim čimbenicima, kao na primjer gostoljubivošću, sigurnošću, zaštitom i čistoćom. Koncept IQM destinacije razvijen je da bi zadovoljio ovu potrebu. IQM kombinira četiri ključna elementa u svom pristupu:

- zadovoljstvo turista, koje se primarno sastoji od redovnog nadgledanja nivoa zadovoljstva turista s uslugama u destinaciji,
- zadovoljstvo lokalne turističke industrije. Ključna aktivnost IQM uključuje evaluaciju kvalitete poslova i karijera zaposlenih u industriji, kao i dobrobit lokalnih turističkih poduzetnika.
- kvaliteta života lokalnog stanovništva. Briga za dobrobit rezidenata znači da bi destinacija trebala otkriti što rezidenti misle o efektima turizma,
- kvaliteta okoline, mjeri pozitivne ili negativne utjecaje turizma na okolinu, tj. destinacijsku prirodnu, kulturnu i ljudskim djelovanjem proizvedenu imovinu.

Svaka neravnoteža u jednom od ova četiri aspekta turističke kvalitete može imati značajan efekt na cjelokupnu kvalitetu destinacije i turistički proizvod.

---

<sup>252</sup> Radnić, A., op.cit.str.16-17.

Pristup IQM destinaciji je ciklični model koji se u osnovi sastoji od pet koraka:

1. definiranje partnera. Kod toga se podrazumijeva izrada Glavnog plana razvoja turizma kojeg podržava lider (Županija, Turistička zajednica Županije) sposoban da skupi i utječe na sve partnere-subjekte u destinaciji,
2. odluke o akciji u odnosu na strategiju i politiku (prirodni resursi, ljudski resursi, kvaliteta života, kulturno-povijesno naslijeđe,...) s formalnim utemeljenjem od strane ključnih partnera, pod nadzorom vodećeg autoriteta,
3. primjenu mjera i aktivnosti od strane različitih privatnih i javnih subjekata davatelja različitih usluga, unutar i izvan sustava turizma,
4. mjerenje učinaka korištenjem grupe pokazatelja s ciljem utvrđivanja zadovoljstva različitih ciljnih skupina, integriranja u destinaciji i očuvanju sukladno održivom razvoju,
5. vrjednovanje i prilagođavanje u interaktivnom procesu u kojem vodstvo Glavnog plana osigurava analizu rezultata i izvlačenje pouka na način da korekcije i dopune mogu biti unijete na svaku razinu lanca ciljem da ispravno djeluje cjelokupan lanac.

Očito je da upotreba koncepta “prihvatnog potencijala” u turizmu u biti ovisi o odnosu države prema filozofiji održivog razvoja. Zanimarivanje socio-kulturnih i političko-ekonomskih parametara često je imalo za posljedicu izbjegavanje izračuna prihvatnog potencijala i izrade studije utjecaja na okoliš u velikom broju srednje razvijenih i slabije razvijenih zemalja među koje spada i Hrvatska.<sup>253</sup> Službenici državne uprave moraju se posebno i profesionalno brinuti da razvitak bude održiv. To paktično znači da upravo državna uprava mora preuzeti vodeću ulogu o brizi razriješenja suprotnosti između zarade i čistog okoliša.<sup>254</sup> Uz državnu upravu izuzetnu ulogu imaju i nevladine udruge kao prirodni saveznik državnoj upravi u obrani održivosti. Više je nego očito da Hrvatska kao i mnoge srednje razvijene i nerazvijene države, zbog neizgrađene društvene funkcije javnosti, još ne prepoznaje svoju razvojnu ulogu, i ponašaju se kao nemoćne ili indiferentne prema spomenutim problemima.

Turisti<sup>255</sup> koji dolaze iz velikih prenapučenih mjesta u kojima vlada ne samo prometni kaos, već i gužva, nervoza, život pun stresa, ne žele doći u naše priobalne krajeve u špicama sezone gdje nailaze na ista ona kaotična stanja i gužve koje su imali u mjestu svog boravka.

Suvremeni turizam doživljava promjene i traga za novim orijentacijama. Era masovnog turizma sve više se napušta kao orijentacija nove turističke potražnje koja postavlja i nove ciljeve pred turističku ponudu, kada se kvantiteta zamjenjuje kvalitetom, a ova se temelji na ravnomjernom i održivom razvitku. Kriza masovnog turizma uvjetuje proces njegova oplemenjivanja što dovodi do pojave novih kvalitetnih vrsta i oblika turizma, različitih sadržaja i interesa i pojavu novih orijentacija koje nazivamo različitim imenima:”turizam budućnosti”, turizam kao univerzalna pojava”, odgovorni, diskretni, ekološki, kvalitetni, posebni, visoki, mali, elitni, moderni, održivi. Zbog sigurnosti turističkih resursa i njihove zaštite treba krenuti usklađenim i postepenim razvitkom, kada su visoke stope rasta turističkih

---

<sup>253</sup> Vidi detaljnije: Klarić, Z. /1994/, Određivanje prihvatnog potencijala u Sredozemlju i njegov utjecaj na poimanje održivog razvitka turizma. “Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj”, Zbornik radova, Institut za turizam, Zagreb.

<sup>254</sup> Vidi detaljnije: Starc, N., /1994/, Razvoj, održivost i ocjena ulagačkih pothvata, “Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj”, Zbornik radova, Institut za turizam, Zagreb

<sup>255</sup> Jadrešić, V., /1994/ Uloga novih kadrova u promišljanju hrvatskog turizma, Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj, Zbornik radova, Institut za turizam, Zagreb, str. 107.

fizičkih pokazatelja definitivno iza nas. Mnogobrojne devastacije i destrukcije koje je doživio svjetski /Španjolska/ ali i naš turizam jasno ukazuju na potrebu promjene strategije turističkih orijentacija. Sukob između velike “gladi” za brzim razvojem i profitom i na drugom kraju zaštite temeljnih resursa na kojima leži budući razvitak ne samo turizma nego i čitavog gospodarstva Hrvatske, trebat će trijezno sagledati zbog sveopćeg promišljenijeg turističkog razvitka određene sredine i zemlje u cjelini.

Angažiranjem i aktiviranjem velikog resursnog potencijala koji je na mnogim područjima zauzeo najatraktivniji dio prostora rezultat je odsustva čvrstih razvojnih koncepcija, a još više nedovoljne opredijeljenosti da se prihvaćene koncepcije o zaštiti prostora dosljedno provedu. Zato je potrebno spriječiti razvojno usmjerenje koje nastavlja rasipnički koncept neograničene prostorne ekspanzije s preorijentacijom na kvalitativne pomake te postizanjem većih efekata boljim korištenjem kapaciteta i većim cijenama. U tako željenoj promjeni turističke destinacije moraju doći do optimalnog scenarija i konkretnog izračuna prihvatnog potencijala, prema kojima će biti usmjerene sve mjere urbanističke, komunalne, fiskalne i kadrovske politike u funkciji očuvanog okoliša kao temeljnog turističkog resursa. Očuvati taj temeljni resurs, zadatak je cijelog društva, vladinih i nevladinih institucija, stručnjaka i znanstvenika

## PITANJA ZA PROVJERU ZNANJA I VJEŽBE

1. Što se podrazumijeva pod sustavnim pristupom. Kakve su njegove prednosti u odnosu na klasične načine istraživanja?
2. Kojih pet etapa u svojoj realizaciji obuhvaća sustavni pristup?
3. Koji su najvažniji elementi i prednosti sustavnog pristupa kada je riječ o potpunom sustavnom pristupu pri izboru optimalne strategije gospodarskog razvoja?
4. U čemu se sastoji bit sustavnog planiranja razvojne politike?
5. Što je to paradigma, te navedite neke konkretne paradigme koje vladaju u ekonomskim znanostima?
6. Objasnite pojam koncepcije razvoja. Od čega se sastoji sadržaj koncepcije razvoja?
7. Što podrazumijevamo pod strategijom razvoja?
8. Objasnite vertikalno i horizontalno promatranje razvoja tj. razvoja po granama i po regijama. Koje su ciljne funkcije jednog i drugog razvojnog modela?
9. Što su to koncepcijski, a što strateški ciljevi razvoja?
10. Objasnite ukratko modernu strategiju razvoja koja počiva na organizacijskoj dinamici?
11. Što su osnovni ciljevi velikog ekonomskog sustava i koji podsustavi ciljeva velikog ekonomskog sustava po hijerarhijskom principu postoje?
12. Što podrazumijevamo pod koncepcijskim ciljevima turističkog razvoja Hrvatske?
13. Što spada u strateške ciljeve turističkog razvoja Hrvatske?
14. Inplementiranjem sustava strateških ciljeva razvoja na nivou turističke destinacije započinje nova faza repozicioniranja turizma Hrvatske. O kojim se strateškim ciljevima radi?
15. Objasnite pojam granice nosivosti kapaciteta turističke destinacije?
16. Što se podrazumijeva pod «održivim turizmom» i koja načela obilježavaju ovakav turizam u turističkoj destinaciji?
17. Što se sugerira za prvu fazu donošenja odluka o strategiji razvoja turističke destinacije?
18. Nabrojite opće pretpostavke na kojima se zasniva razvitak čitave turističke destinacije, te koji ciljevi realiziraju te pretpostavke?
19. Što se podrazumijeva pod pojmom kvalitativno iskorištavanje postojećih resursa turističke destinacije?
20. Objasnite na koja tri područja u okviru gospodarske politike, turistička destinacija (grad; općina) ima neposrednu odgovornost
21. Nabrojite i kratko objasnite načela održivog turizma koja mora u svom razvoju respektirati svaka turistička destinacija?
22. Koje su najvažnije pretpostavke i ciljevi na kojima bi se trebao zasnivati razvitak čitave destinacije?
23. Objasnite zašto kvalitativnu transformaciju turističke destinacije nužno treba shvatiti kao proces i koja dva faktora igraju vodeću ulogu u tom procesu?
24. Na kojim područjima gospodarske politike županija, grad odnosno općina imaju najveću odgovornost ?
25. Nabrojite i objasnite koje mjere i programe podrške treba primjenjivati za uspješno provođenje Glavnog plana razvoja turizma jedne turističke destinacije
26. Što se podrazumijeva pod sustavnim projektiranjem razvoja i šta u tim projekcijama znači sustav ciljeva razvoja, a šta su to proizvodni resursi neophodni za realizaciju ciljeva razvoja?
27. Objasnite stanovništvo kao resurs razvoja?
28. Čemu teži mikroekonomska, a čemu makroekonomska teorija gospodarskoga rasta po pitanju zaposlenosti i na što nas upućuje analiza Solowa ?

29. Objasnite ukratko teorije ravnotežnog rasta i pune zaposlenosti i kako su pojedini ekonomski teoretičari objašnjavali punu zaposlenost.
30. Objasnite pojam prirodna bogatstva i zašto dolazi do konflikta u sklopu društveno-ekonomskih odnosa vezano na prirodna bogatstva?
31. Kako vidite ulogu rente za eksploataciju prirodnih bogatstava i posebno ulogu kadrovskog potencijala u rješavanju složene problematike zaštite prirodnih resursa?
32. Objasnite ulogu kapitala kao uvjeta gospodarskog i društvenog razvoja ali istovremeno i ograničavajućeg faktora tog razvoja?
33. Kako bi objasnili podsustav sredstava za rad shvaćenih u najširem smislu?
34. Kako gledaju na ulogu kapitala u gospodarskom rastu teoretičari Jorgensen i Griliches a kako Robinson , Kaldor i Modigliani?
35. Objasnite Marxovo gledanje na sredstva za rad?
36. Objasnite revolucioniranje procesa rada danas i od čega najviše zavisi taj proces?
37. Objasnite prostor kao resurs i sredinu u kojoj se ostvaruje sinteza u najvišem obliku ?
38. Objasnite aktivnosti koje traže veliki društveni angažman u cilju mijenjanja postojećih odnosa i stanja u prostoru ?
39. Objasnite faktor vrijeme kao resurs razvoja?
40. Definirajte kako se tumači u teoriji pojmovno sustav upravljanja gospodarskim razvojem?
41. Što podrazumijevamo pod ekonomskim modelom, što pod varijablama a što pod parametrima?
42. Objasnite kako praktičan problem zakonitosti ekonomskog procesa jednog određenog ekonomskog organizma kao što je regionalni sustav gospodarstva izraziti u matematičkoj formi pomoću funkcija.
43. Što je to stohastička varijabla u razvojnom modelu ?
44. Što je osnovni cilj ocjenjivanja modela ?
45. Što podrazumijeva cjelokupno upravljanje kvalitetom turističke destinacije ili Integratet Quality Management, te koja četiri ključna IQM kombinira u svom pristupu?
46. Od kojih se pet koraka sastoji IQM pristup destinaciji i koji efekt ima na cjelokupnu kvalitetu destinacije i turistički proizvod?
47. Kakva je uloga države prema konceptu održivog razvoja ?

## **3. dio**

# **TURIZAM U STRATEGIJI GOSPODARSKOG I DRUŠTVENOG RAZVOJA**

### 3. TURIZAM U STRATEGIJI GOSPODARSKOG I DRUŠTVENOG RAZVOJA

Da bi se otklonile ili umanjile nepredvidivosti, konfliktnosti, proturiječnosti, nedosljednosti i entropija u razvoju, potrebno je imati koncepciju i strategiju razvoja i znati s njima upravljati. Turizam kao vrlo složeni sustav pojava i odnosa, u definiranju i određivanju gospodarskog i društvenog razvoja je izuzetno važan. Mogli bi reći da je on metoda gospodarskog i društvenog razvoja.

Od države se očekuje da stvori svojom makroekonomskom politikom ono okruženje koje će maksimalno stimulirati i poticati sve potencijalne domaće i strane investitore da ulažu svoj kapital u hrvatsko gospodarstvo u cilju profitabilnog i djelotvornog razvoja. Da bi se kapital uložio i oplodio, mora prethodno postojati jasna razvojna koncepcija i strategija kao i definirani kriteriji za provođenje takve željene strategije razvoja. Turizam jedino u definiranim uvjetima razvoja može postati nacionalni strateški proizvod unutar kojeg će svaka turistička destinacija imati i svoju razvojnu strategiju kao podsustav viših razvojnih ciljeva.

#### 3.1. KRITERIJI ZA STRATEGIJU GOSPODARSKOG RAZVOJA

Predominantna uloga privatnog vlasništva, kojoj teži i Hrvatska, ostvaruje se kroz proces pluralizacije vlasništva a to znači temeljnu barijeru svakom monizmu i svakom monopolu. To podrazumijeva i monopol vlasništva i monopol tržišta i monopol političke moći. Pluralizacija vlasništva je uvjet za pluralizaciju tržišta, a jedna i druga pluralizacija u interakciji sa pluralizmom političkog ustroja daju kvalitetu ljudskog življenja<sup>256</sup>

Osim spomenute tranzicije vlasništva, tržišta i političkog ustroja, potrebno je ostvarivati kada je u pitanju ekonomija i tranziciju makroekonomskog okruženja i makroekonomske politike, kao i funkciju poduzetništva. Tranzicija u sferi makroekonomske i razvojne politike se svodi na transformaciju koncepcije i strategije razvoja od " Import Substitution" (tj. od supstitucije uvoza što je karakteristika autarkičnog razvoja) na " Export Extention"( tj. na ekspanziju izvoza što je karakteristika suvremenog modela otvorenog tržišnog gospodarstva)<sup>257</sup>

Takva ekonomska politika i takva razvojna koncepcija imaju samo jedan prioritet a to je profitabilnost i gospodarska učinkovitost. Hrvatskoj je nužna "izvozno orijentirana strategija razvoja" u kojoj izvozna komponenta postaje sve važnija komponenta tekuće agregatne potražnje, kao i faktor dugoročnog ekonomskog razvoja. Budući da je temeljna pretpostavka, odabir izvozno orijentirane strategije razvoja kao strategije razvoja koja je optimalna za Hrvatsku, tako je nužna i neophodna takva devizna i vanjskotrgovinska politika koja će djelovati na restrukturiranje proizvodnje dobara i pružanja usluga i njihovo preusmjeravanje izvozno orijentiranim sektorima gospodarstva. Osnovni instrumenti u vođenju takve ekonomske politike su politika realnog deviznog tečaja i vođenje odgovarajuće politike izvoznih poticaja. Politika tečaja i politika izvoznih poticaja je suštinska za

---

<sup>256</sup> Vojnić, D.,/1996/, «Ekonomija i politika tranzicije», Hrvatska gospodarska revija, veljača/96., Zagreb, str. 156 -157.

<sup>257</sup> Vidi: Kopal, M., /1998/, « Izvozna orijentacija hrvatske u uvjetima globalizacije » ,zbornik radova Susreti na dragom kamenu, Pula

provođenje izvozno orijentirane strategije razvoja i Hrvatskoj je zato neophodno okretanje od modela rasta temeljenog na domaćoj potrošnji i uvozu, ka modelu okrenutom otvorenosti gospodarskog sustava i izvozne konkurentnosti. Isto tako neophodno je smanjivati troškove na koja poduzeća ne mogu utjecati tj. smanjenje troškova javnog sektora, države i servisiranja javnog duga. Da bi se došlo do trajnog rješenja i stabilizacije hrvatskog gospodarstva, neophodno će biti upravo razvijati i poticati širenje tržišta, jer je domaće tržište premalo za bilo kakav ozbiljniji razvoj bez izvoza, kao i razvijati poduzetništvo. Jedno i drugo mora počivati na čvrstoj uporišnoj točki, a to je privatizacija.

Politika tečaja mora biti usmjerena ka većem stupnju fleksibilnosti tj. ka fluktuirajućem, čak malo i deprecirajućem deviznom tečaju, koji će podizati međunarodnu konkurentnost a time popravljati tržišnu poziciju i cjenovnu konkurentnost na međunarodnom tržištu. Isto tako politika izvoznih poticaja mora biti stimulativna za otvaranje prema svijetu, a istovremeno ta politika mora poticati i ubrzavati proces privatizacije posebno ulazak stranog kapitala, brže otvarati proces dokapitalizacije kao i korištenje različitih modela zajedničkih ulaganja sa strancima. Veliki udio koji je Hrvatska izgubila posebno na zapadno europskom tržištu u posljednjoj dekadi prošlog stoljeća, na taj način bi se brže povratio.

Vrlo nepovoljna struktura agregatne potražnje i bruto domaćeg proizvoda je najdirektnije povezana s promjenama udijela izvoza i uvoza roba i usluga u bruto domaćem proizvodu. To znači da je pao udio izvoza, a povećao se udio uvoza.<sup>258</sup>

Restrukturiranje hrvatskog gospodarstva, kao okosnica stabilizacijskog programa, događa se u smjeru veće sklonosti uvozu. Brži rast domaće potrošnje od rasta BDP-a po definiciji je vodio širenju deficita u platnoj bilanci, a dovoljno visok priljev kapitala i zaduživanje desilo se zbog rasta uvoza i financiranja platnobilančnog deficita, ne ugrožavajući pri tom stabilnost tečaja i cijena. Hrvatska je ušla u model rasta temeljen na domaćoj potrošnji, a ne na izvoznoj ekspanziji.<sup>259</sup> Ta vanjska i unutarnja neravnoteža svoj opći izraz imaju u ukupnoj neravnoteži hrvatskog gospodarstva i konačno u velikoj financijskoj nestabilnosti čitavog društva.

Temeljni razvojni ciljevi svakog otvorenog nacionalnog gospodarstva ravnomjeren su i stabilan rast svih njezinih dijelova, te uključivanje u međunarodnu podjelu rada s onim dijelovima i djelatnostima koje imaju najbolje izvozne mogućnosti, ili komparativne prednosti. Pri tome nacionalna gospodarstva nude svjetskom tržištu dobra čiji su troškovi domaće proizvodnje prilagođeni cijeni koja se formira na svjetskom tržištu. S takvim izvozom zemlja nastoji kompenzirati uvoz onih proizvoda i usluga koje nacionalno gospodarstvo ne može proizvoditi po svjetskim cijenama. Time se nastoje ostvariti ciljeve koji proizlaze iz pozicija nacionalnog gospodarstva na globalnom svjetskom tržištu i ciljeve koji su izraz konkretnih proizvodnih odnosa. To određuje alokaciju faktora i tako oblikuje gospodarsku strukturu ekonomskog procesa

U gospodarskoj strukturi udio turističkog sektora zavisi od proizvodnih odnosa i stupnja gospodarskog razvoja. Pri tome se postavlja temeljno pitanje, koji je udio turističkog sektora u gospodarskoj strukturi optimalan na različitim razinama razvoja? Odgovor na to pitanje zavisi od modela ili koncepcije turističkog razvoja, odnosno od percepcije alokativne efikasnosti u različitim gospodarskim sustavima.<sup>260</sup>

Prof. Dulčić vidi tri glavna pravca ili koncepta razvoja turizma u različitim zemljama i političko-gospodarstvenim sustavima. To su:

- koncept ili model turizma u zatvorenoj privredi

---

<sup>258</sup>Vidi detaljnije: Sirotković, J., Družić, G./1999./ «Utjecaj ekonomske politike na hrvatsko gospodarstvo», HAZU- Zagreb, 1999. , str. 32-33.

<sup>259</sup>Nikić, G.,1999, «Ravnoteža precijenjene kune», Privredni vjesnik, studeni, 1999., Zagreb, str. 9

<sup>260</sup> Dulčić, A., /2001/, «Upravljanje razvojem turizma», Mate d.o.o. Zagreb, str. 92.



- koncept turizma baziran na državnim subvencijama
- tržišni koncept razvoja turizma

Koncept turizma u zatvorenoj privredi postao je prošlo vrijeme jer su se te zatvorene ekonomije otvorile prema tržištu i tržišnom konceptu razvoja turizma.

Koncept turizma koji se bazirao na državnim subvencijama karakterizira neusklađenost cijena turističkih usluga s cijenama faktora. Stoga su prihodi koji se postižu prodajom usluga na svjetskom turističkom tržištu permanentno niži od proizvodnih troškova. Takav se razvoj temelji na politici državnih subvencija kojima se obavlja preraspodjela dohotka radi ostvarivanja drugih, najprije izvoznih ciljeva.

Ograničenost ove koncepcije razvoja proizlazi iz načina ponašanja državnog poduzeća u netržišnom okružju. Takvo poduzeće ima za cilj maksimirati subvencije, a ne profit. Stoga stalno širi raspon između prihoda i troškova, a time i zahtjev za subvencijama. To razvoj turizma vodi u poziciju u kojoj sve veća redistribucija dohotka ne može opravdati ciljeve koji se žele ostvariti razvojem turizma.<sup>261</sup>

Posljedice tog modela razvoja najprije se vide u gubljenju pozicije na svjetskom tržištu i padu izvozne efikasnosti turističkih usluga. U ekstremnim slučajevima to dovodi i do gubitka dijela nacionalnog dohotka u takvom izvozu, što umanjuje mogućnost subvencija, i vodi napuštanju tog koncepta.<sup>262</sup>

Tržišni koncept razvoja turizma karakterističan je za zemlje tržišnog gospodarstva. U tim zemljama usklađivanje razine razvoja turizma s gospodarskim razvojem obavlja mehanizam tržišta. Država dakako i tu intervenira, ali su te intervencije usklađene s djelovanjem tržišta. Taj tržišni koncept razvoja turizma ima više varijacija, a zavisi od stupnja državnih poticaja u pojedinim zemljama. U razvojnoj praksi se javljaju brojne varijacije spomenutih koncepata ili modela razvoja turizma. Turizam, osobito onaj inozemni, koji je maksimalno liberaliziran i demokratiziran, zacijelo je najotvorenija gospodarska scena na kojoj se vide svi problemi i dometi svake zemlje. Na toj sceni, proizvođači turističkih dobara stupaju u odnos s drugim gospodarskim subjektima, koji u tim odnosima nude ono što imaju, tj. što su dostigli u razvoju. Tako će građevinska industrija nuditi proizvodnju hotela, ali po cijenama koje su rezultat dostignute razine domaće produktivnosti. Hoteli, nadalje izlaze s uslugama na svjetsko turističko tržište i u poziciji su da prihvate uvjete i pravila igre tog tržišta koje međutim, nije spremno priznati u cijeni turističke usluge, domaću cijenu inputa, ako ona nije izraz cijene koja se formira na svjetskom tržištu.

Stoga u gospodarstvima koje ne dimenzioniraju razvoj turizma prema alokacijskim kriterijima konkurentskog tržišta, razliku između cijene koju diktiraju domaći troškovi f\*aktora proizvodnje turističke usluge i svjetske cijene, mora kompenzirati država, ili u fazi nabave inputa (npr. izgradnje hotela) ili izravnim izvoznim subvencijama turističke usluge.<sup>263</sup> Posebno je pitanje da li je zbir svih kompenzacija ili subvencija, koje mogu biti vrlo brojne, a u biti predstavljaju razliku između prosječne nacionalne i svjetske produktivnosti, takav da ne prelazi pozitivne efekte razvoja turizma, odnosno pozitivan efekt koji se očekuje "u igri na razlici" od preraspodjele. Logično je pretpostaviti da će u slabije razvijenim gospodarstvima, tj. gdje su rasponi između domaće i svjetske produktivnosti u brojnim gospodarskim granama veći, turizam zahtijevati veće kompenzacije, što će umanjiti efekte razvoja i izvoza putem turizma.

Gospodarstva, osobito malih zemalja, obično su prisiljene birati ne samo optimalne, već gotovo sve izvozne mogućnosti. Tu se onda svjesno žrtvuje gubitak dohotka u izvozu radi podržavanja razvoja nacionalnog gospodarstva i održavanja međunarodne likvidnosti. Takve,

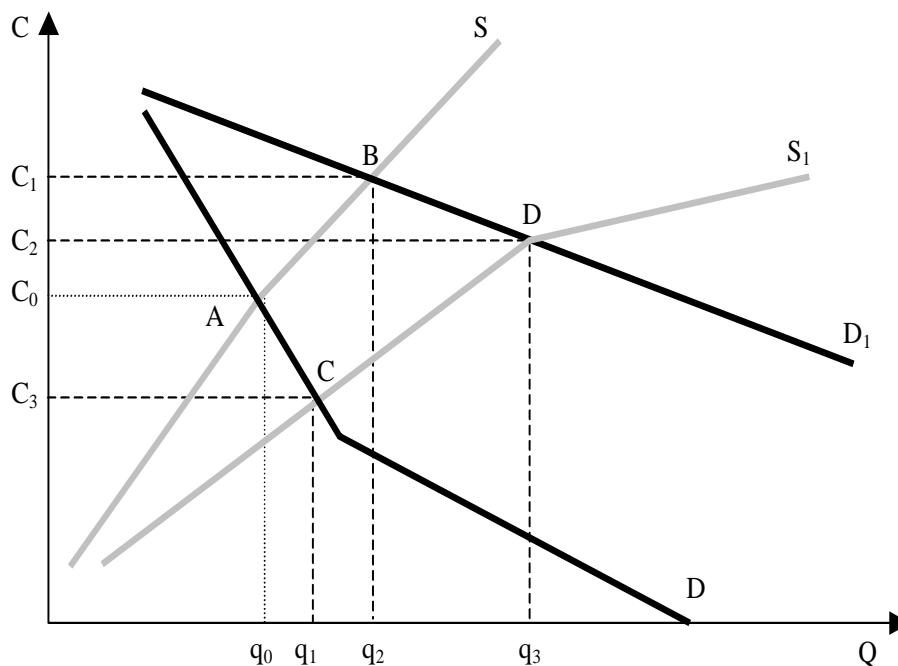
<sup>261</sup> Dulčić, A., op.cit.str. 93.

<sup>262</sup> Ibid.

<sup>263</sup> ibid.

pak, situacije utječu na održavanje razine razvoja turizma i iznad dostignute razine gospodarskog razvoja. Modele razvoja, odnosno usklađivanja razvoja turizma s gospodarskim razvojem i društvenim okruženjem može se grafički predočiti.<sup>264</sup> Slika 3.1. pokazuje odnose između turističke ponude (Q) i cijene (C) usluga koja se formira djelovanjem tržišta, te odnose između Q i C koji se formiraju zbog državne intervencije, što karakterizira modele razvoja turizma u netržišnim gospodarstvima.

Slika 3.1: Odnosi turističke ponude i cijena usluga u uvjetima državne intervencije



Izvor: Dulčić, A., op.cit.str. 95.

Odnosi ponude i cijene na slici polaze od pretpostavke da se u točki A uspostavlja ravnoteža prema kriterijima koje postavlja tržište, tzv. tržišni model razvoja. U tim uvjetima zemlja proizvodi količinu turističkih usluga od  $q_0$ , po cijeni  $C_0$ .

Linija S je krivulja ponude turističkih usluga koja bi se formirala u slučaju da se cijene faktora proizvodnje tržišno oblikuju. Dok je linija D krivulja potražnje za turističkim uslugama zemlje koja se formira u uvjetima slobodnog djelovanja tržišta.

Državna intervencija poduzima se s ciljem da se poveća ponuda i devizni prihodi od turizma. To je moguće ako se formiraju novi odnosi između ponude i potražnje. Pretpostavimo da su se krivulje S, i D, oblikovale nakon intervencije države, te je uspostavljena nova ravnoteža u točki D. Kakve su posljedice opisane intervencije?

Intervencijom države u cijene inputa (npr. beneficirana kamata na investicijska sredstva) ponuda će se razvijati po krivulji  $S_1$ , umjesto krivulje S. Ako ne dođe do

<sup>264</sup>Vidi detaljnije: Dulčić, A., Upravljanje razvojem turizma, op.cit. str. 95. - zorno prikazuje upravo odnose turističke ponude i cijena usluga u uvjetima državne intervencije u odnosu na djelovanje tržišta.

intervencije i na području potražnje (stimuliranje posjeta), cijene će pasti na razini  $C_3$ , a ponuda će se povećati do  $q_1$ . Ravnoteža ponude i potražnje uspostaviti će se u točki C, na nižem nivou cijena i povećanoj ponudi.

Ako intervencija ide na područje outputa, npr. putem politike tečaja, izvoznih premija, poreznih olakšica, državnog marketinga itd., tada dolazi do pomicanja krivulje potražnje s D na  $D_1$ . Tu se mogu razmatrati dvije mogućnosti. Prvo da je linija ponude zadržana na krivulji S i drugo, da je pomaknuta na  $S_1$ . Očigledno je da te pretpostavke daju i drugačiju točku ravnoteže.

U slučaju da se krivulja ponude kreće po liniji S, tada državnom intervencijom ili subvencijama treba premostiti raspon od točke A do točke B. U slučaju da se linija ponude kreće krivuljom  $S_1$  (znači državna intervencija na području inputa i outputa), tada treba intervencijom premostiti raspon od točke A do točaka C i D. U tim slučajevima povećava se realno ponuda, dok se cijena realno smanjuje za kupca, a za ponuđača povećava za iznos subvencija.

### 3.1.1. Potrošnja turista i gospodarski razvoj

Uključivanje novih djelatnosti u gospodarski proces i pojava novih potreba koje mijenjaju strukturu potrošnje, događa se stalno i paralelno s procesom razvoja. Turizam je primjer formiranja novijih čovjekovih potreba i razvoja novih djelatnosti koje na određenom stupnju razvoja, djeluju na sve faze razvojnog procesa.

Uključivanje turizma u proces razvoja najprije se zapaža u sferi potrošnje. Turistička potrošnja otvara tržište brojnim proizvodima i uslugama. U početnim fazama, turistička potrošnja ograničena je na relativno uski krug bogatih. To je vrijeme početnih faza industrijalizacije, ograničenih proizvodnih mogućnosti i izrazitih nerazmjera u raspodjeli nacionalnog dohotka, između uskog sloja bogatih i ostalog stanovništva na rubu egzistencije.

Glavna ograničenja razvoju nalazila su se tada u proizvodnji. U rijetkim naseljima, koja su postala meta posjeta tadašnjih turista, ne mogu se osporiti promjene u ekonomskom životu. Te promjene objektivno nisu mogle donijeti ekonomski prosperitet u širem radijusu, već samo daljnju socio–ekonomsku polarizaciju.

To je vrijeme u kojemu nastupajuća industrija nosi razvoj. Skretanje akumulacije u drugom smjeru, u monednu potrošnju, hotele i turističke sadržaje, donosilo je korist investitorima, (što je lako vidjeti po arhitekturi i opremi ondašnjih hotela) i povećalo devizne prihode države, ali objektivno nije moglo poticati gospodarski razvoj na širokoj i nacionalnoj osnovi. Tek razvoj potaknut industrijalizacijom, donosi promjene koje mijenjaju i način uključivanja turizma u proces gospodarskog razvoja.

Suvremena ekonomska znanost, istražujući ulogu turizma u procesu gospodarskog razvoja, nije se s jednakom pažnjom odnosila prema svim aspektima njegova utjecaja na razvoj. U centar interesa stavljena je potrošnja – turistička potrošnja, iz koje se (često nekritički) izvode gotovo svi utjecaji na gospodarski razvoj.<sup>265</sup>

---

<sup>265</sup> Tome ima više razloga. Naime, merkantilistička shvaćanja, prisutna i danas, utjecala su na svođenje razvojne uloge turizma na realiziranu veličinu inozemne turističke potrošnje. I u domaćoj literaturi posebno se isticalo izvozno značenje turizma za nacionalno gospodarstvo. To je stoga što su se male i nerazvijene zemlje, uvijek teško uključivale u međunarodnu razmjenu, a devizne prihode od turizma osjećale kao posebnu blagodat. Gospodarski razvoj takvih zemalja ograničavali su izvozni potencijali njihovih gospodarstava, orijentirani pretežno na izvoz sirovina i proizvoda nižih faza prerade. Stoga je i razumljivo, da je pozornost ekonomskih

Turistička potrošnja finalni je čin uništenja, konzumiranja dobara, a ne stvaranja novih vrijednosti. Njezin razvojni utjecaj proizlazi iz promjene strukture osobne potrošnje, što potiče promjene u strukturi proizvodnje. Te strukturne promjene generiraju razvojne impulse.

Turist se definira kao potrošač koji troši proizvode "turističkog gospodarstva," a "turističko gospodarstvo" se s druge strane definira kao specifičnu proizvodnu osnovu koja treba proizvoditi dobra što zadovoljavaju potrebe turista. Time se uključivanje turizma u proces razvoja fiksira na potrošno-proizvodni odnos, ali se naglasak stavlja na potrošača i potrošnju koju ovaj realizira radi zadovoljenja turističkih potreba.

Stavovi o turizmu kao "konzumnom fenomenu", što on neosporno i jest, imali su dominantan utjecaj u oblikovanju pogleda na ulogu turizma u gospodarskom razvoju. Tome je pridonijela i činjenica da su razvijena gospodarstva sve više suočena s problemom plasmana i potrošnje, koji u mnogim sektorima nadilazi tehničke, ekonomske i druge probleme povećanja proizvodnje. Iz problema plasmana nastala je i svestrano se razvila nova poslovna filozofija poznata kao marketing, kojoj je glavni cilj povećanje potrošnje, radi povećanja proizvodnje i dohotka, a često se taj cilj definira i boljim zadovoljenjem potreba.

U suvremenoj ekonomskoj literaturi nedostaju cjelovite analize i objašnjenja uloge turizma u procesu gospodarskog razvoja. Analize su usmjerene ili na objašnjenje uloge turističke potrošnje, kao tržišta regionalnog i nacionalnog gospodarstva, ili na razvoj djelatnosti koje proizvode turističke usluge. U prvom slučaju analiza je usmjerena na tzv. ekonomske funkcije turističke potrošnje. Tu se na makro razini prati tijek utjecaja turističke potrošnje na druge ekonomske kategorije i mjeri turističku potrošnju u prihodima različitih djelatnosti.

Autori koji analizu usmjeravaju na objašnjenje uloge djelatnosti, tzv. turističkog gospodarstva u razvojnem procesu, istražuju karakteristike tih djelatnosti, načina njihova funkcioniranja i povezivanja, i iz toga zaključuju o značenju turizma za gospodarski razvoj.

### **3.1.2. Izvozno orijentirana strategija razvoja Hrvatske**

Orijentacija na izvoz je hrvatska gospodarska sudbina, te o sposobnosti razrješavanja tog pitanja najviše ovisi i ukupan budući razvoj.

Izvoz je temeljna pretpostavka ukupne stabilnosti i budućeg razvoja hrvatskog gospodarstva. Tržište nam je premalo za bilo kakav ozbiljniji vlastiti razvoj bez izvoza, a osposobljavanje za širi prodor na međunarodno tržište, prije svega na područje EU-a, CEFTA-e ili SEI-a ne teče u pravcu koji bi to omogućavao. Sve se češće u raspravama navodi, a to je pokazala i provedena anketa Privrednog vjesnika<sup>266</sup> da Hrvatska naprosto nema dostatno proizvoda za izvoz.<sup>267</sup> Kako se niti u narednih sedam godina 1999-2005. ništa nije promijenilo u cilju stvaranja izvoznog proizvoda, Hrvatskoj je više nego nužna "izvozno orijentirana strategija razvoja" (eng. "outward oriented strategy" ili "export promotion strategy"), u kojoj izvozna komponenta postaje sve važnija komponenta tekuće agregatne potražnje, kao i faktor dugoročnog ekonomskog razvoja. Budući da je temeljna pretpostavka odabir izvozno orijentirane strategije razvoja kao strategije razvoja koja je optimalna za Hrvatsku, tako je nužna i neophodna takva devizna i vanjskotrgovinska politika koja će djelovati na restrukturiranje proizvodnje dobara i pružanja usluga i njihovo preusmjeravanje

---

pisaca u slabije razvijenih receptivnih zemalja zaokupila upravo kategoriju deviznih prihoda od izvoza turističkih usluga, čime se nadoknađivalo ne samo manjak deviza već i podizala kvaliteta strukture izvoza.

<sup>266</sup> Vidi: Hrvatska izvoz, zamke i mogućnosti, Privredni vjesnik, prosinac 1998. anketa, kao unaprijediti i povećati hrvatski izvoz- ocjene i prognoze 46 vodećih hrvatskih izvoznika

<sup>267</sup> Vidi: op. cit. str.5

izvozno orijentiranim sektorima gospodarstva. Osnovni instrumenti u vođenju takve ekonomske politike su politika realnog deviznog tečaja i vođenje odgovarajuće politike izvoznih poticaja. Politika tečaja i politika izvoznih poticaja je suštinska za provođenje izvozno orijentirane strategije razvoja.

Studije koje su rađene tijekom 1995. godine,<sup>268</sup> govore o precijenjenosti kune u odnosu na bazno razdoblje 1992. godine, s time da su se te tendencije aprecijacije zadržale do danas (2006.), što je za rezultat imalo stimuliranje uvoza i destimulaciju izvoza i poremećaj opće ekonomske ravnoteže.<sup>269</sup>

Kao pozitivan primjer mogu poslužiti zemlje Dalekog istoka, koje su imale transparentnu "izvozno orijentiranu strategiju razvoja," te su za cilj postavile snažan prodor na svjetsko tržište, a provodile su suprotnu politiku deviznog tečaja, koji je bio realan, a u određenim razdobljima i podcijenjen.<sup>270</sup> Sposobnost konkurencije hrvatskog gospodarstva na europskom tržištu jedan je od uvjeta ulaska u europski integracijski proces. Stagnantnost izvoza, te visoka stopa rasta uvoza konačno dovode do gubitka konkurentnosti na tržištu razvijenih zemalja te brzom rastu vanjskog duga, što je suprotan proces od procesa zemalja koje imaju transparentnu izvozno orijentiranu strategiju razvoja.

Bez podizanja konkurentne sposobnosti, te pokretanja dugoročnog izvoznog ciklusa, razvoj Hrvatske postaje upitan i sve više opterećen neriješivim problemima. Iz tog razloga potrebno je voditi takvu politiku deviznog tečaja, da realni devizni tečaj konvergira ravnotežnom tečaju, ali izbjegavajući precijenjenost, a tolerirajući izvjesni stupanj potećenosti. Takva bi politika u kombinaciji s ostalim mjerama ekonomske politike, a posebno politike poticanja izvoza, okrenula negativne trendove.

Vrlo nepovoljna struktura agregatne potražnje, izražava se u odnosu ukupne potrošnje (BNP - bruto nacionalna potrošnja) i bruto domaćeg proizvoda, Ekonomska teorija je dokazala a praksa potvrdila da uključivanje sektora inozemstvo utječe na veličinu domaćeg proizvoda. Razmijena među zemljama rezultira u promjeni njihovog domaćeg proizvoda i svih ostalih makroekonomskih agregata koji se iz njega izvode. Unaprijeđenje i povećanje izvoza je temeljna pretpostavka bržega rasta i tranzicije hrvatskog gospodarstva, tako da je orijentacija na izvoz hrvatska gospodarska sudbina. O sposobnosti razrješavanja tog pitanja najviše ovisi i ukupan budući razvoj Hrvatske.

Država još praktično ne uočava važnost turizma kojeg ne uključuje dovoljno u sustav svoje politike. Upravo je kompleksnost turizma ta koja traži i uvjetuje aktivnosti i koordinaciju brojnih faktora što znači da ako je turizam za Hrvatsku strateški „sektor“ njezinog gospodarstva, to traži i aktivnu turističku politiku. Opcija razvojno orijentirane turističke politike traži vrlo aktivnu ulogu države, a to se posebno odnosi na adekvatnu politiku tečaja i politiku izvoznih poticaja koje upravo konkretiziraju turizam kao strateški (izvozni ) sektor gospodarstva.

---

<sup>268</sup> Zdunić, S., i Grgić, M., 1996., Monetarni faktori u politici razvoja. Privredna kretanja i ekonomska politika, Zagreb; Ekonomski institut i Ministarstvo financija RH, br. 46

<sup>269</sup> Nikić, G., 1999., str. 9

<sup>270</sup> Štoković, I., i Škuflić, L., „Politika izvoznog poticaja u funkciji gospodarskog razvoja Republike Hrvatske“, Ekonomija, Rifin, br.1. 1998. str.97

### 3.1.3. Politika tečaja – od fiksnog prema plivajućem tečaju

Realni tečaj može se najbolje definirati putem sljedeće formule:

$$\varepsilon = \frac{E P^*}{P}$$

Realni tečaj,  $\varepsilon$ , je jednak nominalnom tečaju,  $E$ , (cijena inozemne valute u terminima domaće valute); puta inozemna razina cijena,  $P^*$ , podijeljeno s domaćom razinom cijena,  $P$ . Zbog toga, postoje dva načina kako se realni tečaj može prilagoditi:

- Promjenom nominalnog tečaja,  $E$ : to se može učiniti samo u okviru fluktuirajućeg tečaja. Inozemna razina cijena,  $P^*$  i domaća razina cijena,  $P$ , se u kratkom roku ne mijenjaju, pa je to jedini način prilagodbe realnog tečaja u kratkom roku.
- Promjenom domaće razine cijena,  $P$ , u odnosu na inozemnu razinu cijena,  $P^*$ , u srednjem roku, ova je mogućnost na raspolaganju i zemlji koja djeluje u uvjetima fiksnog (nominalnog) tečaja. I to je stvarno ono što se događa u uvjetima fiksnog tečaja. Do prilagodbe dolazi putem razine cijena umjesto putem nominalnog tečaja.

Dilemu izbora između fiksnog ili fluktuirajućeg tečaja, teorija i makroekonomska gledišta, uz neke manje iznimke, rješavaju i preferiraju u korist fluktuirajućeg tečaja. Razloge za to vide u tome što u kratkom roku, zemlje koje djeluju u uvjetima fiksnog tečaja i savršene mobilnosti kapitala odrekle su se dvaju makroekonomskih instrumenta, kamatne stope i tečaja. To ne samo da smanjuje njihovu mogućnost reakcije na šokove, nego može dovesti i do tečajnih kriza. Isto tako očekivanja da će zemlja koja djeluje u uvjetima fiksnog tečaja možda morati devalvirati, navodi investitore da traže vrlo visoke kamatne stope, čineći ekonomsku situaciju još gorom, i stavljajući dodatan pritisak na zemlju da devalvira. Prema tome još jedan argument protiv fiksnog tečaja. Argument protiv fleksibilnog tečaja bio bi taj, što u uvjetima fleksibilnog tečaja, tečaj može znatno fluktuirati i može ga se teško kontrolirati monetarnom politikom.<sup>271</sup> Činjenica je da vlada koja želi i odluči, zadržavajući fiksni tečajni režim, dozvoliti jednokratnu devalvaciju uz danu razinu cijena, devalvacija (porast nominalnog tečaja) uzrokuje realnu deprecijaciju (porast realnog tečaja) i zbog toga porast domaćeg proizvoda. Drugim riječima, devalvacija pomiče krivulju agregatne potražnje udesno: domaći proizvod je viši uz danu razinu cijena. Ovo ima jednostavno objašnjenje: devalvacija „prave veličine“ može direktno pomaknuti gospodarstvo, pomičući krivulju agregatne potražnje i time i domaći proizvod. Ali kako bi primjetio prof. Blanchard<sup>272</sup>, „izjava da devalvacija „prave veličine“ može odmah vratiti domaći proizvod na njegovu prirodnu razinu – umjesto tijekom određenog vremena, kao što je bio slučaj bez devalvacije – zvuči predobro da bi bilo istinito – i, u praksi, i jest. Postizanje devalvacije „prave veličine“ – devalvacije kojom se odmah postiže prirodna razina domaćeg proizvoda – lakše je na grafu nego u realnosti.“ To konkretno znači da se učinci devalvacije na domaći proizvod neće očitovati odmah. Početni učinci deprecijacije na domaći proizvod mogu biti suprotni, jer ljudi plaćaju više za uvoz, a količina uvoza i izvoza se nisu još prilagodile. To je više nego poučno i u hrvatskom primjeru, po nedvojbenom učinku i utjecaju moguće devalvacije na turističko, ali i cjelokupno gospodarstvo i potrošnju. To znači direktan utjecaj devalvacije na razinu domaćih cijena. Kako se cijena uvoznih dobara povećava, cijena potrošačke košarice raste. To povećanje najvjerojatnije će potaknuti i radnike i sindikate da traže više nominalne

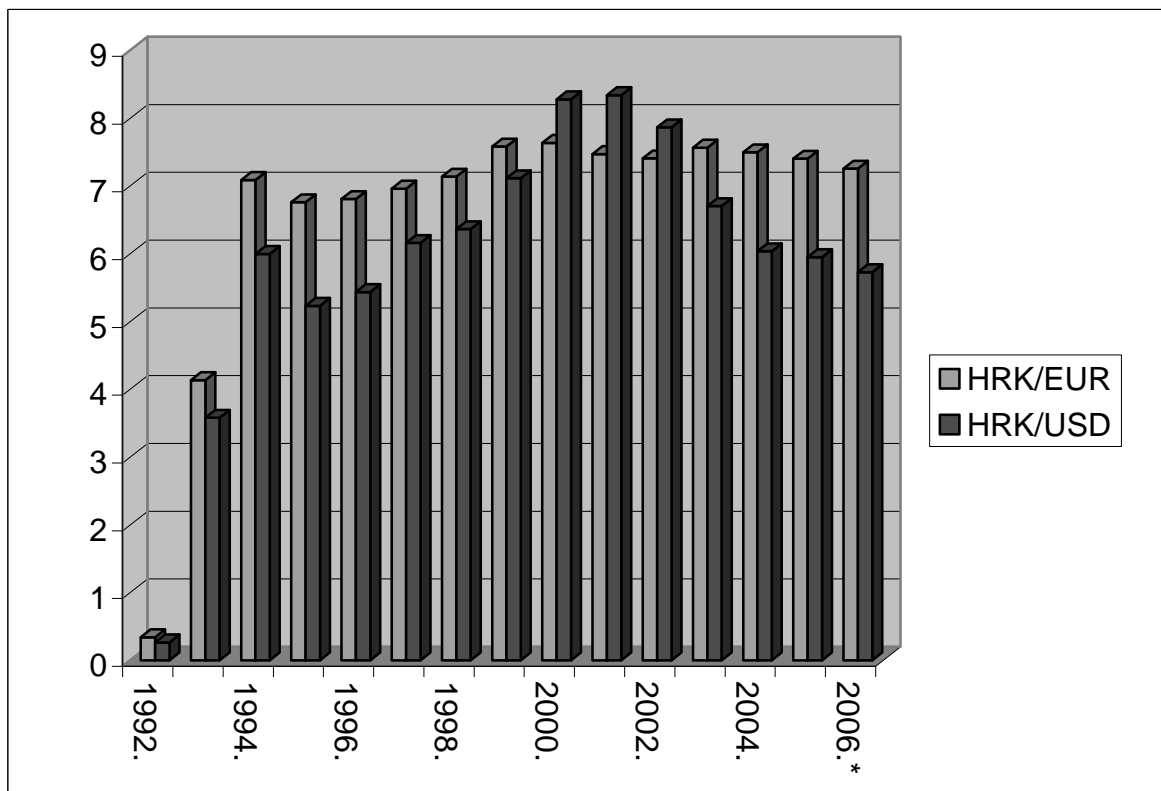
<sup>271</sup> Vidi detaljnije: Blanchard, O., (2005), „Makroekonomija“, treće izdanje, biblioteka „Gospodarska misao“ Mate.d.o.o Zagreb, str.437-459.

<sup>272</sup> Ibid. str. 443.

nadnice, prisiljavajući poduzeća na podizanje svojih cijena. To dalje znači na primjeru turizma, da bi podizanje cijena izazvano devalvacijom imalo za posljedicu smanjenje konkurentne prednosti na tržištu. Međutim, ove komplikacije ne bi smjele utjecati na temeljni zaključak: dopuštajući tečaju da se prilagodi može se pomoći domaćem proizvodu pri povratku na prirodnu razinu, ako ne odmah, onda sigurno brže nego bez devalvacije.<sup>273</sup> U našim hrvatskim uvjetima to znači da fleksibilnim tečajnim režimom kao i drugim poticajnim mjerama, potrebno je eliminirati eventualne rizike samo jednostrano i jednokratno donesenih odluka. Upravo zbog nesmiljene svjetske konkurencije turistička industrija "gura" sve domaće inpoute u turizmu na razinu cijena i produktivnosti svjetskih standarda. Hrvatska mora temeljiti razvoj na modelu otvorene privrede i strategiji izvozne orijentacije. Zato sve poticajne mjere u prilog turizma realno jesu mjere takvog modela.

U grafikonu 3.1. prikazujemo kretanje tečaja kune prema EUR-u i USD-u za razdoblje 1992.-2006. godina, iz kojih je vidljiva tečajna politika koju je provodila Hrvatska narodna banka.

*Grafikon 3.1: Godišnji prosjeci srednjih deviznih tečajeva HRK prema EUR-a i USD za razdoblje 1992.-2006.*



\* podatak za lipanj 2006.

Izvor: Izvedeno prema podacima HNB –Gospodarska kretanja, lipanj 2006., str. 49.

Tečaj kune prema eur-u od 1995. pa sve do 2006. godine pokazuje relativno puno manje oscilacije (11%), za razliku od kretanja tečaja kune prema USD u istom razdoblju, koji oscilira za čak 38%. Isto tako kretanje tečaja kune prema USD od 1995. godine pa sve do 2001. godine bilježi stalni godišnji rast kao i tečaj EUR-a, dok od 2001.do 2005. godine, evidentan je pad tečaja USD za 28%, dok je EUR zadržao stabilnost kroz puno manji pad od

<sup>273</sup> Više o tečajnoj krizi u uvjetima fiksnog tečaja vidjeti u: Blanchard, O., (2005), „Makroekonomija“, op.cit. str. 444-448.

svega 5%. Iz iznjetih podataka se vidi, da politika tečaja dugoročno, a posebno od 2000. godine nije naklonjena izvoznim djelatnostima, već naprotiv, ovakvom tečajnom politikom stimuliran je uvoz i stvarana, umjesto izvozne, još veća uvozna zavisnost hrvatskog gospodarstva.

Bitna komponenta ekonomske politike je i devizna politika, u čemu izuzetno značenje ima politika deviznog tečaja.<sup>274</sup> Kakvi su kratkoročni, a kakvi dugoročni učinci deviznog tečaja na gospodarstvo ovisi od toga da li se radi o fiksnom ili fluktuirajućem tečaju. U Hrvatskoj se od početka antiinflacijskog programa do danas primjenjuje formalno sustav upravljanog fluktuiranja tečaja,<sup>275</sup> a u stvarnosti se devizni tečaj primjenjuje kao nominalno sidro, gdje tečaj varira unutar uskih granica. Kako izbor sustava deviznog tečaja nije nimalo lagan i određen je mnogim čimbenicima, mišljenja i analize mnogih autora koji se bave problematikom i analizom deviznog tečaja, ukazuju da duža primjena sidra deviznog tečaja dovodi do smanjenja konkurentnosti, odnosno preporuča se tranzicijskim zemljama,<sup>276</sup> da od jedne do najduže dvije godine primjenjuju sustav fiksnog tečaja, zbog opasnosti od porasta aprecijacije domaće valute, te bi zbog toga trebalo usvojiti neki fleksibilniji sustav deviznog tečaja. Svakako da prelazak s fiksnog na neki fleksibilniji tečaj nije nimalo jednostavan ukoliko se želi izbjeći inflacija. Kako su ciljevi makroekonomske politike često međusobno proturiječni (kao što su: puna zaposlenost, stabilnost cijena, gospodarski rast i ravnoteža u ekonomskim odnosima s inozemstvom), to je i prelazak na fleksibilniji sustav deviznog tečaja moguć uz redefiniranje ciljeva makroekonomske politike, koji moraju biti okrenuti prema izvozu kao temeljnoj pretpostavci ukupne stabilnosti i budućeg razvoja hrvatskog gospodarstva. Osposobljavanje za širi prodor na međunarodno tržište, ne može se više voditi politikom apreciranog deviznog tečaja, jer precijenjenost valute, koja traje već više godina, dovela je do pogoršanja osnovnih makroekonomskih pokazatelja. Došlo je do vanjske neravnoteže koja se ogleda u deficitu tekućeg računa u bilanci plaćanja, ali isto tako došlo je i do unutarnje neravnoteže, koja se ogleda u usporenom ekonomskom rastu zbog destimuliranja izvoza, kao i u porastu nezaposlelosti.

Brojni autori ukazuju na ovaj problem<sup>277</sup> što sve za posljedicu ima daljnje stimuliranje uvoza, a destimuliranje izvoza.

Kako izaći iz ovakve neravnoteže ne može se jednostavno niti jednoznačno odgovoriti. U traženju i nalaženju pravog odgovora mora se doći do izvoznih strateških proizvoda i usluga koji će hrvatsko gospodarstvo otvoriti prema svijetu i otvorenom tržištu te izrazito negativne trendove okrenuti u pozitivnom smjeru. Bez podizanja cijenovne i necijenovne konkurentnosti, te pokretanja dugoročnog izvoznog ciklusa, razvoj Hrvatske postaje upitan i sve više opterećen neriješivim problemima. Iz tog razloga potrebno je, da još jednom ponovimo, voditi takvu politiku deviznog tečaja, da realni devizni tečaj konvergira ravnotežnom tečaju, ali izbjegavajući precijenjenost, a tolerirajući izvjesni stupanj podcjenjenosti. Takva bi politika u kombinaciji s ostalim mjerama ekonomske politike, a posebno politike poticanja izvoza, okrenula negativne trendove.

Kroz ekonomsku povijest izdvojila su se dva, po ekonomskim rezultatima, oprečna razvojna modela, azijskih i latinskoameričkih država. Jedan i drugi model ukazuju na jedino ispravan put razvoja izvožno orijentiranog gospodarstva, gdje je rast i razvoj generiran izvoznim rezultatima, a ne temelji se na vanjskom zaduživanju i domaćoj apsorpciji. Izvožno orijentirane države ostvarile su bolje rezultate u domeni izvoza, zaposlenosti i ekonomskog

---

<sup>274</sup> Vidi: Pertot, V./1967/, *Ekonomika međunarodne razmjene u uslovima intervencionizma*, Informator, Zagreb

<sup>275</sup> Sirotković, & Družić, 1999, op.cit., str. 66

<sup>276</sup> Sirotković, & Družić, 1999, op.cit., str. 66

<sup>277</sup> Zdunić, & Grgić, 1996.,- Štoković, & Škuflić, 1998, op. cit., str. 97.,- Radošević, D., /1998/, op.cit., str. 1342



rasta. U tim je državama politika poticanja izvoza bila pažljivo odabrana i definirana i sve je bilo podređeno ostvarivanju izvoznih rezultata. U Hrvatskoj očito nije takva situacija.<sup>278</sup> U razvijenim državama uočava se jaka uloga vlada u gospodarstvu, čije su aktivnosti koordinirane s djelovanjem tržišnih snaga. Pružanjem potpore određenim gospodarskim subjektima u cilju povećanja prodaje na svjetskom tržištu, vlada jača poziciju gospodarstva i na domaćem tržištu. U svim onim otvorenim gospodarstvima, gdje je vanjska trgovina predstavljala "motor" razvoja, politika poticanja izvoza imala je važnu ulogu. Danas, u uvjetima sve veće i rastuće internacionalizacije i globalizacije međunarodne organizacije i institucije nameću potrebu sve veće liberalizacije i ukidanja svih diskriminatornih mjera, tako da skoro da i nema područja čiji trgovinski tokovi ne podliježu pravilima Svjetske trgovinske organizacije. Svako nepoštivanje svjetskih pravila može biti za nacionalnu ekonomiju opasno. To upravo traži da se ovom problemu mora pristupiti studiozno, ali i pragmatično u cilju ostvarenja konačnih efekata. Kako je politika Svjetske trgovinske organizacije još uvijek tolerantnija za najslabije razvijene zemlje kao i za zemlje u procesu tranzicije, to upravo daje i Hrvatskoj mogućnost nešto slobodnijeg ponašanja u odnosu na razvijene zemlje kroz mjere za poticanje izvoza koje se mogu klasificirati na razne načine.<sup>279</sup>

Prepoznati interes cijelog hrvatskog gospodarstva te poticati konkretne razvojne programe koji promiču taj interes, znači u stvari jasno inventarizirati i vrednovati činjenicu o djelatnostima (granama) koje su sposobne pružiti daleko više cjelokupnom gospodarstvu zemlje. Takav interes za proširenjem tržišta ne može i ne treba biti samo interes takvih djelatnosti, već to mora postati interes cijelog gospodarstva.

### 3.1.4. Politika izvoznih poticaja

U razvijenim državama uočava se jaka uloga vlada u gospodarstvu, čije su aktivnosti koordinirane s djelovanjem tržišnih snaga. Prema klasifikaciji izvoznih poticaja prema Općem sporazumu o carinama i trgovini (GATT odnosno WTO-a) subvencije ili izvozni poticaji klasificiraju se na:

- fiskalne poticaje, carinske olakšice, kreditiranje izvoza, osiguravanje od izvoznih rizika, osnivanje slobodnih zona.

**Fiskalni poticaji izvoza** često se koriste i mogu se klasificirati na (izvozne) poticaje putem odobravanja raznih vrsta poreznih olakšica i oslobađanja, te odobravanja carinskih olakšica i oslobađanja pri uvozu za izvoznu proizvodnju u koju svakako treba uključiti i pružanje usluga, a posebno turističkih usluga kao nevidljivog izvoza.

U cilju stimuliranja izvoznih dobara i usluga odobravaju se olakšice u obliku niže stope poreza, povraćaj već plaćenog ili oslobađanje od obveze plaćanja poreza. To se odnosi na porez na dobit ostvaren izvozom kao i na porez na dodanu vrijednost.

Kada je riječ o djelomičnom ili potpunom **oslobađanju poreza na dobit**, tada ovaj instrument ima efekat samo onda ukoliko se očekuje značajna dobit od izvoznog posla. Ako se radi o potpunom oslobađanju ovog poreza, mnoge zemlje to oslobađanje limitiraju na određeno vrijeme (3-10 godina) ili se protekom određenog razdoblja, iznos takve pune olakšice smanjuje (npr. 100% na 50%).<sup>280</sup> Svakako da je ovakva mjera veliki poticaj za inostrana ulaganja kapitala i povećanje investicijske potražnje kao dijela ukupne agregatne potražnje.

<sup>278</sup> Štoković, & Škuflić, 1998, pp. 83-102

<sup>279</sup> Radošević, D., /1991/, op.cit. str. 104

<sup>280</sup> Ibid.

U sustav je neophodno uključiti čitavu lepezu olakšica koje stimuliraju ulaganja i priljev inozemnog kapitala.<sup>281</sup> Mađarska je svojim Zakonom o investicijama regulirala takav stimulativan odnos u kojemu je strani ulagač prisutan sa 30 postotnim udjelom u vlasništvu i s minimalnim iznosom kapitala od 620.000 US \$. Takvi ulagači imaju pravo na poreske olakšice. Za strane kompanije koje ulažu u industriju a to ulaganje generira više od polovice ukupnog prihoda, predviđeno je oslobađanje od plaćanja poreza u 60 postotnom iznosu u prvih 5 godina i 40 postotno oslobađanje u drugih 5 godina. U zakonu su jasno navedene aktivnosti od posebnog interesa (15 aktivnosti) i za ulaganja u njih predviđeno je 100 postotno oslobađanje od poreza u prvih pet godina i 60 postotno oslobađanje od poreza u drugih pet godina. Pored ovoga, stimulatивно okružje ogleda se u pravu uvoza stvari bez carine potrebnih pri uspostavljanju zajedničkih poduzeća. Olakšice su predviđene i za strane i domaće investitore koji ulažu u manje razvijena područja Mađarske. Vrlo je značajno da se olakšice mogu "zbrajati", pa tako kompanije mogu ostvariti, po osnovi više izvora oslobađanje plaćanja od poreza do 100% u određenoj godini.<sup>282</sup> Mnoge zemlje odobravaju djelomično oslobađanje poreza na dobit u određenom postotku od dobiti ostvarene izvozom. U principu stupanj fiskalne olakšice u odnosu je prema učešću proizvodnje dobara i pružanja usluga za izvoz u ukupno ostvarenim prihodima. Slična olakšica se primjenjuje često i na druge obveze iz dohotka parafiskalnog karaktera kao što su razni doprinosi za razvoj krupne gospodarske infrastrukture i sl.

Mnoge zemlje koriste, kao instrument poticanja izvoza, i oslobađanje od plaćanja ili povrat već plaćenog poreza na dodanu vrijednost roba i usluga koje se izvoze, kao i oslobađanje od plaćanja ovih obveza na robe i usluge koje se uvoze radi izvoza. Turizam u Hrvatskoj bi npr. morao imati visine ovih poreza barem do visine koje postoje u nama konkurentnim turističkim zemljama, upravo da se izbjegne inferiornost u odnosu na konkurente.

**Carinske olakšice** uglavnom se primjenjuju kod uvoza reprodukcijskog materijala i opreme koji se koriste u proizvodnji za izvoz i pretstavljaju važan instrumenat politike poticaja izvoza posebno u uvjetima sve više uvezno zavisnog hrvatskog gospodarstva.

**Kreditiranje izvoza** je bitan element izvozno orijentirane razvojne strategije. Treba razlikovati kratkoročno kreditiranje izvoznog gospodarstva od srednjoročnog i dugoročnog.<sup>283</sup> Ovakvo kreditiranje izvoznih poslova mora biti usaglašeno s razvojnom strategijom Hrvatske, odnosno ukoliko je odabrana transparentna "izvozna razvojna strategija". Takvoj strategiji mora biti cilj povećanje stupnja konkurentne sposobnosti hrvatskog izvoza i ukupno poboljšanje na svjetskom tržištu. Tada bi svi oblici i čitava lepeza različitih modaliteta kreditiranja kako kratkoročnih, tako isto srednjoročnih i dugoročnih kredita, morali biti u funkciji takve izvozne strategije. Poticanje izvoza putem srednjoročnih i dugoročnih kredita mora se temeljiti na pretpostavci da je politika izvoznog kreditiranja usmjerena na postizanje konkretnih makroekonomskih ciljeva kao što su gospodarski rast, rješavanje platnobilančnih problema, povećanje izvoznih prihoda, veće zaposlenosti i drugi.

Činjenica je da u uvjetima smanjenja domaćeg proizvoda, povećanja stope nezaposlenosti, nedovoljne domaće štednje i akumulacije i ograničenog dotoka stranog kapitala, objektivno ne postoji kreditna sposobnost za kreditiranje izvoza u obimu koji bi to zahtijevao.<sup>284</sup> Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HBOR) u hrvatskom bankarskom sustavu

---

<sup>281</sup> Crnac-Karanović, B., 1994, Utjecaj okružja na interes i ulaz stranih firmi i kapitala u Hrvatsku, Zbornik radova, Susreti na dragom kamenu, Pula, str.302

<sup>282</sup> Ibid.

<sup>283</sup> vidi detaljnije: Radošević, D., 1991., op. cit., str. 106-112

<sup>284</sup> Vehovec, M., 1994, Uloga izvoznih kredita u financiranju razvoja: pozicija Hrvatske, Zbornik radova, Susreti na dragom kamenu, Pula, str. 271-288.

ima ulogu razvojne banke osnovane sa svrhom kreditiranja obnove i razvitka hrvatskog gospodarstva.

**Osiguranje izvoza** podrazumijeva osiguranje od komercijalnih i nekomercijalnih izvoznih rizika i vrlo je važan sustav politike izvoza na duži rok. Ovaj podsustav poticanja izvoza određen je:

- izvorima sredstava na kojima se temelji financiranje izvoza (štednja ili inozemna sredstva)
- definiranje institucija za financiranje (državna institucija, specijalizirana banka, institucija u mješovitom vlasništvu i dr.)
- vrstama rizika koji se osiguravaju te njihovom obujmu
- zakonodavnom osnovom koja regulira pokrivanje od ovih rizika, izvore financiranja i dr.

**Slobodne zone** su važan instrument vanjskotrgovačke politike i važno poticajno sredstvo za realizaciju izvozne strategije Hrvatske. Zone predstavljaju odgovor jačanju protekcionističke politike. Olakšice koje se primjenjuju za poslovanje u zoni odnose se na:

- uvoz i izvoz na koji se ne plaća carina i druge pristojbe, kao i posebne pristojbe, osim taksa za carinsko evidentiranje,
- ne plaćaju se porezi i doprinosi, osim poreza i doprinosa iz osobnih dohodaka,
- plaćanje i naplaćivanje u zoni je slobodno, devize ostvarene poslovanjem u zoni mogu se držati na deviznom računu otvorenom kod ovlaštene banke. S tim devizama može se slobodno raspolagati u stranoj valuti,
- pojednostavljena je administrativna procedura na način da se primjenjuje samo najnužnija kontrola roba i evidencija (u postupku carinskog nadzora).

Limitirajući faktor razvoja slobodnih zona u Hrvatskoj je još uvijek politička nestabilnost i nedovoljno razvijena infrastruktura. Otvaranjem slobodnih carinskih zona značilo bi i za hrvatski turizam izuzetan poticaj, što bi omogućilo još veću turističku potrošnju, a time i povećanu agregatnu potražnju.

Prepoznati interes cijelog gospodarstva te poticati konkretne razvojne programe koji promiču taj interes, znači u stvari jasno vrednovati činjenicu o djelatnostima (granama) koje su sposobne pružiti daleko više cjelokupnom gospodarstvu zemlje. Takav interes za proširenjem tržišta mora postati interes cijelog gospodarstva. Turizam je upravo idealan model za provođenje jedne takve politike.

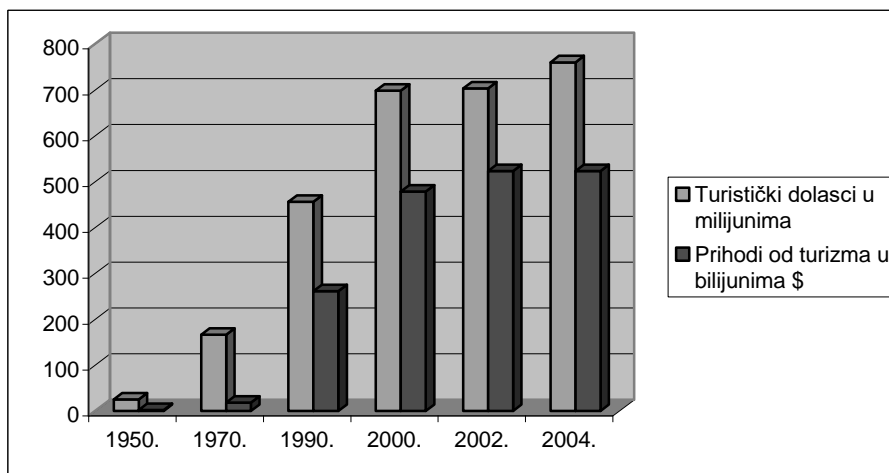
### **3.1.5. Turizam – model za otvoreno gospodarstvo i gospodarski razvoj<sup>285</sup>**

Kako je više nego jasno da će RH morati svoj daljnji razvoj temeljiti na jakim izvoznim sektorima da bi proširila svoje usko unutrašnje tržište: 1. uloga turizma u tom procesu je velika, 2. razvijati turizam znači razvijati prihvatljiv model za otvoreno gospodarstvo i gospodarski razvoj, tj. turizam postaje model gospodarskog razvoja. Polazeći od globalne turističke perspektive Svijeta, vidi se jaka korelacija između gospodarskog rasta i turističkih dolazaka i turističke potrošnje.

---

<sup>285</sup> Vidi detaljnije: Blažević, B., Perić, J. "Ekonomska politika u 2006." „Zbornik radova- XIII tradicionalno savjetovanje ekonomista 16-18. studenog 2005. Opatija, str.170-193.

Grafikon 3.2: Turistički dolasci i prihodi od turizma u svijetu 1950.-2004.



\* Podaci prihoda od turizma 2002. i 2004. godine su podaci za 2003. godinu

Izvor: Izvedeno prema podacima: *Tourism 2020 Vision, Volume 4. Europe, WTO 2000., str. 35.*

Prema podacima i prognozama WTO-a Svijet će do 2020. godine bilježiti visoke stope rasta turističkih dolazaka, i to 1,6 bilijuna međunarodnih turističkih dolazaka, po stopi od 4,3% godišnje i turističke potrošnje po stopi od čak 6,7% godišnje. Prihodi od turizma dostići će oko 2 trilijuna \$. To je vrijeme budućnosti koje dolazi kada će ljudi žudjeti za ljudskim dodirima, a turizam će biti jedan od glavnih načina da to i postignu. Odmor već postaje dio naše kulture kada sve više vrijedi slogan: „Putujem dakle postojim“. Zbog razvijanja novih tržišta i novih destinacija, u tom razdoblju do 2020. prema WTO-u, kolijevka turizma Mediteran smanjit će svoj udio na svjetskom turističkom tržištu sa 30% na 21% uz godišnju stopu rasta turističkog prometa od 2,8% što je nešto sporije od projiciranog europskog rasta od 3,1%. Hrvatska mora imati ambiciozniji projekt razvoja turizma. Ta ambiciozna projekcija mora proizlaziti upravo iz **modela razvoja turizma** ponuđenih Glavnim planovima razvoja turizma na regionalnim i lokalnim razinama.(vidi Sliku 3.1.)

Slika 3.1: Elementi modela razvoja turizma



Izvor: Prilagodio autor prema Glavni plan razvoja turizma Primorsko goranske županije, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2005.

Model mora polaziti od općeg cilja osiguranja ekonomskog prosperiteta i kvalitete života stanovništvu. Mora polaziti od razvojnog scenarija koji nudi visoki nivo kvalitete i kvantitete ponude, usklađen sa zahtjevima potražnje i trendovima na turističkom tržištu, mora imati pozitivan odnos prema okolišu i sociokulturnim vrijednostima i ekonomski biti optimalan. Takav scenarij bi najbolje zadovoljio turiste, lokalno, regionalno i nacionalno gospodarstvo u djelatnosti turizma, kvalitetu života stanovništva i kvalitetu okoline. Takav model mora počivati na integralnoj kvaliteti destinacije, na kvaliteti koja postaje strategija koju se putem kvaliteta (kao instrumenta koji koristi standardizirane pokazatelje za ocjenu kvalitete turističke ponude), mora stalno provjeravati i mjeriti i to kako kvalitetu destinacije tako i kvalitetu turističkog proizvoda. Model se dalje temelji na 4 međuovisna plana, od plana konkurentnosti, plana investicija, plana marketinga do plana proizvodnje (vidi sl. 3.1.). Ponudeni model odgovara na pitanje kako nedvojbene komparativne prednosti Hrvatske pretvoriti u konkurentne prednosti na tržištu putem matrice proizvoda svake turističke destinacije koju je neophodno gurati iz zone sadašnje male i osrednje konkurentnosti i atraktivnosti u zonu visoke konkurentnosti i atraktivnosti. To se postiže konkretnim planom investicija i planom marketinga. Da bi se to moglo realizirati, neophodno je da javni sektor odradi ono što se od njega očekuje kroz partnerski odnos javno-javno, javno-privatno i privatno-privatno, uz ulaganja u restrukturirani i repozicionirani smještaj, u atrakcije, u usluge i u infrastrukturu. Ovakav model turistifikacije jedne regije i Hrvatske kao turističke destinacije u cjelini morao bi pratiti i plan proizvodnje koji podrazumijeva umrežavanje hrvatskih kompanija i svih potencijala za izvozno poslovanje kroz vertikalni i horizontalni klaster hrvatskih proizvođača. Bez plana proizvodnje i razvojnog usmjerenja prema takvoj proizvodnji, model bi bio nedostatan, feleričan i konačno pogrešan. Potrebno je ponuditi sve što se može proizvesti lokalno, regionalno i nacionalno. Taj model proizvodnje za izvoz kroz turizam ne može i ne smije biti nikome nametnut. On mora biti sustavno preferiran putem poticaja i financiranja proizvodnje, bilanci potrošnje, uz obvezan otkup proizvoda i garanciju plasmana za kvalitetnu proizvodnju. Za to su potrebni i konkretni poticaji na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini. Restrukturiranje hrvatskog gospodarstva, kao okosnice stabilizacijskog programa, događa se u smjeru veće sklonosti uvozu. Ponudeni model upravo nudi veću sklonost izvozu, a ne uvozu; ne temelji se na domaćoj potrošnji, već na izvoznoj

ekspanziji; najotvoreniji je model tržišnog gospodarstva; postaje najvažniji dio agregatne potražnje kao i dio agregatne ponude.

Turizam, osobito onaj inozemni, zacijelo je najotvorenija gospodarska scena na kojoj se vide svi problemi i dometi svake zemlje. Na toj sceni, proizvođači turističkih dobara stupaju u odnos s drugim gospodarskim subjektima, koji u tim odnosima nude ono što imaju, tj. što su dostigli u razvoju. Tako će građevinska industrija i industrija opremanja nuditi proizvodnju i opremanje hotela, ali po cijenama koje su rezultat dostignute razine domaće produktivnosti. Hoteli, nadalje izlaze s uslugama na svjetsko turističko tržište i u poziciji su da prihvate uvjete i pravila igre tog tržišta koje međutim, nije spremno priznati u cijeni turističke usluge, domaću cijenu inputa, ako ona nije izraz cijene koja se formira na svjetskom tržištu. Danas na žalost ne možemo točno definirati kolika je pokrivenost turističke potrošnje iz uvoza, kolika je pokrivenost investicijske potrošnje iz uvoza te koliki su plasmani inozemnih banaka za kreditiranje obnove i rekonstrukcije turističkih objekata i turističke ponude. Prema tome, povećanje vlastite proizvodnje nameće se kao imperativ kako radi prijeko potrebne bogatije opskrbe domaćeg tržišta i osiguranja što potpunijeg i kvalitetnijeg pokriva tekuće turističke potrošnje, tako posebice radi potpunijeg pokriva domaćim proizvodima očekivane značajnije vrijednosti investicija u funkciji neizbježne obnove i rekonstrukcije većine smještajnih i drugih turističkih objekata. Dobro se zna da se sadašnje investicije, najčešće namijenjene obnovi turističkih objekata, najvećim dijelom pokrivaju uvozom, posebice kad je riječ o opremi, čime se bitno smanjuju realno mogući veći devizni, a time i ukupni gospodarski učinci hrvatskog turizma. Poseban su problem današnje, sve češće ponude inozemnih banaka za kreditiranjem obnove i rekonstrukcije turističkih objekata. Takvi se krediti, međutim, gotovo u pravilu uvjetuju vrlo visokim udjelom vrijednosti isporuka proizvoda i usluga zemlje/zemalja čije banke nude takve kredite. Strane banke u Hrvatskoj ne traže samo povrat glavnice i kamate na plasirana sredstva, već traže uključivanje i stranog menadžmenta u domaća poduzeća, kao i isporuke proizvoda i usluga izvana. Riječ je o ukupnoj uvoznoj zavisnosti hrvatskog gospodarstva, a to znači da je turizam samo podsustav gospodarskog sustava Hrvatske koji tako funkcionira.

Činjenica je, da i investicijska potrošnja čini važan segment agregatne potražnje. Unutar investicijske potrošnje, investicije u funkciji razvoja turizma čine također bitan dio investicijske potrošnje koji također nije u potpunosti bilanciran u okviru "turističkih" investicija. Posebno se to odnosi na razvoj infrastrukture kao temeljnog materijalnog preduvjeta svakog privređivanja pa tako i onoga koje se temelji na turizmu. Prometna, energetska, vodoopskrbna i komunalna infrastruktura su okosnice ne samo turističkog već i općeg materijalnog preduvjeta razvoja, te njihovo nebilanciranje u okviru "turističkih" investicija i turističke investicijske potrošnje, umanjuje i značaj ukupne turističke potrošnje na domaći proizvod.

Otvoreno gospodarstvo je ono koje sudjeluje u međunarodnoj razmjeni, izvozeći dobra u druge zemlje i uvozeći dobra proizvedena u inozemstvu. Razlika između izvoza i uvoza dobara i usluga naziva se neto izvoz.

Kad se uključi međunarodna razmjena, domaća potražnja može se razlikovati od nacionalne proizvodnje. Domaća potražnja sadrži osobnu potrošnju, investicije i državne rashode ( $C + I + G$ ). Da bi se dobio GNP, mora biti dodan izvoz ( $e$ ), a oduzet uvoz ( $m$ ), tako da:

$$\text{GNP} = C + I + G + X$$

gdje je  $X = \text{neto izvoz} = e - m$ . Uvoz određuje domaći dohodak i output zajedno s cijenama domaćih dobara u odnosu na cijene inozemnih dobara; izvoz je zrcalna slika, određena inozemnim dohotkom i proizvodnjom i relativnim cijenama. Povećanjem proizvodnje za  $\Delta Y$  od  $Y_1$  do  $Y_2$  dovelo bi do povećanja uvoza  $\Delta U$ , od  $U_1$  na  $U_2$ . Odnos između  $\Delta U$  i  $\Delta Y$  zove

se granična sklonost uvozu (MPm), a pokazuje veličinu uvoza koju uvjetuje jedinično povećanje proizvodnje Y.

Vanjska trgovina ima sličan efekt na GPN kao i onaj koji imaju investicije ili državna potrošnja. Kako neto izvoz raste, tako se pojavljuje povećanje agregatne potražnje za domaćom proizvodnjom. Dakle, neto izvoz ima multiplikativni efekt na proizvodnju. No, multiplikator potrošnje u otvorenom gospodarstvu bit će manji nego li onaj u zatvorenom gospodarstvu zbog izdataka na uvoz. Multiplikator glasi:

$$\text{Multiplikator otvorenog gospodarstva} = 1 / (\text{MPS} + \text{MPm})$$

gdje je MPS = granična sklonost štednji i MPm = granična sklonost uvozu. Jasno je da je, ceteris paribus, multiplikator otvorene privrede manji nego li multiplikator zatvorene privrede, gdje je MPm = 0

Šta sve treba poduzeti da bi turizam i stvarno postao jedna "vučna" djelatnost, prepoznatljiva kao hrvatski strateški izvozni proizvod, je pitanje koje traži ne samo praktične i pragmatične odgovore, već i stalna teoretska pojašnjenja i nove spoznaje.

Koristi od turizma i njegov utjecaj na gospodarstvo, nalazi se u centru pažnje već duži niz godina stručne i znanstvene javnosti. Da je jednostavno izvagati i ocijeniti taj doprinos, očito da ne bi bilo nikakvih nespornosti niti razlika između deklarativnih stavova i konkretne politike koju provodi Vlada prema hrvatskom turizmu. Kada je riječ o turizmu, uvijek je u pitanju veličina potrošnje, a turistička potrošnja je samo dio osobne potrošnje koja čini najvažniju komponentu agregatne potražnje. Isto tako ako znamo, da je izvoz kroz turizam segment ukupnog izvoza koji je također komponenta agregatne potražnje, dok je zavisnost uvoza radi turističkog izvoza kod nas dugo vremena bila relativno malena, tako da je rezultat toga upravo bio veliki neto izvoz koji povećava ukupnu agregatnu potražnju. Ako bi ovim segmentima turističke potrošnje dodali investicijsku turističku potrošnju koja je dio ukupne investicijske potrošnje, dobio bi se još jedan element za povećanu ukupnu agregatnu potražnju.

Ako pretpostavimo da je turistička ponuda u najširem smislu shvaćena, jedan važan segment ukupne agregatne ponude, te ukoliko pretpostavimo da se ona nalazi na razini svoje pune zaposlenosti (barem što se tiče sezonskog punog korištenja kapaciteta), tada će količina ukupne turističke potražnje biti dio agregatne potražnje koja će bitno određivati količinu proizvodnje tj visinu bruto domaćeg proizvoda a time i razinu cijena.

Očito je da se agregatnom potražnjom u Hrvatskoj može upravljati preko turizma, a poznato je iz teorije makroekonomske analize, što znači putem odgovarajuće ekonomske politike orijentirane prema izvoznom starteškom proizvodu, svjesno upravljati agregatnom potražnjom i kakvi se rezultati u osnovnim ekonomskim agregatima dobivaju.

Sve zemlje u svijetu, pa čak i one najrazvijenije, shvatile su značaj deviznog priliva, a posebno priliva od turizma za ukupan razvoj gospodarstva, preko utjecaja na platnu bilancu, poduzimajući odgovarajuće mjere i poticaje za što povoljniji razvoj inozemnog turizma. Turizam u Hrvatskoj ima značajan utjecaj na aktivnu stranu platne bilance.

Otvoreni gospodarski sustav (slobodno europsko tržište) znači slobodno kretanje rada i kapitala i slobodnu razmjenu roba i usluga. U takvom sustavu monetarni mehanizam je puka izvedenica europskog monetarnog sustava i ne može se koristiti kao mehanizam poticanja nacionalnog razvoja. Jaka konkurencija koja dolazi s velikog europskog tržišta, može proizvesti i veću recesiju u Hrvatskoj, a ona je već velika. Sve dok svi proizvodni faktori na europskom tržištu i za Hrvatsku nisu mobilni, razvojna strategija Hrvatske nužno se ravna po načelima komparativnih prednosti, u kojima turizam ima primarnu ulogu, a zašto je potrebna monetarna suverenost. Zato Hrvatska mora koristiti svoj ekonomski suverenitet, a to znači i

monetarnom, tečajnom i poticajnom politikom razvijati vlastito gospodarstvo do razine koja bi bila dovoljno konkurentna na jedinstvenom europskom tržištu.<sup>286</sup>

Bilanca trgovine robom i uslugama ima posebno značenje u makroekonomskoj analizi, jer se preko te bilance prenose impulsi međunarodne razmjene na domaću proizvodnju tj. na bruto domaći proizvod (BDP). Izvoz robe i usluga a time i turističkih usluga je jedna od kategorija finalne potrošnje isto kao i investicije, osobna i opća potrošnja. Stoga autonomno povećanje izvoza, a to znači i izvoza usluga, odnosno i turističkih usluga ima multiplikativne efekte na domaću proizvodnju. Povećanje izvoza znači da to povećanje može uzrokovati povećani izvoz i turističkih usluga što utječe direktno na povećanje agregatne potražnje i pomicanje krivulje agregatne potražnje, što pomiče i ravnotežni domaći proizvod. To znači da izvoz, a to znači i turistički izvoz u situaciji nepotpune zaposlenosti utječe multiplikativno na domaći proizvod kao i ostale komponente autonomne potrošnje, dok se ravnotežni domaći proizvod zbog uvoza smanjuje.

Smanjenje domaćeg proizvoda zbog deficita trgovinske bilance je veće kad turizam nije uključen ili je skromno uključen u sustav otvorenog gospodarstva.<sup>287</sup>

U slučaju suficita trgovinske bilance imali bismo neto povećanje domaćeg proizvoda, a kako je turizam upravo taj faktor koji u bilanci tekućih transakcija čini i treba da čini najvažniji dio, to znači da bi i utjecaj turizma na povećanje domaćeg proizvoda s osnova suficita trgovinske bilance bio najznačajniji.

Kada je riječ o turizmu, uvijek je u pitanju veličina potrošnje, jer je turista potrošač financijskih sredstava zarađenih izvan mjesta svog privremenog boravka.

### ***3.1.5.1. Multiplikator vanjske trgovine i izvoz turističkih usluga***

Domaći se proizvod u otvorenom gospodarstvu definira kao zbroj osobne potrošnje (C), investicija (I) i budžetske potrošnje (G) uvećan za saldo vanjskotrgovinske bilance (E-U) (Razlika između izvoza i uvoza roba i usluga). Prema tome, eventualna razlika između domaće proizvodnje (Y) i domaćih komponenti finalne potrošnje (C+I+G) pokriva se saldonom trgovine s inozemstvom (E-U). Kako je turizam godinama djelovao uz izuzetno nisku uvoznju zavisnost, tj. ostvarivao je visoki neto devizni efekat<sup>288</sup> od oko 89 % a svega oko 11% deviza se trošilo na nabavke iz uvoza, to je značilo da je utjecaj inozemne turističke potrošnje mnogo više povećavao domaći proizvod upravo zbog manjeg turističkog uvoza, što je rezultiralo i u manjem deficitu vanjskotrgovinske bilance. Važno je napomenuti da su neophodna nova istraživanja za meritornu ocjenu uvozne zavisnosti hrvatskog turizma. Za napomenuti je da je sada u Hrvatskoj upravo zbog preferiranja i poticanja uvoza, taj odnos uvozne zavisnosti turizma mnogo veći, što traži i puno detaljniju analizu.

Ne postoji potrebna statistička informacijska osnova, prije svega detaljnije razrađene tablice međusektorskih odnosa (input-output tablice) hrvatskog gospodarstva, s razdvojenom domaćom i uvoznom komponentom, da bi se turistička potrošnja mogla dekomponirati na svoju domaću i uvoznju komponentu, tj. na dio potrošnje koji se pokriva ukupnim (izravnim i neizravnim) uvozom, odnosno na onaj koji se pokriva domaćim društvenim proizvodom. Nisu, međutim potrebne duboke analize i istraživanja da bi se utvrdilo kako se danas daleko veći dio vrijednosti oba ta segmenta turističke potrošnje pokriva uvoznim proizvodima pa je stoga, u usporedbi s prijeratnom situacijom, sasvim sigurno manji i učinak turizma na gospodarstvo. Prema tome, povećanje vlastite proizvodnje nameće se kao imperativ kako radi

<sup>286</sup> vidi : Zdunić, 1999. , op.cit., str.37-41

<sup>287</sup> vidi detaljnije: Blažević, B., 1999. Turizam- nacionalni strateški proizvod, znanstveni i stručni skup, "Hrvatski turizam na pragu XXI. stoljeća, Poreč.

<sup>288</sup> Pirjevec, 1998., op.cit., str. 123; Car, Cicvarić, Radnić, Sekulić, 1975., op. cit.



prijeko potrebne bogatije opskrbe domaćeg tržišta i osiguranja što potpunijeg i kvalitetnijeg pokrića tekuće turističke potrošnje, tako posebice radi potpunijeg pokrića domaćim proizvodima očekivane značajnije vrijednosti investicija u funkciji neizbježne osnove i rekonstrukcije većine smještajnih i drugih turističkih objekata. Dobro se zna da se sadašnje investicije, najčešće namijenjene obnovi turističkih objekata, najvećim dijelom pokrivaju uvozom, posebice kad je riječ o opremi, čime se bitno smanjuju realno mogući veći devizni, a time i ukupni gospodarski učinci hrvatskog turizma. Poseban su problem današnje, sve češće ponude inozemnih banaka za kreditiranjem obnove i rekonstrukcije turističkih objekata. Takvi se krediti, međutim, gotovo u pravilu uvjetuju vrlo visokim udjelom vrijednosti isporuka proizvoda i usluga zemlje/zemalja čije banke nude takve kredite. U taj se obrazac, naravno, teško mogu uklopiti eventualno oštriji zahtjevi primatelja kredita u vezi s kvalitetom i cijenama proizvoda i usluga koji mu se isporučuju.

U tijeku je aktivnost na procjeni učinaka domaće i inozemne turističke potrošnje te izravnih investicija u obnovu, rekonstrukciju i novu izgradnju turističke ponude, kao segmenata finalne potrošnje na:<sup>289</sup>

- vrijednost društvenog proizvoda koji turizam izravno i neizravno inicira u pojedinim djelatnostima hrvatskog gospodarstva
- vrijednost poreza i doprinosa koje su domaći i inozemni posjetitelji platili tijekom svog turističkog boravka u Hrvatskoj

Međutim, stvaranjem strateških izvoznih proizvoda Hrvatske, te stimuliranjem izvoza, a kako izvoz povećava vanjskotrgovinski multiplikator a uvoz ga smanjuje, iz prednjeg se može zaključiti da izvoz turističkih usluga uvijek dijeluje u pravcu povećanja vanjskotrgovinskog multiplikatora upravo zbog prirode i karaktera turističkih usluga u Hrvatskoj. Uvoz djeluje na smanjenje multiplikatora, a time i na smanjenje amplituda u cikličkom kretanju domaćeg proizvoda. Na taj način uvoz smanjuje i mogući porast domaćeg proizvoda koji rezultira iz jediničnog povećanja bilo koje komponente autonomne potrošnje u fazi ekspanzije, ali i moguće opadanje domaćeg proizvoda uvjetovano smanjenjem bilo koje komponente autonomne potrošnje u recesiji.<sup>290</sup>

### ***3.1.5.2. Inozemna turistička potrošnja i bruto domaći proizvod Hrvatske***

Međunarodna podjela rada, specijalizacija i razmjena omogućuju da se ukupna svjetska proizvodnja i potrošnja povećaju. Da bi se iz danih resursa maksimizirala proizvodnja i potrošnja, svaka se zemlja treba uključivati u međunarodnu podijelu rada u skladu sa svojim komparativnim prednostima. Udio vanjske trgovine robom i uslugama u domaćem proizvodu mjeri otvorenost neke privrede. Što je gospodarstvo otvorenije, to su veće njezine koristi od međunarodne razmjene, ali je i veća izloženost te privrede poremećajima koji nastaju u svjetskoj privredi i veća su ograničenja njezinoj ekonomskoj politici.<sup>291</sup> Svako nacionalno gospodarstvo posebnu važnost pridaje inozemnoj turističkoj potrošnji. Inozemni turistički potrošač unosi u odabranu turističku receptivnu zemlju dio sredstava svoje osobne potrošnje, odnosno dio sredstava osobne potrošnje namijenjenih turističkoj potrošnji, uz napomenu da je taj svoj osobni dohodak ostvario u domicilnoj zemlji. Time je došlo do odlijevanja novčane mase, do smanjenja nacionalnog bogatstva emitivne

<sup>289</sup> <http://www.mzopu.hr> (23.11.2004.)

<sup>290</sup> Vidi detaljnije: Babić, M., 1995., op.cit., str. 388.

<sup>291</sup> Babić, M., 1995., op.cit., str.381

turističke zemlje, uz istovremeni priljev, odnosno izravno povećanje nacionalnog proizvoda receptivne turističke zemlje, nakon ostvarene turističke potrošnje.<sup>292</sup>

Turizam je znatan izvor deviznih sredstava i samim tim izvozna djelatnost, koja svoje prihode ostvaruje "nevidljivim izvozom" ili "izvozom na licu mjesta"<sup>293</sup>. Tu i dolazi do nesporazuma i nepriznavanja turizma kao izvozne djelatnosti, iz razloga jer se stvarno potrošnja inozemnih turista dešava i prikazuje kao domaća potrošnja receptivne zemlje, a nije se desio klasični izvoz i prelazak robe državne granice. Turizam je jedna od rijetkih djelatnosti koja omogućuje da se robe i usluge cijelog hrvatskog gospodarstva bez izlaska iz zemlje prodaju na tržištu inozemnim kupcima.

"Interes za proširivanje turističkog tržišta ne bi trebao biti samo interes ugostiteljstva i turističkog posredovanja, već cijelog gospodarstva, koje se svojom proizvodnjom i uslugama može prilagoditi potrebama turističkog tržišta."<sup>294</sup>

Problematika službenog iskazivanja turističkog gospodarstva nije samo specifikum Hrvatske, već i turistička Italija ima sličan problem.<sup>295</sup> Spomenuti autori naglašavaju problematiku turističkih djelatnosti koje predstavljaju u industrijaliziranim zemljama jedno od najznačajnijih proizvodnih područja, iako se takvima obično ne smatraju, jer se službeno tako ne iskazuju. Autori naglašavaju da će za postindustrijsko gospodarstvo turističke djelatnosti imati isti začaj koji su imale industrijske djelatnosti za industrijsko gospodarstvo. Ovaj začaj je vidljiv i u svakodnevnom životu kroz različite sociološke i psihološke karakteristike fenomena odmora. Prema spomenutim autorima u Italiji, iako se službeno iskazuje 2,7% turističke potrošnje u BDP,<sup>296</sup> turistička potrošnja, prema njima čini 10,4% finalne potrošnje, odnosno 12,4% sudjeluje u bruto domaćem proizvodu, a ako se dodaju i učinci investicijske potrošnje posebno na komunalnom planu a koji se odnose na turizam, tada to učešće prelazi 20 % BDP-a. Ukoliko bi se uzele u obzir i brojne nespomenute i neuključene aktivnosti, tada je taj postotak i mnogo veći. Autori zaključuju da turizam stvarno pokreće jedan apsolutno značajan dio nacionalnog gospodarstva.<sup>297</sup>

Sve zemlje u svijetu pa čak i one najrazvijenije shvatile su značaj deviznog priliva, a posebno priliva od turizma za ukupan razvoj gospodarstva, preko utjecaja na platnu bilancu, poduzimajući odgovarajuće mjere i poticaje za što povoljniji razvoj inozemnog turizma. Turizam u Hrvatskoj ima značajan utjecaj na aktivnu stranu platne bilance.

Bilanca trgovine robom i uslugama ima posebno značenje u makroekonomskoj analizi, jer se preko te bilance prenose impulsi međunarodne razmjene na domaću proizvodnju tj. na bruto domaći proizvod (BDP). Izvoz robe i usluga, a time i turističkih usluga je jedna od kategorija finalne potrošnje isto kao i investicije, osobna i opća potrošnja. Stoga autonomno povećanje izvoza, a to znači i izvoza usluga, odnosno i turističkih usluga ima multiplikativne efekte na domaću proizvodnju. Povećanje izvoza znači da to povećanje može uzrokovati povećani izvoz i turističkih usluga što utječe direktno na povećanje agregatne potražnje i pomicanje krivulje agregatne potražnje što pomiče i ravnotežni domaći proizvod. To znači da izvoz, a to znači i turistički nevidljivi izvoz u situaciji nepotpune zaposlenosti utječe multiplikativno na domaći proizvod kao i ostale komponente autonomne potrošnje.

Smanjenje domaćeg proizvoda zbog deficita trgovinske bilance je veće kad turizam nije uključen ili je skromno uključen u sustav otvorene privrede.

---

<sup>292</sup> Pirjevec, B., 1998.,m op.cit., str. 112

<sup>293</sup> Pirjevec, 1998., op.cit., str.112

<sup>294</sup> Pirjevec, 1998., pš. Cit., str. 115

<sup>295</sup> Becheri, &Manente, 1998., op.cit.

<sup>296</sup> WTO: Compendium of Tourism Statistics – data 1999-2003., Edition 2005., Madrid, Spain, str.93.

<sup>297</sup> Becheri, & Manente,1998., op.cit.

U slučaju suficita trgovinske bilance imali bismo neto povećanje domaćeg proizvoda, a kako je turizam upravo taj faktor koji u bilanci tekućih transakcija u Hrvatskoj čini i treba da čini najvažniji dio, to znači da je utjecaj turizma na povećanje domaćeg proizvoda s osnova suficita trgovinske bilance najznačajniji.

### **3.2. TURIZAM KAO NACIONALNI STRATEŠKI PROIZVOD**

Stvorena neravnoteža promatrana kroz nekonkurentnost hrvatskog gospodarstva na stranom tržištu očituje se u deficitu vanjskotrgovinske bilance i tekućeg računa u bilanci plaćanja, visokom porastu inozemne zaduženosti, nagomilanim gubicima i porastu nelikvidnosti, nezaposlenosti, visokoj javnoj potrošnji, problemima u funkcioniranju financijskog sustava i sl. Na pitanje kako izaći iz ovakve neravnoteže ne može se jednostavno niti jednoznačno odgovoriti. U svakom slučaju odgovor je usmjeren u promjenu ciljeva makroekonomske politike prema formiranju dogoročno promjenjene i nove agregatne ponude i mijenjanju postojeće strukture i veličine agregatne potražnje. To je odgovor u pravcu novog razvoja i nove zaposlenosti. U traženju i nalaženju pravog odgovora mora se doći do izvoznih strateških proizvoda i usluga koji će hrvatsko gospodarstvo otvoriti prema svijetu i otvorenom tržištu te izrazito negativne trendove okrenuti u pozitivnom smjeru. Povezivanje izvoza kao temeljne pretpostavke ukupne stabilnosti budućeg razvoja hrvatskog gospodarstva i turizma kao strateškog proizvoda u funkciji strategije gospodarskog razvoja Hrvatske mora postati dugoročan strateški cilj. Utvrđivanje uvjeta za izvoznu strategiju je presudno za realizaciju tako ambicioznog cilja razvoja u kojem politika tečaja kao i politika izvoznih poticaja zauzimaju centralno mjesto. Analiza otvorenosti gospodarstva Hrvatske postaje važno razvojno pitanje u kojoj turizam čini sve važniju polugu. Pokazatelj inozemne turističke potrošnje u odnosu na bruto domaći proizvod Hrvatske, govori o otvorenosti hrvatskog gospodarstva putem turizma. Razvijati turizam znači razvijati prihvatljiv model za otvoreno gospodarstvo.

Ukoliko se takva razvojna politika i realizira tada će izvoz turističkih usluga postati uvjet ukupne stabilnosti i budućeg razvoja hrvatskog gospodarstva. Nosioci makroekonomske politike stoga moraju definirati svoje strateške nacionalne proizvode a posebno da definiraju i prepoznaju «turistički nacionalni proizvod» kao strateški hrvatski proizvod koji vodi Hrvatsku i njeno gospodarstvo iz "začaranog kruga siromaštva" u svijet blagostanja.

### **3.3. STRATEGIJA RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE<sup>298</sup>**

Ekonomska teorija posvećena je izučavanju ekvilibrijskih pozicija tj. traženju ravnoteže na svim razinama kao i opće ekonomske ravnoteže. Međutim, sam ekvilibrij je rijetko zamjećen u stvarnom životu. Proces koji se može promatrati trebao bi se kretati prema ekvilibriju tj. prema cilju koji se stalno gublje i ne može se nikad dostići. Uvijek se nalazimo u zoni antiekvilibrija<sup>299</sup>. Poanta ovog antiekvilibrijskog ponašanja je u tome, da ako želimo razumjeti realan svijet, moramo skrenuti naš interesni pogled s hipotetičkog, konačnog ishoda i koncentrirati našu pozornost na proces promjene u destinaciji, koji možemo zamjetiti svuda oko nas. To traži promjenu u sustavu našeg mišljenja, jer je proces promjene puno teže

---

<sup>298</sup> Vidi detaljnije: Blažević, B., (1998), „Strategija razvoja destinacije“ Hotelska kuća 98, Knjiga I, Hotelijerski fakultet, Opatija, str.17-30.

<sup>299</sup>Kornai, J. (1983) - Antiequilibrium, Ekonomska biblioteka, Centar za kulturnu djelatnost, Zagreb, str. 25

razumjeti nego statički *equilibrij*<sup>300</sup>. Problem leži u udaljavanju stvarnog tijeka događaja od statičkog *equilibrija*<sup>301</sup>, a uzroke takvog udaljavanja možemo naći u participantima koji temelje svoje odluke na nesavršenom razumijevanju situacije. To znači da participantu djeluju na temelju nesavršenog razumijevanja i tijekom događaja je dobrim dijelom rezultat te nesavršenosti. Nesavršeno znanje (predrasude) participanta čini poziciju *equilibrija* nedostižnom.

Polazeći od činjenice da turistička aktivnost utječe na socijalni, kulturni, ekološki i gospodarski aspekt destinacije<sup>302</sup>, strategija razvoja destinacije (bez obzira kojeg nivoa) ima izuzetnu važnost za kvalitet. Dokumenti o strategiji razvoja destinacije, ukoliko ne sadrže kvalitativne razvojne elemente, već dominiraju kvantitativni (kao što su stope rasta BDP, zaposlenosti, investicija, produktivnosti rada i sl.) razvojni će proces biti zaustavljen i konačni će rezultat biti da će posjetitelji osjećati da se smanjuje njihovo turističko zadovoljstvo i destinacija će propadati, a tada ni najbolji proizvod nema nikakve šanse u takvom okruženju. Postavljanje kvalitativnih načela (a ne kvantitativnih parametara) opisuje idealnu sliku. Cilj mora biti najbliže moguće približavanje idealnoj situaciji i uvijek znati prepoznati koliko se daleko ili blizu nalaze postavljena idealna načela razvoja destinacije, tj. gdje se proces promjene nalazi u odnosu na postavljeni statički cilj. Kako procijeniti kretanje makroekonomskih agregata, te kakav je značaj tih agregata na poslovne subjekte, na primjeru hotela u turističkim destinacijama i na same destinacije, od izuzetne je važnosti za jednu razvojnu politiku ne samo na nivou države kao turističke destinacije, već i za sve niže razvojne razine, od grada, općine do županije kao destinacije. Nobelovac Robert Lucas u svojoj teoriji o racionalnim očekivanjima dokazao je još 1972. godine da se varijable u modelu prilagođavaju svojim očekivanjima. (tj. prilagođavaju se novoj ekonomskoj politici.) Iz toga slijedi analogija da su mjere tekuće ekonomske politike presudne za sam proces promjene, koji je teže razumjeti nego tzv. statički *ekvilibrir* (ravnotežu). Zato su konkretne mjere ekonomske politike od nivoa države, do mjera koje donose gradovi i općine upravo te koje najviše utječu ne proces promjene i približavaju nas ili udaljavaju od idealnog *ekvilibrir* tzv. održivog turizma<sup>303</sup> na prostoru jedne turističke destinacije. Ono što postojeću strategiju hrvatskog turizma čini nesavršenom je nepostojanje detaljnijih strateških ciljeva i prioriteta, kao i ne postojanje mjera za njihovo ostvarenje. To traži da se na osnovu analize stanja našeg turizma u odnosu na konkurenciju utvrdi:

- daljnja razrada općenitih ciljeva i prioriteta turističke politike;
- donošenje konkretnih mjera i planova radi jačanja razvojne komponente cjelokupnog turizma i hotelijerske djelatnosti kroz određivanje prioriteta i odgovora na pitanja: što unapređivati?, što unapređivati jače?, što sačuvati?, a što napustiti? U tom pravcu neophodno je stoga shvatiti strategiju kao integralnu ponudu kvalitete destinacije, te neophodno i logično prihvatiti državnu turističku politiku kao ukupnost smišljenih akcija i mjera na području turizma. Državna turistička politika morala bi imati oficijelni dokumenat o razvitku turizma u Hrvatskoj tj. akt koji će obvezati sve sektore gospodarstva, u onom opsegu i onom sadržaju u kojem su takvi sektori zainteresirani za turizam ili je pak turizam zainteresiran za njih. To drugim riječima znači da je ciljeve ekonomske politike nemoguće ostvariti ako se ne uključe svi sektori, prije svega gospodarstva, a to onda znači i prihvaćanje hrvatske turističke politike u svim onim državnim organima, ministarsvima, koji "pokrivaju" te sektore. To je način koordiniranog vođenja turističke politike u Hrvatskoj.

---

<sup>300</sup>.Soros, G., (1996) - Alkemija financija, Misl, Zagreb. str. 38.

<sup>301</sup>Thurow, C. Lester ((1997) - Budućnost kapitalizma, Gospodarska misao, Mate d.o.o, Zagreb, str. 8.

<sup>302</sup>Magaš, D., (1997) - Turistička destinacija, Hotelijerski fakultet, Opatija, str.30-31.

<sup>303</sup>Grupa autora, (1994), Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj, Zbornok radova, Institut za turizam, Zagreb.

Mjerama turističke politike moraju se poticati svi nositelji razvoja ponude, te da bi se pokrenuo proces prilagođavanja tržišnom načinu poslovanja ukupnog turističkog sektora, a posebno sezonskog hotelijerstva, i podigao nivo konkurentnosti, potrebne su nove investicije, ali prije toga transparentna politika poticanja promjena te dobro odmjeran sustav subvencija za one koji zbog karaktera poslovanja i naslijeđene strukture ne mogu dostići prihvatljivu granicu efikasnosti. Prema tome potrebno je konkretno poticati državnim turističkom politikom konkretne razvojne programe s posebnim ciljevima.

Za ilustraciju navodimo strateški razvojni koncept hrvatskog hotelijerstva kao važnog turističkog podsustava koji mora sadržavati:

- ciljeve vezane za kategorizaciju
- ciljeve vezane za sezonsko hotelijerstvo
- ciljeve vezane za investicije u hotelijerstvo, te razraditi mjere za:
- diferencirano oporezivanje;
- porezno tretiranje amortizacije ;
- kreditnu politiku i način financiranja.

Subvencioniranje bi se odnosilo samo na one usluge i aktivnosti hotela koji su na crti strukturnih promjena i podizanja opće razine konkurentnosti usluga i ukupne destinacije. S time u vezi famozni PDV bio bi prema tome samo jedna od mjera stimuliranja bržeg ostvarivanja postavljenih ukupnih ciljeva na polju strategije i politike razvoja destinacije.

Kvantitativni parametri raznih dugoročnih prognoza<sup>304</sup> ukazuju na svu apsurdnost planiranja dugoročnih kvantitativnih razvojnih stopa i pokazatelja razvoja i rasta destinacije. Takva očekivanja ne samo što ne pokazuju gospodarski rast, već imaju potpuno suprotan predznak i to na svim razinama.<sup>305</sup> Zato umjesto da se donose dugoročni razvojni programi destinacija, u kojima se propisuju količine i razvojne stope, primjerenije je dati analizu razvojnih mogućnosti i prihvatiti neke opće principe gospodarskog razvitka, na osnovu kojih će se procjenjivati valjanost svakog razvojnog podhvata, donositi odgovarajuće razvojne odluke i izdavati upravna rješenja.

Dugoročne projekcije rasta koje se baziraju na tzv. adaptivnim očekivanjima, a ne na racionalnim,<sup>306</sup> nisu dobre i brzo se pokazuje da nisu niti upotrebljive. Očekivanja se mogu definirati kao "pogledi ili vjerovanja o nesigurnim varijablama (poput budućih kamatnjaka, cijena ili poreznih stopa).<sup>307</sup> Razlikuju se racionalna očekivanja od adaptivnih. Kaže se da su očekivanja racionalna ako nisu sustavno pogrešna (ili "pristrana") i ako koriste sve dostupne informacije. Očekivanja su adaptivna ako ljudi temelje svoja očekivanja na ponašanju iz prošlosti. Početkom 1970. godine Robert Lucas jr. razvio je svoju ideju, odnosno teoriju, koja je poznata pod nazivom : racionalna očekivanja.<sup>308</sup> Svojim idejama, odnosno svojom teorijom, transformirao je kako makroekonomsku teoriju, tako i način mišljenja ekonomista-praktičara u svezi s učinkovitošću dotadašnje ekonomske politike. Ova škola racionalnih očekivanja, kao varijanta monetarizma, poznata je pod alternativnim imenom "Monetarism Mark II" ili pod skraćenicom RATEX. Kako procijeniti kretanje makroekonomskih agregata kao što su buduće kamatne stope, buduće cijene i buduće porezne stope, te kakav je značaj tih agregata na poslovne subjekte, na tvrtke/korporacije, domaćinstva i ostale subjekte, posebice državni aparat od izuzetne je važnosti za jednu razvojnu politiku ne samo na nivou države ili

---

<sup>304</sup>Blažević, B., (1993): Sustav parametara razvoja potrebnih za optimalizaciju odluka (case study), Godišnjak Hotelijerskog fakulteta, Opatija, str.161.

<sup>305</sup> ibid.

<sup>306</sup>Šišul, N., 1997., op.cit.

<sup>307</sup>Samuelson, P. A., - Nordhaus, W., op.cit. str. 741

<sup>308</sup> Konačnu teorijsku afirmaciju on i škola su doživjeli 1981. godine, kada iz tiska izlazi njegova knjiga i to *Studies in Business-Cycle Theory*, i poznati zbornik radova koji je sastavio s Thomasom Sargentom, drugim značajnim predstavnikom ove škole a koji je izdan pod naslovom *Rational Expectations and Economic Practice*

države kao destinacije, već i za sve niže razvojne razine, od grada, općine do županije kao destinacije.

Ovaj kratak uvod o pojavi novih sustavnih informacijskih znanosti, kao i pojavi nove ekonomske znanosti i racionalnih očekivanja, neophodan je da bi se shvatila sva složenost problematike razvoja jednoga područja kao što je turistička destinacija. Samo ljudima je svojstveno da svoje buduće djelovanje i svoje stvaralačko djelo najprije oblikuju u glavi. Projektiranje gospodarskog i društvenog razvitka jednoga grada, ili jedne turističke općine promatrane kao turistička destinacija, podrazumijeva projektiranje sustava ciljeva razvitka koji su usmjereni stvaranju materijalnih i ostalih pretpostavki i uvjeta za život i rad ljudi. To projektiranje razvitka mora uključiti projekciju ključnih resursa kao glavnih sredstava za ostvarenje postavljenih ciljeva. Konceptija dugoročnog razvitka, stoga, predstavlja najvišu fazu programiranja budućnosti, a strategija predstavlja metode s pomoću kojih se realizira utvrđena konceptija.<sup>309</sup> Kako društveni sustavi imaju više ciljeva, među kojima postoji hijerarhija, tj. na vrhu piramide društvenih ciljeva nalazi se osnovni cilj razvitka velikog društvenog sustava Republike Hrvatske. U tu globalnu politiku razvitka moraju se uklopiti i ciljevi razvitka turističke destinacije.

### **3.3.1. Racionalna i adaptivna očekivanja u strategijama dugoročnog razvoja destinacije**

Kakvu idealnu kombinaciju faktora proizvodnje ponuditi da bi se ostvario brzi rast, puna zaposlenost, financijska stabilnost, rast realnih nadnica, uvijek je bilo i ostalo krucijalno pitanje svakog narodnog gospodarstva. Klasično gledanje na faktore proizvodnje očito se mijenja i neophodno je istražiti sile koje mijenjaju samu strukturu gospodarskog svijeta u kojemu živimo. Koje su to sile i kako one međusobno djeluju i do kakvih efekata vode. Kako će te sile promijeniti strukturu gospodarstva i oblikovati novu gospodarsku igru s novim pravilima, novim strategijama i novim pobjednicima u tim kombinacijama, navode nas na logičan zaključak da je projiciranje tekućih trendova prema budućnosti u istom smjeru sigurno pogrešno. Te temeljne sile koje mijenjaju "gospodarsku topografiju pred našim očima"<sup>310</sup>Thurow vidi u tektonici gospodarskih ploča, tj. ispod temeljne preobrazbe gospodarske površine Zemlje koja se sada događa, i spektakularnijih gospodarskih potresa i vulkana koji su tako vidljivi, djeluju pokreti pet gospodarskih ploča čije su sile jednako neodoljive kao i one u geologiji.<sup>311</sup>Te nove sile Thurow vidi u :

- kraju komunizma
- dodu industrija koje se temelje na ljudskoj intelektualnoj snazi
- demografiji- rastu, migracijama i starenju
- globalnom gospodarstvu
- višepolarnom svijetu bez dominantne sile.

Postoji veza između biološkog, društvenog i gospodarskog sustava koji ulaze u razdoblja "isprekidane ravnoteže" sa čvrsto postavljenim strukturama koje se sporo mijenjaju, ali ti sustavi kada izlaze iz razdoblja "isprekidane ravnoteže, " izlaze s radikalno različitim strukturama koje se ponovo počinju sporo mijenjati. U razdobljima isprekidane ravnoteže sve

---

<sup>309</sup> Lokin, B.,op.cit.

<sup>310</sup>Thurow, L., C., (1997) - Budućnost kapitalizma, Gospodarska misao, Mate d.o.o, Zagreb, str. 6.

<sup>311</sup> Ibid., str.7.

je u procesu promjene: neravnoteža postaje norma, a neizvjesnost dominantno stanje.<sup>312</sup> Svijet se danas nalazi u procesu isprekidane ravnoteže-koja je posljedica simultanih kretanja pet gospodarskih ploča. Na kraju se pojavljuje nova igra s novim pravilima koja zahtijeva nove strategije. Te nove sile imaju sličnu težinu za teorijsko spoznajni momenat, kao i sile koje su uzrokovale krizu tridesetih godina prošlog stoljeća i potakle su Keynesa da se suoči sa stvarnošću i napusti klasične premise o ponašanju pojedinca i tržišta koja su uvijek u ravnoteži (sfera mikroekonomije) i uvede metodu modeliranja neravnoteže odnosno uspostavljanja ravnoteže u uvjetima nepotpune zaposlenosti, uvodeći premise o ponašanju agregata koja diktiraju gospodarsku politiku države (makroekonomska politika).

U modelima škole opće ravnoteže svaka gospodarska jedinica ima svoj vlastiti autonomni sustav sklonosti. To znači da se svi donosioci gospodarskih odluka ponašaju na strogo racionalan način. Odgovor na pitanje da li možemo u okvirima realno-znanstvene teorije koja opisuje i objašnjava stvarno funkcioniranje gospodarstva, pretpostaviti postojanje funkcije cilja koja izražava zajedničke interese društva, funkciju blagostanja i optimizacije na općedruštvenoj razini, je dubiozan upravo iz razloga što se svi donosioci gospodarskih odluka ponašaju na strogo racionalan način.<sup>313</sup> Sva složenost i konačno racionalno ponašanje pojedinaca je ponašanje živih ljudi, organizacija i institucija. Ovo ponašanje se ne može zadovoljavajuće formalizirati isključivo u obliku funkcije korisnosti.<sup>314</sup>

### ***3.3.1.1. Adaptivna očekivanja i strategija razvoja destinacije***

Znanstvena je metoda zamišljena da se bavi s činjenicama. Međutim, događaji koji imaju mislene participante ne sastoje se samo od činjenica, jer participanti moraju imati posla sa situacijom koja je uvjetovana njihovim vlastitim odlukama tako da mišljenje participanta uvodi jedan element neodređenosti u predmetnu materiju. George Soros kao jedan od najuspješnijih novčanih menadžera našeg doba konstatira da "ništa ne može biti udaljenije od realnosti negoli pretpostavka da participanti temelje svoje odluke na savršenom znanju"<sup>315</sup> Ljudi pokušavaju anticipirati budućnost i tu svoju anticipaciju temeljiti na bilo kakvom znakovitom pokazatelju. Rezultat uvijek ima tendenciju da se razilazi s očekivanjima, vodeći do stalno promjenjivih očekivanja i stalno promjenjivih ishoda. Predrasuda (nesavršeno znanje) participanta čini poziciju ekvilibrija nedostižnom. Cilj prema kojem vodi prilagodni proces, uključuje i predrasudu što sve skupa ne vodi ka ekvilibriju kao zamišljenoj, idealnoj odnosno optimalnoj ravnoteži. Koja je to perfektno odabrana grupa jednadžbi koja pokazuje odnose pojedinih agregatnih veličina a koja počivaju na prosjecima i matematičko-ekonometrijskim modelima prijašnjih i već dogođenih pojava i veličina, koja treba da formulira očekivanja za budućnost koja bi se bitno razlikovala od prošlosti? Takva očekivanja koja se baziraju isključivo na povijesnim podacima ma koliko ih pokrivali sa složenim matematičko-ekonometrijskim modelima jesu "adaptivna očekivanja" koja su u suštini isto kao i "iracionalna očekivanja"<sup>316</sup>

Očito je da vremenski faktor određuje karakter strategije koja može biti samo okvirna odnosno orjentaciona.

Projekcija gospodarskog rasta se može izvoditi na više načina, ali bez obzira na metodu, uvijek treba voditi računa o karakteristikama gospodarskog razvoja u prošlom razdoblju, ali još više o ciljevima i njihovoj prihvatljivosti u budućem razdoblju. Kao

---

<sup>312</sup> Ibid., str.8.

<sup>313</sup> Kornai, J., op.cit., str. 305.

<sup>314</sup> Ibid.,str. 306.

<sup>315</sup> Soros, G., str. 50

<sup>316</sup> Šišul, N., op.cit., str. 242

osnovna metoda za projekciju dosadašnjeg gospodarskog razvoja na svim makro razinama najviše je korišten modelski pristup i to tzv. proizvodno kapitalni model rasta. Takvim pristupom promatraju se veze i zavisnosti između određenih ekonomskih veličina i odgovarajući odnosi se projektiraju u budućnost. Tu upravo i leži najveća zamjerka takvom kvantitativnom modelu koju bi mogli sistematizirati u slijedećem:

- model je previše ekonomski, dok je razvoj interdisciplinarni.
- model je previše kvantitativan a pretendira da bude dugoročan.
- model daje točne ocjene dobivene ekonometrijskim putem o vrijednosti parametara razvoja kao i o ocjeni ukupnog modela koji počiva na podacima iz prošlog razdoblja.

Ovaj makroekonomski model nije korišten samo za ocjene i procjene budućih kretanja na nivou čitavog gospodarstva Hrvatske, već je isto tako on poslužio za ocijene i očekivanja gospodarskih kretanja na sektorskim nivoima (poglavlje 2.4.1.2.), kao i na nižim razinama na kojima se donose dugoročni razvojni planovi tj. na nivoima županija, gradova i općina. U praksi se desila prevelika zastupljenost proizvodno-kapitalnog modela u projekcijama očekivanog razvoja svih makroekonomskih nivoa od grada, općine, županije do narodnog gospodarstva. Iako ovakav model<sup>317</sup> koristi osnovne agregate kao što su društveni proizvod ili bruto domaći proizvod, fiksne fondove (osnovna sredstva) i broj zaposlenih kao osnovne veličine, te nove investicije i proizvodnost rada kao izvedene veličine, osnovna zamjerka ne odnosi se na korelacijsku i regresijsku analizu zastupljenu u ovom modelu i na njene rezultate, već upravo na njihovu isključivost kao metodu kvantitativne analize uprkos saznanju da optimalna strategija na duži rok kvantitativan element pretpostavlja kvalitativnom. Najviši cilj razvitka jednog turističkog područja, kojemu bi morali biti podređeni svi ostali dugoročni strateški ciljevi, u sebi bi morao sadržavati veliki kvalitativan skok što u svojem središnjem dijelu ima čovjeka, građanina, odnosno stanovnika turističke destinacije.

Dugoročni razvitak mora biti zasnovan na komparativnim prednostima koje proizlaze iz raspoloživih resursa (prirodnih i stečenih) na uvažavanju međuzavisnosti i funkcionalnosti veza među pojedinim djelatnostima, te na potrebi osiguranja boljih uvjeta življenja svih žitelja na području jedne turističke destinacije. Dugoročni program razvitka polazi od dugoročnih ciljeva. Osnovnom i zajedničkom cilju trebaju težiti i moraju biti podređeni strateški ciljevi razvitka pojedinih djelatnosti. Slijedom toga, osnovni cilj dugoročnog razvitka turističke destinacije definirat ćemo kao: dostizanje visoke kvalitete življenja stanovništva i očuvanje kulturnog identiteta čitave turističke destinacije.

Tako definiran cilj dugoročnog razvoja u sebi sadrži nekoliko komponenti, koje bismo mogli specificirati kao:

- optimalan gospodarski razvoj destinacije
- viša razina životna standarda stanovništva,
- očuvanje potrebne razine ekologije, i
- njegovanje kulturno-povijesne baštine, te njeno stavljanje u funkciju gospodarskog i općeg razvitka.

Na ove ciljeve osvrnuti ćemo se u narednim poglavljima.

---

<sup>317</sup> Vidi poglavlje 2.4.1.2.- Ekonometrijska ocjena modela kao cjeline i pojedinih parametara modela za regionalni gospodarski sustav



## PITANJA ZA PROVJERU ZNANJA I VJEŽBE

1. Zašto je potrebno imati jasno definiranu koncepciju i strategiju razvoja gospodarskog sustava i kakva je uloga turističkog sustava u realizaciji te koncepcije i strategije razvoja?
2. Nabrojite koje kriterije mora zadovoljiti turistički sustav za uklapanje u strategiju gospodarskog razvoja?
3. Objasnite i prikažite grafički odnose između turističke ponude (Q) i cijene (C) usluga koja se formira djelovanjem tržišta, te odnose između Q i C koji se formiraju zbog državne intervencije. Što karakterizira modele razvoja turizma u netržišnim gospodarstvima?
4. Objasnite kako se suvremena ekonomska znanost odnosi prema aspektima utjecaja turizma na razvoj.
5. Što se podrazumijeva pod izvozno orijentiranom strategijom razvoja i koji su osnovni instrumenti u provođenju takve ekonomske politike?
6. Objasnite osnovne principe provođenja politike tečaja?
7. Koja su se dva razvojna modela izdvojila po ekonomskim rezultatima kroz ekonomsku povijest i koji od njih ima prednosti i zašto?
8. Kako se klasificiraju mjere za poticanje izvoza odnosno izvozni poticaji prema Svjetskoj trgovinskoj organizaciji (WTO-u), te ukratko objasnite svakog od njih?
9. Šta se podrazumijeva pod sustavom otvorenog gospodarstva i zašto je turizam dobar model za otvoreno gospodarstvo? Objasnite multiplikator vanjskog otvorenog gospodarstva?
10. Povucite paralelu između bruto domaćeg proizvoda, osobne potrošnje i turističke potrošnje na primjeru Hrvatske te objasnite zašto se turistička potrošnja pojavljuje kao elastična pojava prema osobnoj potrošnji?
11. Kakvu ulogu igraju turističke investicije na domaći proizvod?
12. Kako se definira domaći proizvod u otvorenoj privredi i kakva je uloga turizma u tome zbog uvozne zavisnosti posebno kod turističkih investicija?
13. Zašto dolazi do nesporazuma i nepriznavanja turizma kao izvozne djelatnosti?
14. Kakav je utjecaj turizma na platnu bilancu na primjeru Hrvatske?
15. Objasnite i prikažite grafički utjecaj neto izvoza turističkih usluga na domaći proizvod?
16. Što bi nosioci makroekonomske politike morali prepoznati da bi «turistički nacionalni proizvod» postao strateški hrvatski proizvod koji vodi Hrvatsku i njeno gospodarstvo iz "začaranog kruga siromaštva" u svijet blagostanja.
17. Koje su to konkretne mjere ekonomske politike od nivoa države, do mjera koje donose gradovi i općine, a koje utječu ne proces promjene i približavaju nas ili udaljavaju od idealnog ekvilibrija tzv. održivog turizma na prostoru jedne destinacije?
18. Što bi morao sadržavati strateški razvojni koncept hrvatskog hotelijerstva kao turistički podsustav?
19. Što podrazumijevamo pod racionalnim a što pod adaptivnim očekivanjima u strategijama dugoročnog razvoja destinacije?

## **4. dio**

# **RAZVOJNI FAKTORI TURIZMA**

## 4. RAZVOJNI FAKTORI TURIZMA

Faktore rasta ne bi trebalo poistovjetiti s faktorima proizvodnje, kao što to čine neki autori. Pod faktorima rasta trebalo bi podrazumijevati one poticaje i posebne uvjete koji uvjetuju rast poduzeća u bilo kojem obliku. Ti su poticaji i posebni uvjeti vrlo brojni i pomno su ih razradili mnogi autori.

Kljusev<sup>318</sup> je faktore rasta sistematizirao po vrstama i po autorima koji su dali odnosnu obradu, pa tako među faktore rasta ubraja:

- štednju, koja se u općem smislu može shvatiti kao faktor kapitala koji je potrebno uložiti u razvoj
- infrastrukturu, kao zahtjev proizvođača da budu organizirani tehnički, organizacijski, institucionalni i ini uvjeti za njihov razvoj
- stanovništvo, u smislu dovoljnog broja radnika, i još više, u smislu zadovoljavajućeg obrazovnog stupnja
- tehnologiju, u smislu raspoloživosti odgovarajuće opreme i poznavanja proizvodnih metoda
- proizvodne izvore, dakako da su vlastiti proizvodni resursi velika prednost u odnosu prema transportnim troškovima i teškoćama, ali i u odnosu prema svim mogućim preprekama kao što su carine i slično
- društvene i kulturne činitelje, u smislu opće organizacije i kvalitete funkcioniranja državnih institucija, javnih službi, pravnog poretka i posebno pouzdanosti partnera u izvršavanju preuzetih obveza, a kultura je u tome onaj čimbenik koji cjelokupnom ustrojstvu osigurava potrebnu kvalitetu. O značenju ovih faktora dragocjeni doprinos dao je Gunnar Myrdal, veliki analitičar sporog razvoja nerazvijenih zemalja koji je društvenu organizaciju proučavao kao faktor koji sprečava brži i učinkovitiji razvoj pa se njegove uzroke siromaštva, mutatis mutandis, može shvatiti kao faktore razvoja, uzroke rasta. Prema njemu je neadekvatnost stavova i politika te neučinkovitost javnih institucija najvažniji uzrok siromaštva. Otuda golema važnost za gospodarski razvoj imaju sloboda kretanja ljudi, robe i kapitala i zajamčena sigurnost tih kretanja
- vanjskotrgovinske odnose koji su zaista važni za gospodarski razvoj, ali čini se da ih nije potrebno posebni izdvajati iz općeg gospodarskog sustava i cjelokupne gospodarske organizacije, jer su isto tako važni i ostali dijelovi općeg sustava kao što je porezni i financijski sustav, organizacija bankarstva itd.

Giersch<sup>319</sup> je studirao gospodarski razvoj u sjeverozapadnoj i srednjoj Europi od 18. stoljeća dalje i utvrdio sljedeće važne čimbenike koji su uvjetovali razvoj tih zemalja:

- funkcionalni sustav transporta, koji je uz uvjet pravne sigurnosti djelovao na provođenje podjele rada i specijalizacije, s jedne strane, i na inegraciju tržišta, s druge strane
- kreditni sustav koji je pomogao sposobnim, inicijativnim i na rizik spremnim gospodarstvenicima
- dovoljan broj stručno sposobnih radnika i dovoljan broj inicijativnih poduzetnika.
- navodi neke zanimljive hipoteze o utjecaju na razvoj i takvih čimbenika kao što je protestanska etika, priljev etničkih i religijskih manjina kao imigranata, ali i smanjivanje

---

<sup>318</sup> Kljusev, N., (1979) Teorija i politika ekonomskog razvoja, Književne novine, Beograd.

<sup>319</sup> Giersch, H., (1977) Konjunktur-und Wachstumspolitik in der offenen Wirtschaft, II. Dio, Gabler Verlag.

prekobrojnog pučanstva emigriranjem. Na osnovi tih istraživanja Giersch<sup>320</sup> navodi ove društvene uvjete za rast poduzeća:

- optimalna zaposlenost, tj. na tržištu ima dovoljno radnika svih struka i svih stupnjeva kvalifikacije, to je stanje bez nezaposlenosti, ali niti manjka radnika
- slobodna kretanja robe, ljudi i kapitala
- pravna sigurnost, ne samo građanska sigurnost, nego sigurnost u izvršavanju ugovorenog, osobito rokova isporuke, kvalitete, rokova plaćanja
- pravni i porezni sustav
- sustav preferencija za razvoj
- tržište kapitala
- infrastruktura.

Hatibović<sup>321</sup> pedantno svrstava faktore rasta ne na ekonomske i neekonomske, nego na one koje imaju veći ili manji utjecaj na razvoj, te na mjerljive i nemjerljive, na one koje djeluju neposredno i one koje djeluju posredno. Od posebnog je interesa njegovo isticanje kulturnog naslijeđa, dakle tradicije, vrste političkog režima i vlasničkih odnosa, obrazovanja i zdrastva kao važnih činitelja gospodarskog razvoja.

Samuelson je kao uvjete gospodarskog rasta naveo kapital, radnu snagu, gospodarska bogatstva i tehnologiju. Ovome bi trebalo dodati i tržište kao potražnju, kao stanje u kojemu će se povećana proizvodnja, ostvarena gospodarskim rastom, moći ostvariti. Ali tehnički razvoj se može ostvariti i na stacionarnom obujmu proizvodnje pa iz tog razloga tržište nije nužan uvjet za svaki oblik tehničkog razvoja. Od mnogobrojnih razvojnih faktora turizma, u ovom tekstu se posebno obrađuju faktori: investicije, ljudski kapital, društveno bogatstvo, stupanj tehnologije i organizacija tržišta, turistička politika, a posebno faktor vremena.

## 4.1. INVESTICIJE U TURIZMU

Kada je riječ o investicijama i njihovoj funkciji, bez obzira da li se radi o poduzeću ili nacionalnom gospodarstvu, uvijek se nameće pitanje o politici investicija tj. o definiranju ciljeva koje želimo postići od datih investicija za određeni vremenski period. Predmet investicione politike jeste da na bazi svestrano ispitanih činitelja ekonomskog razvoja izabere najprikladniju politiku investiranja, poštujući pri tome ne samo ekonomske već i sve ostale ciljeve (socijalne, strateške, političke i sl.) koji se mogu postići investiranjem, kako bi se osigurao izbor određene strukture i pravaca ulaganja investicija, s jedne strane, kao i izbor najpovoljnije varijante konkretnog investicijskog projekta, s druge strane.

Investicijsko-razvojna politika s jedne strane koncentrira svoju pažnju na pravce i izbor globalne strukture investicija, u smislu iznalaženja najpovoljnije alokacije između sektora, grana i različitih proizvodnih i uslužnih djelatnosti u vremenskom i prostornom razmještaju. S druge strane, investicijsko razvojna politika odnosi se na rješavanje razvojne problematike na raINI poduzeća. Osnovna preokupacija na ovom nivou sastoji se u izboru investicija između mogućih investicijskih varijanti. I jedna i druga strana ispunjena je brojnim teorijsko-metodološkim problemima u rješavanju strateških aspekata izbora strukture investicija, kao i operativnog rješavanja niza konkretnih praktičnih problema investicija.

---

<sup>320</sup> Ibid. str. 332.

<sup>321</sup> Hatibović, Dž., (1986) Teorije privrednog napretka, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd, str. 122. prema Gašparović, V., (1996), Teorija rasta i upravljanje rastom poduzeća, Školska knjiga Zagreb,

Osnovni problem razvoja hrvatskog hotelijerstva u razdoblju od 30 godina nije bila visina investicija, već njihova efikasnost.<sup>322</sup> Isto tako u devedesetim godinama prošlog stoljeća ne samo hrvatsko hotelijerstvo, već i čitavo hrvatsko gospodarstvo nalazi se u fazi dezinvestiranja. Učinak jednog i drugog je opterećenje za hotelijersku privredu koja nije u stanju generirati profite i stope rasta bruto domaćeg proizvoda, već gubitke i stope pada. Poslovni rezultati čitave grupacije hotelijerstva su upravo iz ova dva razloga u bitnom raskoraku, te je zato bila neophodna temeljita rekonstrukcija čitave hotelijerske grupacije.

Radi gospodarskog razvoja Hrvatske i povećanja njezinih gospodarskih potencijala neophodno je poticati ukupan razvoj kroz tržišnu alokaciju raspoloživih resursa, u čemu turizam i hotelijerstvo zauzimaju značajno mjesto. Međutim, hrvatsko je hotelijersko gospodarstvo opterećeno u čitavom razdoblju od 40 godina (1960-2000) neefikasnošću uloženi sredstava koja realno ne generiraju profite, a u devedesetim godinama se ušlo u tzv. tranzicijsku krizu koja je u Hrvatskoj pogoršana ratnim zbivanjima. U dosadašnjem razvoju hrvatskog hotelijerstva plaćena je previsoka cijena, koja se ogleda u visokoj neefikasnosti i neučinkovitosti uloženi kapitala u hotelijersku djelatnost kao baznu turističku gospodarsku granu.

Ukupni poslovni rezultati čitave grupacije hotelijerstva u velikom su raskoraku sa visinom uloženi kapitala i ukupnom naslijeđenom hotelskom ponudom. Tu naslijeđenu hipoteku neće biti lako promijeniti i rekonstruirati. Ključ za tu promjenu je ujedno i ključ za ukupnu valorizaciju hrvatskog turizma. Ta željena valorizacija je nemoguća bez pokušaja razmišljanja izvan granica klasične ekonomske metodologije i izvan pojedinačnih pristupa i analiza. Zato u centru promišljanja investicijske politike mora najprije biti jasna dugoročna razvojna strategija i definirani razvojni ciljevi.

#### **4.1.1. Dvojna uloga investicija u turizmu**

Investicije u gospodarstvu općenito, a tako i u turizmu, igraju dvojnu ulogu. Prvo kako su investicije velika i promjenjiva komponenta trošenja, nagle promjene u investiranju imaju snažan utjecaj na agregatnu potražnju. Tako velika investicijska potrošnja utječe na proizvodnju i zaposlenost kao i na rast ukupne razine cijena. Osim tog djelovanja investicije vode k akumulaciji kapitala povećavajući novu agregatnu ponudu te povećavajući potencijalni proizvod, potičući ekonomski rast u dugom roku. Tako investicije imaju dvojaku ulogu, utječu na proizvodnju i zaposlenost u kratkom roku preko agregatne potražnje i na rast proizvodnje i zaposlenosti u dugom roku putem utjecaja stvorenog kapitala na potencijalnu proizvodnju i agregatnu ponudu.

Kako je turizam a posebno hotelijerstvo kapitalno intenzivna djelatnost, jasno je da utjecaj investicija ima posebnu težinu i to kako utjecajem na agregatnu potražnju kratkoročno povećavajući proizvodnju i zaposlenost, tako još više utjecajem na agregatnu ponudu stvarajući dugoročno novu turističku ponudu tj. novi potencijal u turizmu koji će dugoročno osiguravati veću proizvodnju, veću zaposlenost i prihvatljivi ukupni nivo cijena.

---

<sup>322</sup> vidi: Blažević, B.,(1995.),"Ekonomske računi plasmana kapitala u hrvatskom hotelijerstvu 1960-1990".,Hotelijerski fakultet, Opatija.

#### 4.1.2. Efikasnost uloženog kapitala u turizmu

Da bi se ostvario što brži gospodarski razvoj nije dovoljno samo izdvajati znatna sredstva za investicije, nego je potrebno ta sredstva efikasno koristiti u duhu ekonomskih zakona maksimuma i minimuma. To znači da dana investicijska sredstva mogu ostvariti dobre i loše rezultate. Obično se onda kaže da su investicije produktivne ili neproduktivne, rentabilne ili nerentabilne i sl. Ovo je samo izvedeno značenje produktivnosti odnosno rentabilnosti jer su ti pojmovi vezani uz ljudski rad i stvaranje dohotka, a investicije kao i njeni derivati, osnovna i obrtna sredstva, su bez živog rada mrtvi kapital, koji ne stvara ništa. Međutim, ako su investicije dobro uložene tj. ako su pomoću njih stvorena osnovna i obrtna sredstva koja se uspješno koriste, tada kažemo da su te investicije odnosno ta sredstva efikasna. Efikasnost (efektivnost) investicija najčešće se mjeri tzv. kapitalnim koeficijentima.<sup>323</sup> Kapitalni koeficijent odgovara na pitanje, da li se raspoloživi kapital koristi učinkovito, odnosno, koliko nam je jedinica kapitala bilo potrebno za stvaranje jedinice proizvoda. Kad se radi o tržištu kapitala, nas najprije zanima koliko bi uloženi kapital donio povrata /profita u budućnosti. Drugim riječima ovdje nas zanima efikasnost kapitala ili dobit koju nam to ulaganje nosi. Radi se o drugom kutu gledanja na isti problem. Za razliku od kapitalnih koeficijenata, ovdje nas zanima koliki bi povrat od ulaganja uopće trebao biti da bi se poduzetnik zainteresirao za ulaganje. Prema tome u ovom slučaju nas ne zanima koliko (kako) su ulaganja u proteklom razdoblju utjecala na veličinu proizvodnje u sadašnjem razdoblju. Ovdje nas interesira kolika su ulaganja potrebna u sadašnjem razdoblju da bi se ostvario očekivani/priželjkivani povrat od ulaganja (proizvodnja) u nekom budućem razdoblju. Drugčije rečeno, kolika je sadašnja vrijednost budućeg (očekivanog) povrata od ulaganja, koliko sadašnjeg ulaganja zahtijeva neki očekivani /željeni prihod/ povrat u budućnosti.<sup>324</sup>

Pod pojmom "investicijska mogućnost" podrazumijeva se mogućnost ulaganja novčanih sredstava u poslovne poduhvate, kao što je npr. izgradnja novih proizvodnih kapaciteta, odnosno investicijskih objekata. Riječ je o "mogućnosti" jer prethodno treba proračunati da li se u poslovni poduhvat isplati uložiti novac. Kako investitor najčešće ne raspolaže iznosom dovoljnim za pribavljanje materijalnih oblika sredstava odnosno za investiranje, to on ujedno treba ocijeniti da li mu se isplati posuditi nedostajuća novčana sredstva, za korištenje kojih osim obveze povrata treba preuzeti i obavezu plaćanja naknade izvorima (kamata ili neki drugi vid naknade). Tako se u vezi s investicijskom mogućnošću ocjenjuju ne samo efekti koje će davati investicijska mogućnost nego i primjerenost tih efekata obzirom na mogućnost zaduživanja investitora kod izvora sredstava. Povezanost ta dva aspekta investicijske mogućnosti naziva se i "dugoročnom financijskom odlukom."

Dugoročne financijske odluke mogu se razmatrati samostalno, dakle neovisno o drugim poslovnim odlukama ili pak kao sastavni dio poslovnih odluka. Ovdje se financijske odluke tretiraju kao neovisne financijske odluke, iako se u suštini razmatra financijski aspekt investicijskih odluka. Postoje različiti aspekti investicijskih odluka kao što je društveni, poslovno-politički, razvojni, tehnološki, tehnički, tržišni, kadrovski, sirovinski i drugi aspekt. Problem kompleksnog sagledavanja investicijskih odluka predmet je višekriterijskog programiranja odnosno poslovne politike.<sup>325</sup>

<sup>323</sup> Detaljnije: Blažević, B., op.cit. str.28-34; Stipetić, V., i dr., op.cit., 246-255.

<sup>324</sup> Družić, S., -Sirotković, J., 2002., 289-290

<sup>325</sup> Vidi detaljnije: Tepšić, R., op.cit. str. 1-48

#### 4.1.2.1. Mjerenje učinkovitosti plasmana kapitala kapitalnim i proizvodnim koeficijentima

Jedno od najsloženijih pitanja ekonomike investiranja je mjerenje učinkovitosti investicija zbog činjenice da investicije izazivaju cijeli splet efekata kako ekonomskih tako i neekonomskih, odnosno kako mjerljivih tako i nemjerljivih. Ipak je i ovdje ekonomska teorija dala odgovarajuće analitičke izraze koji nam pomažu da mjerimo učinkovitost plasiranog kapitala i pratimo rezultate investiranja. U tu svrhu najčešće se koristi kapitalni koeficijent<sup>326</sup> (prosječni i granični), odnosno njihovi recipročni izrazi kao pokazatelji efikasnosti s gledišta društva.

U tu svrhu koriste se najčešće sljedeća dva izraza:

$$K = \frac{IB(t-m)}{Y_t - Y_{t-1}} \qquad K = \frac{IN(t-m)}{ND_t - ND_{t-1}}$$

K	-kapitalni koeficijent (marginalni)
IB	-"bruto" investicije
IN	-netto investicije
Y	-domaći proizvod
ND	-nacionalni dohodak
t	-vrijeme
m	-time lag

Da bi **kapitalni koeficijent** bio što realniji potrebno je računati **time lag** kako bi se usklađivale investicije određenog perioda i efekti upravo tih investicija. **Prosječni kapitalni koeficijent** pokazuje odnos između vrijednosti fiksnih fondova /osnovnih sredstava/ i proizvodnje koja se ostvaruje tim sredstvima izražene nacionalnim dohotkom, domaćim proizvodom ili domaćim bruto proizvodom. On praktično pokazuje koliko treba angažirati jedinica fiksnih fondova ( u nekom vremenskom razdoblju, obično jednoj godini) da bi se proizvela jedinica ND, DP ili BDP<sup>327</sup>.

**Marginalni kapitalni koeficijent** (granični, dodatni) je odnos između vrijednosti investicija i prirasta proizvodnje izražene u ND, DP ili BDP. On pokazuje koliko sredstava treba investirati u promatranom razdoblju da bi se ostvarila jedinica prirasta proizvodnje, tj. jedinica ND, DP ili BDP.

Ponekad se efikasnost investicije izražava recipročnom vrijednošću kapitalnog koeficijenta (1/Km) koja odgovara na pitanje koliki se učinak stvara investiranjem jedne jedinice angažiranih sredstava<sup>328</sup>.

Marginalni kapitalni koeficijent se računa kao istodobni ili kao razmaknuti. Kada se poklapa vrijeme investiranja i stvaranje prirasta domaćeg proizvoda, odnosno kada je aktivizacijski period vrlo kratak, tada se računa isodobni marginalni kapitalni koeficijent, dok kada se period investiranja i period stvaranja učinaka ne poklapaju, računa se razmaknuti marginalni kapitalni koeficijent. Prosječni kapitalni koeficijent se obično smatra boljim pokazateljem od marginalnog jer ne poprima negativne vrijednosti. U formuli tog koeficijenta

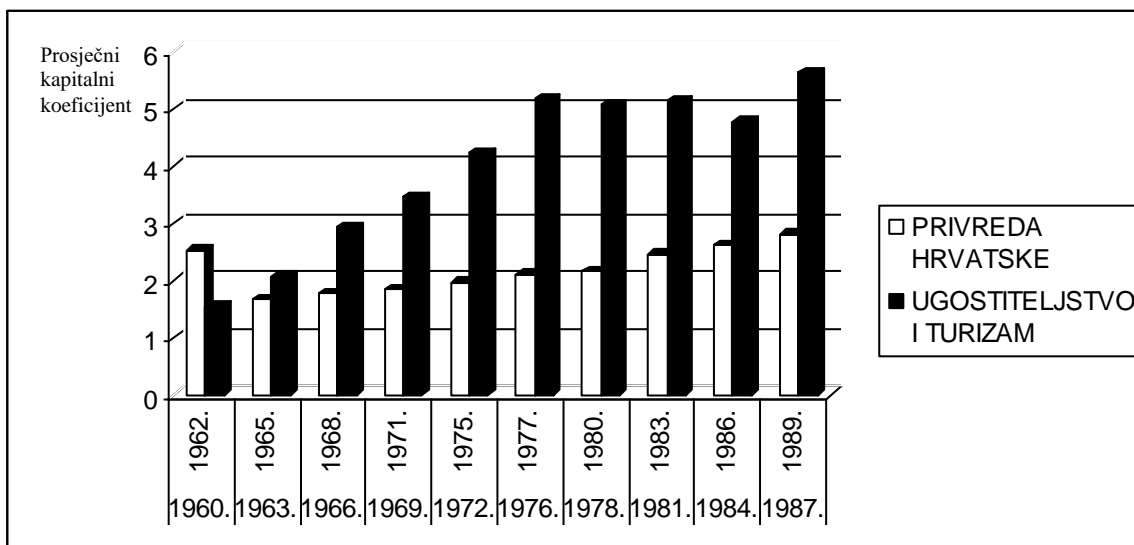
<sup>326</sup> Vidi detaljnije: Vinski I., "Uvod u analizu nacionalnog dohotka i bogatstva; Naprijed, Zagreb, 1967; str. 348-355

<sup>327</sup> Vidi detaljnije: Stojanović D., Model s prosječnim kapitalnim koeficijentom-Ekonomika Beograd, str 227-242

<sup>328</sup> Vidi detaljnije: Stipetić V., Cicvarić A., Grahovac P. – op cit. str. 245-255

nema vrijednosti investicija, ali su iste ugrađene u vrijednost fiksnog kapitala. Marginalni kapitalni koeficijent mora imati negativni predznak, ukoliko se umjesto prirasta pojavi umanjeње učinka proizvodnje. Kapitalni koeficijent se ne smije uzimati kao jedini pokazatelj efikasnosti investiranja, već se treba kombinirati s ostalim pokazateljima kao što su devizna rentabilnost, utjecaj investicija na zaposlenost, razvoj nedovoljno razvijenih područja i sl.<sup>329</sup> Kakvo nam je povijesno naslijeđe kapitala uloženog u hrvatski turizam a posebno hotelijerstvo do 1990. godine, najbolje nam govore podaci u tablicama 4.1. i 4.2.

*Grafikon 4.1: Prosječni kapitalni koeficijenti za gospodarstvo Hrvatske i za ugostiteljskoturističko gospodarstvo za period 1960-1989. (trogodišnji pomični prosjeci) - stalne cijene 1972.*



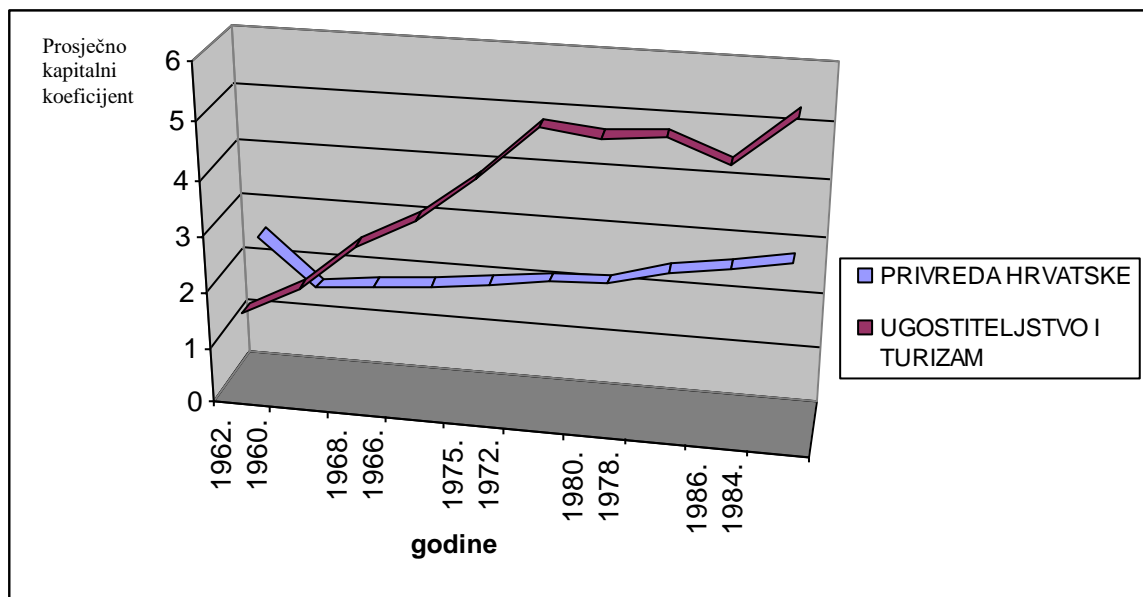
*Izvor: Izvedeno prema podacima: Blažević, B., (1995), „Ekonomske računi plasmana kapitala u hrvatsko hotelijerstvo 1960-1990.“ Hotelijerski fakultet Opatija, str. 30.*

Efikasnost osnovnih sredstava mjerena prosječnim kapitalnim koeficijentom (vidi grafikon 4.1. i 4.2.) pokazuje tendencije pogoršanja kapitalnog koeficijenta dok izrazito pogoršanje tog koeficijenta za djelatnost ugostiteljstva i turizma pokazuje visoki koeficijent neefikasnosti sredstava u odnosu na iste koeficijente u gospodarstvu Hrvatske i to u svim razdobljima.

<sup>329</sup> Ibid; str. 248

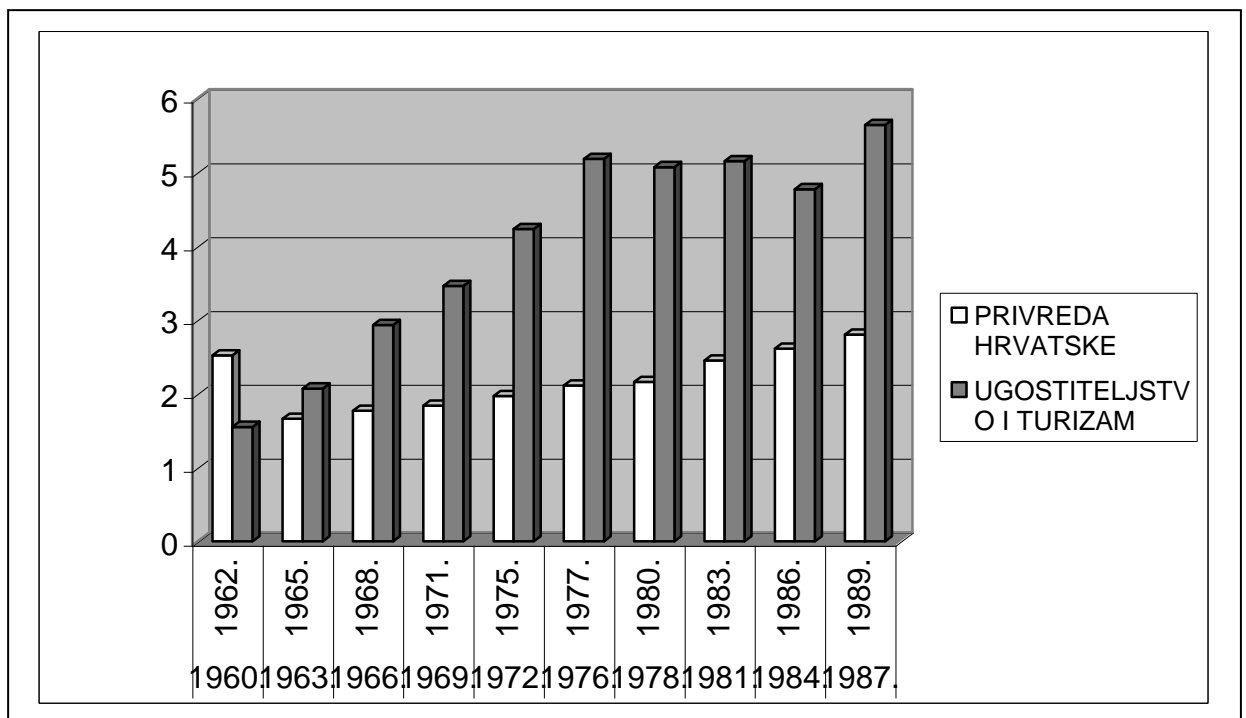


Grafikon 4.2: Kretanje prosječnog kapitalnog koeficijenta za gospodarstvo Hrvatske i ugostiteljsko – turističko gospodarstvo za period 1960.-1989.g. (cijene 1972.g.)



Izvor: Blažević, B., (1995), „Ekonomski računi plasmana kapitala u hrvatsko hotelijerstvo 1960-1990.“ Hotelijerski fakultet Opatija, str. 31.

Grafikon 4.3. Marginalni kapitalni koeficijent s pomakom od 4 godine za gospodarstvo Hrvatske i ugostiteljsko-turističko gospodarstvo u razdoblju od 1963-1986. godine (stalne cijene 1972).



Izvor: Izvedeno prema podacima: Blažević, B., (1995), „Ekonomski računi plasmana kapitala u hrvatsko hotelijerstvo 1960-1990.“ Hotelijerski fakultet Opatija, str. 30.

Marginalni kapitalni koeficijent pomaknut za 4 godine računat je kao odnos između prirasta fiksnih fondova i prirasta domaćeg proizvoda<sup>330</sup> (tj. za investicije u razdoblju 1963.-1966. godine računa se da su donijele prirast društvenog proizvoda nakon 4 godine, tj. 1967.-1970.).

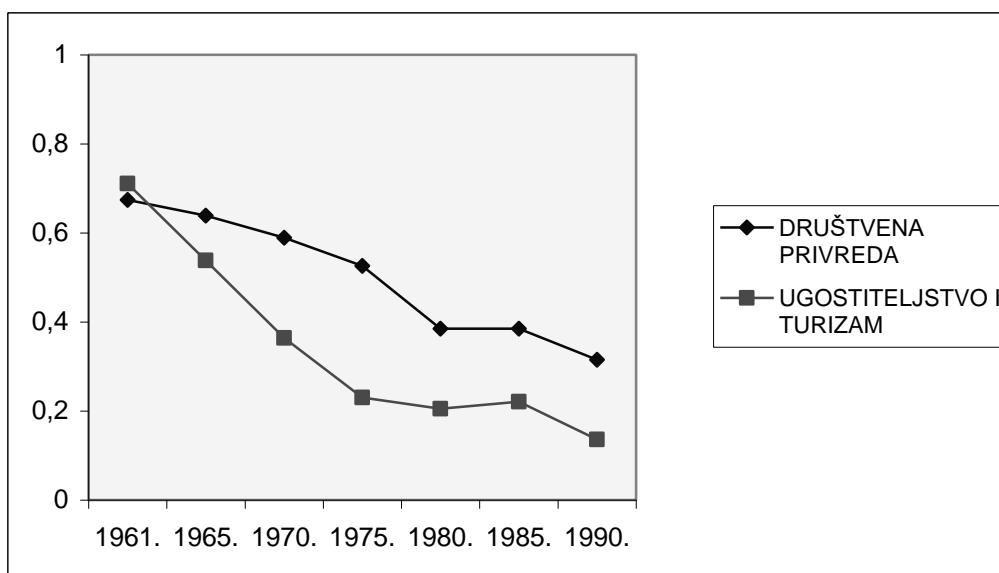
To znači da je prirastom od 2,37 jedinica (kapitala) u razdoblju 1963.-1966. godine gospodarstvo povećalo društveni proizvod za jednu jedinicu (u aktivizacijskom periodu investicije od 4 godine 1967-1970). U ugostiteljsko-turističkom gospodarstvu trebalo je za isti učinak čak 5,8 jedinice investicija, odnosno 2,5 puta više kapitala.

Vidimo da se marginalni kapitalni koeficijent pogoršava za ukupno gospodarstvo Hrvatske u svim razdobljima, dok je on za ugostiteljsko – turističko gospodarstvo lošiji u odnosu na ukupno gospodarstvo u svim razdobljima (izuzev 1979-1982. godine).

U razdoblju 1983-1986.g. marginalni pomaknuti kapitalni koeficijent je negativan, što govori da se smanjio DP u 1987-1990, unatoč povećanju kapitala u razdoblju 1983.-1986. godine.

Visoki marginalni koeficijent za ugostiteljsko-turističko gospodarstvo govori o visokoj neefikasnosti kapitala uloženog u ugostiteljstvo i turizam, kao i o neefikasnosti ukupnog kapitala uloženog u gospodarstvo Hrvatske. U ugostiteljsko turističko gospodarstvo investiralo se između 3.5 do čak 15,3 jedinica kapitala, da bi se ostvarila jedna jedinica društvenog proizvoda, odnosno, čak je u razdoblju 1983.-1986. g. ostvaren i negativan prirast DP u ugostiteljstvu i turizmu.

*Grafikon 4.4: Kretanje ponude kapitala za turističku izgradnju u odnosu na efikasnost u Hrvatskoj za razdoblje od 1960.-1990. godine*



Izvor: Blažević, B., op.cit. str. 32.

Grafikon 4.4. za razdoblje 1960-1990.g. zorno pokazuje imperfektnost ponude kapitala promatranu kroz učešće investicija turizma i ugostiteljstva u ukupnim gospodarskim

<sup>330</sup> U promatranom razdoblju izračunavao se je i iskazivao društveni proizvod a ne domaći proizvod

investicijama Hrvatske u odnosu na efikasnost investicija promatranu kroz omjer efikasnosti između ugostiteljstva i turizma i ostalog hrvatskog gospodarstva.

Iz prikazanog grafikona uočavamo četiri etape ponašanja ponude kapitala u odnosu na njegovu efikasnost.<sup>331</sup>

**I. etapa** obuhvaća razdoblje između 1960.-1970. godine kada efikasnost investicija u turizmu pada, dok ponuda kapitala odnosno učešće investicija u ugostiteljstvu i turizmu raste. Negdje 1968.-1969. godine ta razlika je najveća, odnosno učešće investicija turizma i ugostiteljstva u ukupnim investicijama doseže, 13% (1963.-1966.g. učešće je bilo 4,2%), dok je efikasnost ugostiteljstva i turizma pala od 1961.-1970. godine sa 1,05 na 0,62 tj. za 41%.

**II. etapa** obuhvaća razdoblje između 1970.-1980. godine kada efikasnost investicija turizma i ugostiteljstva pada za daljnjih 31%, (tj. od 0,62 na 0,43), dok učešće investicija turizma i ugostiteljstva u odnosu na ostalo gospodarstvo pada mnogo brže; (tj. od 13,0% na 4,8%) za čak 66%.

**III. etapa** obuhvaća razdoblje od 1980.-1985. godine koje bilježi malo poboljšanje efikasnosti investicija turizma i ugostiteljstva za 32,5% dok se učešće investicija ili ponude kapitala povećava mnogo brže, te u tom razdoblju iznosi čak 70%.

**IV. etapa** obuhvaća razdoblje od 1986.-1990. godine kada je razlika između ponude kapitala najmanja u odnosu na kretanje efikasnosti, tj. kada efikasnost ulaganja u turizam i ugostiteljstvo bilježi pad u odnosu na ostalo gospodarstvo za 24,6%, dok je ponuda kapitala također pala, ali nešto sporije, tj. za 9,6%.

U teoriji se uglavnom smatra da vrijedi sljedeće **pravilo**:

U početnim fazama rasta kapitalni se koeficijent povećava, zatim na određenom stupnju razvoja stagnira, da bi se zatim na nižoj razini razvoja i ukupne efikasnosti smanjivao, odnosno povećavala efikasnost osnovnih sredstava.

Koliko to mogu biti određeni sekularni trendovi, toliko stoji činjenica da je kretanje kapitalnih koeficijenata jedna od najsloženijih pojava u ekonomici, da objašnjenja mogu veoma često biti ovisna o specifičnim konkretnim momentima razvoja i da mogu bitno odstupati od neke opće tendencije, a da je to zapravo normalno u takovoj situaciji. To pokazuje i činjenica da je u određenom novijem razdoblju po mnogim indicijama došlo do znatnijeg pogoršanja efikasnosti sredstava i u najrazvijenijim zemljama. Međutim, to još nije dovoljno za potpunije zaključke, jer se može govoriti o razdoblju ukupnog strukturnog prilagođavanja, s dubljim unutarnjim promjenama, tehnološkim preobražajem i slično, koje i nije pogoršanje opće efikasnosti, veće priprema za njezin daljnji rast. Ocjena efikasnosti uvijek zavređuje veoma svestranu i produbljenu analizu brojnih faktora koji tek mogu objasniti kretanja u određenom razdoblju<sup>332</sup>.

Zato je i naša analiza posebno kapitalnih koeficijenata za hotelijersku djelatnost okvir u kojem se nalaze i ta objašnjenja.

Hotelska industrija kao bitan podsustav ukupnog gospodarstva, a posebno turizma, svojim djelovanjem utječe na globalni marginalni proizvodni koeficijent. Sektorska efikasnost investicija postaje ključna sa stanovišta ukupnog društveno-ekonomskog razvoja u uvjetima frigidne gospodarske strukture.

Dekomponirana stopa rasta na temelju Harrod-Domarovog modela<sup>333</sup> za koju je utvrđeno da dobro aproksimira ostvarena kretanja pokazuje da je 1/7 usporavanja stope

---

<sup>331</sup> Blažević, B., op.cit.str. 33.

<sup>332</sup> Vidi detaljnije : Stipetić V. "Ekonomska znanost i opadajuća efikasnost investicija u Jugoslaviji od šezdesetih godina na ovamo"; Ekonomski pregled br 5-6, Zagreb, 1985. godine

<sup>333</sup> Bogunović, Crkvenac, Sharma; "Osnove ekonomike narodne privrede"; NN, Zagreb, 1991, str 263

gopodarskog rasta posljedica smanjene stope investiranja, a 6/7 smanjenje efikasnosti investiranja, što se u našem slučaju upravo i dogodilo.

#### **4.1.2.2. Financijsko vrednovanje investicijskih projekata**

Realizacija projekta odvija se na tržištu, tako da se vrijednost robe i usluga izražava u novčanim, a ne naturalnim jedinicama. Zbog toga su financijska sredstva nužna za normalno odvijanje rada i usluga na tržištu. U planiranju investicijskih projekata se osim ekonomskog potencijala pojavljuje i financijski potencijal kao nužan preduvjet učinkovitog investiranja i poslovanja. Financijski potencijal podrazumijeva raspoloživa sredstva plaćanja u vijeku projekta, kao što su gotov novac, akreditivi i ostalo. Veličina financijskog potencijala ovisi o priljevu i odljevu financijskih sredstava u pojedinom razdoblju vijeka projekta, tj. ovisi o financijskim tijekovima projekta.<sup>334</sup> Planiranje financijskih tijekova ima dva temeljna cija:<sup>335</sup>

- proračun novčanih sredstava u bilanci stanja
- osiguranje likvidnosti tokom izvedbe i poslovanja projekta.

U vezi s financijskim aspektom investicijske odluke bitno je pitanje da se utvrdi financijska efikasnost investicijskih mogućnosti koja se izračunava na temelju financijskih efekata. Financijski efekti jesu novčani primici, novčani izdaci i čisti novčani tijek kao razlika primitaka i izdataka.<sup>336</sup> Primici povećavaju novčana sredstva i čine pozitivne financijske efekte, a u operativnom smislu uključuju temeljne stavke kao što su ukupan prihod, izvore financiranja i ostatak vrijednosti projekta.<sup>337</sup> Izdaci u financijskom toku projekta su oni poslovni događaji koji smanjuju financijski potencijal projekta tj. svi odljevi financijskih sredstava iz projekta, bez obzira o kojem je obliku sredstava plaćanja riječ, te bez obzira na vlasništvo nad tim sredstvima. Izdaci u financijskom tijeku projekta u operativnom smislu uključuju:<sup>338</sup>

- investicije i ostale troškove vezane na investicije
- rashode poslovanja bez amortizacije
- posebno izdvajanja za društveni standard
- poreze iz dobiti
- izdvajanja u rezerve
- obaveze prema izvorima financiranja
- dividende.

---

<sup>334</sup> Vidi detaljnije: Bendeković J. i koautori; (1993.)Planiranje.. knjiga II, op.cit.str. 154-155

<sup>335</sup> Prema:Bendeković J. i koautori; ibid str. 155

<sup>336</sup> Tepšić R, Financijska efikasnost investicijskih mogućnosti – Časopis Računovodstvo i financije – posebno izdanje Zagreb 1987. str. 1

<sup>337</sup> Vidi detaljnije: Bendeković J. i koautori – Planiranje... knjiga II op. cit. str. 156-157

<sup>338</sup> Ibid str. 158

Izdaci u financijskom tijeku projekta u razdoblju izvedbe uključuju investicijsko ulaganje, a u razdoblju poslovanja izdatke koji su potrebni da bi se poslovanje moglo odvijati<sup>339</sup>. Netto primici u financijskom toku su razlika između njegovih primitaka i izdataka, tj. radi ilustracije daje se sljedeća struktura netto primitaka u financijskom tijeku projekta:

$$NP^f = ZD_n + A_n + OV_n - TI_n + D_n + K_n - OK_n - PU_n$$

gdje je:

.  $NP^f$  = netto primici u financijskom tijeku projekta

$ZD$  = zadržana dobit

$A$  = amortizacija

$OV$  = ostatak vrijednosti projekt

$TI$  = ukupna investicija tj. investicija u fiksnu i tekuću imovinu te društveni standard

$D$  = dionički kapital

$K$  = krediti

$OK$  = otplata kredita

$PU$  = povrat uloga ulagača

$n$  = razdoblje u vijeku projekta

Mjeriti financijsku efikasnost znači staviti u računsku vezu financijske efekte tj. novčane primitke i novčane izdatke te izračunati rezultat.

Pri tome se može postupiti na jedan od dva načina:

- a) da se originalni novčani primici stave u omjer s originalnim novčanim izdacima ili
- b) da se uvaži vremenska preferencija novca pri čemu se novčani primici i izdaci uzimaju u račun u iznosima koji ovise o momentima kada su nastali.

Ovaj drugi način predstavlja ispravno mjerenje financijske efikasnosti investicijskih mogućnosti.

Četiri su osnovne metode kojima se mjeri financijska efikasnost investicijskih mogućnosti s gledišta investitora:

- 1/ Metoda čiste sadašnje vrijednosti ( Net Present Value Method);
- 2/ Metoda interne stope rentabilnosti (Internal Rate of Return);
- 3/ Anuitetska metoda (Annuity Method);
- 4/ Metoda perioda povrata (Payback Period Method).

Jedna varijanta metode čiste sadašnje vrijednosti oblikovanja je u anuitetsku metodu (Annuity Method). Također se financijska efikasnost investicijskih mogućnosti ocjenjuje Metodom perioda povrata (Payback Period Method) mada ona u svojem izvornom obliku ne uključuje u račun vremensku preferenciju novca, nego se iznosi novčanih primitaka i izdataka uzimaju kao originalne veličine.<sup>340</sup> Jedan od najvažnijih zadataka u planiranju potrebnog kapitala je procjena budućih tijekova novca projekta. Završni rezultati koje dobijemo onoliko su dobri, koliko je dobra naša procjena. Investicijska odluka će biti ili prihvaćanje ili odbacivanje prijedloga.

<sup>339</sup> Potrebno je ovdje razlikovati troškove kao užu pojam ( od rashoda) koji predstavljaju vrijednost sredstava i radne snage utrošenih u proizvodnom procesu, dok su rashodi obračunska kategorija i predmetom su bilanciranja. Između prihoda i primitaka te rashoda i izdataka postoji vremenska nepodudarnost.

<sup>340</sup> Tepšić R. – Financijska efikasnost ...op.cit.str.6

## Metode procjene

Od spomenute četiri metode, jednostavne metode financijskog vrednovanja su više aproksimativne metode za određivanje ekonomske vrijednosti projekta. Tu spadaju "Metoda perioda plaćanja unazad" i "Obična stopa povrata". One ne promatraju čitav životni vijek projekta već samo kratak period od jedne godine. Godišnji podaci uzeti su sa stvarnom, a ne sa diskontiranom vrijednošću<sup>341</sup>.

Prosječna stopa povrata je metoda financijskog vrednovanja koja predstavlja omjer prosječnog godišnjeg profita nakon oporezivanja i investicije u projekt. Ona se definira kao prosječna godišnja knjigovodstvena zarada (za određeni period npr. 5 god) u odnosu na početno ulaganje u projekt. Osnovni nedostaci ove metode su što se zasniva na obračunskom prihodu, a ne na tijekovima novca i što izostavlja iz obračuna vremenska razgraničenja primitaka i izdataka novca. Vremenska vrijednost novca se ne uzima u obzir: koristi u posljednjoj godini isto su vrednovane kao i koristi u prvoj godini<sup>342</sup>.

Metoda razdoblja povrata govori nam o broju godina koje su potrebne da se nadoknadi početno novčano ulaganje. To je omjer početnog ulaganja i godišnjih primitaka u razdoblju povrata. Metoda razdoblja povrata se upotrebljava najčešće kao nadopuna ostalim složenijim metodama.

Netto sadašnja vrijednost (NPV) je metoda financijskog vrednovanja investicije kojoj sam naziv kaže, da sve tijekove novca diskontiramo na sadašnju vrijednost, koristeći traženu stopu povrata. To je razlika između diskontiranih čistih novčanih primitaka u svim godinama efektuiranja i iznosa početnog investicijskog ulaganja. Netto sadašnje vrijednosti za pojedine godine života projekta treba zbrojiti da bi se dobila NPV. Bitna karakteristika metode netto sadašnje vrijednosti jest da uzima u obzir vremensku vrijednost novca, što znači da se više preferira jedna kuna danas nego jedna kuna nakon jedne, dvije, tri i više godina. Netto sadašnja vrijednost za investicijski prijedlog glasi:<sup>343</sup>

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{NPt}{(1+k)^t} - I$$

- . NPV = netto sadašnja vrijednost
- . k = diskontna stopa
- . NPt = netto primici (primici minus izdaci u svakoj t godini)
- . t = vrijeme
- . I = uloženi investicijski iznos

Ako je zbroj ovih diskontiranih tješkova novca nula ili više, prijedlog se prihvaća; ako je zbroj manji od nule prijedlog se odbacuje.

Diskontna stopa, tj. stopa po kojoj je ulagač voljan uložiti novčana sredstva u investicijsku mogućnost, treba biti jednaka stvarnoj kamatnoj stopi, za dugoročne kredite na tržištu kapitala, ili kamatnoj stopi koju plaća zajmotražilac. To treba biti minimalna stopa povrata ispod koje investitor smatra da mu se investicija ne isplati. Diskontirano razdoblje treba biti jednako životnom vijeku projekta.<sup>344</sup> Ako je NPV pozitivan, profitabilnost

<sup>341</sup> James C. Van Home: Financijsko upravljanje i politika – IX izdanje – Mate d.o.o. Zagreb 1993. str. 143-144

<sup>342</sup> Vidi detaljnije: James C. Van Home: Financijsko upravljanje op.cit.str. 144, Priručnik UNIDO, op.cit.str.140-142, Tepšić R. Financijska efikasnost... op.cit.str. 6-9; Behrens R. – Havranek P.M – Manual for... op.cit.str. 286-289

<sup>343</sup> Vidi: Tepšić R, op.cit.str. 10, te James C.Van Home op.cit.str. 146

<sup>344</sup> Vidi: Priručnik UNIDO – op.cit.str. 137

investicije je iznad granične diskontne stope. Ukoliko je NPV negativan, profitabilnost je ispod granične diskontne stope i projekat treba odbaciti.

Ako treba izabrati jednu od nekoliko mogućih alternativa projekta, najpovoljniji je projekat sa najvećom NPV. Uz ovo je potreban još neki argument, pošto je NPV samo pokazatelj pozitivnog neto gotovinskog tijeka ili neto korisnosti projekta. U slučajevima kada postoje dvije ili više alternativa, dobro je znati kolika je investicija potrebna da se postigne taj pozitivni NPV. Odnos između NPV i potrebne sadašnje vrijednosti investicije (PVI) zove se odnos neto sadašnje vrijednosti (NPVR) i daje diskontiranu stopu povrata. Treba se koristiti kod usporedbe alternativnih projekata.

Formula glasi:<sup>345</sup>

$$\text{NPVR} = \frac{\text{NPV}}{\text{PVI}}$$

Ako period gradnje nije veći od jedne godine vrijednost investicije ne treba diskontirati. Kod alternativnih projekata treba izabrati onaj koji ima najviši NPVR. Prednost NPV je u tome što uzima u obzir čitav životni vijek projekta uz vremensko vrednovanje novca dok su slabe strane teškoće u izboru odgovarajuće diskontne stope i činjenica da NPV ne pokazuje točnu stopu profitabilnosti projekta.

Interna stopa povrata (IRR) je diskontna stopa koja izjednačava sadašnju vrijednost očekivanih izdataka sa sadašnjom vrijednošću očekivanih primitaka. Drugim riječima to je stopa kod koje je sadašnja vrijednost prihoda od projekta jednaka sadašnjoj vrijednosti investicija, a neto sadašnja vrijednost je nula. Postupak za izračunavanje IRR je isti kao kod izračunavanja NPV. Metoda "interne stope rentabilnosti"<sup>346</sup> se svodi na utvrđivanje diskontne stope (tj. interne stope rentabilnosti) koja će izjednačiti neto novčane primitke u cijelom vijeku investicije (ili čisti novčani tok) sa uloženim novčanim sredstvima u investicijsku mogućnost.

To se može izraziti formulom:

$$I = \sum_{t=1}^n \frac{\text{NP}_t}{(1 + R_r)^t}$$

gdje **I** označava investicioni iznos; NP su neto primici novčanih sredstava u svakoj (t-toj) godini; t je broj perioda (godina) u kojima će investicije davati efekte; R<sub>r</sub> je interna stopa rentabilnosti. Nepoznanica u jednadžbi jeste R<sub>r</sub>, a izračunava se rješenjem jednadžbe.

Prednosti ove metode su u tome što uzima u obzir cjelokupno vrijeme efektuiranja investicije i što uključuje vremensko vrednovanje novca. Veličina interne stope rentabilnosti ovisi o veličini iznosa čistih novčanih godišnjih primitaka, o dinamici njihova pritjecanja o broju perioda, godina u kojima će investicije davati efekte, i o visini investicijskog iznosa.

Interna stopa rentabilnosti bit će to veća što je apsolutna veličina čistih primitaka veća, što su ti primici po dinamici i veličini bliži sadašnjosti, što je vrijeme efektuiranja investicije duže i što je manji iznos uloženih novčanih sredstava.

---

<sup>345</sup> Vidi: Ibid str. 138

<sup>346</sup> Izraz "interna stopa rentabilnosti" prvi je uveo Boulding K... "The Theory of a Single Investment" Quarterly Journal of Economics, maj 1935, p.p. 475-494 (prema: Tepšić R.-Financijska efikasnost, op cit.str. 15)

Najveća slabost ove metode je u tome što je postupak izračunavanja dosta složen, jer najprije treba odrediti diskontnu stopu, koja će brojčano približiti buduće čiste primitke s iznosom ulaganja.

Pri tome u pravilu nastaje razlika između sadašnje vrijednosti budućih primitaka i iznosa ulaganja, pa postupak traženja "prave" diskontne stope treba ponavljati ("iterirati") sve dok se ona ne nađe.

Predložena investicija je prihvatljiva ukoliko je IRR veći od granične stope, koja je najniža investicijska stopa prihvatljiva za investicijsko ulaganje. Ukoliko treba birati između nekoliko alternativa, treba izabrati projekat s najvišom IRR.

#### **4.1.2.2.1. Financijsko vrednovanje u uvjetima neizvjesnosti**

Investicijske odluke vezane su za mnoge političke i socijalne aspekte, kao i za promjene u tehnologiji, cijenama i produktivnosti što ih čini neizvjesnim u budućnosti.

Rizik koji se tu javlja može se definirati kao "mogućnost i određeni stupanj vjerovatnoće nastupanja nekog događaja ili radnje sa nepovoljnim posljedicama"<sup>347</sup>

Investicijski se projekat po svojoj logici odnosi na budućnost, a kako budućnost nije u potpunosti predviđena, planiranje investicijskih projekata, a time i ocjena odvija se u uvjetima neizvjesnosti. Kako je nemoguće u takvom poslu planiranja eliminirati greške, već se nastoje one minimizirati, uzroci neizvjesnosti mogu biti u samom projektu ili mogu biti vanjski uzroci neizvjesnosti, na koje donosilac investicijske odluke nema odlučujući utjecaj. To se odnosi na promjene odnosa ponude i potražnje na tržištu, mjere ekonomske politike, tehnološki napredak, privredna kretanja. Neizvjesnost je nemoguće sagledati i na razini investicijskog projekta. Analitičaru stoje na raspolaganju u tom pogledu različite metode. Za ocjenu neizvjesnosti se najčešće upotrebljavaju metode praga rentabilnosti projekta i analize osjetljivosti projekta.<sup>348</sup> U UNIDO priručniku za pripremu industrijskih studija izvodljivosti<sup>349</sup> su tri etape analize neizvjesnosti. To su analiza kritične točke, analiza osjetljivosti i analiza vjerovatnoće. Metoda praga rentabilnosti projekta koristi se podacima samo iz reprezentativne godine vijeka projekta, pa je po logici stvari statična.

Pod pragom rentabilnosti projekta podrazumijevamo minimalno prihvatljivu prodajnu cijenu ili minimalni opseg proizvodnje u budućnosti, pri čemu je projekt još u stanju podmirivati svoje obaveze. Prag rentabilnosti projekta može se izraziti u fizičkim jedinicama kao minimalno prihvatljiv opseg proizvodnje, te u vrijednosnim jedinicama kao minimalno prihvatljiva prodajna cijena projekta.

Prag rentabilnosti projekta izražen u minimalno prihvatljivom opsegu proizvodnje određuje se prema izrazu:

$$G_{\min} = \frac{SI}{J - \frac{PI}{G}}$$

---

<sup>347</sup> Ekonomski leksikon-Savremena administracija-Beograd 1975.; str. 1183.

<sup>348</sup> Bendeković J. i koautori: Planiranje investicijskih projekata knjiga III – Ekonomski institut Zagreb 1993.

str.13

<sup>349</sup> Priručnik UNIDO op.cit.str.146.



gdje je:  $G_{\min}$  = minimalno prihvatljivi opseg proizvodnje izražen u fizičkim veličinama

. SI = stalni troškovi proizvodnje

. PI = promjenjivi troškovi proizvodnje

. J = jedinična prodajna cijena proizvodnje

. G = planirani opseg proizvodnje izražen u fizičkim jedinicama

Prag rentabilnosti projekta izražen u minimalno prihvatljivo prodajnoj jediničnoj cijeni određuje se prema izrazu:

$$J_{\min} = \frac{PI + SI}{G}$$

gdje je  $J_{\min}$ -minimalno prihvatljivo jedinična prodajna cijena, dok ostali simboli imaju isto značenje kao u gornjem izrazu.

Minimalno prihvatljivi opseg proizvodnje i minimalno prihvatljivu jediničnu cijenu potrebno je usporediti s očekivanjima, te ocijeniti da li postoji vjerojatnost da će opseg proizvodnje stvarno pasti na razinu  $G_{\min}$  i da će prodajna cijena biti  $J_{\min}$ .

Druga metoda predstavlja dinamičan pristup ocjene neizvjesnosti. To je analiza osjetljivosti projekta koja ima za cilj da procijeni prihvatljivost projekta, ukoliko vrijednost kritičnih parametara projekta bude drukčija nego što je to planirano u tijeku dosadašnje analize<sup>350</sup>.

Osnovna značajka analize osjetljivosti je da ona mjeri posljedice pretpostavljenih promjena vrijednosti kritičnih parametara, ali ne ukazuje na to koja je vjerojatnost da će do tih promjena i doći. To bi se postiglo primjenom analize vjerojatnosti. Ukoliko se primjeni analiza vjerojatnosti proračuni postaju u znatnoj mjeri složeniji, pošto je za svaki procijenjeni parametar potrebno izračunati nekoliko vrijednosti.

Analiza kritične točke određuje kritičnu točku (KT), kod koje je prihod od prodaje jednak troškovima proizvodnje. Kritičnu točku moguće je također definirati brojem proizvedenih fizičkih jedinica ili nivoom korištenja kapaciteta kod kojeg se prihod od prodaje i troškovi proizvodnje poklapaju. Ako obilježimo obim proizvodnje (prodaje) sa  $x$ , sa  $y$  vrijednost prodaje, (proizvodni troškovi) fiksne troškove sa  $F$ , jediničnu cijenu prodaje sa  $p$  i varijabilne jedinične troškove sa  $v$  dobit ćemo slijedeće algebarske izraze:

- Jednadžbu za prodaju  $y = px$

- Jednadžbu za proizvodne troškove  $y = vx + F$

prema tome:  $px = vx + F$

$$x = \frac{F}{p - v}$$

U ovim jednadžbama kritična točka je određena odnosom između troškova i razlike jediničnih prodajnih cijena i varijabilnih jediničnih troškova.

Može se zaključiti:

- visoka kritična točka nije dobra pošto ukazuje da je poduzeće osjetljivo na promjene na nivou proizvodnje (prodaje)

- ako su viši fiksni troškovi kritična točka je viša.

Ako je veća razlika između jediničnih cijena prodaje i varijabilnih operativnih troškova, niža je kritična točka. U tom slučaju se ukupni fiksni troškovi apsorbiraju mnogo brže pomoću razlike između jediničnih cijena prodaje i varijabilnih jediničnih troškova.

<sup>350</sup> Vidi detaljnije: Bendeković, J., "Planiranje investicijskih projekata" – knjiga II str. 225

Analiza kritične točke olakšava analizu osjetljivosti uz pomoć slijedeće modificirane jednadžbe koja se koristi za proračun stupnja korištenja kapaciteta na kritičnoj točki:

$$KT = \frac{F}{r - v}$$

gdje su F i v definirani ranije, a r je prihod od prodaje pri punom kapacitetu.

Grafički se kritična točka može odrediti na osnovi dvije jednadžbe:

$$y = px \quad \text{i} \quad y = vx + F$$

#### **4.1.2.2.2. Nacionalno-ekonomsko vrednovanje**

Do sada smo se bavili isključivo ocjenom rentabilnosti projekta s gledišta projekta i cilj je bio procjena kretanja imovine projekta tijekom njegova vijeka.

Međutim projekt ima utjecaj i na narodno gospodarstvo u cjelini. S toga je potrebno izraditi ekonomsku ocjenu s gledišta gospodarstva da bi se procjenio njegov učinak na akumulaciju u gospodarstvu, odnosno izraditi ocjenu društvene rentabilnosti projekta<sup>351</sup>.

Utjecaj projekta na gospodarstvo iskazuje se kao troškovi i koristi projekta. Prihodi i rashodi projekta u tržišnoj ocjeni su lako uočljivi, jer se oni izražavaju u novcu, međutim koristi i troškovi s gledišta društva su manje uočljivi jer mogu i ne moraju biti predmet razmjene na tržištu. Ocjena društvene rentabilnosti projekta složen je posao, koji se odvija postupno.

U literaturi se navode sljedeći koraci ove ocjene<sup>352</sup>

- identifikacija koristi i troškova projekta,
- vrednovanje koristi i troškova projekta
- izjednačavanje domaćih cijena i stranih cijena
- primjena investicijskih kriterija

Cilj identifikacije koristi i troškova projekta je saznanje koje koristi i koje troškove treba uključiti u analizu. Koristi se mogu definirati kao pozitivni učinci projekta na ciljeve razvoja, te s gledišta društva predstavljaju ukupne outpute. Razlikuju se primarne ili izvorne koristi (koje imaju potrošači proizvoda ili usluga) i sekundarne ili neizravne koristi (koje indirektno proistječu iz primarne koristi nekog projekta). Najteže je ocijeniti tzv. nemjerljive koristi koje se ne mogu kupiti ili prodati niti se njihova vrijednost može odrediti pomoću cijena proizvoda.

Kako je mjerenje takvih koristi vrlo teško ili nemoguće, one se ne uzimaju u obzir tijekom analize, već se njihova procjena svodi u konačnici na to da li su one pretežno pozitivne ili ne.

Troškovi projekta podrazumijevaju sve njegove negativne učinke na ciljeve razvoja, te su oni ukupan input nekog projekta s gledišta društva. I oni se dalje raščlanjuju da bi se mogli lakše identificirati<sup>353</sup>.

Uređivanje koristi i troškova u okviru društveno-ekonomske ocjene podrazumijeva njihovo vrednovanje s gledišta društva jer se razlikuje i rentabilnost s gledišta društva u

---

<sup>351</sup> Ovaj rad nema zadatak da sagledava društvenu rentabilnost projekta, već da samo ukaže na nju. Iz tog razloga neće se ulaziti u veću elaboraciju ekonomsko nacionalnog vrednovanja

<sup>352</sup> Bendeković J, i koautori: Planiranje investicijskih... knjiga III, op.cit.str.47

<sup>353</sup> Vidi detaljnije: Ibid., str. 94-121

odnosu na rentabilnost s gledišta projekta. Vrednovanje outputa i inputa projekta potrebno je iz razloga, budući da njihove tržišne cijene ne odražavaju dovoljno dobro granične društvene proizvodne inpute i granične društvene vrijednosti korištenja outputa projekta, tj. ne odražavaju njihove oportunitetne troškove s gledišta društva.

Rentabilnost s gledišta projekta i rentabilnost s gledišta društva bile bi jednake jedino uz uvjet da tržišne cijene potpuno odražavaju granični društveni trošak proizvodnje inputa projekta i graničnu društvenu vrijednost korištenja outputa projekta.

Investicijska odluka donešena na osnovu takvih cijena osigurala bi najučinkovitiju alokaciju resursa u nacionalnom gospodarstvu, te tada vrednovanje inputa i outputa s gledišta društva ne bi bilo ni potrebno.

Zbog toga se u razvijenim tržišnim gospodarstvima, gdje tržište djeluje učinkovito, investicijske odluke temelje samo na tržišnim ocjenama projekta, a tek izuzetno na društveno-ekonomskim ocjenama i to uglavnom radi analize utjecaja projekta na okoliš.

To znači da važnost vrednovanja inputa i outputa s gledišta društva postaje to manji, što tržište djeluje učinkovitije<sup>354</sup>.

Za usaglašavanje domaćih i stranih cijena mogu se primijeniti dva pristupa. Prvi je pristup da se sve vrijednosti izraze po cijenama na domaćem tržištu. To se postiže primjenom obračunske cijene stranih sredstava plaćanja, koja vrijednost razmjenjivih proizvoda pretvara u njihovu protuvrijednost u cijenama na domaćem tržištu.

Drugi je pristup da se sve vrijednosti izraze po cijenama na nacionalnoj granici. To se postiže primjenom konverzijskih faktora, koji vrijednost zemljišta, rada i ostalih nerazmjenjivih proizvoda u domaćim cijenama pretvaraju u njihovu protuvrijednost u cijenama na nacionalnoj granici. Konverzijski faktor nekog proizvoda se može definirati kao omjer između njegove cijene na nacionalnoj granici i njegove cijene na domaćem tržištu.<sup>355</sup>

Važno je istaći da se pri ocjeni društvene rentabilnosti ili u ekonomskoj ocjeni s gledišta društva primjenjuju iste metode kao i u ekonomskoj ocjeni s gledišta projekta tj. metoda društvene netto sadašnje vrijednosti kao i metoda društvene interne stope rentabilnosti.<sup>356</sup>

Dodatni su kriteriji, kojima se ocjenjuje projekt<sup>357</sup>:

- učinak projekta na zaposlenost u zemlji
- na platnu bilancu
- pokazatelj rentabilnosti projekta na stranom tržištu
- učinak na iskorištenje slobodnih kapaciteta
- učinak na pojavu novih kapaciteta
- utjecaj na tehničko-tehnološku razinu društva
- utjecaj projekta na regionalni razvoj
- utjecaj na radnu i životnu okolinu
- utjecaj na ekonomsku i vojno stratešku neovisnost
- sociološki aspekt – kvalitet života i zdravlje ljudi

Prema tome, ocjena društvene rentabilnosti ili ekonomska ocjena s gledišta društva<sup>358</sup> sagledava učinak projekta na stvaranje društvene akumulacije, a mjera vrijednosti bila je doprinos projekta povećanju nacionalnog dohotka izraženog u cijenama na stranom tržištu. Ako su koristi projekta bile veće od njegovih troškova, projekat je prihvatljiv s gledišta društva. Ukoliko su njegovi troškovi bili veći od koristi tada je projekt djelovao na smanjenje nacionalnog dohotka i za društvo nije bio prihvatljiv.

---

<sup>354</sup> Vidi detaljnije: Bendeković, J., "Planiranje investicijskih projekata", knjiga III, op.cit.str. 59-94

<sup>355</sup> Vidi detaljnije: Ibid., str. 94-121

<sup>356</sup> Vidi: Ibid; str. 122-125

<sup>357</sup> Vidi: Ibid str. 122-136

<sup>358</sup> Vidi navode pulikacije vezane na nacionalno ekonomsko vrednovanje u UNIDO priručniku – op.cit.str. 151

#### 4.1.2.2.3. Cost-benefit<sup>359</sup> analiza u turizmu

U sklopu metoda utvrđivanja društvene rentabilnosti odnosno opravanosti ulaganja u turizam sve se više upotrebljava tzv. cost-benefit analiza. Ne postoji unificirani model cost-benefit analize za turizam. Budući da cost-benefit analiza prikazuje društvenu rentabilnost nekog investicijskog projekta, cost-benefit analiza nužno ima makroekonomski pristup. Analiza troškova i koristi (učinaka; prihoda) vodi se u stalnim cijenama. Polazi se od pretpostavke da je netko spreman sada uložiti npr. 1\$, ali samo onda ako mu se nakon godinu dana vrati barem  $1\$ + i$  ( $i$  označuje godišnje umanjene vrijednosti novca). Drugim riječima, troškove i korist (cost i benefit) treba svesti na sadašnju vrijednost (tj. na moment kada se ulazi u investiciju) koja kao zajednički nazivnik omogućuje matematički odgovor o rentabilnosti investicije. To svođenje na sadašnju čistu vrijednost (net present value) izračunava se pomoću ovih formula:

$$B = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+i)^t}$$

$$C = \sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+i)^t}$$

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}$$

- B = sadašnja vrijednost koristi
- i = stopa pada vrijednosti novca
- t = broj godina u kojima se realiziraju koristi i troškovi (tj. nakon što je investicija završena i počela eksploatacija objekta).
- C = sadašnja vrijednost troškova
- NPV = sadašnja čista vrijednost (korist)

Veliki problem je utvrditi stopu obezvrijeđenja novca. Obično se za to uzima kamatna stopa za koju se daje državna garancija na duži rok. U suštini, cost-benefit analiza mora odgovarati na pitanje: za turizam ili bez turizma, tj. ako se prihvati ponuđeni razvojni projekt – koje su koristi od njega za razvoj određene regije ili društva u odnosu prema mogućem razvojnom konceptu bez tog razvojnog programa. Daljnji problem je definiranje prostora za koji se vrši kalkulacija. Kako je obično prilično teško odrediti prostor na kojem djeluju efekti turističkih investicija, proračun se najčešće vrši za cijelu regiju (državu) i za društvo u cjelini. Prema tome nastoje se uočiti svi društveno-ekonomski efekti budućeg razvojnog programa. Cicvarić prema Vanhoveu daje ovu shemu cost-benefit analize<sup>360</sup>:

#### I Benefits (Koristi) B

B1 Prihod od javnog i privatnog - potrošnja turista za smještaj, hranu, zabavu,

<sup>359</sup> Cost (trošak); benefit (korist; učinak; prihod).

<sup>360</sup> Cicvarić, A., op.cit. str. 104 -105.

sektora	suvenire itd.
B2 Neplaćeno zadovoljavanje nekih potreba	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pojačan propagandni efekt, tj. povećanje turističke prepoznatljivosti mjesta, regije i sl.</li> <li>- povoljan utjecaj na internu likvidnost i platnu bilancu</li> <li>- povećana vrijednost nekretnina</li> </ul>
B3 Mogućnost formiranja većih cijena	<ul style="list-style-type: none"> <li>- turisti su skloni podmiriti i veće cijene jer raspolažu tzv. potrošačkim viškom (potrošački višak je razlika na transportnim troškovima između najudaljenijeg i najbližeg turističkog posjetioca).</li> </ul>
<b>II Costs (Troškovi) C</b>	
C1 Troškovi infrastrukture	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ukupni troškovi infrastrukture</li> </ul>
C2 Tekući troškovi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- troškovi javnog i privatnog sektora za izvršenje turističkog programa</li> <li>- troškovi propagande i informativne službe.</li> </ul>
C3 Neplaćeno korištenje produktivnih faktora	<ul style="list-style-type: none"> <li>- onečišćenje zraka, onečišćavanje vode, destrukcija prirodnih ljepota i sl.</li> </ul>
C4 Umanjeno plaćanje faktora proizvodnje	<ul style="list-style-type: none"> <li>- umanjena cijena za eksproprijaciju zemlje</li> <li>- umanjeno plaćanje radne snage (jer je često turizam jedina mogućnost zaposlenja).</li> </ul>

Ovi glavni efekti turističkog razvoja projekta treba da se nadopunjuju tzv. indirektnim efektima, tj. onim efektima koje turizam stvara u konkurentnim i komplementarnim sektorima. Često puta upravo s indirektnim efektima opravdavamo učinjenu investiciju. Vanhove zaključuje da je vrlo teško načiniti jednu sveobuhvatnu cost-benefit analizu. Teško ćemo moći komparirati turistički projekt s nekim drugim ekonomskim varijantama (npr. u poljoprivredi, industriji, građevinarstvu i sl.). U najboljem slučaju dolazi u obzir komparacija više turističkih mogućnosti. Ipak, iako se ne mogu provesti točne kvantifikacije, često će biti dovoljno da kombiniramo dostupna izračunavanja s deskriptivnim analizama. To može biti značajna orijentacija u investicijskoj politici (vlade).

Kao benefit mogu se uzimati svi prihodi koji se mogu ostvarivati od izgradnje i eksploatacije turističkog programa. Tu ulaze sve plaće, profiti, kamate, rente te porezni prihodi države (lokalni, regionalni i državni). Nadalje, benefit treba dijeliti na direktne efekte, porezne prihode države i indirektne efekte. Direktne efekti ostvaruju se izgradnjom i eksploatacijom samog hotela i njegovih pratećih objekta. Indirektni efekti jesu:

- a) individualni – benefit komplementarnih poduzeća (npr. saobraćajna poduzeća, moteli, pumpne stanice, mehaničke radionice, razne trgovine suvenira i slično, restorani itd.).
- b) sekundarni – benefit u poljoprivredi, industriji, zanatstvu, građevinarstvu itd.

Često puta su indirektni efekti veći od direktnih, što bitno utječe na investicijsku odluku. Kao „cost“ ovdje se uzima sadašnje stanje na potencijalnom području izgradnje, tj. to je stanje kada bi se ostalo bez predviđene turističke izgradnje.

Kad se podijeli konačni benefit sa cost dobije se stopa koristi od turističkog razvojnog projekta koja se može komparirati s eventualnim drugim alternativnim projektima.

Vrlo je poučan primjer za Hrvatsku i njezine regije i turističke destinacije izračuna jedne cost-benefit analiza za Redwood nacionalni park u SAD-u koja je pokazala je da bi razvoj industrije u periodu od 1968-1973. godine u tom parku više povećao zaposlenost i

dohotke nego razvoj turizma. Međutim, ako se analiza produži i do 1983. godine, onda se vidi da je bolje razvijati turizam nego industriju.<sup>361</sup>

Pojedini autori tvrde da u cost-benefit analizi nije važno samo maksimiranje profita nego *maksimiranje blagostanja*.

Kaspar i Schmidhauser<sup>362</sup> preporučivali su metodu cost-benefit analize u srednjoročnom i dugoročnom planiranju. Poteškoće koje se pri tome javljaju jesu u tome što prirodna dobra treba vrijednosno izraziti. Nadalje, oni smatraju da u analizi treba obuhvatiti tzv. javne (društvene) troškove, kao npr. za oštećenje zdravlja, onečišćenje zraka, vode, odstranjenje buke, za prometne nezgode. Ako se sve to uzme u obzir, turizam će imati značajnih prednosti pred investicijama u druge mogućnosti.

Vrlo je poučan primjer prema Cicvariću, dr Nenad Gvozdanović<sup>363</sup>, koji je računao da je prihod od kampiranja u šumama Dalmacije veći oko 270 puta od klasičnog gospodarenja šumama.

Peter Sadler i Brian Archer<sup>364</sup> smatraju da cost-benefit analiza mora obuhvatiti: 1. efekte u vanjskotrgovinskoj bilanci, 2. dohodovne efekte, 3. zaposlenost, 4. infrastrukturne odnose, 5. utjecaj turizma na lokalne cijene, 6. ekonomsku zavisnost turizma (ekonomska nesigurnost zbog velike cjenovne i dohodovne elastičnosti u turizmu, osjetljivost na političke događaje i sl.), 7. prostorne i ekološke efekte, i 8. socijalne i psihološke rezultate turizma.

Iz prikazanog proizlazi da se ne može odrediti unificirani model cost-benefit analize, iako je potreba za takvim utvrđivanjem društvenog rentabiliteta turizma upravo izrazita. Sigurno je da će se ispoljavati različite specifičnosti s obzirom na to radi li se o mikro ili o makroprojektu, za koju regiju se odnosi, na koju vremensku dimenziju, o kojoj vrsti mikroprojekta i sl. Tako bi, na primjer, pod koristima (benefitom) trebalo obuhvatiti ove koristi.<sup>365</sup>

#### *Direktni efekti:*

- prihodi od izgradnje i eksploatacije turističkih objekata ugostiteljstva, trgovine, prometa, zanatstva i drugih objekata koji formiraju primarno turističko tržište
- prihodi od ranih poreza i taksa
- povećanje direktne zaposlenosti
- uključivanje u međunarodnu podjelu rada pod vrlo povoljnim uvjetima (izvoz i utjecaj na platnu bilancu)
- razvoj gospodarski nedovoljno razvijenih područja kao razvojna varijanta
- podizanje životnog standarda rezidencijalnog stanovništva.

#### *Indirektni efekti:*

- prihodi u poljoprivredi, industriji, građevinarstvu, prometu, tj na sekundarnom turističkom tržištu (multiplikativni efekti)
- povećanje indirektno zaposlenosti
- povećanje vrijednosti zemljišta te estetske vrijednosti mjesta, regije i zemlje
- ekonomska valorizacija prirodnih resursa i kulturno-historijskog nasljeđa (konverzijska funkcija turizma)
- proširenje tržišta na turističkom i neturističkom području

---

<sup>361</sup> Ibid., str. 106.

<sup>362</sup> Kaspar, C., – Schmidhauser, H.P. (1970),: *Betrachtungen zur Cost-Benefit-Analyse und ihrer Anwendbarkeit im Fremdenverkehr*, Revue de tourisme, No 4, Berne 1970, str. 135-137. , prema Cicvariću, A., op. cit str. 107.

<sup>363</sup> Gvozdanović, N.,(1967),: *Mototurizam i problemi koje izaziva s posebnom obradom problematike auto-saobraćaja u većim naseljima i na otocima*, Ekonomski institut, Split 1967, str. 89., prema Cicvariću, a., op. cit. str. 107.

<sup>364</sup>Sadler, P., – Archer, B. (1974),, *The economic impact of tourism in developing countries*, University College of North Wales, angor 1974, str. 3.prema Cicvariću, A., op.cit. str. 107.

<sup>365</sup> Cicvariću, A., op.cit. str. 8.

- povećanje zdravlja i produktivnosti radnih ljudi
- proširenje kulturnog i obrazovnog horizonta stanovništva
- smanjenje društvenih napetosti i jačanje političke funkcije turizma (doprinos miru, odgoj mladih ljudi itd.).

*Indirektni troškovi i negativni utjecaji:*

- troškovi proizvodnje u djelatnostima sekundarnog turističkog tržišta, onečišćavanje čovjekove okoline, tj. eksterne dizekonomije uzrokovane masovnom turističkom eksploatacijom (uništavanje parkova i šuma, kulturno-povijesnih spomenika, zagađivanje mora, rijeka i sl.)
- povećanje cijena na turističkom području i ugrožavanje životnog standarda rezidencijalnog stanovništva
- loši socijalni utjecaji miješanja ljudi raznih profesija, naobrazbe, morala i sl. (razvoj kriminala, prostitucije, rasipničkog ponašanja, kockanja, frustracija kod domaćeg stanovništva zbog nemogućnosti materijalnog i duhovnog dostizanja došljaka itd.).

#### **4.1.2.3. Financijska efikasnost investicijskih mogućnosti**

U vezi s financijskim aspektom investicijske odluke bitno je pitanje da se utvrdi "financijska efikasnost" investicijske mogućnosti koja se izračunava na temelju financijskih efekata. Financijski efekti jesu novčani primici, novčani izdaci i čisti novčani tijek (čisti novčani primici ili čisti novčani izdaci) kao razlika primitaka i izdataka.

Najveća kvaliteta metoda ocjene financijske efikasnosti investicijskih mogućnosti jest ta što uzimaju u račun vremensku preferenciju novca. U skladu s tim aspektom prednost se daje onim investicijskim mogućnostima iz kojih će se vratiti investirana novčana sredstva najviše uvećana u najkraćem vremenskom razdoblju. Bez sumnje je da se tako dinamizira gospodarska, posebno investicijska aktivnost što može imati veliko značenje za gospodarstvo u koje se uložena financijska sredstva vraćaju u relativno dugom vremenskom roku.

Novčani primici ostvaruju se prodajom i naplatom potraživanja od kupaca za prodane im proizvode i usluge, čemu najčešće prethodi proizvodnja.<sup>366</sup> Primici povećavaju novčana sredstva i čine pozitivne financijske efekte. Izdaci novca se vrše za nabavke sirovina, materijala, dijelova tuđih poluproizvoda, sitnog inventara, ambalaže, usluga, energije, akontacijska davanja iz dohotka radnicima i društvenoj zajednici i drugim korisnicima dohotka po osnovi poreza i doprinosa. Svi ti izdaci jesu tzv. tekući izdaci, koji smanjuju novčana sredstva, odnosno predstavljaju negativne efekte. Razlika između primitaka i tekućih izdataka, predstavlja čisti financijski efekt, za kojeg treba dati ocjenu da li je prihvatljiv. Drugim riječima, treba ocijeniti financijsku efikasnost čistih financijskih efekata investicijske mogućnosti. Pri tome se osim tekućih novčanih izdataka u račun uzima i investicijski izdatak koji u pravilu prethodi novčanim primicima i tekućim novčanim izdacima.

Primici i izdaci novca kao tipične financijske kategorije u uskoj su povezanosti s računovodstvenim, u širem smislu ekonomskim kategorijama "prihodi" i "rashodi" odnosno "troškovi". Rashode čine sredstva (materijalna) i radna snaga utrošena u proizvodnom i drugim poslovnim procesima. Prihode čine vrijednosti sredstava koja se dobivaju iz proizvodnog i drugih poslovnih procesa. Troškovi su uži pojam od rashoda i predstavljaju vrijednosti sredstava i radne snage utrošenih u proizvodnom procesu. Rashodi i prihodi obračunske su kategorije i predmetom su bilanciranja. Na temelju odnosa prihoda i rashoda

<sup>366</sup> Ivanović, Z., /1994/, Financijski menadžment, Hotelijerski fakultet, Opatija, str. 132-135.

poslovanja utvrđuje se u bilanci uspjeha ostvareni uspjeh kao višak prihoda nad rashodima (pozitivan financijski rezultat) ili pak kao višak rashoda nad prihodima (negativan financijski rezultat). Kao obračunske kategorije rashodi i prihodi uzimaju se uvijek u originalnim iznosima. Nema posebnog smisla diskontirati ili pak ukamaćivati rashode i prihode, jer se robni tijekovi u pravilu ne mogu uložiti da bi se tim ulaganjem ostvarile neposredne koristi. Međutim, između prihoda i primitaka te rashoda i izdataka postoji vremenska nepodudarnost, kao i rizik transformacije prihoda u novčane primitke, odnosno u stanovitim okolnostima novčanih izdataka u rashode (troškove). U tom smislu navedimo primjer prodaje proizvoda kupcima na kredit. Prihod nastaje u momentu prodaje robe (ili primitka instrumenata osiguranja plaćanja), a novčani primitak u momentu naplate potraživanja za prodanu robu. Svi prihodi ne moraju postati i novčani primici, jer se može dogoditi da dio potraživanja od kupaca ostane nenaplaćen (dio tzv. sumnjivih i spornih potraživanja). Isto tako izdatak novca kao avans dobavljaču robe i usluga ne mora postati rashod (npr. dobavljač zbog poslovnih teškoća ne može isporučiti sirovine, materijale, robu itd.). Doduše, dio izdataka novca istodobno je i trošak (rashod) kao npr. isplata putnog naloga, usluge i slično. I dio prihoda može biti istodobno novčani primitak - npr. prodaja robe za gotovinu.

Sve navedene okolnosti ukazuju na potrebu razlikovanja tzv. ekonomskog od financijskog načina rezoniranja u vezi s ocjenjivanjem efikasnosti ulaganja financijskih sredstava u investicijske mogućnosti. Budući da je naš interes ovdje ograničen na financijsku efikasnost investicijskih mogućnosti, to ćemo se služiti u razmatranjima financijskim kategorijama - novčani izdaci (tekući i investicijski), novčani primici i čisti novčani tok investicijske mogućnosti.

Prva od karakteristika financijskih ulaganja u investicije jeste da se novčana sredstva vežu na drugi rok, što znači da će se ponovno vratiti u novčani oblik tek nakon izvjesnog broja godina (dvije, tri, pet ili više). Imalac novčanih sredstava odriče se na određeno vrijeme upotrebe kupovne moći kojom raspolaže u sadašnjosti uz uvjet da tako ostvari neku korist. Ta korist treba biti veća od koristi što bi je ostvario ulaganjem raspoloživih novčanih sredstava u drugu poslovnu aktivnost ili konačnom (ne)produktivnom potrošnjom. Tako nastaje problem ocjene što gubi onaj tko ulaže novčana sredstva u sadašnjosti, a što u zamjenu zato dobiva u budućnosti?

Osim rezoniranja imaoca novčanih sredstava (vlasnika ili kvazivlasnika) bitno je i rezoniranje eventualnog korisnika novčanih sredstava, u pravilu investitora (dužnika). Naime, investitor treba investiranjem ostvariti određenu financijsku korist sebi, ali i onome tko mu je stavio na raspolaganje novčana sredstva. Drugim riječima, investitor treba proračunati ekonomsku opravdanost posuđivanja i ulaganja sredstava s gledišta njihove financijske efikasnosti. U tu svrhu investitor sagledava novčane tijekove investicije, dakle novčane primitke i novčane izdatke i uspoređuje ih uzimajući pritom u račun vremensku preferenciju novca. Te proračune vrši u planovima, koji se u poduzećima nazivaju budžeti kapitala ("Capital Budgeting").

Slijedeća karakteristika ulaganja financijskih sredstava u investicije jeste da investicioni novčani izdatak nastaje u sadašnjosti (ili ranije), dok tzv. čisti novčani primici pritiču u budućnosti (kasnije). Tako imamo vremenski razmak između momenata kada se vrše ulaganja (izdaci za investicijsku mogućnost) i pritičanje efekata (rezultati) tih ulaganja (čisti primici novca). Obzirom na tu vremensku nepodudarnost čistih primitaka i investicijskih izdataka postoje tipovi investicijskih mogućnosti: 1) ulaganje u jednom momentu (izdaci) i rezultati ulaganja također u jednom momentu (primici); tzv. tip "point input-point output", 2) višekratna ulaganja (izdaci) i jednokratni rezultati ulaganja (primici); tzv. tip "continuous input-point output", 3) ulaganja u jednom momentu (izdaci) i rezultati višekratni (primici); tzv. tip "point input-continuous output" i 4) višekratna ulaganja (izdaci) i višekratni rezultati



ulaganja (primici); odnosno tzv. tip "continuous input-continuous output". U praksi se najčešće pojavljuje četvrti tip investicijske mogućnosti.

**Vremenska preferencija novca** (pretpostavljanje, davanje prvenstva, veća sklonost) znači da subjekt koji raspolaže novčanim sredstvima, ta sredstva više cijeni u sadašnjosti nego u nominalno istom iznosu u budućnosti.<sup>367</sup> I to iz nekoliko razloga. Budućnost je u pogledu sudbine novca neizvjesnija nego sadašnjost, kako zbog opadanja njegove kupovne snage tako i zbog eventualnih teškoća koje mogu nastati pri transformaciji novca u materijalne i druge vrijednosti. Osim toga, imalac novčanih sredstava s kojima raspolaže u sadašnjosti može ih uvećati npr. tako da ih ustupi nekom drugom uz određenu nadoknadu (kamate, učešće u ostvarenom rezultatu iz zajedničkog posla i slično). Zbog toga se nominalno ista novčana jedinica (npr. 1 kuna) više preferira u sadašnjosti nego u budućnosti. Što je moment povrata novca u budućnosti dalje od sadašnjosti to je i sama preferencija slabija. Izraz "vremenska preferencija novca" pretpostavljamo izrazu "vremenska vrijednost novca", jer je prvi adekvatniji, posebno za naše prilike.

Svako ulaganje novčanih sredstava na dugi rok nosi u sebi **neizvjesnost i određeni rizik** koji se sastoji u tome: da li će se uložena novčana sredstva u investicijsku mogućnost uopće vratiti ili ne, da li će se vratiti u očekivanom roku i da li će se vratiti u cijelosti ili samo djelomično. Pri tom se u literaturi neizvjesnosti i riziku pristupa na dva načina: 1) ti se pojmovi razlikuju pa se o riziku govori kada se određenim matematičko-statističkim metodama može procijeniti odnosno prognozirati s određenim stupnjem vjerojatnosti ostvarivanje očekivanih rezultata u budućnosti i 2) o neizvjesnosti kada se te prognoze mogu dati s vrlo malom ili zanemarivom vjerojatnošću. Doduše ima i autora koji ne razlikuju ta dva pojma nego smatraju da su rizik i neizvjesnost izrazi koji imaju isto značenje.

U vezi s mjerenjem financijske efikasnosti investicija postavlja se i pitanje **tretmana amortizacije**. Naime, amortizacija je trošenje osnovnih sredstava u procesu proizvodnje (i drugim procesima poslovanja) i nadoknađivanje vrijednosti tog utroška u novčanom obliku.<sup>368</sup>

Kada se upotrebljavaju obračunske kategorije, amortizacija je trošak (odnosno rashod) koji se nadoknađuje iz ostvarenog prihoda i tako smanjuje čisti financijski rezultat. Međutim, u financijskim tijekovima investirana novčana sredstva predstavljaju izdatak početkom perioda, dok iznosi novčanih sredstava amortizacije koji se primaju s osnova prodaje proizvoda i usluga predstavljaju primitak tijekom perioda efektuiranja investicije. Iznos kumulirane amortizacije može se upotrijebiti za vraćanje investiranih financijskih sredstava (čime se ne kumuliraju novčana sredstva za zamjenu) ili za zamjenu dotrajalih osnovnih sredstava novim. U svakom slučaju tijekom perioda efektuiranja novčana sredstva amortizacije ostaju na raspolaganju (za kraće ili dulje vrijeme) investitoru i predstavljaju novčani primitak kod kojeg ne slijedi odmah i novčani izdatak. Uključivanje novčanih sredstava amortizacije u čisti novčani tijek i takav način rezoniranja o investicijama pridonose dinamizaciji gospodarske aktivnosti.

U literaturi se pristup po kojem se amortizacija uključuje zajedno s drugim troškovima u rashode i odbija od prihoda prilikom utvrđivanja čistog financijskog rezultata označava još i kao "računovodstveni pristup". Da bi se bolje uočila razlika između "računovodstvenog" i "investicijskog" pristupa, a posebno je to značajno i za ulogu amortizacije u turizmu, ilustrirat ćemo to i jednim primjerom. Pri tome se pretpostavlja vremenska usklađenost između robnih i novčanih tijekova, odnosno da su novčani primici istodobno prihodi, a novčani izdaci rashodi.

#### a) Računovodstveni pristup

<sup>367</sup> Ivanović, Z./1994/, op.cit., str. 329-355.

<sup>368</sup> Vidi: Van Horne, J., /1993/., op.cit. str. 152-153

1) Troškovi materijala	45.000,-	
2) Amortizacija	15.000,-	
3) Ukalkulirani osobni dohoci	20.000,-	
4) Ukalkulirana davanja iz dohotka društvu	10.000,-	
5) Cijena koštanja proizvoda	90.000,-	(Rashodi)
6) Prodajna cijena proizvoda	100.000,-	(Prihodi)
<hr/>		
Čisti financijski rezultat (6 - 5)	10.000,-	(Višak prihoda nad rashodima)

#### b) Financijski pristup

1) Izdaci za materijal	45.000,-	
2) Izdaci za amortizaciju	-	
3) Izdaci za osobne dohotke	20.000,-	
4) Izdaci na ime davanja iz dohotka društvenoj zajednici	10.000,-	
<hr/>		
5) Izdaci u vezi s proizvedenim proizvodima	75.000,-	(Novčani tekući izdaci)
6) Primici za prodane proizvode	100.000,-	(Novčani primici)
<hr/>		
Čisti novčani tok (6 - 5)	25.000,-	(Višak primitka nad izdacima)

Razlika između računovodstvenog i financijskog pristupa razmatranju rezultata poslovanja jeste u tretmanu amortizacije, zbog čega su i različiti iznosi čistog rezultata. Čisti novčani tijekom kao razlika između ukupnih novčanih primitaka i ukupnih novčanih izdataka jeste 25.000.-, dok je čisti financijski rezultat, kao razlika između ukupnih prihoda i ukupnih rashoda 10.000.- ili za 15.000.- manje od čistog novčanog toka. Tih 15.000.- je amortizacija.

#### **4.1.2.3.1. Metode ocjene financijske efikasnosti investicija**

Mjeriti financijsku efikasnost znači staviti u računsku vezu financijske efekte - novčane primitke i novčane izdatke te izračunati rezultat. Pri tome se može postupiti na jedan od dva načina: a) da se originalni novčani primici stave u omjer s originalnim novčanim izdacima ili, b) da se uvaži vremenska preferencija novca, pri čemu se novčani primici i izdaci uzimaju u račun u iznosima koji ovise o momentima kada su nastali. Upravo ovaj drugi način predstavlja ispravno mjerenje financijske efikasnosti investicijskih mogućnosti.

Dvije su osnovne metode<sup>369</sup> kojima se mjeri financijska efikasnost investicijskih mogućnosti: 1) Metoda čiste sadašnje vrijednosti ("Net Present Value Method") i 2) Metoda interne stope rentabilnosti ("Internal Rate of Return"). Jedna varijanta metode čiste sadašnje vrijednosti

<sup>369</sup> Van Horne, J., 1993., op.cit.str. 143-152

oblikovana je u Anuitetsku metodu ("Annuity Method"). Također se financijska efikasnost investicijskih mogućnosti ocjenjuje i Metodom perioda povrata ("Payback Period Method"), mada ona u svojem izvornom obliku ne uključuje u račun vremensku preferenciju novca, nego se iznosi novčanih primitaka i izdataka uzimaju kao originalne veličine.

Osim u nove investicijske kapacitete, novčana sredstva se ulažu i u zamjenu osnovnih sredstava u upotrebi s novim osnovnim sredstvima. S tim u vezi se također primjenjuju metode ocjene financijskih efikasnosti od kojih se posebno ističu dvije: 1) Metoda MAPI (od Machinery and Allied Product Institute) i 2) Metoda DCF - (Discounted Cash Flow).<sup>370</sup>

### 4.1.3. Upravljanje investicijama u turizmu

Ukupnoj agregatnoj potrošnji doprinosi turizam i turistička potrošnja i to ne samo kao turistička potrošnja s osnova ostvarenja prihoda u fazi efektuiranja investicija, već i sama veličina turističkih investicija čini važan segment turističke i ukupne agregatne ponude, ali istovremeno i segment agregatne potražnje. Pitanje efikasnosti uloženog kapitala ovisi o tome da li znamo kako (know-how) upravljati takvim investicijama u turizmu.

Marshall<sup>371</sup> uočava razliku između tekućih plaćanja koje gospodarstvenik mora izvršiti bilo za nadnice bilo za sirovine onakvim kakve one jesu, ne razmišljajući koliko su točne mjere napora i žrtava kojima odgovaraju ta plaćanja, dok na rashode gospodarstvenik gleda kao na kategoriju koja se obično izvršava malo po malo. "Što duže on misli da će morati čekati na plodove nekog izdatka, to bogatiji mora biti taj plod kako bi ga obeštio."<sup>372</sup> J.M. Keynes promatra "iznos štednje kao posljedicu zajedničkog ponašanja pojedinačnih potrošača, a iznos investicija kao posljedicu zajedničkog ponašanja pojedinačnih poduzetnika".<sup>373</sup> Keynes u ortodoksnu teoriju unosi očekivanja, odnosno on je "osjećao da budućnost preko očekivanja utječe na postojeće stanje u privredi i da teorija financijskih tržišta koja ne uzima u obzir očekivanja nije dobra teorija"<sup>374</sup>. Ti budući prinosi zavise od očekivanja buduće potražnje i budućih uvjeta jer "ako čin štednje ne čini ništa u popravljajući procijenjenog prinosa, on ne čini ništa za poticanje investiranja".<sup>375</sup>

Zato je jedan od najvažnijih zadataka u planiranju potrebnog kapitala<sup>376</sup> procjena budućih tijekova projekta, te konačni rezultat upravljanja investiranjem kapitala isključivo zavise od naše procjene.<sup>377</sup> Kako je novac, a ne prihod, temelj za sve odluke poduzeća, sve koristi koje očekujemo od projekta izražavaju se kroz tijekove novca, a ne kroz prihod.<sup>378</sup> Kako investicije ovise o kamatnjaku, to je krivulja potražnje za investicijama opadajuća funkcija kamatnjaka, te pokazuje iznos koji je gospodarstvo voljno investirati kod svakog kamatnjaka.<sup>379</sup>

---

<sup>370</sup> vidi detaljnije: Tepšić, R., op.cit.

<sup>371</sup> Marshall, A., (1987), "Načela ekonomike", Ekonomska biblioteka, Zagreb, str. 224-230

<sup>372</sup> Ibid, str. 224.

<sup>373</sup> Keynes, J.M., /1987/, "Opća teorija zaposlenosti kamate i novca", Ekonomska biblioteka, Zagreb, str. 53.

<sup>374</sup> Ibid, str. 45-47.

<sup>375</sup> Ibid, str. 128

<sup>376</sup> Vidi detaljnije: Seicht, G., /1997/, "Investition und Finanzierung", 9. Auflage, Linde Verlag, Wien, str.20-28., kao i Schneider, D-.,/1992/, "Investition, Finanzierung und Besteuerung", 7. Auflage, Gabler, Wiesbaden, Germany, str.114-129.

<sup>377</sup> James C. von Horne: /1993/, "Financijsko upravljanje i politika", deveto izdanje, Mate d.o.o., Zagreb, str. 139-142.

<sup>378</sup> Vidi detaljnije: Tepšić, R., /1987/, "Financijska efikasnost investicijskih mogućnosti", časopis "Računovodstvo i financije", Zagreb, str. 3-4.

<sup>379</sup> Vidi detaljnije: Samuelson, A.P.,-Nordhaus, W.,/1992/, "Ekonomija" četrnaesto izdanje, Mate d.o.o., Zagreb str. 271-273., kao i Parkin, M., "Makroekonomics" /1990/, Addison Wesley Publishing Company, University of Western Ontario USA, str. 200.

Radi gospodarskog razvoja Hrvatske i povećanja njezinih gospodarskih potencijala neophodno je poticati ukupan razvoj kroz tržišnu alokaciju raspoloživih resursa, u čemu ulaganja u turizam zauzimaju značajno mjesto. Značaj investicija u turizam jedan je od važnih činitelja za povećanje konkurentne sposobnosti hrvatskog turizma na domaćem i međunarodnom tržištu. Kako su investicije jedna od komponenti agregatne potrošnje, tako su i investicije u turizam samo dio ukupnih investicija, a to znači također važan segment agregatne potražnje odnosno potrošnje.

U vezi s investicijskom mogućnošću investicija u turizmu ocjenjuju se ne samo efekti koje će davati investicijska mogućnost, nego i primjerenost tih efekata obzirom na mogućnost zaduživanja investitora kod izvora sredstava. Povezanost ta dva aspekta investicijske mogućnosti naziva se i "dugoročnom financijskom odlukom".

#### ***4.1.3.1. Dugoročna razvojna strategija turizma i investicijska politika***

Problematika koju proučava ekonomika investicija predmet je konkretnog proučavanja i analiziranja bilo da se radi o poduzeću ili nacionalnom gospodarstvu. Kada je riječ o investicijama i njihovoj funkciji, prethodno se uvijek nameće pitanje o politici investiranja<sup>380</sup> odnosno o utvrđivanju i definiranju ciljeva koje želimo postići od datih investicija za određeni period vremena.

Turistički sektor Hrvatske, od samih početaka svog razvitka, implicite se zasniva na tržišnoj orijentaciji i bio je promotor strategije otvorenog razvoja. Stereotipne razvojne ciljeve kao što su kvantitativni rast proizvodnje i pružanja usluga (broj noćenja) i zapošljavanje, devizni priljev itd.,<sup>381</sup> prestaju biti bitni ciljevi, jer u globalnoj ekonomiji, ekonomija obujma dobiva marginalno značenje, a na njeno mjesto dolazi proizvodnja i pružanje usluga visoke vrijednosti i kvalitete. U globalnoj ekonomiji prestaje biti bitna ekonomija obujma. Nove zapreke ulasku novih tvrtki nisu u obujmu nego u proizvodnji visoke vrijednosti i kvalitete.<sup>382</sup> U turizmu se dešava promjena klasične paradigme poimanja proizvodnje i pružanja usluga sa novom paradigmom koja se odnosi na doživljaj pružen turistu.

Pod pojmom "investicijska mogućnost" podrazumijeva se mogućnost ulaganja novčanih sredstava u poslovne poduhvate, kao što je npr. izgradnja novih proizvodnih kapaciteta, odnosno investicijskih programa u turizmu. Riječ je o "mogućnosti" jer prethodno treba izračunati da li se u poslovni poduhvat isplati uložiti novac

Svako poduzeće odnosno svaka turistička destinacija mora utvrditi svoje ciljeve, u koje se u investicijskom području moraju uključiti i tehnički ciljevi i tehnička znanja. Zato je neophodno sačiniti strateške planske dokumente kao što je Glavni plan /Master plan/ razvoja turističke destinacije, koji sadrži razvojni model turizma, a koji u sebi sadrži plan konkurentnosti, marketing plan, investicijske potrebe i mogućnosti, plan proizvodnje i konačno plan provedbe. U svom segmentu koji govori o investicijskim potrebama i mogućnostima sadržane su kritične potrebe za investicijama, konkretne investicijske mogućnosti i utjecaj investicija na mikro i makro sustav.

Kvaliteta razvoja postaje danas značajno pitanje suvremenog razvoja. Kako je ekonomski rast zasnovan na ekonomskom rezonu izrastao "... na etici efikasnosti i njenom podupiranju pod svaku cijenu",<sup>383</sup> izgubila se veza i kvalitativna razlika između pojmova rasta i razvoja. Ekonomski rast " za nedovoljno razvijene zemlje i one u tranziciji postaje često početni razvojni cilj. Bitno je , međutim, da ne postane svrhom i da se gospodarski rast

<sup>380</sup> Teodorović, I., /1996/, Investicijska politika, Ekonomija br. 4. , Rifin, Zagreb, str.681-710.

<sup>381</sup> Vidi: Institut za turizam,(1992), Strategija razvitka turističkog sektora, Zagreb, str. 19-34.

<sup>382</sup> Dragičević, Mirjana, (1996), Ekonomija i novi razvoj, Alinea, Zagreb, str. 47.

<sup>383</sup> *ibid.*str.79.

koncipira kao početna pretpostavka u funkciji kvalitetnog razvoja, onoga koji će slijediti globalno socio-gospodarske trendove i uvažavati i poticati vlastite specifičnosti.<sup>384</sup> Upravo je spomenuta konstatacija razlogom što je turistička saturacija uvjetovana nekontroliranim razvojem masovnog turizma u prošlosti dovela danas do nazadovanja mnogih turističkih destinacija. Upzorenja dr. Z. Klarića da je jedno od najvažnijih saznanja poimanju održivog razvitka turizma u nužnosti fleksibilnog gledanja na prihvatni potencijal, za razliku od donedavno snažno izraženih težnji iznalaženju fiksnih numeričkih vrijednosti. Fleksibilno shvaćen prihvatni potencijal koji se temelji na izradi više različitih razvojnih scenarija<sup>385</sup> pri tome se razumijeva kao osnova formuliranja koncepta održivog turističkog razvoja, koji u cijelom svijetu, a osobito u prostoru Sredozemlja, postaje danas praktički jedinom mogućom razvojnom alternativom.<sup>386</sup> Očito jr riječ o suvremenim tijekovima globalnog razvoja u kojima ekonomija čini samo jedan važan podsustav ili samo jedan njegov dio. Možda je prof. Müller<sup>387</sup> u potrazi za kompleksnom savršenom formulom došao do spoznaje, da bi sva ta traganja mogla biti i kontraproaktivna, te da je najbolje riješenje upravo ono najjednostavnije. Odgovor na složeno pitanje: kakav razvoj i za koga, otvara put novom razvoju i novom razvojnom indentitetu koji otvara prostor većoj autonomiji u borbi za dostizanje generalnog (konceptijskog ) cilja usmjerenog ka visokoj kvaliteti života i očuvanju i razvoju kulturnog identiteta.

#### ***4.1.3.2. Kvalitativno i kvantitativno upravljanje ciljevima na primjeru izgradnje jednog wellness centra<sup>388</sup>***

Menadžment hotela najviše razine /top menadžment/ i menadžment turističke destinacije se u području investiranja trebaju orijentirati na ciljeve iz Glavnog plana razvoja turističke destinacije. Ti ciljevi su u destinaciji odnosno hotelu dugoročnog karaktera, te se iz ovih ciljeva stvara čitav novi podsustav ciljeva.

Postoje i ciljevi koji za područje investiranja nisu od presudne važnosti, te ih ovdje nećemo niti spominjati. Upravljanje ciljevima u turizmu je izuzetno važno i značajno pitanje, jer je riječ o praktičnom provođenju ili neprovođenju koncepcije razvoja i konceptijskih ciljeva jedne destinacije. Za takvu razvojnu politiku neophodna su i konceptijska znanja koje mara posjedovati spomenuti menadžment na najvišoj razini odlučivanja. U tablicama 4.1. - 4.4. prikazan je simplificirani sustav upravljanja ciljevima projekta, investicije i investitora kao i moguće varijante izračuna neto prihoda na bazi zadanih ulaznih parametara, a sve na primjeru izgradnje jednog wellness centra.

---

<sup>384</sup> ibid.str.80

<sup>385</sup> Vidi detaljnije: Grupa autora (2005), „Održivi razvoj turizma,“ Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija

<sup>386</sup> Klarić, Z.,(1994)Određivanje prihvatnog potencijala u Sredozemlju i njegov utjecaj na poimanje održivog razvitka turizma , Zbornik radova-Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam , Zagreb, str. 17-32.

<sup>387</sup>Müller, H.,(1994) The Thorny Path to sustainable Tourism Development, Zbornik radova, Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam , Zagreb, str.9-16.

<sup>388</sup> Autor je sudjelovao na izradi feasibility studije jednog wellness centra u Hrvatskoj. Zbog poslovne tajne naziv projekta se ne iznosi, dok podaci djelom odgovaraju stvarnim veličinama.

Tablica 4.1: Kvalitativno i kvantitativno utvrđivanje ciljeva projekta /primjer wellness centra/

	Vrsta dokumenta	Predviđena ograničenja u dokumentima	Maksimalne cijene koje prihvaća tržište u eurima	Zauzetost u %	Razina menadžmenta koja donosi odluke
<b>CILJEVI PROJEKTA</b>					
<b>Hotel</b>					
	Glavni plan razvoja turizma na predmetnoj destinaciji	Definirao turistički proizvod -wellness centra			Menadžment turističke destinacije /MTD/
	Prostorni plan	24000 m2 predviđeno za turističku namjenu			MTD
	Strateški marketinški plan	Predviđena namjena za wellness program			MTD
	Detaljni urbanistički plan	Maksimalno 322 sobe			MTD
	Marketinška studija objekta		60 eura	70-80%	Menadžment hotela najviše razine /top menadžment - TM/
	Studija izvodljivosti	322 sobe	60 eura	70-80%	TM
	Glavni projekt	322 sobe			TM
<b>Medicinski i zabavni kompleks</b>					
	Glavni plan razvoja turizma na predmetnoj destinaciji	Definirao turistički proizvod wellness centra			MTD
	Prostorni plan	Predviđeno za turističku namjenu			MTD
	Strateški marketinški plan			750000 posjetilaca godišnje	MTD
	Detaljni urbanistički plan			Maksimalno 750000 posjetilaca godišnje	MTD
	Marketinška studija objekta		26,5 eura po posjetiocu	70-80%	TM
	Studija izvodljivosti		26,5 eura po posjetiocu	70-80%	TM
	Glavni projekt				TM
<b>Parkiranje</b>					
	Glavni plan razvoja turizma na predmetnoj destinaciji	Definirao turistički proizvod wellness centra			MTD
	Prostorni plan	Predviđeno za turističku namjenu			MTD
	Strateški marketinški plan	Predviđena namjena za wellness program			
	Detaljni urbanistički plan	Maksimalno 1600 parkirnih mjesta			
	Marketinška studija objekta		5-7,5 eura	70-80%	TM
	Studija izvodljivosti		5-7,5 eura	70-80%	
	Glavni projekt	1600 mjesta			TM

Izvor: Autorovo originalno istraživanje na projektu wellness centra

Tablica 4.2: Kvantitativno utvrđivanje ciljeva investicije /Primjer wellness centra/

	Parametar
CILJEVI INVESTICIJE	
Omjer između kapitalizirane vrijednosti investicije i ukupnih troškova razvoja	1,4 - 2

Izvor: autorovo originalno istraživanje na projektu wellness centra

Tablica 4.3: Kvantitativno utvrđivanje ciljeva investitora /Primjer wellness centra/

	Parametri
CILJEVI INVESTITORA	
Prinos po akcijama /yild faktor/	18-20%
Kamata na kredit za kreditora	8-10%
Developerski profit	10-15%

Izvor: Autorovo originalno istraživanje na projektu wellness centra

Tablica 4.4: Moguće varijante ukupnog neto prihoda za predloženi projekt wellness centra\*

VARIJANTE	A	B	C	D	E	F	G	H
TRŽIŠTE								
Hotel								
Broj soba	322	322	322	322	322	322	322	322
Zauzetost /%/	50	60	70	80	50	60	70	80
Cijena najma /eur/	50	50	50	50	60	60	60	60
Neto prihod / u 000 eura/	1532	1869	2210	2542	1757	2139	2520	3081
Medicinski i zabavni kompleks								
Broj posjetilaca	750 000	750 000	750 000	750 000	750 000	750 000	750 000	750 000
Zauzetost /%/	50	60	70	80	50	60	70	80
Prihod po posjetiocu /eur/	13,25	13,25	13,25	133,25	13,25	13,25	13,25	13,25
Neto prihod / u 000 eura/	1441	1729	2018	2310	1441	1729	2018	2310
Parkiranje								
Broj parkirnih mjesta	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600
Zauzetost /%/	50	60	70	80	50	60	70	80
Cijena /eur/	5	5	5	5	7,5	7,5	7,5	7,5
Neto prihod / u 000 eura/	998	1191	1390	1589	1489	1787	2085	2382
Ukupni multidvelopment prihod /4+8+12/	3971	4789	5618	6441	4687	5655	6623	7773

Izvor: Autorovo originalno istraživanje na projektu wellness centra

\* Napomena: Izračun neto prihoda prikazan je u konačnom izračunu, dok je postupak prikazan u feasibility studiji wellness centra.

Turizam je nedvojbeno jedna osobita pojava koja ima veliki utjecaj na način i dinamiku ukupnog društvenog i gospodarskog razvitka zemlje.

U dosadašnjem gospodarskom razvoju Hrvatske plaćena je previsoka cijena koja se ogleda u visokoj neefikasnosti i neučinkovitosti uloženog kapitala u hrvatsko gospodarstvo i još većoj neefikasnosti sredstava uložениh u ugostiteljstvo i turizam.

Za izbjegavanje ponavljanja iste greške u jednom izuzetno značajnom dijelu gospodarske politike, kao što su to investicije u razvoj i obnovu Hrvatske i hrvatskog hotelijerstva i turizma neophodno se je pridržavati kriterija ulaganja kapitala i standarda ulaganja u cilju stvaranja efikasnih i tržištu konkurentnih gospodarskih struktura.

Zato u centru promišljanja investicijske politike mora najprije biti jasna dugoročna razvojna strategija i definirani razvojni ciljevi s kojima se mora znati upravljati.

Problem dosadašnjeg razvoja Hrvatske nije bio u visini investicija već u njihovoj efikasnosti, te je efikasnost investicija "sine qua non" obnove i razvoja Hrvatske. Upravljanje investicijama je «sine qua non» efikasnosti. Stoga je neophodno razviti sustav upravljanja investicijama, odnosno kontroling investicija, a to znači i upravljati poslovnim rezultatom koji najviše učvršćuje ili destabilizira dugoročne pozicije hotelijerskog odnosno turističkog sektora. Razvojni tim u svakom trenutku zna koliko je daleko ili blizu od postavljene funkcije cilja same investicije i u kvalitativnom i kvantitativnom smislu, jer on posjeduje «know-how» /zna kako/ za uspješno upravljanje investicijama i razvojnim ciljevima jedne turističke destinacije.

Upravljanje investicijama orijentirano je na postavljene ciljeve tako da ga možemo definirati kao instrument ciljnog upravljanja turističkom destinacijom i poduzećem odnosno turističkim projektom u promatranoj destinaciji. Investicijske želje uvijek premašuju financijske mogućnosti. Upravo iz toga razloga, svaki investicijski napor mora proći ekonomski kritički sud kroz prethodni izbor prihvatljivih varijanti, te kroz konačnu detaljnu analizu. S jedne strane, neophodno je preispitati usklađenost s ciljevima i strateškim planovima na razini županije i grada kao turističkih destinacija i na razini hotelskog poduzeća, dok s druge strane, konkretan investicijski projekt mora biti i detaljno podvrgnut kvalitativnim i kvantitativnim kriterijima i parametrima vrednovanja.

U menadžment turističke destinacije ubrajamo vodeće rukovodstvo te turističke destinacije /države, županije, grada odnosno općine/ kao i turističke zajednice jedne turističke destinacije, dok kod menadžmenta hotela odgovornost za odluke snosi menadžment najviše razine, a to je tzv. top menadžment, koji mora posjedovati neophodnu razinu stratejskih znanja. Srednja razina menadžmenta u hotelu u koji pripadaju menadžeri sektora i menadžeri odjela tzv. middle menadžment, što se tiče upravljanja investicijama, imaju važnu i nezamjenjivu ulogu u procesu kontrolinga i oni moraju posjedovati neophodna stručna odnosno tehnička znanja. Sustav odgovornosti zavisao je od toga da li je riječ o složenom hotelskom poduzeću ili hotelu odnosno da li se radi o korporacijskoj razini menadžmenta, divizionalnoj razini menadžmenta ili hotelskoj razini. Kako je turizam vrlo složen sustav odnosa, tako je u provođenju konceptijskih i strateških ciljeva razvoja u sustavu odgovornosti najviše uključen destinacijski menadžment i top menadžment.

#### ***4.1.3.3. Značaj kontrolinga investicija za efikasno investiranje u turizmu***

Mnoga poduzeća se danas vode i odluke donose više na osnovi osobne intuicije, poduzetnici i direktori reaguju kratkoročno i ne vode poduzeće željenom cilju. Kako uspješno dugoročno upravljati poduzećem,<sup>389</sup> kako pravilno investirati, a da ciljevi investicije budu u funkciji ciljeva poduzeća, su pitanja na koja prave odgovore daje kontroling investicija. On ima posebno značenje sada, u uvjetima kada se hrvatsko gospodarstvo nalazi pred ulaskom u jednu novu fazu suradnje sa međunarodnim financijskim institucijama, koje imaju strogo razrađenu proceduru za financiranje projekata, bilo obnove bilo novog razvoja.

---

<sup>389</sup> Vidjeti detaljnije: Avelini-Holjevac, I., (1998), «Kontroling-Upravljanje poslovnim rezultatom», Hotelijerski fakultet Opatija,



Kontroling kao jedna od temeljnih funkcija upravljanja "uključuje sve aktivnosti koje manager poduzima s namjerom da osigura ostvarenje rezultata što bliže planiranom rezultatu."<sup>390</sup> Pojam kontrolinga<sup>391</sup> je očito vrlo složen ne samo pojam nego i proces.

Investicije kao dio marketinške koncepcije imaju za svoj glavni cilj poboljšanje dugoročne pozicije poduzeća. Da se taj cilj može jasno definirati, ali i mjeriti, potrebno je uočavati u vremenu negativna odstupanja od definiranih ciljeva, te je važno poduzeti akcije za njihovu korekciju, tj. postavljanje novih ciljeva, što i pripada području upravljanja investicijama, a to znači i upravljanja poslovnim rezultatom koji najviše učvršćuje ili destabilizira dugoročne pozicije poduzeća. Kod kontrolinga investicija važnu ulogu imaju instrumenti kojima se ostvaruje postavljena funkcija cilja na svim razinama razvojnog postupka. Prema tome, kontroling investicija orijentiran je na postavljene ciljeve tako da ga možemo definirati kao instrument ciljnog upravljanja turističkom destinacijom i hotelskim poduzećem. Investicijske želje uvijek premašuju financijske mogućnosti. Upravo iz toga razloga, svaki investicijski napor u turizmu mora proći ekonomski kritički sud kroz prethodni izbor prihvatljivih varijanti, te kroz konačnu detaljnu analizu. S jedne strane, neophodno je preispitati usklađenost s ciljevima i strateškim planovima turističke destinacije i hotelskog poduzeća, dok s druge strane, konkretan investicijski projekt mora biti i detaljno podvrgnut kvalitativnim i kvantitativnim kriterijima i parametrima vrednovanja /vidi primjere u tablicama 4.1.- 4.4./.

Organizacija investicijskog kontrolinga, posebno u velikim i srednjim poduzećima definirana je strogo propisanim razvojnim postupkom sa jasno izdefinisanim standardiziranim procesima. Strategija investicijskog planiranja mora biti izvedena iz cjelokupne strategije poduzeća i zadatak investicijskog kontrolinga ja da pazi na povezivanje strateških ciljeva i investicijskih strategija u operativnom investicijskom planiranju. U investicijskom kontrolingu je pridržavanje razvojnog postupka u kojem su definirani procesi, od ideje pa do faze konačno donesene odluke o investiranju ili ne investiranju, ono što vodi optimiziranju ulaznih i izlaznih parametara u funkciji cilja investicije odnosno projekta. Ovako složenu proceduru vodi i koordinira «developerski» tim, kojeg čine kompetentni stručnjaci koje imenuje investitor.

## 4.2. LJUDSKI KAPITAL U TURIZMU

Svaka "nacionalna ekonomija" i njezin konkurentski položaj ovise prvenstveno o kvaliteti raspoloživih ljudskih resursa, odnosno raspoloživog ljudskog potencijala. Korištenje tih resursa i ulaganje u njihovu kvalitetu glavni su čimbenici razvoja. Obrazovanje povećava konkurentnost gospodarstva osiguranjem potrebne kvalitete ljudskih resursa. Ono omogućuje stjecanje znanja, vještina, stavova i vrijednosti koji su pojedincu potrebni za ostvarivanje radnih i društvenih uloga. Porast udjela visokoobrazovanih u radnoj snazi i odgovarajuće promjene u obrazovnom sustavu preduvjeti su ostvarivanja hrvatskih strateških ciljeva. Temeljni čimbenici proizvodnje – zemlja, rad i kapital obilježili su tzv. staru ekonomsku znanost, a njima je Alfred Marshall pridodao i četvrti čimbenik proizvodnje – organizaciju. U okviru nove znanosti smatra se da informacija, prostor i vrijeme postaju novi čimbenici

---

<sup>390</sup> Donnelly, Gigson, Ivancevich., "Fundamentals of Management, BPI IRWIN, Boston, USA, Seventh Edition, 1990. prema: I. Avelini-Holjevac-"Controlling u hotelskom poduzeću", Tourism and Hospitality Management, WIFI Osterreich, Wien/Opatija, 1995. str. 24.

<sup>391</sup> Vidjeti detaljnije: Avelini-Holjevac, I., (1998), «Kontroling-Upravljanje poslovnim rezultatom», op.cit. str. 1-7.

ekonomskog razvoja.<sup>392</sup> Osim toga, upravljanje proizvodnim čimbenicima postaje važnije od njihova posjedovanja. Proizvodnjom se bave strojevi, a njima upravljaju ljudi svojim znanjem odnosno svojim intelektom. U suvremenim uvjetima proizvodnje, primjenom mikroelektronike postojeći prirodni, proizvodni i ljudski potencijali imaju bolju iskorištenost odnosno bolju produktivnost, što je ujedno i temeljna svrha cijele ekonomije. Mikroelektronika je nametnula preobrazbu materijalne proizvodnje u znanstveno osmišljeni, kompjutorski integrirani, robotizirani i fleksibilnom automatizacijom vođeni proces proizvodnje.<sup>393</sup> U literaturi se nailazi na različite pojmove u vezi s ljudima kao misaonim bićima, a koji imaju gotovo istovjetno značenje, kao što su: kadrovi, personal, radnik, zaposlenik, službenik, dužnosnik, djelatnik, radna snaga, ljudski resursi, ljudski potencijal itd.<sup>394</sup> U hrvatskoj praksi za čovjeka kao subjekt u procesu proizvodnje udomaćio se izričaj kadrovi. Pojam ljudski resursi označava ljude određenih znanja i osobina, odnosno sposobnosti koje omogućavaju čovjeku koristiti se sredstvima za proizvodnju, radi zadovoljavanja osobne i proizvodne potrošnje. Čovjek sa svojim znanjem i sposobnošću, djelujući u procesima proizvodnje i drugih djelatnosti je resurs i potencijal. No, ljudski potencijali su osobine čovjeka koji ih u sebi nosi, kao urođena svojstva koja nemaju ostali resursi. Pojam "ljudski kapital" čine riječi "human + capital". Human zato jer postaje dio čovjeka, a capital, jer je izvor budućih zadovoljstava, odnosno budućih zarada, kako čovjeka kao pojedinca tako i društva u cjelini.<sup>395</sup> Danas se u literaturi sve češće javlja pojam ljudskog kapitala (human capital), kao zamjena za subjektivni čimbenik proizvodnih snaga društva. Međutim, čovjek nije samo subjektivni čimbenik proizvodnih snaga, već i najveća društvena vrijednost.

Na temelju ovih činjenica može se zaključiti da se ljudski kapital ostvaruje prosvjećivanjem, izobrazbom, studiranjem i stjecanjem znanja, a sam po sebi čini skup znanja koja tvore novu kvantitativnu potenciju—inovacije koje služe razvoju društva u cjelini. Ljudski kapital je, stoga, izraz koji označava "količinu korisnog i vrijednog znanja, stvorenog u procesu odgoja i obrazovanja."<sup>396</sup> Između ljudskog kapitala i drugih oblika kapitala postoji komplementarno djelovanje. Tako "novi oblici materijalnog kapitala povećavaju potražnju za posebnim ljudskim vještinama, a sa svoje strane novi oblici ljudskog kapitala povećavaju potražnju za dodanim materijalnim kapitalom posebne vrste."<sup>397</sup> Stoga je potrebno kontinuirano investiranje u ljudski kapital. Investiranje u ljudski kapital se može shvatiti kao alternativa investicijama u materijalne čimbenike proizvodnje. "Obrazovanje kao jedan od najznačajnijih oblika ljudskog kapitala i investicija u njega donosi nekoliko puta veće efekte od investicija u opremu. Ono pridonosi proizvodnosti rada i podizanju poduzetničke sposobnosti."<sup>398</sup> Znanje je temeljna odrednica ljudskog kapitala. Obrazovanje i razvoj ljudi može se shvatiti i kao ulaganje u kvalitetu. Može se ustvrditi da je ljudski potencijal i znanje temeljni čimbenik ekonomskog razvoja. Dok je industrijska revolucija označila prijelaz s ručnog rada i alata na strojeve i strojno–industrijsku proizvodnju, utemeljenu na mehaničko–električnoj i tehničko–tehnološkoj osnovi, znanstveno– tehnološka revolucija omogućila je prijelaz na automatsko–kibernetiku i robotičku proizvodnju utemeljenu na novoj visokoj informatičkoj tehnologiji, bioetičko genetsko znanstveno–tehnološkoj

---

<sup>392</sup> Pulić, A., Sundać, D.: *Intelektualni kapital*, I.B.C.C., 1998., str. 25.

<sup>393</sup> Dragičević, A., Dragičević, D.: *Doba kiberkomunizma, visoke tehnologije i društvene promjene*, Golden marketing, Zagreb, 2003., 336.

<sup>394</sup> Vujić, V.: *Menadžment ljudskog kapitala*, drugo izdanje, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Veleučilište u Rijeci, CROMA – Hrvatsko udruženje menadžera, Rijeka, 2005., str. 46.

<sup>395</sup> Samuelson, Paul, A., Nordhaus, W.: *Ekonomija*, Mate, Zagreb, 1992., str. 237.

<sup>396</sup> Ibidem.

<sup>397</sup> Bahtijarević Šiber, F.: *Management ljudskih potencijala*, Golden marketing, Zagreb, 1999., str. 47.

<sup>398</sup> Schultz, T. W.: *Ulaganje u ljude*, CEKADE, Zagreb, 1985., str. 19.

revoluciji, uključujući i nove materijale u nove izvore i oblike energije.<sup>399</sup> Automatizacijom proizvodnih i drugih procesa i kompjuteriziranim upravljanjem oslobađa se čovjeka ne samo od posluživanja strojeva već i od dobrog dijela upravljačkih aktivnosti koje sada u određenoj mjeri obavljaju elektronski uređaji.

Tehnološki procesi u proizvodnji prerastaju u svojevrjne znanstvene procese, u izravnu primjenu rezultata znanstvenog istraživanja ljudskog znanja, vještina i sposobnosti. Čovjek više nije sastavnicom strojnog sustava, on je pored stroja da bi dao početni impuls strojnom sustavu i zaustavio ga, te da intervenira kod eventualnih slabih točaka u tehnološkom sustavu prouzrokovanih nedostacima u konstrukciji i programima strojeva. Znanost, znanje i sposobnost ljudi postaju glavnim elementima proizvodnih snaga, ono što su nekada bili priroda – zemlja, pa fizički kapital i fizički (rutinski) rad. Riječ je o novim znanostima i znanjima, čija je promjena u interakciji s promjenama u tehnici, tehnologiji, ekonomiji i društvu. Dolazi do novih znanstvenih grana i disciplina, bilo cijepanjem ili spajanjem postojećih ili posve novih znanstvenih polja i grana.

Pod utjecajem napretka u znanosti i znanju pojavljuju se i novi čimbenici procesa proizvodnje i prometa, kao što su informacija, prostor i vrijeme. Dolazi do ekspanzije obrazovanja neočekivanih razmjera i dinamike. Ubrzano raste broj znanstvenih organizacija, znanstvenih radnika i istraživača i njihovih rezultata. Povećavaju se ulaganja u znanost, i istraživačku djelatnost. U sustavu prioriteta prvo mjesto zauzimaju znanost i znanje.

#### **4.2.1. Utjecaj znanja na društveno–ekonomski razvoj**

Na suvremenom stupnju razvoja proizvodnih snaga i proizvodnih društvenih odnosa ljudski resursi i njihovo znanje postaju sve više, osobito u visoko razvijenim zemljama svijeta, glavnim čimbenikom proizvodnje. U gospodarstvu utemeljenom na znanju upotreba znanja i ideja ima presudnu ulogu u stvaranju bogatstva. Ključna odrednica gospodarstva utemeljenog na znanju jest ljudski kapital ili, točnije, njegova znanja, stručnosti i sposobnosti. U ostvarivanju konkurentnosti gospodarstva posebno se ističe važnost konkurentnosti radne snage. Jedna od najvažnijih odrednica konkurentnosti radne snage jest obrazovni sustav zemlje.<sup>400</sup> Može se tvrditi posve sigurno da pod utjecajem ljudskog znanja i informacija dolazi do formiranja novog načina proizvodnje i društvene reprodukcije, koji je karakterističan za jednu novu fazu ljudskog razvoja – informacijsko društvo – društvo znanja.<sup>401</sup> U procesu društvene reprodukcije došlo je do bitnih strukturalnih promjena u čimbenicima proizvodnje, zatim do strukturalnih promjena u broju zaposlenih radnika u pojedinim granama, djelatnostima i sektorima gospodarskog i društvenog razvoja, zatim dolazi do sasvim nove intelektualne strukture obrazovanosti zaposlenih radnika, do bitnih kvalitetnih promjena u strukturi troškova proizvodnje i reprodukcije pojedinog čimbenika proizvodnje. Istodobno informacije i znanje postaju osnovnim čimbenikom proizvodnje i doprinos ekonomskom razvoju i bitnim promjenama u sustavu upravljanja u procesu društvene reprodukcije. Pod utjecajem novih znanstvenih otkrića, tehnike i novih tehnologija dolazi do bitnih promjena u strukturi pojedinih grana, djelatnosti i cijelih sektora društvenog

---

<sup>399</sup> Vujić, V.: op. cit., str. 28.

<sup>400</sup> Vidi detaljnije: Bejaković, P., (2006.), “Uloga obrazovnog sustava u postizanju zapošljivosti i konkurentnosti radne snage u Hrvatskoj”, Društvena istraživanja broj 83. – Društvo temeljeno na znanju, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, str.401-425.

<sup>401</sup> Vuković, I., *Financiranje visokoškolskog obrazovanja u Europi – ulaganje u ljudsku inteligenciju*, Menora, Zagreb, 1995., str. 62.

rada. Dolazi do potpunog prestrukturiranja društvene proizvodnje i društvene reprodukcije, gdje istodobno nestaju određene grane i djelatnosti, ali se i stvaraju posve nove djelatnosti, zatim dolazi do padanja primarnog i sekundarnog sektora, a tercijarni sektor (sektor usluga) i informacijski sektor postaju glavni sektori novog načina proizvodnje i društvene reprodukcije. Pod naletom mikroelektroničke i biotehologijske revolucije mijenja se iz temelja struktura zaposlenog stanovništva. Dolazi do promjena u strukturi zaposlenih, kao i u nivou stručnog obrazovanja, jer se sve više smanjuje broj nekvalificiranih i kvalificiranih radnika, a znatno se povećava broj visokokvalificiranih, odnosno visokoobrazovanih radnika. U isto vrijeme uvođenje informatičke tehnologije u proces društvene proizvodnje znatno se povećava efikasnost poslovanja i produktivnost rada, a dolazi i do većeg smanjenja troškova proizvodnje, što i dalje daje izuzetno značenje informacijama kao osnovnim ljudskim resursima promatrano s ekonomskog stajališta. Nove informatičke tehnologije dovele su također do bitnih promjena upravljanja i odlučivanja kako na mikro–tako i na makro–ekonomskom planu, jer njihova primjena u proizvodnji i odlučivanju i planiranju, dovodi do kvalitativnih promjena na razini jednog poduzeća, isto tako i na razini jednog društva, što dolazi do izražaja kod donošenja značajnih strateških odluka ekonomskog i društvenog razvoja.

#### 4.2.2. Analiza kvalitete ljudskog potencijala u Republici Hrvatskoj

Tablica 4.5: Stanovništvo staro 15 godina i više po završenoj školi i spolu, prema popisu iz 1991. i 2001. godine /u 000/

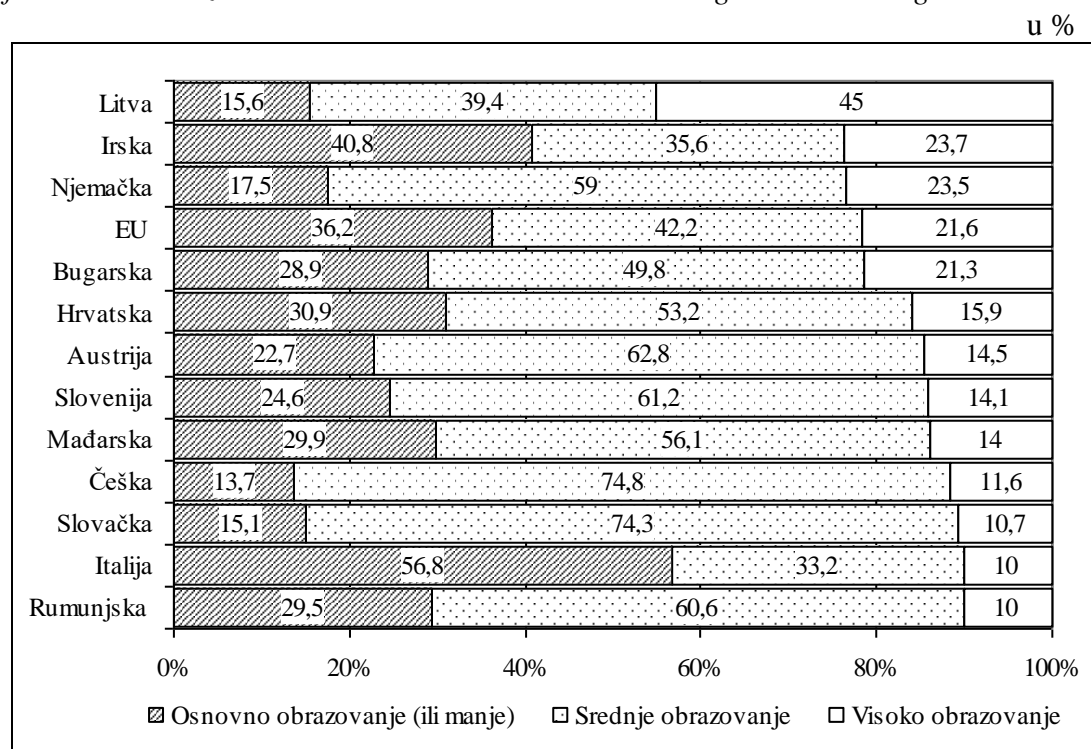
	Ukupno u 000	Ukupno u 000	Struktura prema školskoj spremi, %	
	1991..	2001.	1991.	2001.
Ukupno	3.858	3.683	100	100
Bez škole	204	105	5,3	2,9
Osnovna škola	902	801	23,4	21,8
Srednje škole – svega	1.388	1.733	36,0	47,1
Viša škola, I. (VI.) stupanj fak. i struč. studij	156	150	4,0	4,1
Fakulteti, umjetnič. akademije i sveuč. studij	204	287	5,3	7,8
Nepoznato	59	25	1,5	0,7

Izvor: DZZS- Statistički ljetopis 2005., str. 96.

Analiziranjem podataka iz tablice 4.5. uočava se povoljna kvalifikacijska struktura stanovništva u Republici Hrvatskoj u odnosu na 1991. godinu. Zabrinjavajući je podatak da je u 2001. godini 105.000 stanovnika, odnosno 2,9%, bez škole. Usprkos poboljšanju, obrazovna struktura cjelokupnog stanovništva i dalje je razmjerno nepovoljan. Stanovništvo je razmjerno dobro pokriveno srednjim obrazovanjem. Najveći broj stanovništva ima završenu srednju stručnu spremu te u ukupnom broju sudjeluju sa 47,1%. Visokoobrazovano stanovništvo čini udio od 11,9%. Visokoobrazovani muškarci u obrazovnoj strukturi stanovništva Republike Hrvatske čine udio od 12,7%, dok visokoobrazovane žene čine udio od 11,2%. Istraživanja Sveučilišta Tulane University u New Orleansu svrstavaju Hrvatsku na 20. mjesto u svijetu prema relativno raspoloživom ljudskom i intelektualnom kapitalu. Udio

visokoobrazovanog stanovništva stavlja Hrvatsku ispred Austrije i Slovenije, kako je to vidljivo iz slike 4.7.

Grafikon 4.5: Obrazovna struktura osoba u dobi od 25–64 godine u 2001. godini



Izvor: Popović, M.: *Diplome (ne) donose konkurentnost*, *Privredni vjesnik*, Zagreb, L, 13. listopada 2003., 3323, str. 6.

Podaci iz grafikona 4.5. upućuju da Hrvatska u odnosu na izabrane države ima visoku razinu visokoobrazovanog kadra, međutim, znatno je ispod prosjeka Europske unije. Hrvatska ima razmjerno nizak udio visokokvalificiranih radnika te nizak udio visoko obrazovanoga stanovništva. To pokazuje da je potrebno povećati ulaganje u obrazovanje stanovništva, ali i izvršiti strukturne promjene koje bi razvile svijest o važnosti obrazovanja, a posebice cjeloživotnog obrazovanja.

### 4.2.3. Obrazovanost zaposlenih u postizanju konkurentnosti i gospodarskog razvoja Republike Hrvatske

Suvremene spoznaje jasno govore da su obrazovanje te istraživanje i razvoj u sadašnjim uvjetima globalnog gospodarstva i svijeta utemeljene na znanju. Obrazovanje, znanje i inovacije prodiru u sve djelatnosti i vezane su s gotovo svakom vrstom poslovanja i tvrtkama svih veličina. Obrazovne institucije i razina obrazovanja stanovništva ne utječu samo na stvaranje ljudskog kapitala, nego i na jačanje društveno korisnog dijela socijalnog kapitala te slabljenje njegovih disfunkcionalnih pojava oblika.<sup>402</sup> Jedan od čimbenika utjecaja na konkurentnost gospodarstva i porast GDP-a svakako je udio osoba starijih od 25 godina koje imaju srednje, više i visoko obrazovanje, što ukazuje i na važnost obrazovanja u

<sup>402</sup> Bejaković, P.: *Konkurentnost radne snage u Hrvatskoj: Stanje i problemi*, <http://www.ijf.hr> (10.04.2005.)

gospodarskom razvoju. Međutim, iako se većina istraživača slaže da je ljudski kapital bitna odrednica konkurentnosti i gospodarskog razvoja (povrat od ulaganja u obrazovanje veće je od bilo kojeg drugog povrata), ono nije i jamstvo razvoja. Naime, zemlja s najboljim ljudskim kapitalom ne mora nužno postići i najbolje razvojne rezultate. U uvjetima brzoga tehnološkog razvoja i gospodarenja zasnovanoga sve više na konceptualnoj, a sve manje na materijalnoj proizvodnji, školske diplome i akademske titule više ne jamče ekonomski uspjeh ni pojedinca ni društva u cjelini. Postojeće obrazovanje zaposlenih i cjelokupnog stanovništva, posebice u tranzicijskim zemljama (kakva je i Hrvatska), nije jamstvo ni konkurentske sposobnosti ni gospodarskog razvoja. Radna snaga lako može biti nedovoljno ili neodgovarajuće obrazovana, odnosno (formalno obrazovani) zaposleni ne raspolažu znanjima potrebnima za uspješnu gospodarsku utakmicu. Nadalje, postojeći su sustavi s obzirom na rezultate obrazovanja skupi i neučinkoviti, ali ne postoje jednostavni modeli za njihovo poboljšanje. Samo stručno znanje pri tome nije dovoljno: zaposleni danas moraju biti sposobni stvarati, analizirati i transformirati informacije, djelotvorno komunicirati te organizirati i koordinirati poslovne aktivnosti. Traže se razvijene komunikacijske sposobnosti, informatička znanja te sposobnost i spremnost na daljnje učenje i usavršavanje.

Danas se težište stavlja na analitičke sposobnosti – mogućnosti traženja i odabiranja informacija, razjašnjavanje problema, formuliranje pretpostavki, potvrđivanje i procjenu dokaza i nalaženje rješenja. Postoje primjeri da dobro i odgovarajuće obrazovana radna snaga zbog više razloga može biti neiskorištena ili nedovoljno iskorištena, što izravno utječe na konkurentnost i gospodarsku razvijenost. Razloga je više, a najčešće se navode nezadovoljavajuća razina društvenog kapitala i nepostojanje povjerenja u društvu, što uvjetuje visoke transakcijske troškove. Nadalje, i najbolje obrazovana i vrlo stručna radna snaga neće biti dovoljno konkurentna u uvjetima nezadovoljavajuće razine inovativnosti i poduzetništva u društvu, nepostojanja vladavine prava, rasprostranjene i duboko ukorijenjene korupcije i/ili sveprisutnoga neslužbenog gospodarstva. Također, nerazmjerno skupa radna snaga (s obzirom na plaće i doprinose) u odnosu prema ostvarenoj proizvodnosti sigurno nije konkurentna. Međutim, u uvjetima moderne informatičke i komunikacijske tehnologije te globalizacije, nacija ne može biti konkurentna samo zahvaljujući niskim izravnim troškovima rada. Oni su bez sumnje bitan čimbenik donošenja odluka o ulaganju, ali nisu isključiva odrednica ulaganja. Ujedno, odgovarajuće i učinkovito korištenje i upravljanje raspoloživim radnim resursima može biti bitan čimbenik postizanja konkurentnosti gospodarstva. Vidljivo je, dakle, da je obrazovna struktura stanovništva i zaposlenih u skladu s potrebama gospodarstva bitna odrednica konkurentnosti i gospodarskog razvoja.

Kvalifikacijska struktura zaposlenih u 1991. i 2001. godini (tablica 4.6.) pokazuje da je obrazovna struktura stanovništva i dalje razmjerno nepovoljna. Prema popisu stanovništva iz 2001. godine 19% stanovništva starijeg od 15 godina jest bez škole ili s nepotpunom osnovnom školom, a kad njima pribrojimo one sa samo osnovnom školom, tada dolazimo do brojke od gotovo 41% stanovništva s izrazito nepovoljnom obrazovnom razinom.

Tablica 4.6: Stupanj obrazovanja u Hrvatskoj, stari 15 i više godina, prema školskoj spremi u 1991. i 2001. godini

	Stupanj obrazovanja	
	1991.	2001.
Ukupno	100	100
Bez škole	5,3	2,9
1-3 razreda osnovne škole	3,3	4,5
4-7 razreda osnovne škole	21,2	11,2
Osnovna škola	23,4	21,8
Srednja škola	36,0	47,1
Viša škola	4,0	4,1
Fakultet, magistrij, doktorat	5,3	7,8
Nepoznato	1,5	0,7

Izvor: SLJH-2003. i SLJH-2004, <http://www.dzs.hr> (21.04.2005.)

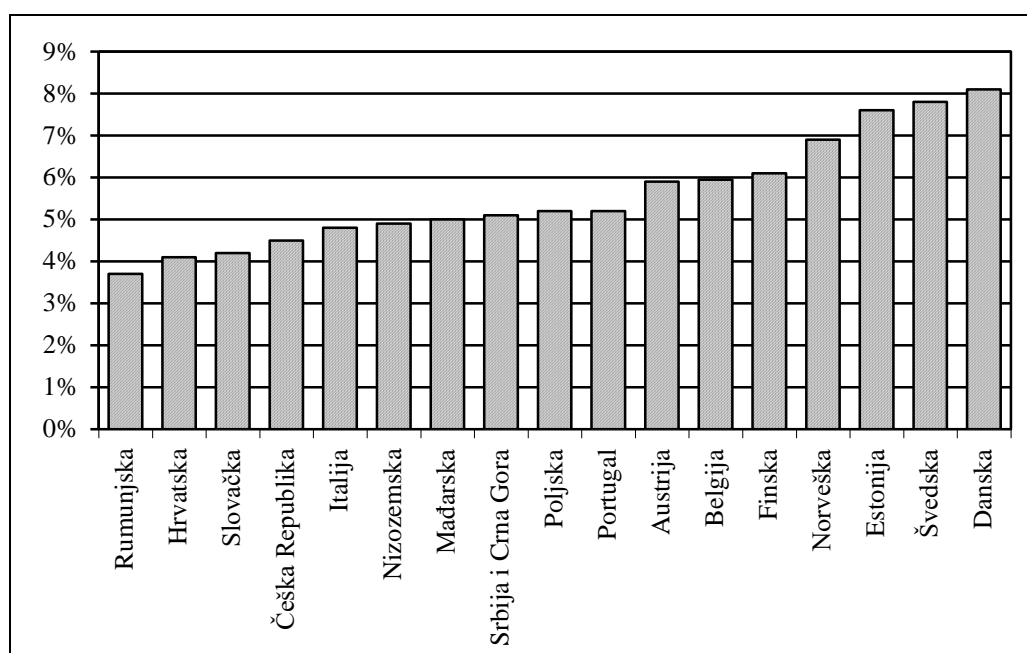
Tablica 4.7. Struktura radne snage prema stupnju školske spreme u %

	Zaposleni				Nezaposleni
	1981.	1986.	1996.	2004.	2004.
Ukupno	100	100	100	100	100
NSS, PKV i NKV	40	37	30	16	29
Srednje škole	48	49	53	60	64
Više škole	5	6	7	8	3
Visoke škole, fakulteti I umjetničke akademije	7	8	10	16	4

Izvor: Statistički godišnjak Hrvatske (razna godišta), <http://www.dzs.hr/>

Tablica 4.7. pokazuje da je Hrvatska u relativno kratkom vremenu osjetno poboljšala strukturu radne snage prema stupnju stečene školske spreme. Posebno je značajan porast udjela osoba s višom i visokom naobrazbom, koji se udvostručio (s 12% u 1981. na 24% u 2004. godini).

Grafikon 4.6: Udio izdataka za obrazovanje u BDP–u u izabranim zemljama



Izvor: Lowter, J.: Kvaliteta hrvatskog formalnog obrazovanja, <http://www.ijf.hr> (22.04.2005.)

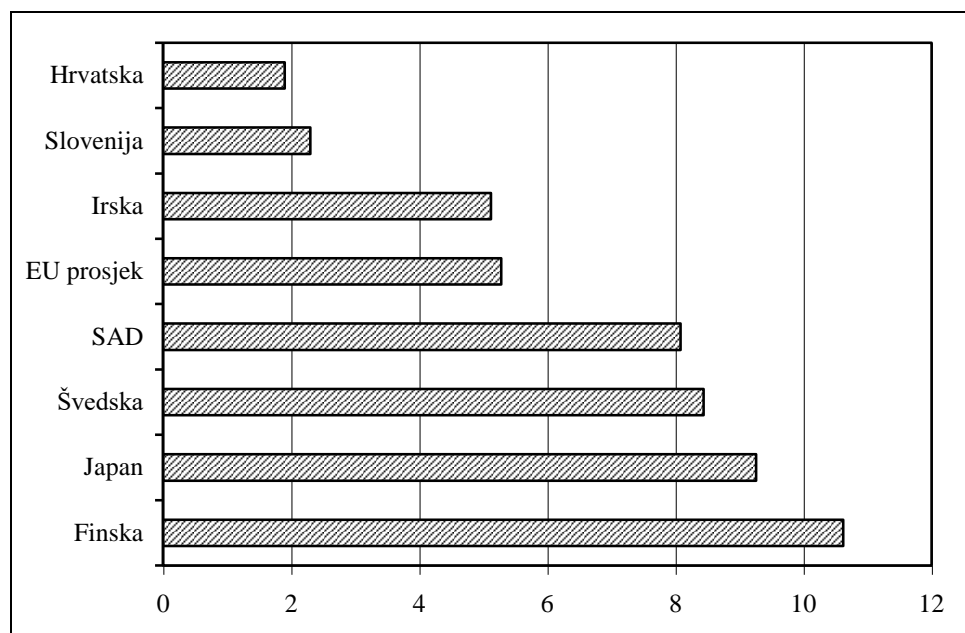
Temeljem navedenih podataka može se zaključiti da je u budućnosti potrebno investirati znatno veća sredstava u obrazovanje kako bi se povećala proizvodnost rada, što implicitno dovodi do povećanja kvalitete ljudskog potencijala. Poduzeća u svijetu investiraju značajna sredstva u obrazovanje kadrova (Grafikon 4.6.). Ovu činjenicu može potkrijepiti podatak da poduzeća u Americi ulažu između 3 i 5% svojih prihoda na obrazovanje zaposlenih, a kod nekih su ta ulaganja i viša.<sup>403</sup> Ulaganja u stalne promjene strategije poslovanja, uvođenje programa potpune kvalitete i slično, uključuju i dodatna ulaganja koja se odnose na njihovu realizaciju kroz ekstenzivno obrazovanje kadrova. Pravilo uspješnih poduzeća postaje da svaki zaposleni treba provesti godišnje određeno vrijeme u učionici. Negdje je to tjedan dana, a negdje i više tjedana. Čak i oglasi za menadžere i druge razine poduzeća jamče određeno godišnje razdoblje obrazovanja i usavršavanja. Što su usluge koje pružaju poduzeća sofisticiranije, s više ugrađenog znanja, to je obvezno vrijeme provedeno u obrazovanju duže. S druge strane poduzeća očekuju od svojih zaposlenika da sve više sati troše u različitim oblicima obrazovanja. Za menadžere se procjenjuje da trebaju potrošiti 20% godišnjeg radnog vremena u vlastito obrazovanje, kako bi spriječili “zastarijevanje” znanja. Od menadžera se, nadalje, zahtijeva da sve više svoga radnog vremena posvete razvoju zaposlenih. Iz navedenog se da zaključiti da poduzeća u svijetu, postaju najvažnije obrazovne ustanove zemlje. Investiranje u obrazovanje i razvoj zaposlenih postaju najvažnija investicija u vlastitu budućnost poduzeća, a suvremena poduzeća postaju mjesta gdje se stalno uči, obrazuje i razvija. Mnoga poduzeća osnivaju svoje obrazovne centre i sveučilišta te organiziraju čitav niz privremenih seminara, tečajeva i različitih drugih oblika obrazovanja na radnom mjestu i izvan njega, ali ostvaruju i tijesnu suradnju s obrazovnim institucijama van poduzeća. Obrazovanje kadrova u Republici Hrvatskoj je u odnosu na razvijene zemlje na vrlo niskom nivou. Dok menadžment na obrazovanje u razvijenim zemljama utroši 16–24 dana, u Republici Hrvatskoj utroši se svega 1–2 dana, odnosno menadžment u Republici Hrvatskoj na svoje obrazovanje utroši samo 0,5% radnog vremena. Udio obrazovanja ostalih

<sup>403</sup> Bahtijarević Šiber, F.: op. cit., str. 717.



zaposlenika u Republici Hrvatskoj je neznatan. Iznosi 0,03% radnog vremena zaposlenih.<sup>404</sup> Zaključak je jednostavan, ukoliko Hrvatska želi viši životni standard, to će morati zaraditi unaprjeđivanjem obrazovnog sustava i stručnom izobrazbom ljudskog potencijala. Potrebno je podići stručnu sposobnost radnika kako bi se održala trenutačna razina plaća i realno povećavala u budućnosti. Hrvatska se nalazi tek na početku ostvarivanja ukupne kvalitete a posebno kvalitete usluga i usluživanja. Zato je u turističkom gospodarstvu nužna radikalna restrukturizacija turističko-gospodarskih subjekata i njihovog okruženja, u vlasništvu, smještajnim kapacitetima i njihovoj namjeni, u obrazovanosti i obrazovanju uposlenih, posebice menadžera ali i cjelokupnog osoblja. Ono mora postati svjesno značaja kvalitete i biti motivirano da ga dostigne na razini svjetskih standarda.<sup>405</sup>

Grafikon 4.7: Broj istraživača na 000 radne snage 2000. godine



Izvor: Afrić, K. et al.: *Znanje – temeljni ekonomski resurs*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, 2002., str. 7.

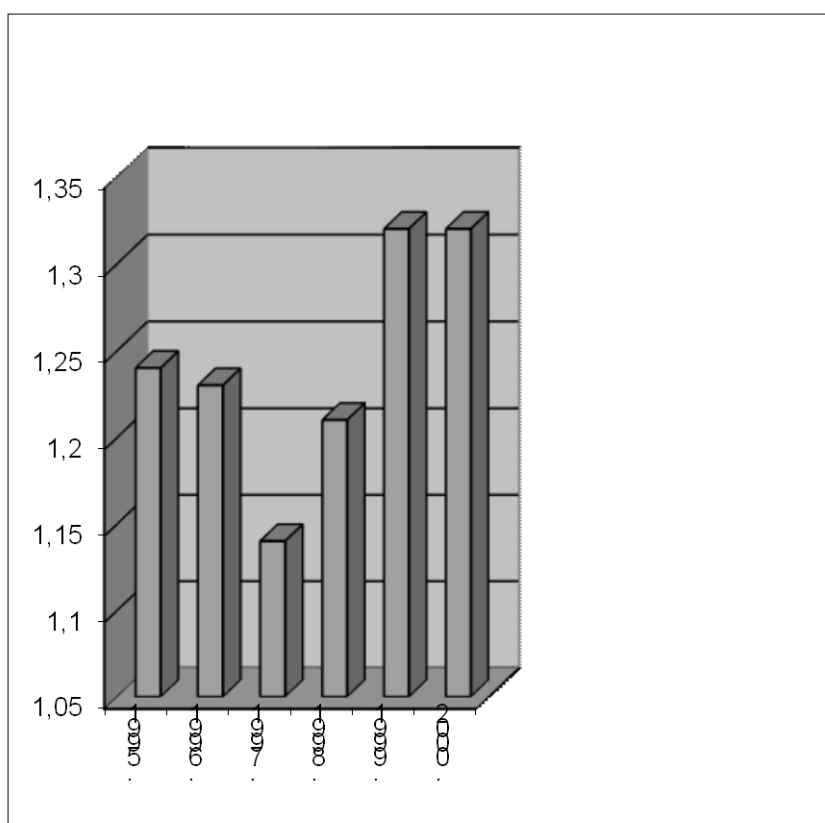
Iz podataka na grafikonu 4.7. vidljivo je da je Finska u 2000. godini imala najveći broj istraživača u odnosu na radnu snagu u svijetu. No, osim toga Finska ima i najveći prosječni godišnji porast (%) broja istraživača na 000 radne snage: od 1995.–2000.: 16,5%, slijedi Irska, Japan: 2,6%, SAD: 6,2%, a prosjek zemalja članica EU je 2,9%.<sup>406</sup> Podaci za Hrvatsku pokazuju znatno manje učešće istraživača i znanstvenika u radnoj snazi od europskog prosjeka.

<sup>404</sup> Preporuka za povećanje konkurentnosti Hrvatske, Nacionalno vijeće za konkurentnosti, <http://www.vlada.hr> (2.05.2005.)

<sup>405</sup> Vidi detaljnije: Deželjin, J., (1996), Prilog razumijevanju i ostvarivanju potpune kvalitet usluga u turističko-ugostiteljskoj djelatnosti Hrvatske, *Gospodarstvo Istre*, Vol. 9, No.2, str. 121-133.

<sup>406</sup> Afrić, K. et al.: *Znanje – temeljni ekonomski resurs*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, 2002., str. 7.

Grafikon 4.8: Udio izdataka za znanstveno–istraživačku djelatnost u BDP-u RH 1995.–2000.



Izvor: Silobrčić, V.: *Strategija razvoja znanosti, Hrvatska u 21. stoljeću*, Mimeo, Zagreb, 2001., str. 8.

Iz grafiokona 4.8. vidljivo je da u razdoblju od 1995. do 2000. godine došlo do porasta udjela izdvajanja za znanstveno–istraživačku djelatnost u BDP-u Republike Hrvatske. U 2000. godini za znanstveno–istraživačku djelatnost izdvojeno oko 1,32% BDP–a, za visoko obrazovanje oko 57% tih sredstava, a ostatak za institucije poput HAZU, Nacionalne i Sveučilišne knjižnice, CARNET-a itd. Snažan gospodarski rast i smanjenje stope nezaposlenosti moguće je postići samo uz veliko povećanje kvalitete ljudskog potencijala, a to znači velik porast udjela tercijarno obrazovanih ljudi u radnoj snazi – sa sadašnjih 17% na 29% u sljedećih 10 godina. To je neophodno za prijelaz u vrlo otvoreno gospodarstvo u kojem bi udjel visokotehnološke proizvodnje u ukupnoj proizvodnji i izvozu trebao rasti. Dakle, krajnji cilj povećanja konkurentnosti hrvatskog proizvoda na tržištu Europske unije trebao bi donijeti veći udjel izvezeno robe i usluga u BDP–u, tj. povećanje toga omjera sa sadašnjih oko 50% na više od 65% u sljedećih 10 godina. Pojednostavljeno, zapreke koje Hrvatskoj stoje u postizanju konkurentnosti su:<sup>407</sup>

- 1) premalo javno izdvajanje za obrazovanje (samo 4% udjela u BDP–u),
- 2) niska kvalifikacijska struktura zaposlenih u odnosu na europsko okruženje (samo 7,1% zaposlenih ima više obrazovanje, a 12,3% visoko i poslijediplomsko) i
- 3) nedostatak procjene gospodarstvu potrebnih znanja i vještina u sljedećih nekoliko godina te njihovih dugoročnih razvojnih trendova.

<sup>407</sup> Preporuka za povećanje konkurentnosti Hrvatske, op. cit.

### 4.3. DRUŠTVENO BOGATSTVO

Poznato je da u društveno bogatstvo ubrajamo prirodno bogatstvo i proizvedeno društveno bogatstvo. Osnovni prirodni faktori<sup>408</sup> koji utječu na razvoj turizma jesu klima, hidrografski elementi, reljef, flora i fauna te geografski položaj zemlje – regije – lokaliteta.<sup>409</sup> Ovi faktori u velikoj mjeri privlače turističku klijentelu (faktori atraktivnosti). Dovoljno je spomenuti samo neke turističke atraktivnosti i njihove karakteristike da se dobije snažna impresija o mogućem razvoju turizma u Hrvatskoj. Hrvatska raspolaže sa 6.100 km razvedene obalne linije Jadrana s više od 1.000 otoka. Jadransko more je relativno toplo (balnearna granica iznad 18°C zadržava se do 5 mjeseci) i bistro s intenzivnom modrom bojom. Nad Jadranom imamo relativno velik broj sunčanih dana tako da je, na primjer, insolacija na Hvaru veća nego u Nici (2.715 : 2.700). Osim mora kao našeg najvećeg prirodnog turističkog blaga, Hrvatska posjeduje i jezera (Plitvička) rijeke s kanjonima i klisurama ( Zrmanja, Neretva, Kupa i dr.), vodopade (Plitvice, Krka), i sl. Među hidrografskim elementima naročito su privlačne i osobito se koriste toplice s ljekovitom mineralnom i termalnom vodom. Poznati su izvori u mjestima Stubičke, Krapinske, Varaždinske, Čateške i Istarske toplice, Lipik, itd. Hrvatska obiluje lijepim planinama koje su pogodne za razvoj turizma ( planinarenje, izleti u prirodu i manje skijanje i sl.). U tom smislu poznate su planine i gorski predjeli Gorski kotar, Velebit, Medvednica, Petrova gora. Tu su i spilje (Biševo), kanjoni (Paklenica,) itd. Iz svega proizlazi da naša zemlja ima izuzetne uvjete za razvoj turizma gotovo na cjelokupnom svom teritoriju.

Osim toga, i proizvedeno društveno bogatstvo Hrvatske je vrlo značajno i bitno utječe na razvoj turizma. Proizvedeno društveno bogatstvo naročito se brzo povećalo za vrijeme investicijskog booma u turizmu od 1967 – 1972. godine. Međutim, zbog metodoloških razloga (velikih poteškoća realne procjene) vrijednost kulturno – povijesnih spomenika i umjetničkih djela ne obračunavamo u proizvedeno društveno bogatstvo.<sup>410</sup> To je veliki nedostatak jer su gledajući u povijesnoj dimenziji ti kulturno – povijesni spomenici i umjetnička djela jedini ostaci materijalnog bogatstva mnogih naroda. I upravo ti spomenici i djela mogu biti odlučni faktori atraktivnosti neke receptivne zemlje (npr. Italija, Grčka, Francuska). Hrvatska obiluje veoma interesantnim, vrijednim i raznolikim kulturno – povijesnim spomenicima i umjetničkim djelima gotovo svih epoha. Tu se ističu stariji spomenici, kao npr. Amfiteatar – arena (Pula), Eufrazijeva bazilika u Poreču, Dioklecijanova palača (Split); cijeli gradovi Dubrovnik, Trogir, Korčula, Hvar, Nin, Zadar, Šibenik, Gornji grad u Zagrebu, itd.; srednjovjekovni zamkovi u Hrvatskoj; itd. Veoma veliku turističku atraktivnost imaju i spomenici i lokaliteti iz novijeg doba, a naročito iz NOB, kao npr. Spilja u Drvaru, Titova kuća u Kumrovcu, spomenik seljačkoj buni u Stubici, itd. Uza sve to dolaze brojni muzeji, izložbe, galerije, samostani i sl. koji svojim eksponatima privlače turističku publiku.

---

<sup>408</sup> Detaljnu analizu prirodnih faktora u Jugoslaviji vidi u : dr. Srđan i mr. Zora Marković, *Osnove turizma*, Školska knjiga, Zagreb 1970, str. 62 – 78; dr. Milorad Vasović i Živadin Jovičić: *Važnije turističko – geografske regije Evrope*, Rad, Beograd 1974, str. 342 – 345.

<sup>409</sup> Već u drugoj polovici 19 st. Wilhelm Roscher kao prvi ubraja u nacionalno bogatstvo more, lijepu prirodu i klimu, tj. dobra koja nemaju tržnu vrijednost. Dr. Kurt Krapf: *Von der Empirie zur Theorie des Fremdenverkehrs*, Winterhalbjahr 1952/1953, Jahrbuch für Fremdenverkehr, 1 Jahrgang, Heft 1, München 1953, str. 40.

<sup>410</sup> Vinski I., (1967),: *Uvod u analizu nacionalnog dohotka i bogatstva*, Naprijed, Zagreb, str. 225.

Budući da je putem turizma izvršena uspješna ekonomska valorizacija društvenog bogatstva (često puta i kao jedina ekonomska mogućnost eksploatacije), ovom je prilikom korisno osvrnuti se na probleme tzv. konverzijske funkcije turizma.

#### 4.3.1. Problematika turističke rente

Turistička renta, njeno formiranje i prisvajanje nedvojbeno su zanemarene kategorije procesa privatizacije i nekih drugih procesa vlasničkog angažiranja od naročitog značaja za budućnost Republike Hrvatske. Takav odnos prema turističkoj renti rezultira stanjem, pojavama i trendovima koji iziskuju potrebu uočavanja i promišljanja dugoročnih interesa hrvatskog društva. Na primjeru hrvatskog dijela jadranskog priobalja i otoka turistička renta je lako uočljiva i, stoga, podložna istraživanju izvora, sadržaja i interesa. Kod toga, jadranski prostor Hrvatske, sa svim svojim obilježjima, promatra se kao jedinstvena, turistički atraktivna cjelina koja predstavlja veliki dio nacionalnog prirodnog bogatstva i, slijedom, najšireg društvenog interesa. Istodobno, to podrazumijeva da je taj prostor ishodište turističke rente čije uvećanje i prisvajanje ne može biti isključiv interes privatnog vlasništva (svih oblika), prvenstveno zbog dugoročnog značaja priobalja i otoka za razvoj turizma i ukupnog gospodarstva Republike Hrvatske.

**RENTA - (Čista ekonomska renta)** - Zemlja, u najširem smislu, bitan je činitelj života ljudi i svake ljudske aktivnosti. U ekonomskom području aktivnosti ljudi određena površina zemlje nužna je za svaku proizvodnju ili posao i predmet je kupoprodaje po odgovarajućoj cijeni.

U poljodjelstvu, međutim, kao dohodak od zemlje i njenog korištenja, egzistira renta (čista ekonomska renta) koja se definira kao cijena korištenja (uporabe) određene površine zemlje na određeno vrijeme.<sup>411</sup> Poput zemlje, ni površine zemlje koje se mogu rabiti u poljodjelstvu ne mogu se povećavati ili smanjivati ovisno o potražnji (kretanje cijene za uporabu zemlje),<sup>412</sup> već je ponuda fiksna i krivulja ponude potpuno neelastična.<sup>413</sup> Slijedom, cijena uporabe zemljišta na određeno vrijeme ovisi o potražnji za proizvodom koji ta zemlje daje i krivulja potražnje za zemljom, a time i renta, kretat će se na više ili niže.

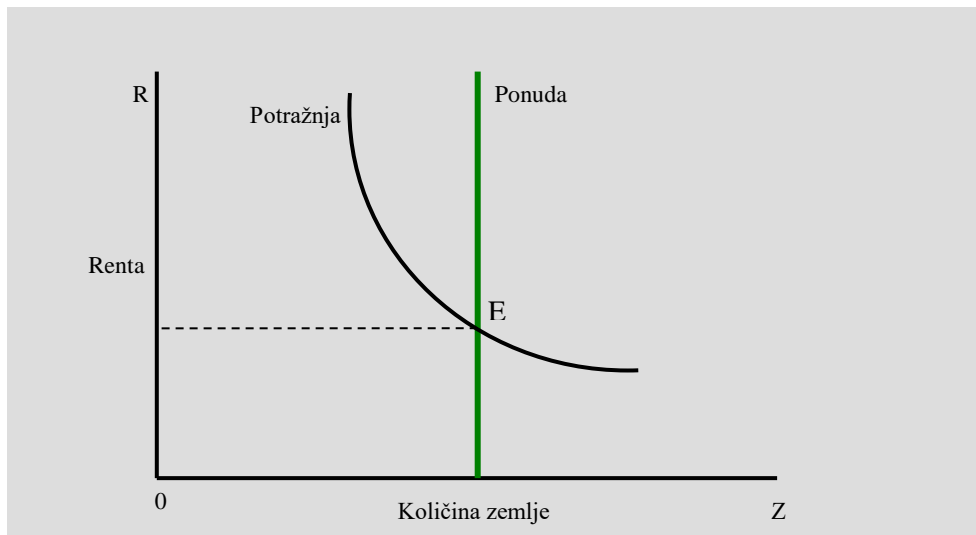
---

<sup>411</sup> Samuelson, W.P., Nordhaus, W.D., (1995), *Economics*, McGraw-Hill, Inc., New York, str. 242.

<sup>412</sup> Površine koje se mogu dobiti npr. isušivanjem močvara, siječom šuma i sl. zanemarene su u odnosu na ukupnu (fiksnu) ponudu.

<sup>413</sup> Renta egzistira i kod svakog drugog činitelja koji ima fiksnu ponudu npr. umjetnička djela – ulaznice za izložbu, rudarska renta,...

Grafikon 4.9: Određivanje rente ovisno o potražnji



Izvor: Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D., (1995), *Economics*, McGraw-Hill, Inc., New York, str.243. ili (u pravilu) svaki drugi udžbenik ekonomike

Za razumijevanje rente bitne su i specifične karakteristike koje se vezuju za zemlju.<sup>414</sup>

- prirodna ograničenost
- vlasnički monopol
- zadovoljenje egzistencijalnih potreba ljudi
- eksploatacija do granica prirodne izdržljivosti,

a vrijede, u širem smislu, i u slučaju svakog drugog činitelja koji ima fiksnu ponudu.

Pojavni oblici rente također su relevantni za temu ovog rada pa treba podsjetiti da se renta ispoljava kao:<sup>415</sup>

- diferencijalna renta I temeljem različite plodnosti / različitog položaja (udaljenost) prema tržištu
- diferencijalna renta II temeljem dodatnih ulaganja na zemlji
- monopolska renta temeljem izuzetnih pogodnosti zemlje
- apsolutna renta koju donosi svako zemljište

<sup>414</sup> Prema: Kovačević, B., (1999), *Osnove ekonomije*, Mikrorad d.o.o., Zagreb, str. 221-222.

<sup>415</sup> Računski iskaz svih oblika rente vidi u: Kovačević, B., Ibid, str. 224-225., Jovanović, M., (1993), *Kapitalizam iznutra*, Pravni fakultet, Rijeka, odnosno u udžbenicima ekonomike drugih autora.

Izloženo podsjećanje na definiciju rente, obilježja u kontekstu rente i njene pojavne oblike, cilja davanju polazišta za razumijevanje turističke rente i njene utemeljenosti u obilježjima jadranskog prostora. «Konverzijska je funkcija turizma takvo njegovo djelovanje koje omogućuje da se mnoga dobra, koja inače nemaju svojstvo robe ni odgovarajuću prometnu vrijednost, uključe u gospodarski proces i tijek. Time se iz neprivrednih kategorija konvertiraju u prirodne resurse i faktore.»<sup>416</sup> Pomoću konverzijske funkcije pretvaraju se u «robu» određena materijalna i imaterijalna dobra koja bez turizma ne bi mogla postići ekonomsku valorizaciju. U materijalna dobra takve vrste ubrajamo neke određene prirodne faktore kao što su more, rijeke, spilje, jezera, planine, šume, ljekoviti izvori i blata, otoci itd. U ta dobra nije uloženi ljudski rad. Nadalje, u materijalna dobra koja mogu imati turističku ekonomsku valorizaciju ubrajamo kulturno – povijesne spomenike i umjetnička djela. U ova dobra jest uloženi ljudski rad, ali ih kao što smo već napomenuli zbog metodoloških razloga (velikih poteškoća realne procjene) ne obračunavamo u proizvedeno društveno bogatstvo.

Takvi kulturno – povijesni spomenici proizvod su ljudskog rada s kojim današnje generacije, uglavnom, nemaju direktne veze. Ove znamenitosti se ne smatraju robom, jer se ne prodaju i jer ih je nemoguće reproducirati, a da ne izgube na svojoj umjetničkoj ili povijesnoj vrijednosti. Turiste ne zanima vrijednost tih znamenitosti, nego većinom njihova upotrebna vrijednost za koju ponekad plaća pravo upotrebe (većinom pravo obilaska – razgledavanja). Zbog izloženog, kulturno – povijesni spomenici u polit – ekonomskom smislu imaju neodređenu vrijednost, ali zato vrlo veliku upotrebnu vrijednost. Stoga je teško odrediti kolika ja «amortizacija» i koliko su ostali elementi cijene koštanja eksploatacije takvog dobra. Onaj koji je vlasnik ili korisnik takvog dobra određuje cijenu obilaska prema pritisku turističke potražnje. U tome se i krije mogućnost formiranja turističke rente.

U imaterijalna dobra bismo mogli ubrojiti srdačnost, gostoljubivost, poštenje, mentalitet stanovnika, sklonost stanovništva za turističku aktivnost; nadalje kulturne, povijesne, vjerske i političke vrednote.<sup>417</sup> Kad kažemo da se turizmom mogu, u pravilu, ekonomski eksploatirati ova dobra, onda ne mislimo da je turizam jedina djelatnost koja se može tim dobrima koristiti. Neka od njih mogu se ekonomski eksploatirati i na drugi neturistički način, ali u bitno drugačijim okolnostima. Turističkom eksploatacijom većine tih dobara u pravilu ne uzrokuje ni njihovo trošenje ni smanjenje vrijednosti. Dapače, povezano s tržišnim zakonima, povećana turistička eksploatacija često puta i podiže njihovu prvobitnu vrijednost. Jasno, ovdje ne mislimo na polit – ekonomsku vrijednost dobara koju stvara ljudski rad, nego na upotrebnu vrijednost u smislu zdravstvenog djelovanja, estetskog uživanja, promjene sredine, otvaranje novih kulturnih i obrazovnih horizonata i sl.

Zbog toga dobra prirodnog i antropološkog porijekla, koja bi mogla biti i uzrok stvaranja turističke rente, moraju prije svega biti snažni atraktivni faktor turističke ponude. Ta dobra moraju svojom izuzetnom ljepotom, povjesnim značenjem, rijetkošću i sl. kontinuirano privlačiti turističku publiku.

Uz navedeno mogli bismo istaći tradicionalnu gostoljubivost, srdačnost i otvorenost naših ljudi. Prema tome, Hrvatska stvarno obiluje svim faktorima turističke ponude. Ako neka zemlja nema faktora atraktivnosti, u pravilu ne može razvijati turizam. Obratno, ako neka zemlja obiluje materijalnim i imaterijalnim turističkim dobrima, kažemo da je to zemlja s velikim potencijalom za razvoj turizma. Jasno, to još ne znači da je takva zemlja turistički razvijena, jer su za turističku valorizaciju potrebna velika ulaganja u faktore komunikativnosti

---

<sup>416</sup>Marković, S., i Marković, Z.: *Osnove turizma*, Školska knjiga, Zagreb 1970, str. 42.

<sup>417</sup>Bernecker, P.(1954), *Materielle und immaterielle Funktionen des Fremdenverkehrs* Forschungsinstitut für Fremdenverkehr – Jahres – bericht 1954, Bern 1954, str. 34 –37; Ante Cicvarić: *Turistička renta*, Turizam, br. 3 – 4, Zagreb 1968, str. 2

i faktore receptivnosti. Naša zemlja je primjer velikog turističkog potencijala (faktor atraktivnosti) i relativno slabije iskorištenosti tih resursa.

Ako su faktori turističke ponude izuzetno atraktivni, oni će snažno privlačiti turističku publiku pa će ona često biti spremna plaćati visoke cijene raznih turističkih roba i usluga. U takvoj situaciji može doći do rentnih odnosa kada se i bez rada, a na temelju monopola privatnog vlasništva odnosno isključivog prava korištenja, mogu ostvarivati ekonomski učinci. Koliko nam je poznato, prema prof. Cicvariću, o renti u turizmu prvi je pisao Michele Troisi.<sup>418</sup> On govori o dvije osnovne rente: o potrošačkoj renti i o proizvođačkoj ili turističkoj renti.

Potrošačka renta je razlika između stvarne cijene turističke usluge i one koju je turist spreman platiti. To je više teorijski primjer i dolazi u obzir u izvansezonskom periodu kada su turističke cijene veoma niske.

Turistička renta nastaje zbog različitog «stupnja preferabiliteta» turističkih potrošača prema određenim lokalitetima, područjima i zemljama. Ako je netko vlasnik ograničenog turističkog dobra, može na temelju tog prava ostvariti apsolutnu turističku rentu. Ako renta nastaje iz drugih razloga (osim prava vlasništva), Troisi je naziva diferencijalnom turističkom rentom. Ova pak može biti pozicijska, monopolska, složena i kvazi – renta. U suštini se kod toga radi o tome da s jedne strane postoji ograničeno turističko dobro s izuzetno atraktivnom upotrebom vrijednosti, a s druge strane masovna turistička potražnja za tim dobrom. U takvom razmjeru između ponude i potražnje javlja se cijena koja nije samo funkcija realnog utroška proizvodnih faktora, nego i kalkuliranja tzv. turističke rente.

Ova razmišljanja potakla su prof. Cicvarića, na izračunavanja zemljišne rente u turizmu.<sup>419</sup>

Za ekonomsku turističku valorizaciju najviše će nas zanimati prirodna dobra i kulturno – povijesni spomenici. Ova materijalna dobra u pravilu su ograničena i neprenosiva, tj. vezana su uz određeni prostor. Ako nad njima postoji monopol privatnog vlasništva ili pak samo pravo korištenja, postoji mogućnost formiranja rente. Znamo da je ekstra – profit koji se pretvara u rentu, uglavnom, rezultat djelovanja prirodnog faktora (bolje plodnosti zemlje, manje geografske udaljenosti od tržišta, monopolskih prirodnih uvjeta za proizvodnju neke biljke, veće koncentracije rude i sl.). Ovi prirodni uvjeti vezani za zemlju djeluju na povećanje djelotvorne snage živog i minulog rada, odnosno na proizvodnost, koja u krajnjoj liniji omogućuje nižu individualnu cijenu proizvodnje. Ako postoji razlika između takve individualne i društvene cijene proizvodnje, tada se preko tržišta ostvaruje ekstra – profit koji se na temelju monopola privatnog vlasništva pretvara u rentu. Ta renta nije rezultat promjene i upotrebe kapitala, nego iskorištenja prirodnih uvjeta u koje nije uloženi ljudski rad. I u turizmu prirodna dobra, ali i kulturno – povijesne znamenitosti omogućuju stvaranje turističke rente. Međutim, dok kod zemljišne rente prirodni uvjeti djeluju direktno na proizvodne troškove, odnosno na individualnu cijenu proizvodnje, u turizmu prirodna dobra i kulturno – povijesne znamenitosti djeluju na troškove i cijene indirektno preko turističke potražnje.

Poznata je činjenica da jedino u turističkom gospodarstvu odlučujuću ulogu pri formiranju cijena turističkih roba i usluga ne igraju troškovi (kao u svim ostalim gospodarskim djelatnostima), nego turistička potražnja, tj. količina dohotka namijenjena potrošnji turističkih roba i usluga. Svakako da su uzroci u tome što turizam još uvijek

---

<sup>418</sup> Michele, T., (1940), *Prime linee d'una teoria della turistica*, Casa editrice dott. Antonio Milani, Padova 1940, str. 10 – 20; M. Troisi: *La rendita turistica – Teoria e fatti*, Istituto di statistica della R. Università di Bari, Casa editrice dott. Luigi Macri, Bari 1942, naročito str. 38 – 39; M. Troisi: *Teoria economica del turismo e della rendita turistica*, Dott. Francesco Cacucci – Editore, Bari 1955, str. 63 – 79. i 151.-prema: Cicvarić, A., op.cit. str. 129.

<sup>419</sup>Vidi: Cicvarić, A., op.cit. str. 130.

pretežno ulazi u sferu sekundarnih potreba, kod kojih veliku ulogu igra dohodna, cjenovna, a naročito supstitucionalna elastičnost. Prema tome, potrošač vrlo lako mijenja odluku hoće li svoj diskrecijski dohodak (dohodak iznad egzistencijskog minimuma) utrošiti na kupnju televizora, automobila ili pak za ljetovanje na moru, posjetu inozemstvu i slično. Svakako da su uzroci tome i u heterogenosti i složenosti turističke potražnje. Međutim, kad postoji formirana turistička potražnja, onda ona odlučuje da li će neke cijene i njima pripadajuće troškove prihvatiti ili ne. Zbog toga se troškovi i cijene moraju prilagoditi turističkoj potražnji. Drugim riječima, potražnja je dominantna kategorija turističkog tržišta.

Poznato je da se turistička potražnja javlja sezonski. To znači da turistička potražnja u punoj sezoni vrši enorman pritisak na turističku ponudu. U tom se smislu, pod odlučujućim utjecajem turističke potražnje, formiraju cijene koje se kreću u rasponu od minimalne do maksimalne. Minimalne cijene određuju troškovi, a maksimalne granična sklonost kupnji turističke robe ili usluge za vrijeme najvećeg pritiska turističke potražnje. Već smo prije napomenuli da prirodna dobra i kulturno – povijesne znamenitosti, kao faktori atraktivnosti, imaju osnovnu funkciju da privuku turističku potražnju. Što je neko prirodno dobro ili spomenik atraktivniji, to privlači veću turističku pažnju. Veća potražnja ima dvostruko djelovanje, s jedne strane na minimalnu cijenu, a s druge strane na maksimalnu cijenu turističkih roba i usluga. Prije svega, veća potražnja potiče veću proizvodnju roba i usluga, što uzrokuje smanjenje fiksnih troškova po jedinici proizvoda. Koliko je to značajno u turizmu, pokazuje nam dvotrećinski udio fiksnih troškova u ukupnim troškovima turističkog ugostiteljstva. Na taj način veća potražnja indirektno omogućuje masovniju proizvodnju, što daje manju individualnu cijenu proizvodnje od društvene. Znači, ne djeluje npr. prirodno dobro direktno na smanjenje cijene proizvodnje kao kod zemljišne rente, nego posredno: privlačenjem veće ili manje turističke potražnje. Prema tome, veća ili manja turistička potražnja utjecat će na visinu individualnih proizvodnih cijena.<sup>420</sup> Budući da pretpostavljamo ravnomjerno raspoređivanje fiksnih troškova, to će nam minimalne cijene biti ujedno individualne cijene proizvodnje.

Međutim, turistička potražnja djelovat će svojim sezonskim utjecajem i na maksimalnu prodajnu cijenu turističkih roba i usluga. Ta maksimalna cijena bit će znatno veća od minimalne, odnosno od cijene proizvodnje, jer u punoj sezoni dolazi do velikog nesklada između turističke ponude i turističke potražnje. Takva maksimalna cijena ujedno je i prodajna cijena na tržištu. Na taj način dolazi do realne razlike između individualne cijene proizvodnje i prodajne cijene (a ne društvene cijene proizvodnje) koja može imati karakter turističke rente. Kroz tu, nazovimo je sada turističku rentu turist plaća uživanje prirodnih dobara i kulturno – povijesnih spomenika. Međutim, ovdje je potrebno još napomenuti da turistička potražnja ovisi o količini i kvaliteti turističkih dobara. Uživanje tih materijalnih i imaterijalnih dobara turist obično ne plaća direktno, nego posredno preko cijena za turističke robe i usluge pri čemu se može formirati turistička renta.<sup>421</sup> Zbog toga su i cijene u turističkim krajevima više nego one za iste robe i usluge u neturističkim mjestima. Što je neko turističko mjesto bogatije faktorima atraktivnosti, to će biti veća potražnja za njim, a time i mogućnost za formiranje veće turističke rente koja će se realizirati većim cijenama turističkih roba i usluga. Prema tome, o kvaliteti i kvantiteti faktora atraktivnosti, ali i o blizini tržišta, ovisit će visina turističke rente.

---

<sup>420</sup> U praksi je teže utvrditi individualne cijene proizvodnje jer one uglavnom ne odgovaraju stvarnim minimalnim cijenama. Tipičan primjer za to je turističko ugostiteljstvo koje sve ili barem većinu fiksnih troškova prebacuje na period pune sezone tako da u izvansezoni posluje bez njih. Na taj način minimalna izvansezonska cijena može biti vrlo niska, jer uključuje samo varijabilne troškove. Međutim, mi smo zbog lakšeg uočavanja problema pretpostavili da su fiksni troškovi ravnomjerno raspoređeni i uključeni u minimalne i maksimalne cijene. Na taj način minimalna cijena je ujedno individualna cijena proizvodnje.

<sup>421</sup> Usporedi: Planina, J., (1974), *Ekonomika turizma*, Univerza v Ljubljani, Ljubljana, str. 131.



Po mišljenju prof. Cicvarića, mogu postojati dvije osnovne vrste rente u turizmu: diferencijalna turistička renta i monopolska turistička renta.

Diferencijalna turistička renta može biti diferencijalna renta I i diferencijalna renta II.

Turistička diferencijalna renta I nastaje uslijed različite kvalitete prirodnih dobara i kulturno – povijesnih znamenitosti i njihove različite udaljenosti od tržišta. Zbog toga se, slično kao i u poljoprivredi, cijena oblikuje uglavnom prema najslabijim uvjetima proizvodnje. To ujedno znači da krajevi s boljim uvjetima, tj. s kvalitetnijim prirodnim i kulturno – povijesnim atraktivnostima na koje vrši pritisak povećana turistička potražnja, mogu formirati cijenu iznad regulatorne cijene proizvodnje te na taj način ostvarivati i povećavati turističku rentu. U tome i jest razlog što se turistički objekti žele locirati u najatraktivnijim i najrazvijenijim turističkim krajevima. Prema tome, to bi mogla biti diferencijalna renta uzrokovana različitom kvalitetom faktora atraktivnosti.

Analogan primjer za diferencijalnu rentu I mogli bismo izvesti prema različitoj udaljenosti turističkog područja od tržišta, tada bi za formiranje diferencijalne rente bili odlučujući faktori blizine tržišta. Što je neko turističko područje ili lokalitet bliže emisijskim području turističke potražnje, to ima veće uvjete za formiranje turističke diferencijalne rente I. Svakako da tu igra veliku ulogu geografska udaljenost, ali je često odlučujuća izgrađenost infrastrukture (izgrađene ceste, luke, aerodromi, željeznice, vodovodi, dalekovodi, kanalizacija i sl.). Takvu diferencijalnu rentu I mogu ostvarivati ne samo pojedini objekti, lokaliteti ili krajevi, nego i čitave zemlje koje imaju povoljnu geografsku i prometnu situaciju u odnosu prema emitivnim područjima turističke potražnje. Takve povoljne uvjete za formiranje pozicijske turističke diferencijalne rente imaju npr. Austrija, Italija, Švicarska, Hrvatska i neke druge zemlje.<sup>422</sup>

U turizmu se može formirati i diferencijalna renta II kao posljedica dodatnog ulaganja sredstava u objekte, lokalitete i krajeve s inače istom kvalitetom faktora atraktivnosti. Takva renta je rezultat intenzivnijeg iskorištenja jednakih prirodnih i ostalih uvjeta. Najčešće je ona vezana uz opći gospodarski i društveni razvoj tako da i sama ulaganja u turističku izgradnju pokazuju povoljan kapitalni koeficijent. Međutim, ostvarenje diferencijalne rente II nije toliko rezultat prirodnih faktora koliko boljeg iskorištenja dodatnog kapitala i rada samih ljudi pa je diskutabilno da li na taj način uopće nastaje renta.

Monopolska turistička renta formira se na temelju monopolskih privlačnosti nekih prirodnih dobara i kulturno – povijesnih znamenitosti. Takvu privlačnost imaju npr. Slapovi Nijagare, Plitvička jezera, termalna voda u Karlovim Varima, i sl., zatim piramide u Egiptu, Rim, Pariz, Dubrovnik, Venecija, pa Mona Liza, Sikstinska kapela itd. Na osnovi tih privlačnosti formiraju se monopolske cijene u koje je uključena monopolska renta. Takvi krajevi i objekti koji imaju apsolutni monopol imaju stalan pritisak turističke potražnje bez obzira na cijene turističkih roba i usluga. To naročito vrijedi za neke zdravstvene i vjerske centre (Lourdes, Meka, Jeruzalem, Međugorje i dr.). Međutim, ni te cijene nisu apsolutne, jer ne mogu zanemariti platežnu mogućnost publike s obzirom na poznatu supstitucionalnu elastičnost turističke potražnje. Naprotiv, danas se stalno otkrivaju nova turistička područja, a nekadašnji turistički monopoli pretvaraju se u kvazi – monopole. Zbog toga je monopolska renta dosta nestabilna i pretvara se u kvazimonopolsku rentu. To ujedno znači da je unatoč monopolskom položaju i ovdje odlučujuća turistička potražnja od koje ovisi formiranje monopolske rente.

---

<sup>422</sup> Tako ima tvrdnji da je pozicija receptivnih zemalja na Mediteranu (od Španjolske do Grčke) kvazimonopolska zbog izuzetnih prirodnih ljepota te bogatih kulturno – povijesnih spomenika što dovodi do veće potražnje od ponude. Rodrigez, J.L., – Pomatta Martinez: *El turismo como motor del desarrollo español*, Estudios turisticos, No 3, Madrid 1964, str.27.

Turistička renta se obično javlja u kombiniranom obliku, tj. kao diferencijalna renta I i II te kao monopolska odnosno kvazimonopolska renta. Uočavanje turističke rente često je zamagljeno specifičnim načinom formiranja cijena u turizmu. Kod toga prije svega mislimo na ugostiteljstvo kao najznačajniju gospodarsku granu u apsorpciji turističke potrošnje. Već smo kazali da turističko ugostiteljstvo nastoji sve ili bar većinu fiksnih troškova prebaciti u dva mjeseca pune sezone. Iz tih razloga sezonske su cijene znatno veće od onih izvansezonskih. Dapače, u izvansezoni prodajna cijena se može kretati sve do individualne cijene koja ne uključuje turističku rentu. Ta individualna izvansezonska cijena proizvodnje obično ne uključuje ni fiksne troškove, pa je ni ne možemo smatrati proizvodnom cijenom, nego samo minimalnom prodajnom cijenom. Zbog toga su takve ugostiteljske cijene u izvansezoni znatno niže od onih u sezoni. U izvansezonskom razdoblju ugostiteljska poduzeća nastoje progurati mrtvu sezonu nadoknađujući samo varijabilne troškove, dok će fiksne troškove i eventualnu turističku rentu ostvariti u turističkoj sezoni. Prema tome, fiksni troškovi prema prof. Cicvariću ne spadaju u rentu, nego se oni kalkuliraju u sezoni kada je povećana turistička potražnja i kada su povoljni psihološki faktori veće sklonosti kupnje turističkih roba i usluga kojima je povećana cijena. Zbog toga pri utvrđivanju turističke rente treba voditi računa o tome jesu li fiksni troškovi raspoređeni ravnomjerno, tj. nalaze li se i u minimalnoj prodajnoj cijeni (tada cijeni proizvodnje), ili su prebačeni u sezonsko razdoblje. U ovom drugom slučaju renta se utvrđuje tek kada se odbiju fiksni troškovi od ukupnog prihoda poduzeća.

Što se tiče turističke rente, kao i troškova, u mnogo povoljnijim uvjetima jesu objekti i krajevi koji ostvaruju monopolsku rentu, jer za njih postoji konstantniji i veći pritisak turističke potražnje. U takvim uvjetima fiksni se troškovi mogu ravnomjernije raspoređivati, a turistička renta može se ostvariti i izvan pune sezone.

Prostor se nesmiljeno uništava, a time i osnovni resursi na kojima se zasniva turistički razvoj. Zato su dobrodošla mnoga upozorenja i apeli turističkih znanstvenika i stručnjaka da se kulturno – povijesni spomenici, umjetnička djela i prirodna okolina moraju zaštititi ne samo od urbanog, industrijskog i sl. onečišćavanja nego i od same turističke agresije.

#### ***4.3.1.1. Turistička renta i njena utemeljenost u Hrvatskoj***

Turistička renta je specifična modifikacija čiste ekonomske rente novijeg razdoblja, vezano uz pojam i razvoj turizma kao sve učestalijeg kretanja ljudi izvan mjesta svog boravišta, iz različitih pobuda.<sup>423</sup> Rječnik turizma definira turističku rentu kao "oblik ekstradobiti koji nastaje bilo kao višak nad prosječnom dobiti što ga polučuje poduzeće (poduzetnik) zbog razlika u prirodnim i povijesno kulturnim atraktivnostima nekog mjesta, područja ili destinacije,<sup>424</sup> odnosno zbog različite udaljenosti turističke destinacije od emitivnih turističkih područja (diferencijalna renta I), bilo kao posljedica dodatnih investicija kapitala u objekte ili mjesta s jednakom atraktivnošću, odnosno posljedica intenzivnijeg

---

<sup>423</sup> Prema: Cicvarić, A., (1990), *Ekonomika turizma*, Zagreb, Zagreb, str.176.; o renti u turizmu prvi je pisao Michele Troisi, (1940), *Prime linee d'una teoria della rendita turistica*, Casa editrice dott. Antonio Milani, Padova, sve prema: Mlinarević, M., Perić, J., *Turistička renta: Razumijevanje – privatizacija – izgledi* (na primjeru jadranskog priobalja i otoka).

<sup>424</sup> Destinacija predstavlja prostornu cjelinu ili mjesto na kojem se nalaze turistički resursi i privlačnosti, infrastruktura i uslužna poduzeća te druge prateće djelatnosti intenzivnog okupljanja turista.

korištenja jednakih mogućnosti (diferencijalna renta II); temelji se na različitoj veličini potražnje za pojedinim objektima i područjima različitih gospodarskih i antropogenih vrijednosti.<sup>425</sup> U kontekstu ovog rada, turistička renta se promišlja s polazištem u različitim prirodnim i antropogenim vrijednostima (atraktivnostima) znatnog dijela Hrvatske, jadranskog priobalja i otoka. Ni na koji način to ne znači da različitosti na kojima se temelji renta ne postoje i u drugim dijelovima Hrvatske, ali definirano područje kao cjelina dominira u propitivanju ekonomskih interesa u svezi s rentom. Jadransko priobalje i otoci zadovoljavaju polazne kriterije turističke rente, fiksnu ponudu i cijenu ovisno o potražnji. U pogledu fiksne ponude jasno je da se predmetno područje kao dio površine Republike Hrvatske, sa svim svojim obilježjima, ne može ni povećati ni smanjiti. Kada je riječ o cijeni uporabe ovog dijela Hrvatske svrhom stvaranja i prodaje turističkog proizvoda nedvojbeno je, i novije razdoblje to iskustveno potvrđuje, da cijena ovisi o potražnji. U ovom slučaju riječ je, naravno, o turističkoj potražnji. Jadransko priobalje i otoci isto tako, zadovoljavaju kriterije razumijevanja rente u pogledu specifičnih karakteristika koje se vezuju uz zemlju:

- prirodna ograničenost jer je riječ o jedinstvenom krajoliku duž 5835 kilometara morske obale i blizu tisuću otoka, očuvane prirode s jedinstvenim povijesno kulturnim nasljeđem i načinom života ljudi,
- vlasnički monopol (ključan u razumijevanju rente i turističke rente glede njenog prisvajanja); sa svim oblicima vlasništva u strukturi kojih je prisutna i država, kao vlasnik (još uvijek) znatnog broja gospodarskih subjekata i objekata i kao vlasnik velikih površina koje su sastavni dio ukupne fiksne ponude jadranskog priobalja i otoka,
- zadovoljavanje egzistencijalnih potreba ljudi kod čega se turizam (potreba za promjenom mjesta boravka radi odmora, zabave, zdravlja,...) danas može razumjeti i kao egzistencijalna potreba, a jadransko priobalje i otoci sa svojim specifičnim atraktivnostima mogu takve potrebe zadovoljiti,
- eksploatacija do granice prirodne izdržljivosti u smislu da, u kontekstu turističke rente, jadransko priobalje i otoci (osim u pojedinim slučajevima) nisu iscrpljeni u mjeri koja bi otklonila mogućnost stjecanja i prisvajanja rente. Navedeno upućuje na spoznaju da je riječ o dijelu zemlje koji kroz turizam, a temeljem različitosti turističke potražnje zbog svojih prirodnih i antropogenih vrijednosti može svojim vlasnicima donositi rentu (turističku) svih oblika.<sup>426</sup>
- diferencijalnu rentu I zbog svojih posebnih, jedinstvenih prirodnih vrijednosti odnosno zbog svog položaja u odnosu na tržišno – emitivna turistička područja,
- diferencijalnu rentu II zbog dodatnih ulaganja u izravnom smislu i u širem smislu zbog ulaganja koja mijenjaju stanje cijelog priobalja i otoka,
- monopolsku rentu zbog u svijetu jedinstvenih prirodnih (npr. Kornati) ili povijesno kulturnih atrakcija (npr. Dubrovnik, Eufrazijeva bazilika,...). Za turističku rentu specifična je i pojava trajne kombinacije pojavnih oblika rente pri čemu nije jednostavno lučiti udio pojedinih oblika u ukupnoj renti. Iz tih razloga u radu se podrazumjeva ukupna renta koje se formira na prostoru jadranskog priobalja i otoka.

---

<sup>425</sup> *Rječnik turizma*, urednici: dr. Boris Vukonić, dr. Nevenka Čavlek, (2001), Masmedia, Zagreb, str. 396.

<sup>426</sup> Apsolutna renta nije uzeta u obzir jer se pretpostavlja da jadransko priobalje i otoci nikada neće doći u položaj "najgoreg zemljišta" u odnosu na turističku potražnju. Računski iskaz oblika turističke rente vidi u: Cicvarić, A., *Ibid*, str. 179.

### 4.3.1.2. Očekivano kretanje turističke rente u Hrvatskoj

Polazeći od razumijevanja da turistička renta po vrijednosti ovisi o potražnji, u ovom slučaju o potražnji za atrakcijama koje pruža jadransko priobalje i otoci te o dodatnim ulaganjima poželjno je ocijeniti očekivano kretanje turističke rente. Kako bi iscrpna analiza tražila puno više prostora, za ovaj rad izabrana su dva, potencijalno najvažnija segmenta moguće ocjene kretanja turističke rente:<sup>427</sup>

- rast turističke potražnje za jadranskim priobaljem i otocima,
- ulaganja javnog sektora od većeg značaja za atraktivnost jadranskog priobalja i otoka.

**Rast turističke potražnje** - Sve relevantne procjene o dugoročnim turističkim kretanjima govore u prilog pozitivnih turističkih kretanja za Hrvatsku, a time najviše u prilog jadranskog priobalja i otoka. Za potrebe ovog rada izlažu se predviđanja Svjetske turističke organizacije (WTO).

Tablica 4.8: Predviđanje turističkih dolazaka u Mediteranskim destinacijama

Destinacije	Stanje		Predviđanje		Stope rasta (% godišnje)		
	1995.	2003.	2010.	2020.	1995-2020.	2000-2010.	2010-2020.
UKUPNO	166.562	241.833	268.775	345.974	3,0	2,6	2,6
Albanija	40	41	51	133	4,9	7,5	10,0
Alžir	520	1.166	1.009	1.304	3,7	3,3	2,6
Bosna i Hercegovina	37	165	248	444	10,5	7,5	6,0
Hrvatska	1.324	7.409	7.454	10.017	8,4	4,3	3,0
Cipar	2.100	2.303	3.041	3.893	2,5	2,5	2,5
Egipat	2.872	5.746	8.693	17.100	7,4	7,0	7,0
Francuska	60.033	75.048	88.237	106.093	2,3	2,1	1,9
Grčka	10.130	13.969	14.315	17.111	2,1	2,0	1,8
Izrael	2.215	1.063	3.055	3.910	2,3	2,5	2,5
Italija	31.052	39.604	43.881	52.451	2,1	2,0	1,8

<sup>427</sup> Mlinarević, M., Perić, J.,/Turistička renta: Razumijevanje – privatizacija – izgledi (na primjeru jadranskog priobalja i otoka)-rukopis

Libanon	450	1.015	1.716	3.704	8,8	9,0	8,0
Libija	56	142	416	1.079	12,6	12,5	10,0
Malta	1.116	1.127	1.502	1.831	2,0	2,0	2,0
Monako	233	235	381	512	3,2	3,0	3,0
Maroko	2.602	4.552	5.465	8.692	4,9	4,9	4,8
Slovenija	732	1.373	1.920	3.128	6,0	5,0	5,0
Španjolska	38.803	51.830	31.798	73.867	2,6	2,2	1,8
Sirija	815	2.788	1.577	3.102	5,5	5,0	7,0
Tunis	4.120	5.114	6.305	8.916	3,1	3,4	3,5
Turska	7.083	13.341	17.068	27.017	5,5	5,3	4,7
Srbija i Crna Gora	228	481	643	1.669	8,3	8,0	10,0

Izvor: *Tourism 2020 Vision, Europe, WTO, Vol.4, str.61. a za 2003. godinu Tourism Market Trends- 2004 Edition Europa, WTO, Madrid, 2004., strr. 96.*

Vrlo su pozitivna predviđanja s više elemenata za Hrvatsku (a to prvenstveno podrazumijeva jadransko priobalje i otoke) daje Svjetski putnički i turistički savjet (World Travel & Tourism Council).<sup>428</sup> U prilog rastuće potražnje govore i ankete TOMAS<sup>429</sup> prema kojima su vodeći motivi posjeta turista Hrvatskoj odmor i opuštanje uz obalu mora, zadovoljstvo i zabava, prirodne atrakcije, nova iskustva,... što uz pretpostavku očuvanja vrijednosti atrakcija (različitosti) jadranskog priobalja i otoka podržava rastuću turističku potražnju. Izloženo o procjenama kretanja turističke potražnje vodi spoznaji da će turistička renta u jadranskom priobalju i otocima rasti, odnosno da će vlasnici ostvarivati sve veći iznos dohotka po osnovi rente.

**Ulaganja javnog sektora-** Turizam je prepoznatljiv, između ostalog, i kao gospodarski sektor u kojem se, u najvećoj mjeri, razvoj temelji na partnerstvu javnog i privatnog sektora. Naime, ni u jednoj drugoj grani potreba za ozbiljnim ulaganjima javnog sektora (npr. infrastruktura) kao preduvjet razvoja nije poznata u tako velikoj mjeri. Posljednjih godina javni sektor u Hrvatskoj pokreće velika ulaganja, a za ilustraciju se navode:

- izgradnja autocesta prema priobalju, kod čega vrijedi istaći kako preko 90% turista u Hrvatsku dolazi cestama<sup>430</sup>,
- početak modernizacije željezničkog prijevoza (Zagreb – Split uz vremensko smanjenje na 5 sati),

<sup>428</sup> *Croatia, The Impact of Travel & Tourism on Jobs and the Economy*, (2003), World Travel & Tourism Council, London, United Kingdom.

<sup>429</sup> Anketu provodi Institut za turizam, Zagreb (stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj).

<sup>430</sup> Privatnim automobilima 68,7%, karavanima 9,9%, kamper vozilima 4%, autobusima 10,8%, TOMAS 2001, Institut za turizam, Zagreb.

- ubrzana modernizacija bijele flote J.P. "Jadrolinija" što je od izuzetnog značaja za povezivanje otoka,
- ulaganja u energetiku,<sup>431</sup> opskrbu vodom (otoci Pašman i Ugljan 2002-2003.god.) itd.

U ulaganja javnog sektora, ne toliko po financijskoj vrijednosti koliko po dugoročnom značaju, svakako treba ubrojiti ulaganja u izradu strateških marketinških planova županija, Strategije razvoja hrvatskog turizma, Strateškog marketinškog plana Hrvatske. Ovom sadržaju pripadaju i radovi na Master (glavni) planovima razvoja turizma Istarske županije i Primorsko – goranske županije. Pozitivnim aktivnostima javnog sektora treba pribrojiti i financiranje izrade programa (usvajanje mjera) zaštite okoliša, prostornih planova, obnove kulturne baštine i sl. S osnova formiranja i prisvajanja rente navedena aktivnost je od izuzetnog značaja jer bitno doprinosi rastu osnovom diferencijalne rente I (bliža emitivna tržišta, očuvanje prirodnih atrakcija – ograničenost prirode,...) i diferencijalne rente II u smislu dodatnih ulaganja (lokalna i regionalna infrastruktura). Kod ulaganja javnog sektora, međutim, treba imati na umu još neke elemente interesa društva za razvoj, ali i očuvanje jadranskog prostora. Pritom, izravno i neizravno, uključuje se pitanje interesa u pogledu turističke rente. Prvo, turizam je jedinstven po konverzijskoj funkciji da prirodnu atrakciju (koja po sebi nije materijalni proizvodni činitelj) preobrazi u izuzetno vrijedan gospodarski činitelj. Iz te funkcije turizma proizlazi interes društva da potencijal prirode, primjerenim ulaganjima, pretvori u konkretne ekonomske učinke. Ovakvo djelovanje može se pojasniti i teorijom javnog izbora i djelovanjem javnog sektora (države) u interesu svih. Ipak, interes pojedinih grupa, fizičkih osoba ili gospodarskih subjekata, upravo zbog rente, posebno je izražen. Drugo, upravo zbog ograničenosti zemlje - jadranskog prostora i njegovog ukupnog značaja, uključivo i formiranje rente, država mora brinuti za dva značajna područja:

- u zaštiti prostora i njegovog očuvanja (i zbog rente)
- u mjerama ekonomske i razvojne politike (npr. privatizacije) kojima se interes društva dugoročno štiti, uključivo i pitanje formiranja i prisvajanja rente.

#### ***4.3.1.3. Privatizacija i prisvajanje turističke rente***

Opredjeljenje da je prostor jadranskog priobalja i otoka jedinstven, između ostalog i po sposobnosti formiranja turističke rente i pristup da država ima, zbog ukupnih interesa – uključivo rentu, obvezu ulaganja, ali i pravo poduzimanja mjera ciljem zaštite interesa od opće koristi daje mogućnost da se istraže određena obilježja odnosa privatizacije jadranskog prostora i turističke rente, naročito njenog prisvajanja. Za Republiku Hrvatsku odnos privatizacije priobalja i otoka i prisvajanja turističke rente ima značaj koji se ne može usporediti s nekim sličnim odnosom u drugim zemljama. Kod zemalja koje karakterizira razvoj oblika vlasništva, i tom osnovom prisvajanja, sukladan povijesno logičnom razvoju društva i društvenih odnosa, povijesno su uspostavljeni primjereni odnosi prisvajanja rente između vlasnika i društva (države). Kod zemalja tranzicije u pravilu nema srazmjerno velikih dijelova države koji su po svojim obilježjima atrakcije za turističku potražnju, turizam nema značaj za gospodarstvo kao što je slučaj s Hrvatskom, pa stoga ni dohoci od turizma, uključivo turističku rentu nemaju utemeljenje za ozbiljna istraživanja. Ukoliko je riječ o povijesno – kulturnoj baštini tih zemalja, ona je, kao i kod drugih zemalja, u pravilu u

<sup>431</sup> Ilustrativan je rad o međuovisnosti turizma i energetike, Randić, A., (2002), *Turizam i energetika*, XVII Međunarodni znanstveno stručni susret stručnjaka za plin, Opatija.

vlasništvu države i renta se realizira kroz naplatu cijene (ulaznice) koja se plaća za zadovoljenje takvih, specifičnih potreba turista.

U slučaju Hrvatske problem odnosno potreba analize proizlazi iz procesa:

- privatizacije bivših društvenih poduzeća
- privatizacije (prodaje) zemljišta u vlasništvu lokalne samouprave
- iskorištavanja („privatizacije“) prostora

Uvjetno se može govoriti i o odnosu prisvajanja rente od strane privatnih vlasnika poduzeća i objekata koji uživaju dio rente i rezultate njenog rasta temeljem dodatnih ulaganja javnog sektora. Ovdje je, međutim, riječ o uobičajenom odnosu (kao kod drugih zemalja) koji se uređuje u općem interesu (interesu društva) kroz sustav poreza.

Prva spoznaja koja se nameće za proteklo razdoblje je potpuna zanemarenost pitanja stvaranja i prisvajanja rente na području Jadrana (vrijedi naravno i za cijelu Hrvatsku). Neugodnost te činjenice je tim veća jer turistička renta u našim uvjetima nije bila nepoznata kategorija, ni u teoriji ni u praksi.<sup>432</sup>

Formalna opravdanost može se temeljiti na velikom padu turističke potražnje u devedesetim godinama u Hrvatskoj. Pad potražnje uzrokovan je, međutim, potpuno drugim uzrocima koji se ni na koji način ne mogu povezati s jadranskim prostorom kao prirodnom i antropogenom atrakcijom. U razdoblju do 2003. godine, kroz svojevrsna tri vala privatizacije poduzeća<sup>433</sup> renta se ne spominje, osim u kontekstu činjenice da se prodajom hotelskih i ugostiteljskih poduzeća prodaje i vlasnički monopol nad poduzećem i prostorom (površinama) koji mu pripada kao izvorom rente. Isti okvir primjedbi usmjeren je na činjenicu da se prodajom poduzeća ili hotela u većem broju slučajeva (npr. Dubrovnik) prodaje i specifično pravo prisvajanja monopolske rente. Svojevrsna "rasprodaja" hotela i hotelskih poduzeća, ujedno i trajno odricanje od turističke rente često se opravdava činjenicom da nije bilo (nema) većeg interesa ulagača iz inozemstva. O takvom pristupu moguće je raspravljati na dvojaki način. Prvo, da li je orijentacija na strane ulagače (npr. oglašavanje u *Financial Times*) bio jedini mogući put; drugo, a odnosi se na cijenu prodaje, ima razumljivu ekonomsku logiku jer je tražena stopa povrata za ulaganje u kapacitete koje treba obnoviti (na relativno osjetljivom političkom području) vrlo visoka. Naravno, može se raspravljati i o modelu privatizacije u cjelini, vremenu privatizacije (pad turističke potražnje) i vrijednostima poduzeća obzirom na uzroke gubitaka. U svakom pristupu, međutim, renta nije uzeta u obzir, što znači da ni jadranski prostor nije uvažavan kao atrakcija od dugoročnog gospodarskog, kulturnog ili natalitetnog značaja. Aktualno razdoblje karakterizira isti odnos prema preostalom državnom portfelju u turističkim poduzećima. Taj portfelj nije zanemariv i početkom godine (2003.) ima nominalnu vrijednost od blizu 5,0 mld kn u 148 društava (hoteli i restorani)<sup>434</sup>, od čega je preko 30% u većinskom vlasništvu države. Oko 30% portfelja je u samo 42 tvrtke pa je država (HFP) vlasnik ozbiljnih kompleksa hotela i marina, među kojima i svojevrsnih "bisera" poput "Liburnija hoteli" Opatija, "Jadran" Crikvenica, "Imperijal" Rab,

---

<sup>432</sup> Vidi npr. Cicvarić, A., op.cit., str. 173-183. Još puno ranije, u Opatiji 1977. godine, održano je npr. savjetovanje: Problemi rente kao dohodovne kategorije u socijalizmu, na kojem je isti autor (A. Cicvarić) imao izlaganje: Turistička renta – neka teorijska i praktična pitanja.

<sup>433</sup> Više u: Perić, J., (2000), Uvodno izlaganje: Privatizacija hrvatskog hotelijerstva, 4. Kongres hrvatskih hotelijera i restoratera, Zagreb, Hotel Sheraton

<sup>434</sup> Privredni vjesnik, 04.11.2002., str.4. i 20.01.2003., str. 5.

ACI ... Orijentacija na strane investitore i dalje je dominantna, što više, Strategija razvoja hrvatskog turizma<sup>435</sup> među strateškim ciljevima hrvatskog turizma na prvom mjestu ističe uređenje vlasničkih odnosa i okončanje privatizacije hotela, a na drugom mjestu konkurentnost Hrvatske na međunarodnom tržištu kapitala. Najviši rang ovih strateških ciljeva (2003 – 2006) podrazumijeva angažiranje kapitala u inozemstvu, što je i razumljivo jer su autori strategije stranci<sup>436</sup>, koje ne brine problem prisvajanja rente Jadrana kao jedinstvenog prirodnog, klimatskog i povijesno - kulturnog prostora.

Tijekom vremena, s naglašenim porastom turističke potražnje i prvim ozbiljnijim pozitivnim rezultatima poslovanja javili su se sukobi interesa privatiziranih poduzeća (u Istri npr.) i države u pogledu vlasništva nad zemljom koju konkretna turistička poduzeća koriste. Prilikom pretvorbe tih poduzeća (bivših društvenih) zemljište nije uzeto u obzir kod procjene vrijednosti, a u međuvremenu je svijest o vrijednosti tih površina, sadašnjoj i potencijalnoj, znatno narasla i kod privatnih vlasnika i kod države. Iz svih karakteristika tih zemljišta, naročito njihove uporabe i položaja jasno proizlazi da je riječ o sukobu s naslova prisvajanja rente. Javljaju se i drugi problemi, preciznije inicijative, koji u pozadini imaju naraslo razumijevanje vrijednosti objekata i zemljišta u smislu dugoročnog izvora dohotka, uključivo dohodak u obliku rente. Takve su npr. inicijative djelatnika pojedinih poduzeća (Jadrana, Crikvenice i Imperijala Rab) da se omogući većinsko vlasništvo djelatnicima i stanovnicima lokalne zajednice.

**Privatizacija (prodaja) zemljišta u vlasništvu lokalne samouprave** - Pojava prodaje zemljišta u vlasništvu lokalne samouprave prisutna je u cijelom razdoblju, ali se u posljednje vrijeme intenzivira. Interes lokalne samouprave je razumljiv. U vremenu skromnih financijskih mogućnosti, a naraslih potreba za različita ulaganja, u velikoj mjeri upravo zbog potreba turizma (slijedom u osnovu za uvećanje rente), prodaja zemljišta je jedini ozbiljan izvor neophodnih sredstava. Nažalost, kod toga se zaboravlja da se prodajom zemljišta prodaju i sva prava koja iz vlasništva nad zemljom proizlaze, odnosno da prijenos vlasništva na privatne osobe podrazumijeva i prijenos prava na buduću rentu. Takvo, zauvijek, odricanje od vlasništva i rente dugoročno ima vrlo dvojben i upitan karakter stvarnog interesa lokalne samouprave i njenog stanovništva. Uz prodaju zemljišta od strane lokalne samouprave vežu se i puno neugodnija iskustva (npr. u Istri). Nije, naime, rijetkost da se veliki kompleksi zemljišta prodaju po izuzetno povoljnoj cijeni za privatne kupce. Neugodna spoznaja slijedi kada ista lokalna samouprava donosi odluku o urbaniziranju (hoteli, apartmani ...) zemljišta koje je prodano, a čime se vrijednost zemljišta višestruko uvećava. Neovisno od vrste objekata koji će se graditi i uporabe na koji će se način koristiti, izuzetno visoka cijena zemljišta ili m<sup>2</sup> izgrađenog prostora ima, najvećim dijelom, ishodište u renti.

**Iskorištavanje („privatizacija“) prostora** - U sadržaj privatizacije, konkretnije privatizacije dijela nacionalnog prirodnog bogatstva mogu se ubrojiti i neki drugi, dobro poznati procesi poput:

- Građevinskog iscrpljivanja prostora (tzv. betonizacija) koji u pojedinim sredinama prerasta u svoju suprotnost. Zbog pretjerane izgrađenosti i problema koji iz toga proizlaze, opada i renta, sadržana u cijeni turističkog proizvoda koji se nudi. U pravilu se

---

<sup>435</sup> Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine, prijedlog finalne verzije, Ministarstvo turizma RH, 2003.

<sup>436</sup> Strategija razvoja hrvatskog turizma, McKinsey 2003.; strategija turizma za Hrvatsku, DEG 2002.; Incentives Für Touristische Investitionen – eine vergleichende Analyse, Bearing point, DEG 2003.



radi o nedozvoljenoj gradnji što otvara i pitanje zadiranja (i intervencije) države u obranu općeg interesa i funkcije pravne države.

- Ponuda privatnih vlasnika za prodaju zemljišta u posebno atraktivnim dijelovima jadranskog prostora (nacionalni parkovi), do prodaje cijelih otoka. U oba slučaja ozbiljno se ugrožava prostor koji kao cjelina daje osnovu formiranja rente u pojedinačnom privatnom interesu i najširem, općem interesu Republike Hrvatske.
- Kupovine i iznajmljivanja objekata od strane stranih državljanja koji ukupan ekonomski interes realiziraju u inozemstvu, najčešće u zemljama stalnog boravka (Mađarska, Austrija, Ukrajina ...). Na taj se način i renta u cijelosti preljeva izvan Hrvatske, odnosno izravno se šteti domaćim interesima.

Naprijed navedeno upućuje na zaključak da se u procesu tranzicije hrvatskog društva zanemaruju određeni vitalni interesi poput raspolaganja i prisvajanja ekonomskih učinaka proizvedenog i prirodnog nacionalnog bogatstva. U slučaju jadranskog priobalja i otoka takav je odnos posebno izražen. Izloženo upućuje na prepoznatljiv interes da se iskorištavanje prostora (u koji nije uloženi ljudski rad) uređuje na način koji može zadovoljiti i privatne vlasnike prostora (objekata, poduzeća) i društva za koje jadranski prostor predstavlja specifično „javno dobro“ od općeg interesa. Istodobno, negativno nasljeđe odnosa prema priobalju i otocima kao jedinstvenoj atrakciji i određeni procesi u tijeku nameću potrebu promišljanja mjera zaštite vitalnog interesa za očuvanje atraktivnosti prostora i za raspolaganje ekonomskim učincima, uključivo rentu, koje taj prostor proizvodi. Kod toga od najvećeg je značaja razumijevanje da se radi o prirodnoj ograničenosti i činjenici da svaki prijenos vlasništva znači trajno (zauvijek) odricanje od dijela atraktivnosti i učinaka (u ozbiljnoj mjeri) koje ono donosi društvu u cjelini. Slijedom prepoznavanja interesa moguće je istaći ili predložiti mjere i atraktivnosti kroz nekoliko sadržaja.<sup>437</sup>

Prodaja stranim pravnim i fizičkim osobama - ne može se zaustaviti ili zabraniti. Moguće je, međutim, umjesto snažnog poticanja stranih ulagača za investiranje u jadranski prostor poticati druge (domaće) oblike (modele) struktuiranja vlasništva:

- organizacijom holdinga preostalog državnog portfelja u turizmu s dugoročno izglednom perspektivom razvoja prisvajanja rente,
- poticanjem domaćih investitora, bilo da je riječ o malim investitorima ili oblicima održavanja velikih investitora. Za otoke, npr. bilo bi od povijesnog značaja da se prijenos vlasništva ili uspostavljanje vlasništva kod novih projekata usmjeri na djelatnike, odnosno lokalno stanovništvo i lokalnu samoupravu,
- zadržavanjem države u pretežitom vlasništvu u slučaju od posebnih interesa kao npr. u slučaju hrvatskih marina

Zabrana prodaje (osim izuzetno) zemljišta u vlasništvu lokalne samouprave, odnosno isticanje koncesije kao jedinog oblika iznajmljivanja prostora. Na taj se način lokalne zajednice ne odriču vlasništva zauvijek već na određeno vremensko razdoblje pa je koncesija stvarno renta od davanja zemlje na upotrebu.

---

<sup>437</sup> Mlinarević, M., Perić, J., op. cit.

Pri tome i koncesija, posebno ako je riječ o dužem razdoblju mora biti primjereno vrednovana i bilo bi normalno, rastuće, obzirom na očekivani dugoročni rast turističke potražnje.

Intervencija u proces iscrpljivanja („privatizacije“) prostora na način koji ne ugrožava neprikosnovenost privatnog vlasništva:

- hitnom izradom i usvajanjem prostornih planova lokalnih samouprava,
- zakonskim sprečavanjem svih oblika bespravne gradnje na rigorozan način, umjesto malih iznosa sudskih kazni,
- uvjetovati prodaju privatnog zemljišta od naročitog interesa suglasnošću koja može podrazumijevati zabranu prodaje, ali i primjerenu odštetu (naknadu), uključivo i mogućnost isplate rente,
- rigoroznom kontrolom korištenja prostora od strane vlasnika iz inozemstva

Navedene mogućnosti podrazumijevaju, naravno, da se poduzimaju i sve druge mjere zaštite prostora (očuvanja okoliša npr.) i njegovog unapređenja (komunalne infrastrukture npr.) s ciljem realne valorizacije prostora koji upravo zbog svoje jedinstvene različitosti može trajno lučiti pozitivne ekonomske učinke. To se prvenstveno odnosi na sposobnost prostora da formira turističku rentu i da se turistička renta prisvaja na način i od strane subjekata u najvećem nacionalnom interesu. Hrvatski prostor jadranskog priobalja i otoka predstavlja izuzetno vrijedan dio nacionalnog prirodnog bogatstva. Zbog svojih obilježja, u cjelini promatran, taj je prostor ishodište (izvor) turističke rente kao dohotka koji proizlazi iz turističke potražnje. Očekivani dugoročni rast turističke potražnje za jadranskim priobaljem i otocima te ozbiljna ulaganja javnog sektora ukazuju na rastuću vrijednost tog područja i sa motrišta formiranja i prisvajanja rente. U proteklom razdoblju dominira odnos potpunog zanemarivanja pitanja rente koja se ostvaruje neovisno od njenog uočavanja i ekonomskog valoriziranja od strane države. U procesu privatizacije jadranskog prostora taj je odnos rezultirao negativnim učincima od kojih je najneugodnija spoznaja da se odvija proces trajnog odricanja dijela nacionalnog prirodnog bogatstva i učinaka koji ono proizvodi, uključivo rentu. Obzirom na zatečeno stanje (ukupnu očuvanost) jadranskog prostora kao atrakcije koja može dugoročno (trajno) zadovoljavati turističku potražnju i formirati rentu tom osnovom, moguće je poduzeti odgovarajuće mjere s ciljem zaštite nacionalnog interesa.

#### **4.4. REZIDUALNI FAKTORI GOSPODARSKOG RAZVOJA**

U ekonomskoj literaturi sve se češće piše o tzv. rezidualnim faktorima. Rezidualni (dodatni, pomoćni) faktori gospodarskog razvoja jesu znanost, obrazovanje i tehnički progres. Ti su faktori sve značajniji u gospodarskom razvoju u usporedbi s klasičnim razvojnim faktorima. Poznato je kao Harrod – domarov model gospodarskog razvoja polazi od temeljne postavke da je kapital osnovni razvojni faktor, a s tim u vezi analiziraju se kapitalni koeficijenti i stopa investicija. Kasnije, na temelju kritike tog modela, javljaju se autori (npr. A. K. Cairncross, M. Abramovitz, R. Solow) koji uz kapital pridodaju i druge važne faktore gospodarskog razvoja, tj. rad, zemlju i tehnički napredak. U novije vrijeme ističu se znanost i obrazovanje, koji zajedno s tehničkim progresom čine tzv. rezidualne faktore gospodarskog razvoja. Termin rezidualni, tj. pomoćni ili dodatni, mora se uzeti potpuno uvjetno, jer ti

faktori nisu neki sporedni faktori, nego na današnjem stupnju društveno – ekonomskog razvoja oni postaju odlučujući za gospodarski razvoj. Svi ti faktori imaju osnovni zadatak da povećavaju produktivnost rada, tj. da omogućе povećanje učinka rada, koji se obično izražavaju u agregatnim veličinama društvenog proizvoda, narodnog dohotka i bruto domaćeg proizvoda. U užem smislu rezidualni faktori imaju ove zadatke:

- Zadatak znanosti je da istraži nove metode i postupke u društvenoj proizvodnji koji će biti efikasniji od do tada poznatih. Tu je težište na kreaciji, inovaciji i sl.
- Obrazovanje treba da generacije djece, omladine i odraslih upozna s dometima znanosti. Prema tome, ti dometi ne mogu biti svojina uskih znanstvenih krugova, nego se moraju prenijeti na najšire slojeve stanovništva.
- Zadatak tehničkog progresa bio bi da nove metode i postupke, koje je pronašla znanost i koje je proširila obrazovna djelatnost, primijeni u praksi. Tek tada će se, primjenjujući inovacije u praksi, povećati produktivnost rada što će biti blagodat za cjelokupno stanovništvo.

Prema tome, rezidualni razvojni faktori su najefikasniji kad djeluju usklađeno kao cjelina. Razvoj i primjena znanstvenih istraživanja u turizmu nema veliku tradiciju. U budućnosti, daljnjim razvojem turističkih znanstvenih disciplina, mogao bi se očekivati snažniji povratni utjecaj znanosti na praksu, a time i veći doprinos bržem gospodarskom razvoju zemlje putem turizma. Ne treba zaboraviti da se danas investicije u obrazovanje tretiraju kao gospodarske investicije. Za tehnički progres obično se kaže da je to onaj doprinos razvoju proizvodnih snaga koji prelazi kvantitativne promjene u razvoju sredstava za proizvodnju i razvoju radne snage. Pod tim se misli na trajno usavršavanje sredstava za proizvodnju (tehnika) i na uvođenje novih metoda u proizvodnju, u organizaciju i upravljanju proizvodnjom (tehnologija), uz stalno smanjenje troškova po jedinici proizvoda. U većini razvijenih zemalja tehnički napredak je dominantan proizvodni faktor. Trgovina i ugostiteljstvo u usporedbi s drugim privrednim djelatnostima pokazuju veoma malu ovisnost rasta društvenog proizvoda o tehničkom progresu. Svega 0,90% rasta društvenog proizvoda može se pripisati utjecaju tehničkog progresa.<sup>438</sup> Time su samo potvrđene već ranije uočene činjenice da u ugostiteljstvu imamo ograničenu primjenu automatizacije, mehanizacije, kompjutorizacije i sl. S druge strane, to znači da ugostiteljstvo zahvaljuje svoj razvoj prvenstveno ulaganjima u investicije, a potom radnoj snazi. Zbog toga smo upravo tim razvojnim faktorima i dali težište.

**Tehnologija.** Slijedeći Samuelsona, tehnologija je daljni uvjet gospodarskog rasta. Tehnologija kao skup propisa o vođenju procesa proizvodnje i njegovoj organizaciji kupuje se u obliku već gotovih procesa ili se tek stvara istraživanjem. Tehnološki propisi se mogu kupiti na tržištu zajedno s postrojenjem. U tom slučaju proizvođač postrojenja upućuje kupca u način njihova korištenja. Tehnologija se može kupiti na tržištu i kao zaseban postupak u obliku softvera, koji se može primijeniti na nespecifičnoj proizvodnoj opremi. U oba slučaja tehnologija je raspoloživa za one koji imaju kapital kojom će ju kupiti na tržištu. Naravno, uz uvjet da je transfer tehnologije slobodan, a on to u odeđenim slučajevima, kao što je vojna tajna i sl., nije.

Osim kapitala, za primjenu tehnoloških znanja uz postrojenja potrebni su i radnici koji će ih znati koristiti u smislu vođenja tehnoloških procesa i održavanja postrojenja. Priprema za uvođenje novih tehnologija i osposobljavanje ljudi koji će njome upravljati iziskuju i vrijeme i novac. Iskustvo pokazuje da je spremnost i osposobljenost za primjenu novih tehnologija od velike važnosti. Onaj tko nove tehnologije sam razvija, koristi se rentom

---

<sup>438</sup> Cicvarić, A., op.cit.str.148.

noviteta. Primjenom novih tehnologija on postiže veću dobit od konkurencije sve do trenutka dok tu tehnologiju ne primjeni i konkurencija, a to se može odugovlačiti patentom zaštitom i otežavati licencnim pristojbama. Dakle, tehnologija u smislu usavršavanja procesa proizvodnje uvijek je tehničkog napretka, ali i uvjet za opstanak na tržištu.

## 4.5. TURISTIČKA POLITIKA

Turistička politika države može biti snažan razvojni faktor ove djelatnosti. Utjecaj države na gospodarski razvoj rastao je naročito poslije svjetskih ratova. Država utječe na turizam prvenstveno mjerama opće ekonomske politike te mjerama specifične turističke politike. Naime, opće mjere se odnose na sve gospodarske djelatnosti pa tako i na turizam, dok se mjere turističke politike odnose isključivo na turizam. U tom smislu turistička se politika može definirati kao sinteza mjera koje donosi i provodi država u cilju poticanja, usmjeravanja i nadziranja razvoja turizma i poslovanja turističkih subjekata, te zaštite turista.<sup>439</sup>

### 4.5.1. Intervencije države u turizmu

Uočavajući povijesnu dimenziju, možemo utvrditi dva osnovna odnosa države prema turizmu. Do drugog svjetskog rata preteže neutralni stav, a poslije rata imamo uglavnom protekcionistički odnos države prema turizmu.<sup>440</sup> Interes države za turizam rastao je sa sve većim gospodarskim, političkim, kulturnim, zdravstvenim i drugim značenjima ove masovne društvene pojave. Raniji spontani razvoj turizma zamijenjen je svjesno usmjeravanjem, u čemu je u gotovo svim razvijenim turističkim zemljama uloga države odlučujuća. Pri tome Krippendorf pravilno tvrdi da se turistička politika uglavnom izjednačava s ekonomskom politikom.<sup>441</sup> Direktni ciljevi turističke politike ovise o generalnim ciljevima ekonomske politike. Pri tome se turizam vrlo često tretira kao faktor razvojne politike. Glavna područja državne intervencije u turizmu jesu:

- planiranje razvoja turizma
- izgradnja materijalne osnove turističkog gospodarstva
- priprema turističkih kadrova
- organizacijsko uređenje turističkog gospodarstva
- turistička propaganda
- intervencija u tekućem turističkom privređivanju
- praćenje rezultata turističkog prometa
- turistička legislativa.

Osim toga, i drugi turistički stručnjaci i znanstvenici posvećivali su dosta pažnje područjima državne intervencije u turizmu. Tako prema Petru Häberlinu, na primjer, postoje uglavnom tri osnovna razloga za intervenciju države u turizmu:

---

<sup>439</sup> Radišić, F.,: (1981), Turizam i turistička politika, Istarska naklada, Pula 1981, str. 25.

<sup>440</sup> U doba liberalizma prevladava neutralni stav države prema turizmu, uz izuzetak indirektnog utjecaja izgradnjom željezničkih pruga i cesta. Dr. Kurt Krapf: *Lasst hören aus alter Zeit...*, Jahrbuch für Fremdenverkehr, Heft 1, Winterhalbjahr 1957/58, München 1958, str. 14.

<sup>441</sup> Krippendorf, J., (1971), *Marketing et tourisme*, Herbert Lang Berne et Peter Lang Francfort/M, 1971, str. 81 – 83. /prema: Cicvarić, A., op.cit. str. 149.

- 1) Velika ekonomska širina turističkih utjecaja, a relativno manji interes za investiranje od strane vlasnika kapitala;
- 2) Poteškoće u organizaciji turističke ponude. (Država vrlo često nastupa kao koordinator zbog velikog broja usitnjenih malih ekonomskih organizama);
- 3) Država se angažira u izgradnji i financiranju skupih objekata infrastrukture (ceste, željeznice, aerodromi, vodoopskrbni sistemi i sl.).

Krippendorf tome dodaje i 4. razlog (princip) za državnu intervenciju, tj. država se mora miješati i zbog velike konkurencije drugih zemalja (u sferi propagande, kredita, razvoja novih regija i sl.).<sup>442</sup>

Sessa se zalaže za «dinamičku politiku države» koja treba da intervenira u izgradnji infrastrukture, hotelskih kapaciteta, u propagandi, socijalnom turizmu, legislativi, planiranju itd. Prema tome je naročito važno ostvariti dinamičku ravnotežu u ekonomskom razvoju, s tim da je turistički plan samo dio općeg plana razvoja zemlje.<sup>443</sup> Gérard Colley navodi političke, ekonomske i socijalne ciljeve kao osnovne motivacije državne intervencije u turizam.<sup>444</sup>

Prema Dragutinu Alfieru, postoji pluralitet ciljeva turističke politike: «Politički ciljevi: čuvanje i popularizacija prirodnih oblika i povijesnih, kulturno – umjetničkih i društvenih vrednota zemlje i povećanje njenog političkog prestiža u svijetu; Ekonomski ciljevi: poboljšanje gospodarske strukture zemlje, održavanje tempa i ravnoteže gospodarskog razvoja na nacionalnom i regionalnom nivou, uklapanje u međunarodnu podjelu rada i aktiviranje platne bilance, uklanjanje regionalnih razlika u gospodarskom i društvenom razvoju zemlje te gospodarsko aktiviranje nerazvijenih i revitaliziranje gospodarski zaostalih područja zemlje; Društveni ciljevi: poboljšanje standarda i podizanje životnog nivoa stanovništva punim korištenjem i potenciranjem društvenih funkcija turizma».<sup>445</sup>

Hunziker je smatrao da su područja državne intervencije u turizmu ova:

- turističko planiranje, reklama i informatika
- organizacija velikih turističkih poduzeća (naročito putničkih agencija)
- obrazovanje kadrova i istraživački radovi.<sup>446</sup>

Gotovo u svim zemljama koje žele iole ozbiljnije razvijati turizam pristupa se *planiranju* ove masovne društvene pojave.<sup>447</sup> Kao i u drugim djelatnostima koje su prošle pionirsku fazu razvoja, za projiciranje budućnosti možemo se osloniti na nesigurna naslućivanja i iskustvo, nego na razvojne planove i projekcije.

<sup>442</sup>Häberlin, P.,(1969), *Die staatlichen Interventionen im Fremdenverkehr*, Bern1969, str. 35; Dr. Jost Krippendorf: Marketing et tourisme, isto, str. 80.

<sup>443</sup>Sessa, A., (1971): *Le rôle de l'Etat*, The Changing World of Travel Marketing, Vth International Travel Research Seminar, Nassau – Bahamas June 1971, UIOOT, Geneve 1972, str. 121 – 123.

<sup>444</sup>Colley, G.,(1972), *Possibilités et limites de l'Action économique et financière des Pouvoirs publics en matière de tourisme*, AIEST (l' Association internationale d' experts scientifiques du tourisme), Editions Gurten, Berne 1967, str. 21 – 22.

<sup>445</sup>Alfier, D.,(1971), *Turistička politika*, Proširene teze za predavanja – I dio, Centar za vanredni studij Više turističke škole iz Dubrovnika u Novom Beogradu, Novi Beograd 1971, str. 12.

<sup>446</sup>Hunziker, W., (1971), *Wie weit kann die öffentliche Hand den Fremdenverkehr fördern*, Revue de tourisme, No 4, Berne 1967, str. 132., prema Cicvarić, A., op. cit.str.150.

<sup>447</sup> «Malo industrija ili ekonomskih aktivnosti imaju takvu potrebu za planiranjem kao turizam, naročito u periodu početnog razvoja i u regijama koje su još neturističke. Dapače, čak i veoma razvijena mjesta ne mogu zapravo napredovati bez minule planifikacije». Kurt Krapf: *Le rôle et l'importance du tourisme international*, Nations Unies, Rome 1963, str. 80., prema Cicvarić, A., op. cit.str.150.

### 4.5.1.1. Planiranje u turizmu

Problemima planiranja i razvoja turizma posvećuje se sve veća pažnja u svijetu. Sve više sazrijeva misao da bi nesmiljenu turističku konkurenciju trebalo zamijeniti svjesno usmjeravanim planiranjem. Umjesto da jedna drugoj konkurira, turističke zemlje trebale bi da surađuju kako u planiranju i izgradnji turističkih kapaciteta tako i u kasnijoj eksploataciji. Ukoliko do toga ne dođe, neke tradicionalne zemlje bi uskoro mogle doživjeti turističku saturaciju ili bolje rečeno turističko zagušenje sa svim negativnim efektima koje ono stvara. Zbog toga je krajnje vrijeme da se na bazi supranacionalnih razgovora usuglasi izgradnja turističkih kapaciteta u narednom periodu kao i osnovni tijekovi turističke potražnje putem donošenja Glavnih planova razvoja turizma tih zemalja kao i glavnih planova njihovih turističkih regija.

Turizam je svrstan među prioritetne razvojne pravce naše zemlje i to je zabilježeno u srednjoročnim planskim dokumentima. Što se tiče regionalnog prostornog planiranja, može se utvrditi da su glavne turističke regije bile nažalost više pokrivena planovima pred 30 godina nego je to slučaj danas. Među tim planovima su se naročito isticali veliki projekti: Južni i Gornji Jadran koji su bili izuzetno aktualni.<sup>448</sup>

Daljnje veoma značajno područje državne intervencije u turizmu je financiranje investicija u infrastrukturi i hotelskoj izgradnji. Pitanje infrastrukture je od izuzetne važnosti jer na nju otpada od 20 – 30% predračunskih suma za ukupne investicije u kapacitete turističke ponude.<sup>449</sup>

Po Barreu, država je obavezna da se angažira u izgradnji infrastrukture jer ceste, aerodromi, luke, željeznice, kulturno – povjesni spomenici i sl. nisu «... ni isključivo pa čak ni bitno turistički objekti».<sup>450</sup> Međunarodna iskustva govore da krediti za turističku izgradnju treba da budu dugoročni, tj. na 15 – 20 godina, s kamatnom stopom od 3,5 do 6% uz vlastiti udio od 40 – 60%.<sup>451</sup>

Kada je turizam veoma razvijen, može poslužiti i kao značajan izvor budžetskih sredstava. «U principu, može se reći da u vrijeme prosperiteta turizam možemo podvrći većim nametima. Međutim, ako je turizam postao značajan motor gospodarskog napretka, onda će mu se u obliku zajmova i taksa trebati vratiti većina tih budžetskih prihoda. Neumjerena fiskalnost, naprotiv, riskira da proizvede suprotan efekt.»<sup>452</sup>Upozorenja prof. Krapfa aktualna su i danas.

**Institucije.** Država, neke društvene i gospodarske organizacije i organizmi imaju znatan utjecaj ne samo na poslovanje, nego i na rast gospodarstva uopće, kao i na rast pojedinog poduzeća, bilo da je taj utjecaj izravan ili neizravan.

<sup>448</sup> Ujedinjene nacije – program za razvoj i vlada SFRJ:

- a) *Regionalni prostorni plan Južnog Jadrana – Turistička privreda*, Dubrovnik 1968.
- b) *Regionalni prostorni plan Južnog Jadrana – Završni izvještaj*, Dubrovnik 1969.
- c) *Koordinacioni regionalni prostorni plan Gornjeg Jadrana – Turistička privreda*, Rijeka 1972.
- d) *Koordinacioni regionalni prostorni plan Gornjeg Jadrana – Završni izvještaj*, Rijeka 1972.

Vidi: Hitrec, T., *Prostorno planiranje turizma u jugoslavenskoj regiji*, Turizam, br. 11, Zagreb 1974, str. 2–4.

<sup>449</sup> O usklađenosti investicija u infrastrukturu i direktne proizvodne kapacitete vidi u: mr. Gorazd Nikić, *Infrastruktura i privredni rast*, Stambena i komunalna privreda, br. 12, Zagreb 1974, str. 29 – 35.

<sup>450</sup> Barre, H.: *Le rôle des finances publiques dans le financement des investissements touristiques*, Congrès de l'AIEST du 9 au 14 octobre 1963. à Ischia et Amalfi *Tourisme et Finances publiques*, Edition Gurten, Berne 1964, str. 41.

<sup>451</sup> Ibid., str. 34; *Compendium of Financial and Fiscal Schemes for Development*, UIOTO, Geneve 1969, str. 4 – 92.

<sup>452</sup> Krapf K.: *Tourisme et Finances publiques*, Congrès de l' AIESTA du 9 au 14 octobre 1963. à Ischia et Amalfi *Tourisme et Finances publiques*, Edition Gurten, Berne 1964, str. 31.

U zahtjevu za društvenom intervencijom polazi se od teze da razvoj košta i da su za razvoj potrebna sredstva koja premašuju mogućnosti nositelja razvoja, a izvjesno je da će takav razvoj donijeti koristi u budućnosti, ali je isto tako jasno da država i razne društvene organizacije imaju financijska sredstva, financijske instrumente i ostale vrste utjecaja kojima se može intervenirati u razvoju poduzeća. Načini, putovi, vrste i nositelji tih intervencija, kao i njihova svrha, trebali bi biti definirani općom politikom gospodarskog razvoja. Organizacija pomoći razvoja poduzeća vrlo je razvijena u svijetu i pokazuje obilje oblika i načina interveniranja. Država ima velike mogućnosti i velik broj različitih načina da pomaže razvoj kroz mogućnost pomoći putem emisija povoljnih kredita za razvoj. Ali najpopularnije mjere su iz područja porezne i sličnih politika koje se svode na potpuno oslobađanje ili tek ublažavanje tereta kao što su porezi, carine i slična davanja na investicije uložene u razvoj, kao i ublažavanje državnih propisa u vezi s amortizacijom i raspodjelom dobiti i slično.

Isto je tako važno da se potpomaže finalna faza razvoja, a to je plasman na tržištu i primjena razvojnih rezultata. Na taj način bi se obuhvatile politikom intervencije sve faze ne samo u razvoju poduzeća ili u razvoju novih proizvoda, nego i u nastupu na tržištu novih poduzeća i novih proizvoda.

Hrvatska turistička politika određuje stupanj konkurentnosti hrvatskog turizma u cijelosti, pa onda i hrvatskog hotelijerstva. Odluke koje izravno ili neizravno utječu ili određuju hrvatsku turističku politiku, donose se mahom u drugim resorima, izvan onoga što u užem smislu riječi podrazumijevamo kad govorimo o turizmu. Pogotovo se to odnosi na implementaciju pojedinih odluka. Ministarstvo turizma, ili resor u vladi kojemu ono pripada, ima tek ograničeno polje djelovanja kad je riječ o formiranju hrvatske turističke politike, ili u procesu stvaranja te politike, pogotovo u strateškom pogledu, ono mora imati glavnu riječ. Konzensus o hrvatskom turizmu, o njegovu razvoju i dometima tog razvoja donosi se na razini Vlade, pa Vlada, a ne pojedino resorno ministarstvo, snosi odgovornost za pozitivne i negativne strane tog razvoja. Turistička politika nije niti može biti neki pisani dokument, to je određeni način razmišljanja, svijest o mogućem doprinosu turizma nacionalnom gospodarstvu i posebice to je način adekvatnog ponašanja koji proizlazi iz ovih promišljanja.

U našoj zemlji se osjeća prisustvo, a već i posljedice "*laissez-fair*" politike i pristupa rješavanja problema kako na nacionalnom, regionalnom i lokalnom planu, ističući u prvi plan sve negativne posljedice takvog neplanskog i nekontroliranog razvitka.<sup>453</sup> Vrijeme je da se javno ocjeni takva politika, da se izvrši inventarizacija svih mjera, koje su do sada poduzete, da se ocjene i vrednuju rezultati tih mjera i utvrde pozitivne i negativne posljedice takvog državnog "intervencionizma", kojim se opća ekonomska politika u potpunosti nametnula i možemo reći, sasjekla u korijenu moguće poticajne elemente turističke politike. Turizam nije gospodarska grana, već kompleks gospodarskih i društvenih subjekata i instrumenata koji zadiru u tako reći sve pore društvenog i gospodarskog života. Jedinka, gospodarski subjekt, bez obzira na područje djelovanja, djeluje pod utjecajem svog okruženja, ponaša se po pravilima okruženja i u krajnjoj konzekvenci ovisi o okruženju. Samostalni utjecaj tog gospodarskog subjekta na svoju okolinu, u mikro situaciji može biti značajan, ali generalizirajući, utjecaj jedinke na širu okolinu postaje jedva primjetan pa čak i zanemariv. Dakle, već i iz tih pozicija potrebno je sagledati prije svega mjesto i ulogu subjekata turističkog gospodarstva, odnosno čak i šire, pa tek onda sagledati moguće pozicije iz kojih se može početi formirati određena, u našem slučaju turistička politika. Treba jasno inventarizirati i vrednovati činjenicu, da je naš turizam sposoban pružiti daleko više cjelokupnom gospodarstvu zemlje, kad bi državna administracija imala više "sluha" i "ozbiljno" surađivala s turističkim gospodarstvom, na pronalaženju mjera i instrumenata

---

<sup>453</sup> Vidi detaljnije: Stipetić, V., (2005), "Laissez-faire kao ekonomska politika Hrvatske"-Ekonomska politika Hrvatske u 2006., Zbornik radova, Hrvatsko društvo ekonomista, Opatija, str.1-65.

ekonomske politike, kojim bi se pratila nastojanja turističkog gospodarstva, za efikasnim i održivim razvitkom. Potrebno je pokrenuti mnoge mehanizme turističke politike, koji će konačno opravdati epitet "prioritetne djelatnosti" i tako odabranoj gospodarskog djelatnosti "dozvoliti" razvitak prema mogućnostima svih resursa. To nadalje definitivno traži znatno ambicioznije ciljeve i planove razvitka turizma, znatno sofisticiranije marketing aktivnosti, a posebno "državni intervencionizam" u poticajne mjere, jer bez mogućnosti implementacije ovih postavki turizam neće imati šanse za brži razvitak, što pak u usporedbi s europskim kretanjima znači ogromno zaostajanje.

Stoga, svaki rast cijena kojeg ne prati pomak u globalnoj kvaliteti (dakle kvaliteti okruženja) i promjeni tržišne strukture i pozicije samog poduzeća, izaziva višestruki pad turističkog prometa. To zahtijeva da se procjene efekta promjene odnosa (rasta) cijena i (pada) prometa pažljivo proučavaju i usklađuju s uvjetima u svakom poduzeću i svakoj destinaciji. Naše hotelijerstvo u cjelini gledano, posluje u tržišnom modelu tzv. čiste ili potpune konkurencije. Dok je tako, hotel će biti u poziciji da prihvati tržišnu cijenu na koju ne može utjecati ili da ispadne iz igre. To se stanje može, koje naša praksa već godinama potvrđuje, na dužu stazu mijenjati odgovarajućom tržišnom strategijom. To je strategija koja ide za tim da stvori "novi imidž" kojim se može ograničeno monopolizirati neke elemente naše ponude, a time i utjecati na djelomičnu promjenu tržišnog modela, što bi trebao biti cilj tzv. politike tržišnog repozicioniranja.

#### **4.5.1.2. Subvencioniranje turizma**

Dok se nalazimo u postojećoj tržišnoj poziciji s jedne strane i dok s druge strane imamo poduzeća koja nisu restrukturirana i nisu u stanju uspostaviti kontrolu i upravljati troškovima, državno **subvencioniranje** hotelijerstva je alternativa stečaju, pošto u našim uvjetima, za sada, stečaj ne dovodi do "reorganizacije kapitala" i restrukturiranja ostalih faktora, nakon čega se povećava njihova efikasnost, već stečaj znači samo jednu od neefikasnih metoda državnog subvencioniranja poduzeća. Visina subvencija za svako poduzeće zavisit će od ispunjavanja odgovarajućih kriterija koji definiraju karakter politike subvencioniranja hotelijerstva. To znači da subvencijska politika treba biti selektivna u smislu poticanja restrukturacije poduzeća s ciljem povećanja efikasnosti. Pri tome treba voditi računa o regionalnim specifičnostima. Kriteriji po kojima se odobravaju subvencije trebaju biti transparentni, jer tek tada subvencije mogu poticati efikasnost i tržišnu orijentaciju poduzeća, umjesto orijentacije poduzeća prema državnom proračunu. Na tim pretpostavkama ostvaruje se razvojna funkcija državnih subvencija u tržišnom gospodarstvu.

U vezi sa zaštitom čovjekove okoline Krippendorf smatra da se moraju redefinirati fundamentalni principi turističke politike. Ta politika treba na dugi rok osigurati cjelokupnom stanovništvu psihički i fizički odmor, razvijajući društvene aktivnosti u netaknutom pejzažu koji je samo snadbijeven sa neophodno potrebnim objektima uz maksimalnu zaštitu čovjekove okoline, te uz poštivanje potreba posjetitelja ali i dugoročnih interesa stanovništva turističkog kraja. Svaki objekt koji se treba graditi mora biti rezultanta cost – benefit analize sa ekonomskog, društvenog i ekološkog aspekta. U jednom svom radu,<sup>454</sup> Krippendorf naglašava da glavne atraktivnosti u turizmu nisu ni hoteli, ni žičare, ni kasina, ni bazeni, ni noćni klubovi, ni kazališta, ni igrališta za golf i sl., nego su to u prvom redu ljepote prirode. Zbog toga se on toliko i zalaže za očuvanje prirode. Što se tiče povezanosti razvoja turizma i zaštite kulturno - povjesnih spomenika, možemo ustvrditi da tu postoji ili bi barem trebala

---

<sup>454</sup>Krippendorf Jost: «El turismo, transformador del paisaje», Turismo: Horizonte 1985, Editur, Ediciones Turísticas, Barcelona 1979, str. 147.



postojati vrlo čvrsta veza. U većini razvijenih zemalja svijeta, turizam je doprinjeo očuvanju kulturne baštine. Upravo zbog toga turizam ima pored ekonomskih i značajne kulturne efekte.<sup>455</sup>Ove misli dr. Josta Krippendorfa su svakako aktualne za razvoj turizma u našoj zemlji koja ne bi smjela ponoviti greške razvijenih turističkih zemalja.

Da bi se moglo razvijati narodno gospodarstvo i poduzeća kao njegovi dijelovi, potrebno je da za to postoje uvjeti koje se često nazivaju faktorima rasta. To nisu samo Sayevi proizvodni faktori – rad, zemljište i kapital niti prošireni Saumelsonovi – kapital, radnici, prirodna bogatstva i tehnologija; tomu svemu valja još pridodati kao uvjete za razvoj: tržište ili potražnju i institucionalne uvjete, a posebno faktor vremena.

## 4.6. TRŽIŠNI UVJETI

Tržište je mjesto na kojem se ostvaruje funkcija poduzeća, tržište prihvaća ili ne prihvaća proizvedenu robu ili uslugu bilo po količini bilo po uvjetima po kojim se nudi tržištu; tržište je, dakle, uvjet funkcioniranja i rasta poduzeća. Ali tržište je i ograničenje rasta poduzeća, jer proizvesti se može samo onoliko koliko tržište traži i prodati samo pod onim uvjetima koje tržište prihvati. Rast poduzeća, tj., rast obujama proizvodnje ne može biti veći od veličine potražnje i veličine ponude, odnosno ravnoteža tržišta. Za naše potrebe bit će dovoljno da se ravnoteža tržišta definira kao stanje u kojemu nema nezadovoljne potražnje ( $R$ ) niti viška ponude ( $Q$ ), to je, dakle, stanje jednakosti potražnje i ponude.

$$R = Q.$$

Ravnotežno je stanje teorijska konstrukcija jer u stvarnosti je tržište i ponude i potražnje dinamično, stalno se mijenja; poduzeća, tj. ponuda, neprekidno propadaju, ali rastu nova, a potražnja se, također, neprestano mijenja s rastom pučanstva, s rastom njegovih potreba i dohotka (što se tiče osobne potrošnje) i s rastom poduzeća (što se tiče proizvodne potrošnje)

Ako u pojam ravnoteže uključimo i faktor cijene, dolazimo do poznatog zakona ponude i potražnje po kojemu će ponuda rasti ako cijene padaju i padati ako cijene rastu, a potražnja će rasti ako cijene padaju, a padati ako cijene rastu. Ovako izrečen zakon je suviše jednostavan a da bi bio točan, ali ga valja prihvatiti u smislu tendencija. Tendencija ponude i potražnje će se izjednačiti, a na poznatom dijagramu te će se dvije krivulje sjeći na točki koja izražava ravnotežu količine robe i njihove ravnotežne cijene; ova se točka u počast poznatom teoretičaru naziva Cournotova točka. Dodajmo da za razliku od klasične teorije tržišta, na nekom tržištu mogu postojati dvije ili čak i više ravnotežnih točaka. Ipak, zakon ponude i potražnje važan je jer upućuje na zavisnost količina ponude, ali i količina potražnje, od cijene iako to i nije jedina zavisnost.

Ravnoteža tržišta je dinamična kategorija koja se određenim poslovnim potezima, propagandnom i sl. može stalno pomicati u desno, na veće količine, što će omogućiti rast proizvodnje i rast poduzeća. To će se postići povećanjem potrebe i povećanjem broja potrošača. Inače, posebno na konkurentnom tržištu, poduzeće osjeća ravnotežu tržišta kao miran tijek svoje prodaje. Neravnotežu u smislu veće ponude od potražnje, osjetit će kao pritisak konkurencije koji će ometati njegov rast ili će izazvati čak i pad prodaje, pa će se

---

<sup>455</sup> Organisation Mondial de Tourisme: «L'home protagoniste de ses vacances», Conference mondiale sur le tourisme, Manila 27. sept. – 10. oct. 1980, Madrid 1980, str. 27.

boriti protiv konkurencije tako da nudi tržištu bolje uvjete kao što su niže prodajne cijene, povoljniji prodajni uvjeti, viša kvaliteta, posebne beneficije, kraći rokovi isporuke i tome slično. Neravnotežu u smislu veće potražnje od ponude poduzeće će iskoristiti kao osnovu za rast obujma proizvodnje ili će pak, po stacionarnoj količini ponude povisivati prodajnu cijenu i tako povećavati dobit. Sve ovo što općenito vrijedi za tržište vrijedi i za specifično turističko tržište.

#### 4.6.1. Turistička potražnja

Pretpostavlja se da je potražnja jednaka potrošnji pa se potražnja može definirati kao volja, spremnost i sposobnost potrošača da nabavi određenu količinu neke robe. Time smo se u definiciji približili Cournot-Marshalovu pojmu potražnje ili Malthusovoj i Keynesovoj efektivnoj potražnji i uspostavili razliku prema latentnoj potražnji koja predstavlja volju i spremnost da se nabavi neka roba, ali ne postoji i sposobnost za realizaciju tog htijenja. Ova se nesposobnost javlja u slučajevima kada postoji potreba, ali ne postoje mogućnosti da se odnosni proizvodi nabave, bilo zbog toga što kupci nemaju dovoljno novaca za kupnju ili nisu spremni platiti visoku cijenu ponude, ali bi platili neku nižu cijenu, bilo zbog toga što je ponuda izostala pa nema dovoljno robe na tržištu. Ova druga vrst potražnje je potencijalna potražnja i može se pretvoriti u realnu ako se za to steknu uvjeti, a ponuda će o tome voditi računa i nastojati raznim mjerama omogućiti potencijalnoj potražnji da se realizira i tako na toj osnovi ostvari rast proizvodnje. Potražnja ovisi o mnogim čimbenicima, o potrebama i o korisnosti dobra u potrošnji, o veličini prihoda i visini cijena, ali i o mnogim drugim nematerijalnim čimbenicima kao što su propaganda, moda, prestiž, tradicija, politički i ideološki utjecaji ili mjere državne gospodarske politike i sl. Sve te zavisnosti nisu dovoljno ispitane, pogotovo one nematerijalnog karaktera, a o njihovu poznavanju uvelike ovisi formiranje potražnje i uspješnost u zadovoljavanju takvih potreba. Potražnja će se ponašati u zavisnosti od nekih zakonitosti koje je već teorija ispitala i koje se ovdje pretpostavljaju i na koje se posebno ne treba osvrutati. Posebno ne treba naglašavati da se razlikuje potražnja za dobrima osobne potrošnje i materijalima proizvodne potrošnje, da je elastičnost potražnje ovisna o visini cijena različita za razne vrste dobara, da se općim zakonitostima i tendencijama poduzeće prilagođava raznim tržišnim instrumentima od kojih je cijena samo jedan, ali najvažniji instrument, i posebnim putovima kao što je npr. supstitucija, štednja, lateralna proizvodnja i slično.

Potražnja je u mikroekonomskoj analizi dana kao veličina i ograničena je ekonomskim parametrima. Unutar toga svako poduzeće može angažirati svoj dio ukupne potražnje, a veličina tog dijela zavisi najvećim dijelom od samog poduzeća. Ono može proširivati i povećavati potražnju svojih proizvoda, prije svega značajkama svog proizvoda, njegovom cijenom i kvalitetom i kvalitetom ukupne usluge (serviri, instruktaže i sl.) Ako su te značajke superiorne prema drugim proizvodima i drugim proizvođačima, potrošači će napuštati ove druge proizvođače. Na taj način naš superiorniji proizvođač povećeva svoju potražnju tako što oduzima taj dio potražnje od drugih, smanjivanjem njihove potražnje, ali ukupna potražnja ostaje jednaka.

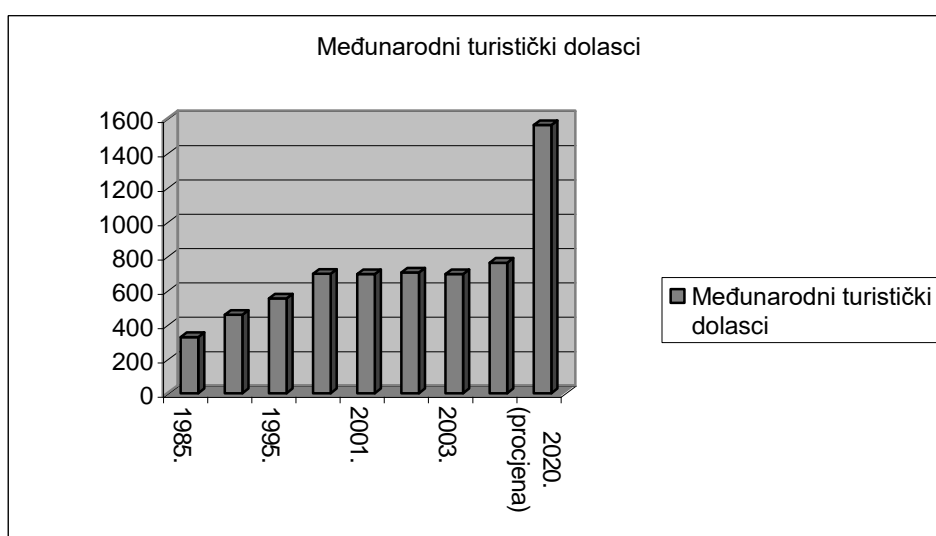
Individualni proizvođač ili udruženi proizvođači mogu djelovati na širenje i rast ukupne agregatne potražnje. To se može postići raznim putovima:

- povećanjem inteziteta potrošnje, kada potrošač poveća svoju potrošnju,
- uključivanjem u potrošnju novih stratumata potrošača koji do tada nisu bili potrošači nekog dobra;
- plasman robe na tržišta koja do tada nisu bila uključena u potrošnju,

U svim ovim slučajevima djeluje se na potrošača i njegove potrebe snagom propagande i ostalim instrumentima vješte poslovne politike. Što se turizma i turističke potrošnje tiče, trendovi u svjetskom turizmu rezultat su u prvom redu gospodarskih kretanja u pojedinim emitivnim zemljama (SAD, Njemačka), opasnost od terorizma, nesigurnost u zračnom prometu i mnoge druge koje su stvarale ukupno nepovoljno ozračje za razvoj turizma. Međutim, turistički rezultati u 2004. godini vraćaju povjerenje u turizam, a 2005. je potvrdila ispravnost dugoročne orijentacije. Naime, u 2004. u svjetskim je razmjerima ostvareno 10,7 posto više dolazaka stranih gostiju i 10,3 posto veći prihod, što je najveći porast od 1976. Za 2005. godinu očekuje se porast u granicama od 5 do 7 posto, što je brže od prosječnoga rasta BDP-a u svjetskim relacijama.<sup>456</sup>

Na grafikonu 4.10. prikazano je kretanje svjetskog turističkog prometa u razdoblju od 1985. do 2004. godine te procjene za 2020. godinu

Grafikon 4.10: Svjetski turistički promet od 1985. do 2020. (procjena) u mil.



Izvor: Izvedeno prema podacima: Turizam, <http://www.hgk.hr> (18.01.2006.)

Podaci na grafikonu 4.10. upućuju na značajan porast turističkih kretanja u razdoblju od 1985. do 2004. godine, a do 2020. godine procjenjuje se da će broj međunarodnih turističkih dolazaka duplo porasti.

Svjetska turistička organizacija (WTO), predviđa daljnji rast, oživljavanje long-haul putovanja i povratak sigurnosti u zračni promet. Potrebno je također istaknuti da je turizam posljednjih godina pokazao da može prkositi nedaćama. Reakcije turizma na vanjske čimbenike su, zahvaljujući podršci medija i komercijalnih partnera, svedene na najmanju moguću mjeru i nisu bitno utjecale na konačne rezultate.

Analize pokazuju veliku međuovisnost kretanja BDP-a i kretanja turista. Najbrže su rasla tržišta azijskopacifičkog područja, a najsporije ona u Europi. No, usprkos tome, 54% svih dolazaka i 52% svih turističkih prihoda zabilježila je upravo Europa (397 milijardi USD prihoda i 262 milijuna dolazaka), što govori o još uvijek visokom stupnju privlačnosti pojedinih destinacija Starog kontinenta.<sup>457</sup>

No, unutar Europe dolazi do preraspodjele zanimanja turista, pa sjeverne zemlje Europe bilježe ponešto veće zanimanje i rast, a zemlje europskog Sredozemlja nešto manje.

<sup>456</sup> Miščančuk, T.: *Novi trendovi u turizmu*, CroTurizam, br. 11.–12, Zagreb, 2005., str. 8.

<sup>457</sup> Ibidem, str. 8.

Ipak, Francuska zauzima i dalje prvo mjesto po broju stranih dolazaka, Španjolska drugo, a Italija četvrto (Tablica 4.9.). Međutim, i među zemljama europskog Sredozemlja postoje diferencijacije. Tako Francuska, Italija i Španjolska (uključujući i Portugal) rastu po sporijim stopama, a Hrvatska, Turska, Slovenija po osjetno većim stopama. Visoke stope rasta bilježe i zemlje s afričke strane Mediterana, posebno Maroko, Egipat i Tunis.

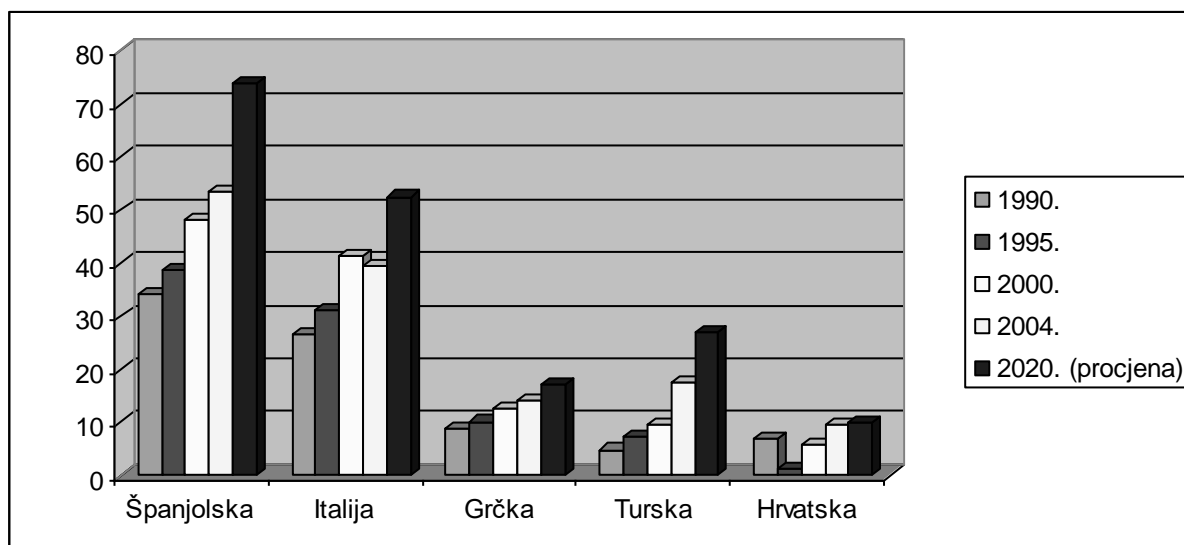
Tablica 4.9: Rang lista prema posjetiocima u 2005. godini

Zemlja	Dolasci turista (u milijunima)			
	1998.	2000.	2005.	Faktor povećanja 2005./1998.
Francuska	70	77	75	1,07
Španjolska	43	48	55	1,28
USA	46	51	48	1,04
Kina	25	31	46	1,84
Italija	35	41	38	1,09
Engleska	26	25	29	1,12
Meksiko	19	21	22	1,16
Njemačka	17	19	21	1,24
Turska	9	10	20	2,22
Austrija	17	18	19	1,12

Izvor: Economist od 12-18.08.2006.

Grafikon 4.11. na neki način govori o globalizaciji i turizmu, gdje sve zemlje bilježe povećane dolaske, dok najveće promjene se događaju u zemljama koje u relativno kratkom vremenskom razdoblju od osam godina, (Kina i Turska) bilježe faktore povećanja broja dolazaka turista u svoju zemlju za 122% odnosno 84%. Riječ je o promjenama na koje je najviše utjecao upravo proces globalizacije.

Grafikon 4.11: Hrvatska prema konkurentskim zemljama od 1990. do 2020. (procjena)



Izvor: Izvedeno prema podacima: Turizam, <http://www.hgk.hr> (18.01.2006.)

Svjetska turistička organizacija predviđa za Sredozemlje godišnju stopu rasta od 3%, pri čemu se ističe Hrvatska kao zemlja s jednom od najvećih stopa rasta međunarodnih turističkih dolazaka (8,4%) (grafikon 4.11.). Međutim, valja naglasiti da je za Hrvatsku tako visoka stopa rasta predviđanja godišnjeg kretanja dolazaka turista, iz razloga što je bazna godina, još uvijek atipična 1995., kada Hrvatska ostvaruje svega 1,32 milijuna dolazaka. Očito je da se je Hrvatska turistički oporavila puno brže nego su to planeri WTO-a predviđali. Već 2005. i 2006. godine dostignute su procijenjene veličine 2020. godine na bazi projekcija stopa rasta iz 1995. godine.

Hrvatska je po ocjenama WTO-a, zauzimala u 2004. godini pet posto tržišta u južnoj Europi, a po broju dolazaka sedmo mjesto s ukupno 7,9 milijuna stranih posjetitelja.

Novonastale okolnosti promijenile su i profil turista, pri čemu se posebno osjeća utjecaj «low-costa» na ukupna kretanja. Kvaliteta, nažalost, u takvim okolnostima ustupa mjesto nižim cijenama, pa one postaju jedan od odlučujućih čimbenika dolazaka gostiju.

Temeljem iznijetog može se zaključiti da je Europa, a posebno Sredozemlje i nadalje najvažnija turistička destinacija i glavno turističko tržište, te Hrvatska s obzirom na svoj geografski položaj na Sredozemlju može polučiti značajne turističke rezultate.

#### 4.6.1.1. Obilježja promjena na turističkom tržištu potražnje u Europi

Najvažnije promjene koje imaju dalekosežne posljedice na formiranje turističke potražnje u Europi dešavaju se na socio-demografskom području.

Socio-demografske promjene postaju važan faktor u mijenjanju turističke potražnje i ogledaju se u sljedećem:

- starenje stanovništva i porast udjela ciljane skupine “seniora”
- promjene u sastavu domaćinstava (sve viša stopa razvoda brakova, kasnije zasnivanje obitelji, sve veći broj samohranih roditelja, sve veći broj samačkih - “single” domaćinstava)
- porast utjecaja žena pri donošenju odluke o putovanju, tj. provođenju odmora
- izmijenjene potrebe ljudi (izmijenjeni uvjeti rada i života)

- produljenje životnog vijeka
- rast potražnje za inovativnim sadržajima
- povratak prirodi
- sigurnost
- fizički i duhovni oporavak čovjeka
- rast informiranosti i informatizacije
- novi motivi putovanja
- potraga za novim, autentičnim “turističkim doživljajem”
- porast potražnje za luksuznim shopping putovanjima
- porast potražnje za wellnes i zdravstvenim turizmom
- porast potražnje za manjim i luksuznim hotelima
- porast potražnje za brodskim turama, tematskim parkovima, avanturističkim turizmom

Profil europskog turista prema provedenim istraživanjima Europske komisije<sup>458</sup> ogleda se u sljedećem:

- u prosjeku, svaki drugi Europljanin bio je na putovanju (53%)
- u skandinavskim zemljama ljudi više putuju

Ako se gleda tko putuje, tada nema razlika s obzirom na rod, ali zato starost, obrazovanje, zarada i profesija imaju veliku ulogu. U dobnoj skupini od 25 do 39 godina putuje čak 59% turista. Visokoobrazovani putuju više, a s obzirom na zaradu broj putovanja je u porastu.

Ako želimo dobiti odgovor na pitanje kada odlaze na odmor Europljani, tada vidimo da 41% Europljana putuje na odmor u kolovozu. Najveći postotak je u ljetnim mjesecima, dok u prosincu putuje 7% turista. Prvih pet mjeseci u godini putuje 3-11% turista. U svibanju putuju najviše Njemci i Danci, u lipnju najviše putuju Britanci (20%), u srpnju Belgijanci (43%), a Francuzi u srpnju i kolovozu.

Kakve destinacije traže?

- more – 63% (najviše Grci)
- planine – 25% (najviše Danci)
- gradove – 25% (Skandinavci i Irci)
- sela – 23%
- Europljani iznad 55 godina starosti i nižih primanja manje odlaze u “morske” destinacije

Vrsta smještaja?

- hoteli – 42% (uglavnom Austrijanci, Luksemburžani, Belgijanci, Njemci i Talijani)
- kod rodbine – 16%
- kampovi – 14%
- iznajmljene sobe i stanovi – 13%

### **Profil modernog europskog turista:**

- neovisan
- dobro informiran
- tehnološki orijentiran

---

<sup>458</sup> Istraživanje Europske komisije – Eurobarometar, 2000. god.

- zahtjevan u pogledu “vrijednosti za novac”
- aktivan, traži promjenu i nove sadržaje
- ekološki svjestan

Tijekom 2004. godine 57% svih turističkih putovanja od četiri ili više noćenja, koje su poduzeli građani EU-a bila su domaća putovanja, odnosno noćenja na području matične zemlje.<sup>459</sup> Ipak, među građanima članicama Unije postoje velike razlike kada je riječ o odabiru destinacije za godišnji odmor. Naime u inozemstvo najviše putuju Luksemburžani - 99% u 2004. godini putuje izvan matične zemlje, a slijede ih Belgijanci (79%), Irci (73%), i Slovenci (73%), te Danci (69%). S druge strane, domaća su putovanja uobičajena u Grčkoj, te čine 90% svih putovanja u 2004. godini, zatim u Španjolskoj (88%), Francuskoj (83%) i Poljskoj (82%). Na razini dvadesetpetorice u cjelini, na putovanja osobnim automobilima 2004. godine putuje 58% svih turista, slijedi avio-promet s 25%, te autobusni i željeznički, svaki s 8%.

#### 4.6.2. Ponuda u turizmu

Rast poduzeća je ograničen općom potražnjom, ali unutar dane potražnje rast jednog poduzeća ograničen je ponudom drugih poduzeća. Dakako, pod ponudom se smatra samo realna ponuda, a to je ona ponuda koja je sposobna i spremna pod određenim uvjetima za prodaju. Zbog toga će svaka individualna ponuda slijediti opća globalna kretanja potražnje i nastojati da pronade tržište za svoju ponudu i za svoje plasmane, bilo da se taj segment tržišta tek privodi potrošnji bilo da ga otima od konkurencije pa da se na njega plasiraju vlastiti proizvodi.

Na danom tržištu ponuda će zavisiti od općih proizvodnih mogućnosti i uvjeta kao što su raspoloživost radne snage i kapitala, sirovina i materijal, zatim institucionalnih i općih uvjeta, a posebno će zavisiti od visine prodajnih cijena. Visine prodajne cijene koje donose visoke dobiti stimulirat će razvoj proizvodnje i ponude, a obratno, niske prodajne cijene koje donose nisku dobit neće pogodovati razvoju, dapače, upućivat će takve proizvodnje na promjenu djelatnosti. Odnos između veličine ponude i visine cijene utvrđuje se, kao što je već uobičajeno, koeficijentom elastičnosti ponude koja se može odrediti i geometrijski. Sa stajališta cijena, donja se granica ponude javlja na razini cijena na kojoj se izjednačuje s troškovima proizvodnje:

$$p = t$$

Na toj razini cijene proizvođač je već izgubio zaradu, ali barem ne gubi supstancu. Gornji limit cijene, naravno ne postoji, barem ne sa stajališta ponude.

Na veličinu individualne ponude snažno utječe struktura tržišta i broj ponuđača na njemu. Konkurentno tržište se obično definira kao tržište na kome djeluje velik broj ponuđača, kada je ponuda obično veća od potražnje i kada niti jedan ponuđač ne može sam povećati prodajnu cijenu. Ako je globalna ponuda veća od globalne potražnje, individualna ponuda ima različite mogućnosti na raspolaganju da poveća svoje prodaje. Ako se globalna ponuda ne poveća, onda se rast individualne prodaje može ostvariti samo tako da neki ponuđač smanji svoje plasmane, i to se ostvaruje kroz konkurentsku borbu i međusobnu utakmicu.

Najjednostavniji način da se povećaju individualni plasmani je sniženje cijena. Tako oblikovana ponuda će prigrabiti tuđa tržišta ili će prisiliti i konkurenciju na sniženje cijena. U

---

<sup>459</sup> «Najviše Europljana ljetuje u domovini», Privredni vjesnik, 14.08. 2006.

posljednjem slučaju neće povećati plasmane, a izvrgava se organiziranoj osveti moćne konkurencije. Ali osim jednostavnog snižavanja prodajnih cijena, postoje i prikriveniji načini s gotovo istim rezultatima: razne vrste trgovačkog skonta i rabata, propagandni darovi i slični. Osim toga, brojni su načini kako da se tuđi potrošač pridobije, npr. povećana kvaliteta, dopadljiv izgled i svrsihodniji dizajn, instruktaza i servisiranje mušterije, propaganda i sl. To su sve u trgovačkom svijetu dopušteni načini konkurentske borbe čiji rezultati idu u korist potrošača. Kao posljedica ovakvih odnosa na konkurentskom tržištu javlja se tendencija rasta kvalitete proizvoda i usluga i njihova servisiranja, a istodobno i sniženje prodajne cijene. Treba istaći da je takav način narušavanja ravnoteže konkurentskog tržišta koristan jer ako ne bi ništa poduzimala, prijeti joj propast; ona će zbog toga morati u najmanju ruku imitirati konkurenta. Agesivnija konkurencija će čak organizirati protuudar ne samo da bi zadržala dotadašnji dio tržišta, nego i da ga proširi.

Svaka receptivna turistička zemlja nastoji što bolje iskoristiti svoje prirodne resurse i društvene potencijale. Nastoji izgraditi što bolje i raznovrsnije uvjete za što brži i udobniji dolazak turista do turističkih mjesta, koja pak svojim različitim i što kvalitetnijim prihvatnim kapacitetima nastoje što dulje zadržati turiste na privremenom boravku u tom turističkom mjestu. Uspostaviti što povoljniji odnos atraktivnih, dakle, prirodnih i antropogenih čimbenika turističke ponude, s prihvatnim mogućnostima u cjelini, osnovni je zadatak svake turističke politike, a dostignuti stupanj razvitka neke receptivne turističke zemlje uvelike ovisi o kvaliteti uspostavljenih odnosa.

Hrvatska je u 2005. godini raspolagala sa 909.210 postelja u osnovnim i komplementarnim kapacitetima, što je povećanje za 4,5% u odnosu na 2004. godinu. Prikaz smještajnih kapaciteta u Republici Hrvatskoj od 1961. do 2005. godini dan je u tablici 4.10.

Tablica 4.10. Smještajni kapaciteti (kreveti) u Hrvatskoj 1961-2005. (u 000 ležaja)

Vrsta kapac.-god.	1961.		1966.		1970.		1975.		1981.		1990.		2005.	
	broj	%	broj	%	broj	%	broj	%	br	%	broj	%	broj	%
<b>Hoteli</b>	<b>15,4</b>	<b>9,4</b>	<b>32,1</b>	<b>13,2</b>	<b>70,3</b>	<b>15,5</b>	<b>100,3</b>	<b>16,3</b>	<b>115,4</b>	<b>15,8</b>	<b>140,4</b>	<b>16,3</b>	<b>115,8</b>	<b>13,6</b>
Pansioni	2,2	1,3	3,0	1,2	1,9	0,4	2,3	0,4	1,8	0,9	2,7	0,3	1,9	0,2
T.naselja	-	-	11,1	4,6	30,9	6,8	35,0	5,7	42,1	5,8	58,2	6,9	70,0	8,2
Moteli	0,4	0,2	1,7	0,7	2,6	0,6	2,1	0,3	2,6	0,4	2,8	0,3	0,8	0,1
Prenoćišta i gostione	4,3	2,6	3,7	1,5	3,4	0,8	3,6	0,6	2,8	0,4	-	-	2,2	0,3
Osnovni kapaciteti	25,5	15,3	53,2	21,9	110,1	24,3	144,7	23,5	165,7	22,7	207	24,1	190,7	22,4
Toplice i kl. lječilišta	3,2	1,9	1,6	0,7	1,0	0,2	1,4	0,2	1,0	0,1	2,9	0,3	2,3	0,3
Radnička odmarališta	41,1	24,7	47,0	19,3	51,8	11,4	66,0	10,7			69,3	8,1	11,1	1,3
Omladinska i dj.odmarališta	23,9	14,4	28,1	11,5	28,7	6,3	26,7	4,3	24,5	3,4	19,8	2,3	4,7	0,5
Kampovi	19,6	11,8	-	-	122,0	26,9	184,3	29,9	247,7	34,0	292,9	34,1	217,3	25,6
Privatne sobe	55,2	33,2	104,2	42,7	124,5	27,5	168,9	27,4	214,9	29,5	264,1	30,7	407,0	47,9
Ostalo	1,1	0,7	10,0	4,1	15,8	3,5	25,5	4,1	6,3	0,9	4,2	0,4	16,4	1,9
Komplementarni kapaciteti	144,1	86,6	192,2	78,8	343,8	75,9	472,8	76,7	563,8	77,4	653,2	75,9	658,8	77,6



UKUPNO	166,4	100	243,8	100	452,9	100	616,1	100	728,5	100	860,2	100	849,5*	100
--------	-------	-----	-------	-----	-------	-----	-------	-----	-------	-----	-------	-----	--------	-----

\* Napomena: U podacima nije prikazan smještaj u lukama nauičkog turizma, tako da sa tim kapacitetom Hrvatska ima ukupno 909.210 ležaja.

Izvor: Cicvarić, A., *op.cit.* str. 76-77. kao i Blažević, B., «*Ekonomski računi plasmana kapitala u hrvatsko hotelijerstvo*», (1995), *Hotelijerski fakultet Opatija*, str.27- 28. kao i «*Smještajni kapaciteti*», <http://www.mmtpr.hr> (22.01.2006.).

U strukturi smještajnih kapaciteta, osnovni smještajni kapaciteti čine udio od 22,4%, što je znatno ispod kvalitativne strukture koja se želi postići u budućem razdoblju. Takva struktura ne zadovoljava potrebe i zahtjeve suvremenih turista, a posebice ne turista više platežne moći kakvim Hrvatska teži.

Uočljivo je, promatrajući odnos između 1975. i 2005. godine, tj. u razdoblju od 30 godina da je došlo do drastičnog povećanja kapaciteta u privatnom smještaju od 169 na 407 tisuća ležaja, kao i ogroman pad kapaciteta u radničkim, omladinskim i dječjim odmaralištima i to od 93 na 15 tisuća ležaja. Svakako da je ovo rezultat ukupnih društvenih promjena.

Činjenica je da dostignuta razina osnovnih smještajnih kapaciteta dostignuta u razdoblju 1970.-1975. u strukturi ukupnih kapaciteta od 24%, smanjena je u 2005. godini na 22,4% u korist kapaciteta u komplementarnom smještaju od 77,6%.

Posljednjih godina ulažu se značajna financijska sredstva u podizanje kvalitete smještajne ponude Republike Hrvatske. Upravo je podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta, bilo da se radi o osnovnim ili komplementarnim jedan od preduvjeta za povećanje iskorištenosti smještajnih kapaciteta (produljenja sezone) i povećanja potrošnje turista (u smještajnim objektima i izvan njih).

Tablica 4.11: *Hotelski kapaciteti po zvjezdicama, 2004. i 2005. godine*

	Broj poslovnih jedinica		Indeks 2005./2004.	2004.		2005.		Indeks 2005./2004.	
	2004.	2005.		Ukupno	Stalni	Ukupno	Stalni	Ukupno	Stalni
Hoteli s 5 zvjezdica	12	13	108,3	3.992	3.890	5.042	4.924	126,30	126,58
Hoteli s 4 zvjezdice	32	52	165,2	7.459	6.623	10.341	9.248	138,64	139,63
Hoteli s 3 zvjezdice	220	247	112,3	61.157	54.373	62.453	55.434	102,12	101,95
Hoteli s 2 zvjezdice	170	160	94,1	33.355	28.932	31.465	27.986	94,33	96,73
Hoteli s 1 zvjezdicom	38	30	78,9	6.189	5.362	4.710	4.333	76,10	80,81
<b>Ukupno</b>	<b>472</b>	<b>502</b>	<b>106,4</b>	<b>112.152</b>	<b>99.180</b>	<b>114.011</b>	<b>101.925</b>	<b>101,7</b>	<b>102,8</b>

Izvor: *Smještajni kapaciteti*, <http://www.mmtpr.hr> (22.01.2006.)

Podaci u tablici 4.11. pokazuju da je u 2005. godine došlo do povećanja ponude broja hotela s 3, 4 i 5 zvjezdica, uz istovremeno smanjenje broja hotela s jednom i dvije zvjezdice, što ukazuje na poboljšanje kvalitete hotelskih smještajnih kapaciteta. Međutim, potrebno je istaknuti da je podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta kontinuirani proces. Naime, ovisno o trendovima potražnje i ponude na međunarodnom turističkom tržištu treba prilagođavati standarde kvalitete smještajnih kapaciteta. Na taj način omogućava se postizanje konkurentnosti na turističkom tržištu i razvoj turizma.

U prirastima smještajnih kapaciteta razlikujemo slične periode kao i kod investicija s već istaknutim karakteristikama. Naime do 1962. turistički kapaciteti bili su veoma maleni, od

1963. do 1966. godine bilježi se značajan porast, a od 1967. do 1972. je najbrži porast turističkih smještajnih kapaciteta.

Najveći prirast smještajnih kapaciteta zabilježen je 1971. godine kad su osnovni kapaciteti porasli u Jugoslaviji za 27.626 kreveta, a u Hrvatskoj za 22.114. Istovremeno su hoteli, moteli i turistička naselja porasli za 26.046 odnosno za 21.703 kreveta. Međutim, već od 1972. počinje pad prirasta smještajnih kapaciteta koji se u Hrvatskoj 1973. godine pretvara čak u apsolutno smanjenje broja kreveta u osnovnim kapacitetima i njihovim glavnim vrstama (hotelima, motelima i turističkim naseljima).

Isplaćene su investicije u ugostiteljstvo i turizam 1973. godine u Jugoslaviji iznosile 1.904 milijuna, a u SR Hrvatskoj 885 milijuna dinara.

Poznato je da su smještajni kapaciteti osnovni kapaciteti svake turističke ponude. Bez njih se ne može razvijati turizam, pa iz toga proizlazi da smještajni kapaciteti mogu biti osnovni ograničavajući faktor razvoja turizma. Od 1973. godine dolazi do usporenijeg rasta smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj i relativnog smanjenja tempa investicija, a time i s relativno malim povećanjem kapaciteta za smještaj u turizmu,.

#### ***4.6.2.1. Predviđanje trendova u bliskoj budućnosti***

- Svjetski trend standardizacije i sve masovnija pojava branding ponude
- Europa će biti najveća turistička emitivna i receptivna snaga svijeta
- Proces koncentracije kapitala i opća vladavina multinacionalnih kompanija
- Stalni rast standarda smještaja
- Novi oblici prehrane
- Masovna primjena novih tehnologija
- Okrupnjavanje avio prijevoznika
- Korištenje željeznice
- Manje korištenje individualnog prijevoza za duža putovanja

##### **Trendovi u prijevozu**

Udio prijevoza u ukupnom trošku putovanja je u padu ili je sporiji od rasta troškova smještaja i ostalih troškova

Porast udjela zračnog prijevoza, s naglaskom na “low cost” segmentu:

- “low cost” segment je osobito popularan kod mlađe populacije (u srpnju 2005. godine, 3 mil. osoba je putovalo Ryanair-om, a svaki četvrti putnik je bio mlađi od 25 godina), ali ga sve više koriste i poslovni ljudi

Novonastalim trendovima prilagodila se i željeznica – nude se diverzificirane cijene za različite tržišne segmente ili interese (dokolica, privatno, poslovno), te različite cijene ovisno o vremenu kupnje (unaprijed, last minute...), kao i o učestalosti putovanja

Revolucija tarifne politike u zračnom i željezničkom prijevozu – u formiranju cijene sve su dalje od klasične formule bazirane na udaljenosti, te sve više ovise o tržištu i pratećim troškovima

Porast udjela kružnih putovanja – u posljednjih 20-ak godina došlo je do značajnog sniženja cijena u segmentu “plovećih hotela”.

##### **Trendovi u tuoperatorstvu**

Zaoštravanje konkurentske utakmice i smanjenje marži

Sve veći broj turoperatora srednje veličine fuzioniraju veliki organizatori putovanja koji dominiraju tržištem, ostavljajući prostor jedino određenom broju malih turoperatora, strogo specijaliziranih za pojedine ciljne skupine gostiju, kao i za programe specijalnog interesa

Uvođenje tehnoloških i informatičkih inovacija u poslovanje, s naglaskom na internet kao kanal prodaje

Procvat segmenta “last minute” putovanja

Nakon krize turoperatora, započete krajem 2001. godine, na tržištu je zavladao trend kupovine aranžmana u zadnji trenutak, po vrlo povoljnim cijenama.

Porast udjela “last minute” programa promijenio je očekivanja kupaca i u segmentu kataloške ponude u kojem se također očekuju niže cijene.

Također je potrebno istaknuti da turizam može postati jedan od osnovnih pokretača razvoja i u područjima u kojima je do sada bio marginaliziran, ukoliko postoji turistički potencijal. Svaka regija se mora usredotočiti na razvoj takve turističke ponude koje će imati najveći utjecaj na rast bruto domaćeg proizvoda i zaposlenosti, koje su atraktivne investitorima, te koje iskorištavaju neki jedinstveni lokalni potencijal

- europski trendovi u turističkoj potražnji podudaraju se sa mogućnostima hrvatskih destinacija.

#### **Preduvjeti za uspješnije uključivanje Hrvatske u europski turizam:**

- Tržištu prilagođena atraktivna ponuda
- Bolja infrastruktura
- Institucijske pretpostavke po uzoru na razvijene turističke zemlje Europe
- Otklanjanje dosadašnjih smetnji kvalitetnijem razvoju i većoj ekonomskoj učinkovitosti turizma

### **4.6.3. Cijene i tečajni režimi**

Cijene i tečaj su vrlo važan uvjet, osnova i ograničenje potrošnje i jedan od vrlo važnih instrumenata za reguliranje ponude i potražnje. Odnos prodajne cijene i troškova proizvodnje, sa stajališta ponude, jednostavniji je i poznat; odnos prodajne cijene i potražnje složeniji je, manje poznat i više neodređen.

Ipak, makar samo uzgred, potrebno je također uspostaviti vezu između korisnosti proizvoda i njegove cijene tvrdnjom da je korisnost dobra u osobnoj potrošnji uglavnom objektivno neodređena. U ovoj potrošnji tek rijetki proizvodi mogu svoju korisnost izražavati u objektivnim mjerilima. Namirnice su jedan od takvih rijetkih proizvoda čija se korisnost može utvrditi u đulima i hranjivoj vrijednosti. Kod tzv. tehničkih proizvoda u osobnoj potrošnji i gotovo kod svih vrsta proizvoda u proizvodnoj potrošnji, moguće je korisnost objektivno izražavati u fizikalnim veličinama. Tako npr. korisnost hladnjaka koji rabi domaćica u svojoj smočnici može se utvrditi veličinom rashladnog kapaciteta. Dapače, može se utvrditi i cijena, odnosno troškovi korisnosti obračunom troškova samog hladnjaka, energije i ostalih troškova utrošenih za jedinicu ohlađenog efekta. U proizvodnoj potrošnji korisnost se utvrđuje na posve objektivnan način kao sposobnost konverzije, tj. veličinom pretvaranja nekog dobra u jedinicu gotovog proizvoda, a onda na osnovi toga nije suviše teško proračunati i veličinu korisnosti izražene u nekom tehničkom izrazu. Svaki pokušaj izraza korisnosti u vrjednosnom izrazu odveo bi nas u sferu političke ekonomije, teorije vrijednosti i teorije cijena.

Ipak, sa stajališta potražnje važno je podsjetiti na fenomen opadajuće korisnosti koja utječe i ne veličinu potražnje i na spremnost potrošača da podnosi žrtve u ostvarivanju koristi. Fenomen granične korisnosti javlja se samo u osobnoj potrošnji i on tek iznimno utječe na formiranje cijena, i to u obliku tzv. količinskog rabata. Naime, granična korisnost nekog proizvoda u potrošnji opada, što znači da svaka sljedeća jedinica u kontinuiranom procesu potrošnje ima manju korisnost. Na primjer, nakon što gladan čovjek utoli glad, svaka sljedeća kriška kruha za njega je sve manje korisna i on joj pridaje sve manju važnost. Dakle, općenito se može reći da na rastu potreba (uvijek je riječ o osobnoj potrošnji) njihov intenzitet opada, a onda, izvedeno iz toga, degresivno raste potrošnja i proizvodnja proizvoda koji zadovoljavaju odnosne potrebe.

Zanimljivo je da rast cijena ili njihov pad može biti postupan, ali odgovarajući pad ili rast potražnje zbivat će se u skokovima pa će određeni dio potrošača tolerirati promjenu cijena u određenom rasponu, a da pri tome neće mijenjati količine potrošnje. Na kritičnoj točki promjene cijene otpadat će ili će se priključivati cijele skupine potrošača, ne pojedinačno nego u skupinama, od jedne do druge kritične razine cijena.

Pri rastu prodajnih cijena raste dobit proizvođača, ali da u tom slučaju prijeti opasnost smanjivanja obujma proizvodnje, a time i mase dobiti. To su dva stanja; u prvom stanju manji obujam proizvodnje na višoj prodajnoj cijeni, u drugom stanju obujam je veći na manjoj prodajnoj cijeni

Potražnja nekog dobra zavisi ne samo od vlastite cijene, nego i od cijene sličnog dobra koje bi kao supstitut moglo zamijeniti prvo dobro. Ako se dakle isti ili slični efekti u zadovoljavanju potreba mogu postići dobra  $X_j$  i ako je njegova cijena niža od dobra  $X_i$ , napustiti će se potrošnja dobra  $X_i$  a uvest potrošnja dobra  $X_j$ .

U srpnju 1944., predstavnici 44 zemlje sastali su se u Bretton Woodsu, u New Hampshireu, da bi oblikovali novi međunarodni monetarni i tečajni sustav. Sustav koji su usvojili temeljio se na fiksnim deviznim tečajevima, s time da su sve zemlje osim Sjedinjenih Država vezale cijene svojih valuta u odnosu na dolar. Niz tečajnih kriza tijekom 1973. godine doveo je do naglog kraja sustava-i do kraja onog što se danas naziva „period Bretton Woodsa.“ Od tada, svijet karakteriziraju mnogi tečajni aranžmani. Neke zemlje djeluju u uvjetima fluktuirajućih tečajeva; neke u uvjetima fiksnih tečajeva; neke se stalno kreću između krajnjih režima. Koji je tečajni režim najbolji<sup>460</sup> za zemlju jedno je od najviše raspravljanih pitanja u makroekonomiji.

Ponoviti ćemo da se realni tečaj može se najbolje definirati putem sljedeće formule:

$$\varepsilon = \frac{E P^*}{P}$$

Realni tečaj,  $\varepsilon$ , je jednak nominalnom tečaju  $E$  (cijena inozemne valute u terminima domaće valute); puta inozemna razina cijena,  $P^*$ , podijeljeno s domaćom razinom cijena,  $P$ . Zbog toga, postoje dva načina kako se realni tečaj može prilagoditi:

- Promjenom nominalnog tečaja,  $E$ : to se može učiniti samo u okviru fluktuirajućeg tečaja. Inozemna razina cijena,  $P^*$  i domaća razina cijena,  $P$ , se u kratkom roku ne mijenjaju, pa je to jedini način prilagodbe realnog tečaja u kratkom roku.
- Promjenom domaće razine cijena,  $P$ , u odnosu na inozemnu razinu cijena,  $P^*$ , u srednjem roku, ova je mogućnost na raspolaganju i zemlja koja djeluje u uvjetima fiksnog (nominalnog) tečaja. I to je stvarno ono što se događa u uvjetima fiksnog tečaja. Do prilagodbe dolazi putem razine cijena umjesto putem nominalnog tečaja.

<sup>460</sup> Više o tečajnim režimima vidi: [www.prenhall.com/blanchard](http://www.prenhall.com/blanchard)

Dilemu izbora između fiksnog ili fluktuirajućeg tečaja, teorija i makroekonomska gledišta, uz neke manje iznimke, rješavaju i preferiraju u korist fluktuirajućeg tečaja. Razloge za to vide u tome što u kratkom roku, zemlje koje djeluju u uvjetima fiksnog tečaja i savršene mobilnosti kapitala odrekle su se dva makroekonomska instrumenta, kamatne stope i tečaja. To ne samo da smanjuje njihovu mogućnost reakcije na šokove, nego može dovesti i do tečajnih kriza. Isto tako očekivanja da će zemlja koja djeluje u uvjetima fiksnog tečaja možda morati devalvirati navodi investitore da traže vrlo visoke kamatne stope, čineći ekonomsku situaciju još gorom, i stavljajući dodatan pritisak na zemlju da devalvira. Prema tome još jedan argument protiv fiksnog tečaja. Argument protiv fleksibilnog tečaja bio bi taj, što u u uvjetima fleksibilnog tečaja, tečaj može znatno fluktuirati i može ga se teško kontrolirati monetarnom politikom.<sup>461</sup> Činjenica je da vlada koja želi i odluči, zadržavajući fiksni tečajni režim, dozvoliti jednokratnu devalvaciju uz danu razinu cijena, devalvacija (porast nominalnog tečaja) uzrokuje realnu deprecijaciju (porast realnog tečaja) i zbog toga porast domaćeg proizvoda. Drugim riječima, devalvacija pomiče krivulju agregatne potražnje udesno: domaći proizvod je viši uz danu razinu cijena. Ovo ima jednostavno objašnjenje: devalvacija „prave veličine“ može direktno pomaknuti gospodarstvo, pomičući krivulju agregatne potražnje i time i domaći proizvod. Ali kako bi primjetio prof. Blanchard,<sup>462</sup> „izjava da devalvacija „prave veličine“ može odmah vratiti domaći proizvod na njegovu prirodnu razinu – umjesto tijekom određenog vremena, kao što je bio slučaj bez devalvacije – zvuči predobro da bi bilo istinito – i, u praksi, i jest. Postizanje devalvacije „prave veličine“ – devalvacije kojom se odmah postiže prirodna razina domaćeg proizvoda – lakše je na grafu nego u realnosti.“ To konkretno znači da se učinci devalvacije na domaći proizvod neće očitovati odmah. Početni učinci deprecijacije na domaći proizvod mogu biti suprotni, jer ljudi plaćaju više za uvoz, a količina uvoza i izvoza se nisu još prilagodile. To je više nego poučno i u hrvatskom primjeru, na nedvojbenom učinku i utjecaju moguće devalvacije na turističko ali i cjelokupno gospodarstvo i potrošnju. To znači direktan utjecaj devalvacije na razinu domaćih cijena. Kako se cijena uvoznih dobara povećava, cijena potrošačke košarice raste. To povećanje najvjerojatnije će potaknuti i radnike i sindikate da traže više nominalne nadnice, prisiljavajući poduzeća na podizanje svojih cijena. Na primjeru turizma to dalje znači, da bi podizanje cijena izazvano devalvacijom imalo za posljedicu smanjenje konkurentne prednosti na tržištu. Međutim, ove komplikacije ne bi smjele utjecati na temeljni zaključak: dopuštajući tečaju da se prilagodi može se pomoći domaćem proizvodu pri povratku na prirodnu razinu, ako ne odmah, onda sigurno brže nego bez devalvacije.<sup>463</sup> U našim hrvatskim uvjetima to znači da fleksibilnim tečajnim režimom kao i drugim poticajnim mjerama, potrebno je eliminirati eventualne rizike samo jednostrano i jednokratno donesenih odluka. Upravo zbog nesmiljene svjetske konkurencije turistička industrija "gura" sve domaće inpoute u turizmu na razinu cijena i produktivnosti svjetskih standarda. Hrvatska mora temeljiti razvoj na modelu otvorenog gospodarstva i strategiji izvozne orijentacije. Zato sve poticajne mjere u prilog turizma realno jesu mjere u prilogu takvog modela.

Prihvaćanjem eura, Europa je izabrala isto kao i Sjedinjene Države, da ima jednu valutu.<sup>464</sup> Argumente kako djeluju zemlje koje se suočavaju s približno sličnim makroekonomskim problemima i istim šokovima i izboru i slične politike, analizirao je Robert Mundell.<sup>465</sup> On je promatrao uvjete uz koje bi grupa zemalja željela djelovati u

---

<sup>461</sup> Vidi detaljnije: Blanchard, O., (2005), „Makroekonomijaa“, treće izdanje, biblioteka „Gospodarska misao“ Mate.d.o.o Zagreb, str.437-459.

<sup>462</sup> Ibid. str. 443.

<sup>463</sup> Više o tečajnoj krizi u uvjetima fiksnog tečaja vidjeti u: Blanchard, O., (2005), „Makroekonomijaa“, op.cit. str. 444-448.

<sup>464</sup> Za više o euru: [www.euro.ecb.int/](http://www.euro.ecb.int/)

<sup>465</sup> Vidi: ibid., str. 452-453.

uvjetima fiksnih tečajeva, ili čak usvojiti zajedničku valutu.<sup>466</sup> Da bi zemlje tvorile optimalno valutno područje moraju zadovoljiti jedan od dva uvjeta:

- Zemlje moraju biti izložene istim šokovima.
- Ili, ukoliko su zemlje izložene različitim šokovima, moraju imati visoku mobilnost faktora. Ako su radnici, na primjer, voljni se preseliti iz zemlje koja je u lošijoj situaciji u zemlju u kojoj je situacija dobra, faktorska mobilnost a ne makroekonomska politika omogućuje zemljama prilagodbu na šokove. Kada je nezaposlenost u zemlji visoka, radnici napuštaju zemlju kako bi potražili posao drugdje, te se stopa nezaposlenosti u zemlji smanjuje na normalu. Ukoliko je stopa nezaposlenosti niska, radnici dolaze u zemlju i stopa nezaposlenosti se povećava na normalnu razinu. Tečaj nije potreban.

Činjenica je da su europske zemlje kao i Hrvatska u prošlosti iskusile vrlo različite šokove: Ujedinjenje Njemačke, raspad bivše Jugoslavije, što je imalo različiti učinak ne samo na te države gdje se je to desilo nego i na druge europske zemlje. Također, mobilnost rada je u Europi, a isto tako i u Hrvatskoj vrlo niska i vjerojatno će takva i ostati. Radnici se puno manje sele u Europi nego je to slučaj u Sjedinjenim Državama. Uz jezične i kulturne razlike između europskih zemalja, mobilnost između zemalja vjerojatno će biti i niža. Zbog toga, postoji rizik da će u nekom trenutku u budućnosti jedna ili više zemalja eurozone doživjeti snažan pad potražnje i domaćeg proizvoda, a ne može koristiti niti kamatnu stopu niti tečaj da bi povećala ekonomsku aktivnost. U svakom slučaju do prilagodbe i određene ekonomske ravnoteže će doći, ali će se ona dogoditi u srednjem roku. To znači da ta prilagodba može biti duga i bolna. Što se tiče Hrvatske i posebno njezinog turističkog potencijala, vrijedi isto pravilo da sve dok svi proizvodni faktori na europskom tržištu i za Hrvatsku nisu mobilni, razvojna strategija Hrvatske nužno se mora ravnati po načelima komparativnih prednosti, da te prednosti pretvara u konkurentne, a zašto je potrebna ekonomska /monetarna/ suverenost.

#### 4.6.4. Uvjeti turističke potrošnje

**Potrebe.** Proizvodi služe da bi se njima zadovoljilo osobne potrebe u procesu osobne potrošnje ili proizvodne potrebe u procesu proizvodne potrošnje. Dakako da jedna te ista vrsta proizvoda može služiti zadovoljavanju i osobne i proizvodne potrošnje. Tako će ista vrsta vode služiti ljudima kao piće, ali i rashladno sredstvo u mnogim vrstama tehnoloških procesa. A sa stajališta ekonomije gospodarskog rasta poduzeće koje zadovoljava te potrebe nije potrebno izlagati cjelovitu teoriju potreba i bit će dovoljno naglasiti samo neke njezine značajke koje su od važnosti za rast poduzeća.<sup>467</sup>

Potrebe su uglavnom promjenjive, one nastaju, mijenjaju se, rastu, padaju i nestaju. Mijenjaju se čak i osnovne biološke potrebe, barem po vrsti i intenzitetu. Proizvodi koji zadovoljavaju takve potrebe slijede njihovu sudbinu, oni nastaju, rastu, njihova prodaja se smanjuje, oni nestaju, a poduzeća koja ih proizvode osnivaju se, rastu, smanjuju se i propadaju. Budući da proizvodnja zadovoljava potrebe, ona ih istražuje, identificira i kvantificira da bi na osnovu toga odredila značajke proizvoda i obujma njegove proizvodnje. Tako se istražuju postojeće potrebe i postojeće veličine potreba. Osim ovakvog postupka,

---

<sup>466</sup> Dobra knjiga o razvoju tečajnih aranžmana u Europi je: Gros, D., i Thygesen, N., (1998), „European Monetary Integration: From the European Monetary System to Economic and Monetary Union“, 2. izd., Addison-Wesley, Longman, New York.

<sup>467</sup> Gašparović, V., (1996), Teorija rasta i upravljanje rastom poduzeća, Školska knjiga Zagreb, str. 115.

proizvođači pristupaju problemima potreba i na vrlo aktivan način tako da stvaraju nove, dotad nepostojeće potrebe i da povećavaju dotad postojeći intenzitet potreba.

U istraživačkom postupku pronaći će se nekada i neka posve nova vrsta proizvoda koja će zadovoljiti neku potrebu koja do tada nije uopće postojala ili će neku postojeću potrebu zadovoljiti na nov način. Proizvođač će u svojoj komunikaciji s tržištem nalaziti načina da privoli potrošača na korištenje novih proizvoda i tako kod njega stvoriti nove potrebe i poticati ga da ih zadovolji. Sličnim postupcima izazvat će kod potrošača veći intenzitet potrebe, što će imati za posljedicu intenzivniju potrošnju.

Opisanim postupcima razvijat će se potrošnja na tradicionalnim tržištima i kod tradicionalnih potrošača, a to će biti dobra osnova na kojoj će se zasnivati razvoj poduzeća i povećanje proizvodnje.

Slijedeći fenomene iz oblasti teorije potreba važan za naše proučavanje je fenomen korisnosti, a to je sposobnost proizvoda da u kvalitetnom smislu zadovolji određenu vrstu potreba. Korisnost nekog proizvoda određuje se u proizvodnoj potrošnji sposobnošću konverzije materijala da se preobrazi u gotov proizvod. Budući da su osobne potrebe kvalitetno nedovoljno određene, onda nije moguće preciznije odrediti niti veličinu korisnosti. Ali se ipak mogu odrediti neke tendencije, od kojih su najvažnije da je korisnost važno svojstvo kod proizvoda namijenjenih zadovoljavanju osobnih potreba, a da je sve manje važno, a u krajnjem slučaju se i potpuno gubi u zadovoljavaju izvedenih potreba kod kojih je funkcionalna osnova proizvoda sve manje, a hedonistički dodatak sve više važan. Ovo razlikovanje bit će važno za projektante i konstruktore, a posebno za dizajnere proizvoda.

#### **Novi trendovi u ponašanju modernog turista su:**

- preusmjerenje na bliže i sigurne destinacije
- porast kraćih i češćih, te vikend putovanja
- porast interesa za kulturne sadržaje
- porast interesa za aktivnim odmorom i posebnim sadržajima (originalnost umjesto uniformnosti)
- porast zahtjeva za kvalitetom destinacije i usluge
- putovanje više nije luksuz, već “nasušna” potreba modernog Europljanina (vidi spomenuto istraživanje<sup>468</sup>).

**Dohodak.** Dohodak proizvođača izvor je iz kojeg on namiruje svoju potrošnju i za razliku od fizičkih okvira potražnje koju čini veličina potrebe, dohodak čini financijski okvir potražnje. U normalnim uvjetima potrošnja ne može biti veća od dijela dohotka koji je namijenjen potrošnji. Veličina dijela dohotka namijenjenoj potrošnji ili veličina sklonosti potrošnji utjecat će globalno na veličinu potražnje, na intenzivnost potrošnje, na broj potrošača i na strukturu potražnje.

Naravno, dohodovna elastičnost je različita za razne vrste dobara, općenito ta je zavisnost veća kod proizvoda koji podmiruju izvedene, posebno hedonističke potrebe, a manja kod proizvoda koji pomiruju osnovne potrebe. Engelov fenomen je, pri tome, samo specijalni slučaj.

Ponuda, tj. proizvođači, težit će da se iz dohotka izdvoji što veći dio za potrošnju njihovih proizvoda. Oni, će u tu svrhu, djelovati da se krug njihovih potrošača proširi, da se angažiraju novi potrošači na lateralno razvijenim proizvodima, a da se potražnja intenzivira. Gornji limit dohotka proizvođača mogu preskakati davanjem robe na kredit, uz obročnu otplatu itd. Veću količinu robe mogu uklopiti u okvire dohotka tako da snize prodajne cijene,

---

<sup>468</sup> Istraživanje Europske komisije-Eurobarometar, 2000. god.

a sam dohodak povećati tako da privole državu da smanji izdvajanja iz dohotka, kao što su razne vrste poreza i sl.

Sljedeći zanimljiv fenomen je utjecaj veličine dohotka na strukturu potrošnje. Pri niskom dohotku potrošnja će se koncentrirati na zadovoljenje osnovnih potreba; što je dohodak viši, to će u strukturi potrošnje rasti udio proizvoda koji zadovoljavaju viši rang potreba, kao što su luksuzno modni proizvodi i sl. Već je Engel objasnio u svom prvom zakonu da se kod rasta dohotka udio izdataka za prehranu relativno smanjuje jer su te osnovne potrebe slabo elastične pa se sporo ili nikako ne povećavaju na masu dohotka, ali se zato na taj način ostvaren višak dohotka koristi u zadovoljavanje narodnog dohotka

Bogatstvo neke nacije izvire iz dohotka, a povećanje potražnje zasniva se na rastu dohotka; zato je proizvodnja zainteresirana za veličinu dohotka i njegov rast. Ali u kriznim razdobljima dohodak se smanjuje, a potrošnja pada, pa onda i proizvodnja s time u vezi opada. U tim slučajevima više se ne radi o rastu proizvodnje, nego o oživljavanju proizvodnje i izlazu iz krize uvjetovane padom potrošnje i dohotka. Moderna je država razvila bogatu lepezu više-manje uspješnih instrumenata i postupaka kako da se poveća dohodak i kako da se poveća potrošnja i u uvjetima stagnirajućeg dohotka.



## PITANJA ZA PROVJERU ZNANJA I VJEŽBE

1. Koja je razlika između faktora rasta i faktora proizvodnje i kako ih razrađuju pojedini autori?
2. Kojih se sedam razvojnih faktora odnosi na turizam?
3. Što je predmet investicijske politike i na što se ona odnosi ?
4. Što znači dvojna uloga investicija u turizmu?
5. Kada je riječ o efikasnosti investicija, koja su to dva kuta gledanja na isti problem?
6. Što su to kapitalni, a što proizvodni koeficijenti i što se s njima mjeri?
7. Koje su četiri osnovne metode kojima se mjeri financijska efikasnost investicijskih mogućnosti s gledišta investitora i objasnite kratko svaku od njih?
8. Objasnite financijsko vrednovanje investicija u uvjetima neizvjesnosti.
9. Što podrazumjevamo pod nacionalno-ekonomskim vrednovanjem projekta?
10. Objasnite Cost – benefit analizu u turizmu i koje su to najčešće koristi a koji troškovi koji se pojavljuju u turizmu?
11. Kakvu ulogu ima investicijska politika u određivanju dugoročne razvojne strategije turizma?
12. Objasnite što se podrazumijeva pod kvalitativnim, a što pod kvantitativnim upravljanjem ciljevima turizma na primjeru izgradnje jednog wellness centra?
13. Kakva je uloga i značaj kontrolinga investicija za efikasno investiranje u turizmu?
14. Kakav je značaj ljudskog kapitala kao razvojnog faktora u turizmu?
15. Što se ubraja u društveno bogatstvo i koji su faktori koji najviše utječu na razvoj turizma?
16. Objasnite pojam rente, a posebno turističke rente te objasnite dva potencijalno najvažnija segmenta moguće ocjene kretanja turističke rente u hrvatskom turizmu?
17. Po čemu za Republiku Hrvatsku odnos privatizacije priobalja i otoka i prisvajanja turističke rente ima značaj koji se ne može usporediti s nekim sličnim odnosom u drugim zemljama?
18. Koji se sve procesi mogu ubrojiti u sadržaj privatizacije dijela nacionalnog prirodnog bogatstva Hrvatske?
19. Kako svaki prijenos vlasništva znači trajno odricanje od dijela atraktivnosti i učinaka koje ono donosi društvu u cjelini, koje su mjere i aktivnosti poželjne u cilju spriječavanja negativnog utjecaja?
20. Što su to rezidualni faktori gospodarskog razvoja i koje zadatke imaju rezidualni faktori u užem smislu?
21. Kakva je uloga turističke politike kao faktora razvoja i koja su glavna područja državne intervencije u turizmu?
22. Tko snosi odgovornost za pozitivne ili negativne strane gospodarskog razvoja u okviru utvrđene turističke politike?
23. Definirajte pojam tržišta kao faktora razvoja turizma te kakvu ulogu imaju: ponuda, potražnja, potrebe i dohodak?
24. Što uzrokuje promjene u trendovima u svjetskom turizmu i kakva su obilježja promjena turističke potražnje u Europi?
25. Kako se može definirati realni tečaj (formula) i koja dva načina postoje za prilagođavanje realnog tečaja?
26. Objasnite dilemu izbora između fiksnog i fluktuirajućeg tečaja, kao i dobre i loše strane moguće devalvacije (na primjeru Hrvatske i hrvatskog turizma) ?
27. Koja od dva uvjeta moraju zadovoljiti zemlje da bi stvorile optimalno valutno područje i zašto se razvojna strategija Hrvatske nužno mora ravnati po načelima komparativnih prednosti i šta je za to potrebno?

## **5. dio**

# **TURISTIČKA POTRAŽNJA I TURISTIČKA POTROŠNJA KAO DIO AGREGATNE POTRAŽNJE I POTROŠNJE**

**(Analiza dosadašnje dinamike razvoja u Hrvatskoj i  
perspektive)**

## **5. TURISTIČKA POTRAŽNJA I TURISTIČKA POTROŠNJA KAO DIO AGREGATNE POTRAŽNJE I POTROŠNJE (Analiza dosadašnje dinamike razvoja u Hrvatskoj i perspektive)**

Kako bi se ukazalo na učinke turizma na hrvatsko gospodarstvo, potrebno je uvodno teorijski definirati odnos turizma i gospodarstva. U teoriji se turizam ne definira kao gospodarska djelatnost već kao specifičan segment finalne potrošnje. U tom kontekstu odnos turizma s gospodarskim sustavom moguće je objasniti na isti način na koji se objašnjava odnos svakog standardnog segmenta finalne potrošnje (a to su: investicije, osobna potrošnja, javna ili proračunska potrošnja, izvoz te saldo povećanja/ smanjenja zaliha) s gospodarskim sustavom.

Učinci turizma u gospodarstvu jedne zemlje ovisiti će, s jedne strane, o sadržaju i kvaliteti neposrednih turističkih usluga (turističkog proizvoda), a s druge strane, svakako i o tome koliko je ostalo gospodarstvo zemlje u mogućnosti osigurati proizvode i usluge koji izravno ili neizravno (kroz reprodukcijску potrošnju gospodarskih djelatnosti izravno angažiranih u podmirenje turističke potrebe) ulaze u sferu turističke potrošnje.

U otvorenome, tržišnom gospodarstvu razvedenost gospodarske strukture i kvaliteta proizvedenih dobara i usluga bitno utječu na to koliki će dio tekuće turističke potrošnje ili pak investicijske potrošnje u funkciji turizma, biti pokriveno proizvodima iz domaćega proizvodnoga sustava, a koliki se pak dio tih potreba mora pokrivati uvozom dobara i usluga. U Republici Hrvatskoj je potrebno poduzeti mjere za povećanje proizvodnje u svrhu što potpunijeg pokrivanja određenih segmenata finalnih potreba, među kojima posebnu pozornost zaslužuje pokriće osobne, a u okviru nje i turističke potrošnje. U uvjetima visokog robnog deficita (u kojima se Hrvatska nalazi), kada se izlaz traži u deviznim učincima od turizma te izvoza transportnih i ostalih usluga, dobro je došlo svako povećanje domaće proizvodnje koje otvara prostor povećanju izvoza po konkurentnim uvjetima na tržištu, a istodobno osigurava bolju opskrbu domaćeg tržišta i tako smanjuje potreba za uvozom, prije svega robe široke potrošnje koju je Hrvatska sposobna sama proizvesti i tako osigurati potpunije pokriće kako osobne, tako i "turističkih" segmenata finalne potrošnje (turističke investicije i tekuća turistička potrošnja).

Potrebno je stoga analizirati efekte koje turizam i hotelska industrija stvara u gospodarskom sustavu, tj. ukazati na značaj prihoda od turizma kojim se može kompenzirati nedostatak prihoda sa drugih osnova kao što su prihodi s osnova rastućeg zaduživanja, odnosno prodaje vrijedne imovine.

Potrebno je, također istaknuti, da hrvatsko gospodarstvo iz turističkog tržišta ne izvlači one prihode i učinke što ih to tržište nudi kao mogućnost i što na tom tržištu ostvaruju druge receptivne zemlje, a posebice turističke zemlje u mediteranskom konkurentskom okruženju. Dovoljno o tome govori usporedba samo globalnih podataka o opsegu smještajnih kapaciteta te veličini prometa i prihoda od međunarodnog turizma po pojedinim receptivnim mediteranskim turističkim zemljama.

Hrvatska je, dakle, u krugu s ostale četiri mediteranske konkurentske turističke zemlje u 1997. godini dosegla udio: u ukupnim smještajnim kapacitetima oko 9% (u 1989. oko 14%), u ostvarenim inozemnim noćenjima oko 7% (1989. oko 20%), a u ostvarenim prihodima od inozemnog turizma svega oko 4%. To jasno govori o višestruko manjoj prosječnoj turističkoj

potrošnji, a time i višestruko manjim učincima turizma nego što ih ostvaruju ostale konkurentske zemlje.<sup>469</sup>

Na razini Republike Hrvatske od ukupne vrijednosti domaće i inozemne turističke potrošnje ostvarene u 2000. godini u iznosu od oko USD 3.328 mil. u stvaranju te vrijednosti izravno ili neizravno sudjeluju praktički sve djelatnosti domaćeg proizvodnog sustava, a među onima koje svoju aktivnost u značajnijoj mjeri vezuju uz turizam su: djelatnost hotela i restorana s udjelom od 30%, zatim trgovina s oko 10%, djelatnosti prometa i veza s oko 15%, poljoprivredna i prehrambena industrija s oko 20%, proizvodnja naftnih derivata s oko 5%, dok sve druge djelatnosti sudjeluju u stvaranju društvenog bruto proizvoda s udjelom od oko 20%<sup>470</sup>

Na razini Republike Hrvatske od ukupne vrijednosti domaće i inozemne turističke potrošnje ostvarene u 2000. godini u iznosu od oko 3.328 mil. USD na PDV i druga poreska opterećenja otpadalo je oko 560 mil. USD ili oko 17%, na vrijednost uvozne supstance izravno ili neizravno ugrađene u proizvode za pokriće turističke potrošnje utrošeno je 828 mil. USD ili oko 25%, dok na bruto dodanu vrijednost domaćeg proizvodnog sustava otpada oko 1.940 mil. USD ili oko 58% turističkih prihoda. Vrijednost društvenog bruto proizvoda (bruto dodana vrijednost plus porezi) što izravno ili neizravno nastaje po osnovi turističke potrošnje dosegla je iznos od oko 2.500 milijuna USD ili udio od 13,1% ukupne vrijednosti bruto proizvoda Hrvatske ostvarenog u 2000. godini (tekuće cijene).<sup>471</sup>

*Tablica 5.1: Agregatna potrošnja u Hrvatskoj za razdoblje 1997.-2005., stalne cijene (1997.) u milijunima kuna*

	Finalna potrošnja		Investicije u kapital	Promjene zaliha	Izvoz roba i usluga	Uvoz roba i usluga	Bruto domaći proizvod
	Osobna potrošnja	Državna potrošnja					
	1	2					
1997.	77 028	32 183	29 936	4 143	50 873	70 351	123 811
1998.	76 551	32 911	30 692	860	52 847	66 925	126 936
1999.	74 334	33 844	29 495	-447	53 204	64 587	125 843
2000.	77 451	33 329	28 362	-2 296	59 566	66 975	129 438
2001.	80 897	31 246	30 363	1 852	64 397	73 566	135 189
2002.	87 147	32 777	34 587	6 461	65 202	83 444	142 730
2003.	91 151	33 210	43 115	3 721	72 660	93 506	150 351
2004.	94 667	33 108	44 991	3 487	76 560	96 753	156 060
2005.	97 916	33 383	47 171	4 354	80 064	100 143	162 746

*Izvor: Priopćenje Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske., broj 12.1.1/1., lipanj 2006.*

Iz tablice 5.1. vidljivo je da Hrvatska ima domaću potrošnju u svim promatranim godinama veću od domaće proizvodnje, te tu razliku zatvara uvozom roba i usluga.

<sup>469</sup> vidi detaljnije: Strategija razvitka Rpublike Hrvatske (Turizam i razvoj Hrvatske- nedovršena verzija)- Hrvatska u 21. stoljeću. Institut za turizam Zagreb, 2001., str. 41.

<sup>470</sup> ibid., str. 21.

<sup>471</sup> Strategija razvitka Republike Hrvatske, op. cit., str. 19.

Tablica 5.2: Struktura agregatne potrošnje u Hrvatskoj za razdoblje 1997-2005.

	Finalna potrošnja		Investicije u kapital	Promjene zaliha	Izvoz roba i usluga	Uvoz roba i usluga	Bruto domaći proizvod
	Osobna potrošnja	Državna potrošnja					
	1	2					
1997.	62,2	30,0	24,2	3,3	41,1	56,8	100
1998.	60,3	25,9	24,1	0,7	41,6	52,7	100
1999.	59,1	26,9	23,4	-0,4	42,3	51,3	100
2000.	59,8	25,7	21,9	-1,8	45,9	51,7	100
2001.	59,8	23,1	22,5	1,4	47,6	54,4	100
2002.	61,1	23,0	24,2	4,5	45,7	58,5	100
2003.	60,6	22,1	28,7	2,5	48,3	62,2	100
2004.	60,6	21,1	28,8	2,5	49,0	62,0	100
2005.	60,2	20,5	29,0	2,7	49,1	61,5	100

Izvor: Izračun autora prema tablici 5.1.

U strukturi agregatne potrošnje (tablica 5.2.), na osobnu potrošnju otpada u 2005. godini 60,2%, na državnu potrošnju 20,5%, na investicijsku potrošnju u kapital 29,0%, na promjene zaliha 2,7%, što ukupno čini 112,4%. Jasno da se je veća potrošnja od proizvodnje od 12,4% morala zatvarati razlikom iz uvoza roba i usluga upravo za tu veličinu neto uvoza. ( $20\ 079 : 162\ 746 \times 100 = 12,4$ ).

Na takvoj visokoj domaćoj potrošnji formirao se je bruto domaći proizvod u čitavom promatranom razdoblju od 1997. godine.

## 5.1. EFEKTI UTJECAJA TURISTIČKE POTROŠNJE NA AGREGTNU POTROŠNJU I OPĆU EKONOMSKU RAVNOTEŽU

Što sve treba poduzeti da bi turizam i stvarno postao "vučna" djelatnost, prepoznatljiva kao hrvatski strateški izvozni proizvod? To pitanje traži ne samo praktične i pragmatične odgovore, već i teoretska pojašnjenja i nove spoznaje. Koristi od turizma i njegov utjecaj na gospodarstvo, nalazi se u centru pažnje već duži niz godina stručne i znanstvene javnosti.<sup>472</sup> Da je jednostavno izvagati i ocijeniti taj doprinos, očito da ne bi bilo

<sup>472</sup>Vidi: Cicvarić, A., 1984., ), Turizam i privredni razvoj Jugoslavije, "Zagreb"-Samobor, Zagreb

Alfier, D., (1994), Turizam, Institut za turizam, Zagreb, str. 104-108;

Pirjevec, B., 1998., Ekonomska obilježja turizma, Golden marketing, Zagreb, str.107-127.

Dulčić, A., 2001., op.cit.str. 92-97.

Sessa, A.,1988, Il sustavo turistico nazionale, Roma, str.154.

Sessa, A., 1985, La scienza dei sustavi per lo sviluppo del turismo, Agnesotti Collane del corso di specializzazione in turismo, 16, Roma

Alfier, D., 1994., op.cit.str. 129-175.

Jurčić, Lj., (1998), Multiplikativni efekti hrvatskog turizma, Acta turistica, Ekonomski fakultet, Zagreb, str. 128-149.

Zdunić, S., - Grgjač, M., (1996), Monetarni faktori u politici razvoja, Privredna kretanja i ekonomska politika, Ekonomski institut - Ministarstvo financija Zagreb, Zagreb

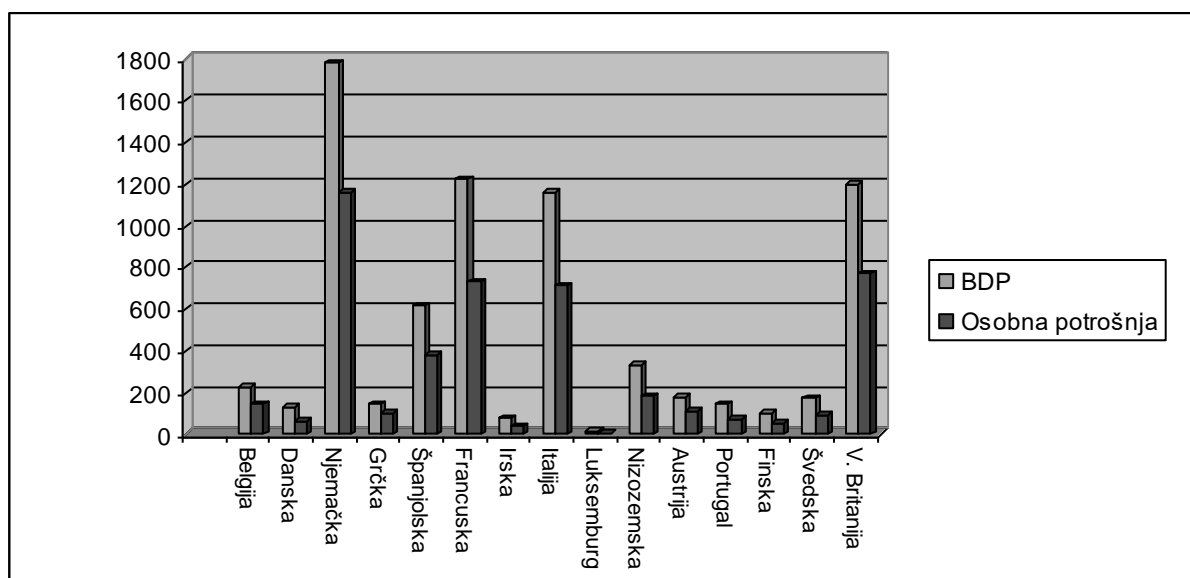
nikakvih nesporazuma niti razlika između deklarativnih stavova i konkretne politike koju provodi Vlada prema hrvatskom turizmu. Kada je riječ o turizmu, uvijek je u pitanju veličina potrošnje, jer je turista potrošač finansijskih sredstava zarađenih izvan mjesta svog privremenog boravka.

Kako je turistička potrošnja specifičan segment finalne potrošnje, u narednom dijelu objasniti će se turistička potrošnja na isti način na koji se objašnjava odnos svakog standardnog segmenta finalne potrošnje a to su investicije radi turizma, turistička potrošnja kao dio osobne potrošnje, javna potrošnja s osnova izvora sredstava od turizma za tu potrošnju kao i „nevidljivi“ izvoz turističkih usluga.

### 5.1.1. Osobna potrošnja - najvažnija komponenta agregatne potrošnje

Osobna potrošnja i njezin udio u BDP-u varira od države do države, no prema procjenama stručnjaka OECD-a, osobna potrošnja u europskim državama iznosi oko 60% BDP-a.<sup>473</sup>

Grafikon 5.1: Udio osobne potrošnje u BDP-u unutar Europske unije (u bilijunima USD i %)

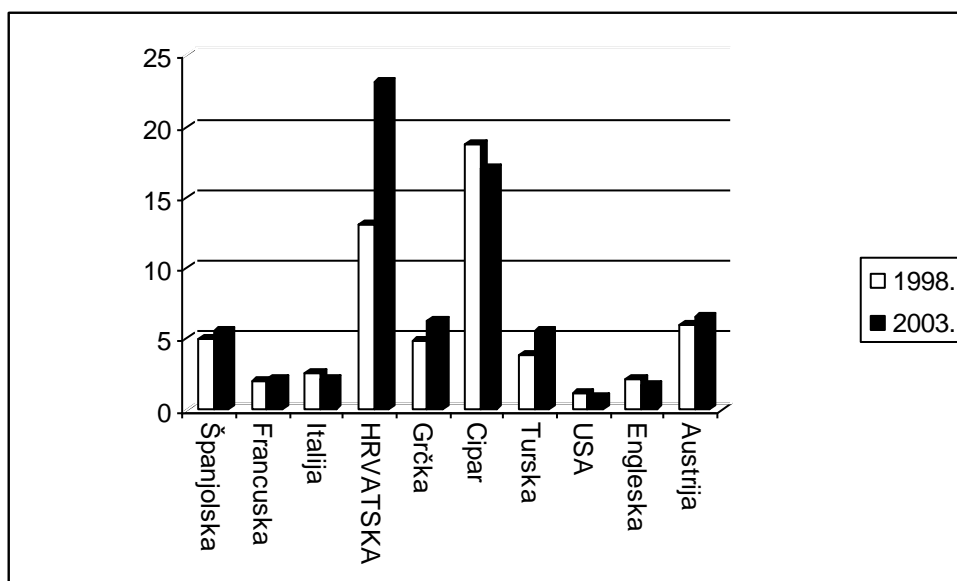


Izvor: Izvedeno prema podacima: Vuković, I., 2001., *Financijsko-ekonomski multiplikativni efekti turizma na ekonomski razvoj Europe*, Zbornik radova, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija i Fakultet turizma Ohrid, str. 198.

Iz Grafikona 5.1. vidljivo je da je ukupna osobna potrošnja na nivou EU-a 61,7% BDP-a i ista varira od 50,9% (Danska) do 71,7% (Grčka).

<sup>473</sup>Vuković, I., 2001., *Financijsko-ekonomski multiplikativni efekti turizma na ekonomski razvoj Europe*, Zbornik radova, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija i Fakultet turizma Ohrid, str. 193.

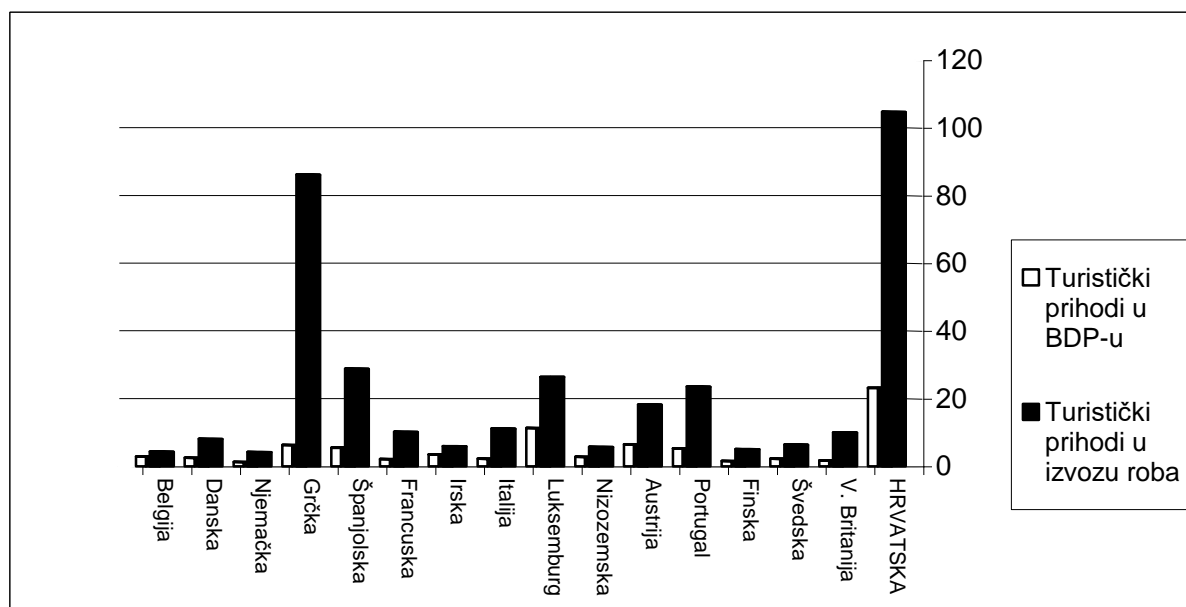
Grafikon 5.2. Udio prihoda od turizma u BDP-u izabranim zemljama (u%) i veličina promjene 1998.-2003.



Izvor: *Compendium of Tourism Statistics, Data 1998-2002, 2004., Edition, WTO, 2004., kao i Compendium of Tourism Statistics, Data 1999-2003, 2005. Edition, WTO, 2005.*

Grafikon 5.2. pokazuje da se udio prihoda od turizma u BDP-u 1998. godine promatranih europskih zemalja i USA kreće u rasponu od 1,2% (USA) do 18,7% (Cipar), te da je to učešće u 2003. godini u rasponu od 0,9% (USA) do 23,2% (Hrvatska). Hrvatska je u promatranom razdoblju doživjela najveću promjenu turističkog prihoda u BDP-u od čak 77%.

Grafikon 5.3: Udio prihoda od turizma u BDP-u i izvozu roba unutar Europske Unije (i Hrvatske) u 2003. godini (u %)



Izvor: Izvedeno prema podacima: *Compendium of Tourism Statistics - Dana 1999-2003., 2004. Edition, WTO*

Iz grafikona 5.3. vidljivo je da turistički prihodi u BDP-u unutar 15 zemalja EU-a zauzimaju učešće od 1,3% (u Njemačkoj) do 11,3% (Luksemburg).

Isto tako učešće turističkih prihoda u ukupnom izvozu roba zauzima učešće od 4,2%(Njemačka) do 86,2% (Grčka), odnosno u ukupnom izvozu usluga zauzimaju učešće od 11,6% (Luksemburg) do 66,5% (Portugal). Učešće turističkih prihoda u odnosu na BDP, izvoz roba i izvoz usluga, u Hrvatskoj čini najveći udio, veći pojedinačno od svake zemlje EU-a tj. 23,2% BDP-a, 104,7% izvoza roba i 76,3% ukupnog izvoza usluga, što govori o Hrvatskoj kao izrazitoj turističkoj receptivnoj destinaciji.

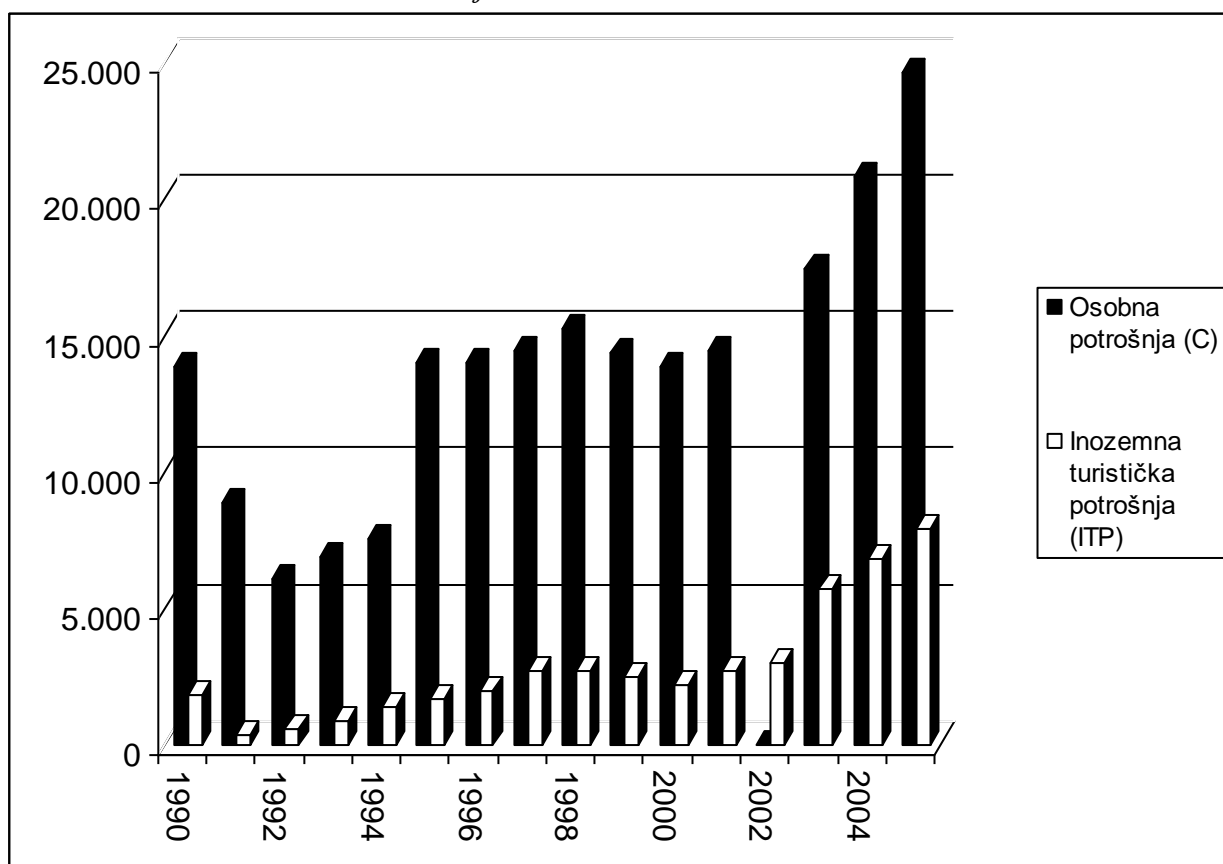
Važno je ovdje napomenuti kada je riječ o ukupnoj turističkoj potrošnji, da i investicijska potrošnja čini važan segment agregatne potražnje. Unutar investicijske potrošnje, investicije u funkciji razvoja turizma čine također bitan dio investicijske potrošnje koji također nije u potpunosti bilanciran u okviru "turističkih" investicija. Posebno se to odnosi na razvoj infrastrukture kao temeljnog materijalnog preduvjeta svakog privređivanja pa tako i onoga koje se temelji na turizmu. Prometna, energetska, vodoopskrbna i komunalna infrastruktura su okosnice ne samo turističkog već i općeg materijalnog preduvjeta razvoja, te njihovo nebilanciranje u okviru "turističkih" investicija i turističke investicijske potrošnje, umanjuje i značaj ukupne turističke potrošnje na domaći proizvod.

### **5.1.2. Mjesto turističke potrošnje unutar osobne potrošnje**

Sljedeći grafikon 5.4. pokazuje udio turističke potrošnje u osobnoj potrošnji u Hrvatskoj u razdoblju 1990.-2005.



Grafikon 5.4. Udio turističke potrošnje\* u osobnoj potrošnji u Hrvatskoj 1990. - 2005. u mil. US\$, tekući tečaj



\*Turistička potrošnja je iskazana kao devizni priliv od inozemnog turizma. Domaća turistička potrošnja (ukupna dnevna prosječna) počela se statistički pratiti od 1994. godine, i za tu godinu iznosila je 29,57 USA \$ a za 1997. godinu 33,5 USA \$, ali ona nije uključena u inozemnu turističku potrošnju jer se ona pojavljuje kao dio osobne potrošnje tj. ta se potrošnja samo preraspodjeljuje unutar osobne potrošnje u zemlji.

Izvor: Izvedeno prema podacima: Društveni računi Hrvatske 1986., 1988., i 1989., 1990. RSZ, Statistički ljetopis 1996. str.146. kao i odgovarajući podaci Hrvatske narodne banke.

Inozemna turistička potrošnja često se izjednačava sa deviznim prilivom od inozemnog turizma, iako je to samo jedan dio ukupne inozemne turističke potrošnje,<sup>474</sup> i zato postoje različite metodologije za utvrđivanje velične turističke potrošnje.

Da bi se utvrdilo mjesto turističke potrošnje unutar osobne potrošnje, potrebno je raspolagati podacima o detaljnoj strukturi troškova osobne potrošnje. To obično nije tako jednostavno jer je turizam često obuhvaćen u drugim stavkama, odnosno turizam nije samo jedna grana djelatnosti. Turistički priliv nije registriran na jednom mjestu, već je rasprostranjen po različitim vrstama domicilne potrošnje. Zato je te podatke najbolje i najtočnije naći u anketama kojima se ispituju i anketiraju turisti. Takve ankete provedene su od strane Instituta za turizam. U našoj analizi poslužili smo se upravo tim anketama iz 1989., 1994., i 1997., 2001., 2004. godine, kao i egzaktnim podacima o kretanju turističkog prometa i deviznog priliva.

Zadnje istraživanje turističke potrošnje provedeno 2004. godine pokazuje da su svi pokazatelji vezani uz troškove putovanja i dnevnu potrošnju gostiju u destinaciji odnose na razdoblje od lipnja do rujna. Ispitanici/ gosti iskazivali su svoje troškove u jednoj od devet ponuđenih valuta (hrvatske kune, euri, slovenski tolari, češke krune, mađarske forinte, poljski

<sup>474</sup> Mladenović, E.,(1982), Turistička potrošnja u Jugoslaviji, doktorska disertacija, SZSS, Beograd

zloti, engleske funte i američki dolari). U analizi podataka o potrošnji gostiju, svi su iznosi preračunati na eure prema srednjem tečaju Hrvatske narodne banke. Osim iskazivanja troškova putovanja i boravka, ispitanici su navodili i podatak o broju osoba na koje se iskazani troškovi odnose.

Prosječni troškovi turističkog putovanja<sup>475</sup> dati su po osobi, a sastoje se od troškova prijevoza od mjesta stalnog boravka do destinacije provođenja ljetnog odmora, provizije organizatora putovanja i troškova boravka. U cilju usporedbe troškova boravka turista na putovanjima organiziranim posredstvom putničke agencije (tzv. organizatora putovanja) i na individualno organiziranim putovanjima, bilo je potrebno iz troškova organiziranih putovanja isključiti proviziju organizatora putovanja te prijevozne troškove do destinacije (ukoliko su bili uključeni). Za procjenu strukture turističke potrošnje turista na organiziranim putovanjima provedeno je dodatno istraživanje među hotelijerima, putničkim agencijama i turističkim predstavništvima Hrvatske turističke zajednice u inozemstvu. Metodom osobnog intervjua prikupljeni su podaci o strukturi cijene paket aranžmana, ovisno o načinu prijevoza (zrakoplov, autobus ili osobni automobil), emitivnom tržištu, duljini putovanja (sedmodnevna i četrnaesto-dnevna) i vrsti usluga (puni pansion, polupansion, doručak s noćenjem, ostalo).

Uz procjene troškova putovanja, koji se osim na razini svih putovanja iskazuju i posebno za organizirana i individualna putovanja, prikazuju se i procjene prosječno ostvarenog broja noćenja te prosječnog broja osoba za koje su se iskazivali troškovi, zbog velikog utjecaja tih veličina na prosječne troškove putovanja.

Prosječna dnevna potrošnja turista<sup>476</sup> odnosi se samo na troškove u mjestu turističkog boravka. Dijeli se na izdatke za osnovne usluge i izdatke za ostale usluge (ili dodatnu potrošnju). U sklopu osnovnih usluga su izdaci za smještaj, izdaci za prehranu i piće u ugostiteljskim objektima te izdaci za kupnju namirnica i pića u trgovini i na tržnicama. U sklopu izdataka za ostale usluge stavkom „kupnja“ obuhvaćena je kupnja neprehrambenih proizvoda, stavkom „kultura i zabava“ obuhvaćeni su izdaci za posjete muzejima i galerijama, kulturnim i zabavnim priredbama, pod troškovima za „šport i rekreaciju“ podrazumijevaju se izdaci za sportske i rekreativne aktivnosti, „izleti“ obuhvaćaju izdatke za samostalne i organizirane izlete, dok stavka „ostalo“ obuhvaća izdatke za lokalni prijevoz, servisne, zdravstvene i pravne usluge i dr. Procjena prosječne dnevne potrošnje izračunata je kao omjer ukupnih troškova boravka i broja noćenja u turističkom mjestu.

---

<sup>475</sup> Vidi detaljnije: Metodološke napomene vezane uz obradu potrošnje turista“, Tomas 2004., Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2004., str. 25-26.

<sup>476</sup> Istraživanje koje je provedeno 2003. godine u sklopu Projekta „Turistička regionalizacija u globalnim procesima“ analizirala je i prosječnu dnevnu potrošnju turista na području turističke regije Kvarnera. Rezultati tog istraživanja pokazuju da najveći broj turista (46%) dnevno troši 30 do 50 eura. Najmanji je broj onih (5%) koji troše više od 100 eura dnevno: Vidi detaljnije: Ocjena turističke ponude Kvarnera, Glavni istraživač Blažević, B., Tourism and Hospitality Management, Wien/Opatija, Vol. 10, No. 1, 2004. str.18.

Tablica 5.3: Dnevna potrošnja turista u primorskim destinacijama u Hrvatskoj u 2004. godini u eurima (Tečajna lista NBH od 30.09.2004.)

	Prosječna potrošnja - ukupno	OSNOVNE USLUGE				DODATNE USLUGE					
		Ukupno	Smještaj	Hrana	Piće	Ukupno	Kupovina	Kultura i zabava	Sport i rekr.	Izlet	Ostalo
UKUPNO	48,91	38,16	17,64	15,29	5,23	10,75	3,33	2,58	1,99	2,25	0,60
Hoteli	80,17	63,23	29,26	24,76	9,21	16,94	6,60	3,69	2,69	3,72	1,24
Tur. naselja	57,82	47,40	23,76	18,59	5,05	10,42	3,63	2,39	1,78	2,06	0,57
Kampovi	33,94	25,30	11,03	10,17	4,10	8,64	2,85	1,98	1,81	1,67	0,33
Priv. smješt.	44,90	35,43	16,66	14,73	4,04	9,47	2,25	2,73	1,83	2,12	0,53

Izvor: Tomas 2004., Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2004., str. 56.

Iz tablice 5.3. vidimo:

- da prosječna dnevna potrošnja u mjestu turističkog boravka u Hrvatskoj u ljetnim mjesecima 2004. godine iznosi 49 eura (60 USD), pri čemu su na organiziranim putovanjima gosti trošili oko 56 eura, a na individualnim oko 46 eura prosječno dnevno.
- u strukturi prosječne dnevne potrošnje za sve vrste putovanja najveći dio, 38 eura ili 78%, odnosi se na izdatke za osnovne usluge (smještaj 36%, hrana 31% te piće 11%), dok su izdaci za sve ostale usluge u prosjeku iznosili oko 11 eura ili oko 22% dnevne potrošnje u mjestu privremenog boravka. Izdaci za ostale usluge obuhvaćali su izdatke za kupnju (7%), za kulturu i zabavu (5%), za sport i rekreaciju (4%), za izlete (5%) te izdatke za ostale usluge (1%). Struktura prosječne dnevne potrošnje nije se značajno razlikovala između organiziranih i individualnih putovanja.<sup>477</sup> Značajne su razlike u visini prosječne dnevne potrošnje prema pojedinim vrstama smještaja. Prosječna dnevna potrošnja hotelskih gostiju najviša je i iznosi oko 80 eura, gostiju u turističkim naseljima oko 58 eura, gostiju u privatnom smještaju oko 45 eura, a gostiju u kampovima oko 34 eura. Udio izdataka za osnovne usluge u strukturi prosječne dnevne potrošnje kreće se od 75% u kampovima do 82% u turističkim naseljima.<sup>478</sup> Dosadašnja istraživanja kretanja osobne i turističke potrošnje pokazala su da porastu osobne odgovara još brži rast turističke potrošnje. To znači da se turistička potrošnja pokazuje kao prilično elastična pojava u odnosu prema osobnoj potrošnji.<sup>479</sup>

Kada je riječ o turističkoj potrošnji, važno je uočiti specifičnost djelatnosti ugostiteljstva i turističkog posredovanja, koje se nalaze u sektoru u sferi reprodukcije potrošnje isključivo kao primalac ("potrošač") proizvoda i usluga drugih gospodarskih sektora ili djelatnosti. Cjelokupna se vrijednost proizvodnje ovog sektora neposredno raspoređuje u sferu finalne potrošnje, a u okviru toga isključivo je u funkciji podmirenja osobne potrošnje kao makroekonomske kategorije. To znači da se svaka isporuka pojedinog gospodarskog sektora za potrebe reprodukcije potrošnje ovog sektora može neposredno prenijeti u sferu finalne, a u okviru nje rasporediti u osobnu potrošnju. Međusektorska analiza

<sup>477</sup> Vidi detaljnije: : Tomas 2004., Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2004., str. 56.

<sup>478</sup> Uspoređujući prosječnu dnevnu potrošnju ostvarenu u 2004. godini s onom u 2001. godini, tada je potrošnja u 2004. godini za 42% veća od one iz 2001. godine. Osim porasta prosječne dnevne potrošnje turista u Hrvatskoj, znatno se, u usporedbi s 2001. godinom, promijenila i struktura prosječne dnevne potrošnje. Udio izdataka za dodatnu potrošnju povećao se s 13% na 22% prosječne dnevne potrošnje. Detaljnije: Tomas 2004., Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2004., str. 57.

<sup>479</sup> Cicvarić, A., 1984, op.cit.str.185

ekonomskih utjecaja turističke potrošnje na nivou je vrlo grube i ni približne procjene stvarnog utjecaja, te je neophodno detaljnije istraživanje na samoj metodologiji odgovarajuće analitičke razrade radi objektivizacije turizma kao skupa više različitih grana u formiranju domaćeg proizvoda.<sup>480</sup>

Očito je da je osobna potrošnja u Hrvatskoj najvažnija komponenta finalne potrošnje. Turistička potrošnja pokazuje da čini između 4,5% (1991.) i 32,8% (2003. i 2004.) osobne potrošnje te da predstavlja 2003. god. 23,2% udjela u BDP-u- uključujući i domaću turističku potrošnju (grafikon 5.3.), odnosno inozemna turistička potrošnja čini 19,9% BDP-a 2003. i 2004. godine (tablica 5.5.). Zbog poznatih razloga stanja u Hrvatskoj u zadnjoj dekadi prošlog stoljeća, na koje je turističko tržište posebno osjetljivo, došlo je do prilično velikih odstupanja i pada turističke potrošnje u osobnoj potrošnji odnosno u učešću u BDP-u. Turistička potrošnja pokazuje nešto bolju pravilnost, tj. s porastom BDP-a raste i turistička potrošnja.

### 5.1.3. Turistička potrošnja kao dio agregatne potrošnje

Uključivanje novih djelatnosti u gospodarski proces i pojava novih potreba koje mijenjaju strukturu potrošnje, događa se stalno i paralelno s procesom razvoja. Turizam je primjer formiranja novijih čovjekovih potreba i razvoja novih djelatnosti koje na određenom stupnju razvoja, djeluju na sve faze razvojnog procesa. Uključivanje turizma u proces razvoja najprije se zapaža u sferi potrošnje. Turistička potrošnja otvara tržište brojnim proizvodima i uslugama. U početnim fazama turističkog razvoja turistička potrošnja ograničena je na relativno uski krug bogatih. To je vrijeme početnih faza industrijalizacije, ograničenih proizvodnih mogućnosti i izrazitih nerazmjera u raspodjeli nacionalnog dohotka, između uskog sloja bogatih i ostalog stanovništva na rubu egzistencije. Glavna ograničenja razvoju nalazila su se tada u proizvodnji. U rijetkim naseljima, koja su postala meta posjeta tadašnjih turista, ne mogu se osporiti promjene u ekonomskom životu. Te promjene objektivno nisu mogle donijeti ekonomski prosperitet u širem radijusu, već samo daljnju socio-ekonomsku polarizaciju.

Suvremena ekonomska znanost, istražujući ulogu turizma u procesu gospodarskog razvoja, nije se s jednakom pažnjom odnosila prema svim aspektima njegova utjecaja na razvoj. U centar interesa stavljena je potrošnja – turistička potrošnja, iz koje se (često nekritički) izvode gotovo svi utjecaji na gospodarstveni razvoj.<sup>481</sup> Turistička potrošnja finalni je čin uništenja, konzumiranja dobara, a ne stvaranja novih vrijednosti. Njezin razvojni utjecaj proizlazi iz promjene strukture osobne potrošnje, što potiče promjene u strukturi proizvodnje. Te strukturne promjene generiraju razvojne impulse.<sup>482</sup> Turista se definira kao potrošač koji troši proizvode “turističkog gospodarstva”, a “turističko gospodarstvo” se s druge strane definira kao specifičnu proizvodnu osnovu koja treba proizvoditi dobra što zadovoljavaju potrebe turista. Time se uključivanje turizma u proces razvoja fiksira na potrošno-proizvodni odnos, ali se naglasak stavlja na potrošača i potrošnju koju ovaj realizira radi zadovoljenja turističkih potreba.

---

<sup>480</sup>Vidi detaljnije: Radnić, A., 1990, Strukturna analiza turističke potrošnje u Jugoslaviji, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, str. 141-154.

<sup>481</sup>Dulčić, A., «2001/, «Upravljanje razvojem turizma», Mate d.o.o. zagreb, str.97.

<sup>482</sup>Ibid., str. 96-97.

Stavovi o turizmu kao “konzumnom fenomenu”, što on neosporno i jest, imali su dominantan utjecaj u oblikovanju pogleda na ulogu turizma u gospodarskom razvoju. Tome je pridonijela i činjenica da su razvijena gospodarstva sve više suočena s problemom plasmana i potrošnje, koji u mnogim sektorima nadilazi tehničke, ekonomske i druge probleme povećanja proizvodnje. Iz problema plasmana nastala je i svestrano se razvila nova poslovna filozofija poznata kao marketing, kojoj je glavni cilj povećanje potrošnje, radi povećanja proizvodnje i dohotka, a često se taj cilj definira i boljim zadovoljenjem potreba.

U suvremenoj ekonomskoj literaturi nedostaju cjelovite analize i objašnjenja uloge turizma u procesu gospodarskog razvoja. Analize su usmjerene ili na objašnjenje uloge turističke potrošnje, kao tržišta regionalnog i nacionalnog gospodarstva, ili na razvoj djelatnosti koje proizvode turističke usluge. U prvom slučaju analiza je usmjerena na tzv. ekonomske funkcije turističke potrošnje. Tu se na makro razini prati tijek utjecaja turističke potrošnje na druge ekonomske kategorije i mjeri turističku potrošnju u prihodima različitih djelatnosti.

Autori koji analizu usmjeravaju na objašnjenje uloge djelatnosti, tzv. turističkog gospodarstva u razvojnom procesu, istražuju karakteristike tih djelatnosti, načina njihova funkcioniranja i povezivanja, i iz toga zaključuju o značenju turizma za gospodarski razvoj.

Turistička je ponuda, u najširem smislu shvaćena, važan segment ukupne agregatne ponude. Ukoliko pretpostavimo da se ona nalazi na razini svoje pune zaposlenosti (barem pri sezonskom punom korištenju kapaciteta), tada će veličina ukupne turističke potražnje biti dio agregatne potražnje, koji će bitno utjecati na proizvodnju, a time i visinu bruto domaćeg proizvoda i razinu cijena. Turistička je potrošnja samo dio ukupne potrošnje namijenjena putovanju i boravku izvan mjesta stalnog boravka, (radi odmora, oporavka, zabave i razonode, zdravlja, rekreacije, edukacije i sl). U svim gospodarstvima osobna potrošnja je najvažnija komponenta agregatne potražnje. Tako je i u Hrvatskoj. Sljedeća tablica (tablica 5.4.) pokazuje udio turističke potrošnje u BDP –u u Hrvatskoj u promatranom razdoblju 1999.-2005.

Tablica 5.4: Udjel turizma u BDP-u za razdoblje 1999-2005. (u 000 eura)

Godina	BDP u mld €	Verižni indeks	Bazni indeks	Turizam (prihodi od putovanja)u mld €	Verižni indeks	Udjel turizma u BDP
1999.	18.679	-	100,00	2.351,9	-	12,6
2000.	19.976	106,94	106,94	2.399,5	102,0	12,0
2001.	22.177	111,02	118,73	3.072,9	128,1	13,9
2002.	24.220	109,21	129,66	3.186,6	103,7	13,2
2003.	25.526	105,39	136,66	5.090,4	159,7	19,9
2004.	27.629	108,24	147,91	5.505,6	108,2	19,9
2005.	30.950*	112,02	165,69	5.998,9	109,0	19,4

\* procjena Državnog zavoda za statistiku (u tekućim cijenama) iznosi 229.031 mld kuna. Za izračun u eure korišten je prosječni srednji devizni tečaj Hrvatske Narodne Banke za 2005. godinu.

Izvor: HNB i Državni zavod za statistiku

Tablica 5.5: Udio inozemne turističke potrošnje u BDP-u Hrvatske 1990.- 2005. u mil. US\$

Godina	BDP mil. USA \$	Inozemna turistička potrošnja* (ITP) mil.US \$	ITP/BDP %
1	2	3	4 (3:2)
1990.	24.823	1.317	5,3
1991.	18.156	300	1,7
1992.	10.241	543	5,3
1993.	10.903	832	7,6
1994.	14.585	1.427	9,8
1995.	18.811	1.351	7,2
1996.	19.872	2.014	10,1
1997.	20.109	2.529	12,6
1998.	21.628	2.733	12,6
1999.	19.906	2.514	12,6
2000.	18.427	2.211	12,0
2001.	19.863	2.761	13,9
2002.	23.046	3.042	13,2
2003.	28.810	5.733	19,9
2004.	34.350	6.835	19,9
2005.	40.884	7.925	19,4

\*Turistička potrošnja je iskazana kao devizni priliv od inozemnog turizma. Domaća turistička potrošnja nije uključena jer se ona pojavljuje kao dio osobne potrošnje tj. ta se potrošnja samo preraspodjeljuje unutar osobne potrošnje.

Izvor: Statistički ljetopis 1995.; Statistički ljetopis 1996. str.146.; i Statistički ljetopis 1999. str. 178. Mjesečno statističko izvješće br.2/2000, Državni zavod za statistiku; Bilten NBH No 46., br.71/2002., Turizam, [http://www.hgk.hr\(18.01.2006.\)](http://www.hgk.hr(18.01.2006.)).Statistički ljetopis 2005. DZS, str. 372.

Vidimo da se je veličinu BDP iz 1990. godine ostvarila tek 2002. godine. Turistička je potrošnja dostignuta ( već 1994. godine ) prije nego se je dostigla ukupna osobna potrošnja, što je rezultat promjenjene metodologije praćenja i iskazivanja turističke potrošnje od 1991. godine. Do 1991. godine nije se pratila inozemna turistička potrošnja, već samo devizni priljev od turizma koji nije odgovarao turističkoj potrošnji. Domaća turistička potrošnja nije uključena u tablicu 5.5. jer se ona javlja kao dio osobne potrošnje ne povećavajući dodatno agregatnu potrošnju, već se ta potrošnja samo preraspodjeljuje unutar već evidentirane osobne potrošnje. Domaća turistička potrošnja (ukupna dnevna prosječna) počela se statistički pratiti od 1994. godine, i za tu godinu iznosila je 29,57 USA \$ a za 1997. godinu 33,5 USA \$.<sup>483</sup>

Devizni priliv od turizma je samo jedan dio ukupne inozemne turističke potrošnje, iako se često turistička potrošnja izjednačava sa deviznim prilivom od inozemnog turizma. Istraživanje pod nazivom "Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj" proveo je Institut za turizam iz Zagreba prvi puta 1987. godine. Istraživanje je provedeno i 1989. kao i 1994,

<sup>483</sup> Vidi: Tomas 1994., op.cit. str. 33. i Tomas 1997., op.cit. str. 97

1997, 2001, i 2004. godine pod nazivom TOMAS,<sup>484</sup> Istraživanja o turističkoj potrošnji, koja provodi Institut za turizam iz Zagreba pod zaštitnom markom TOMAS, svoju metodologiju temelji na švicarskom modelu. Ova su istraživanja o veličini i strukturi turističke potrošnje u Hrvatskoj osnovica podataka o turističkoj potražnji i turističkoj potrošnji. Pokazatelji o troškovima putovanja i potrošnji turista u mjestu privremenog boravka odnose se na razdoblje srpanj-kolovoz.

Kada je riječ o turističkoj potrošnji, važno je uočiti specifičnost djelatnosti ugostiteljstva i turističkog posredovanja, koje se nalaze u sektoru u sferi reprodukcije potrošnje isključivo kao primalac ("potrošač") proizvoda i usluga drugih privrednih sektora ili djelatnosti. Cjelokupna se vrijednost proizvodnje ovog sektora neposredno raspoređuje u sferu finalne potrošnje, a u okviru toga isključivo je u funkciji podmirjenja osobne potrošnje kao makroekonomske kategorije. To znači da se svaka isporuka pojedinog gospodarskog sektora za potrebe reprodukcije potrošnje ovog sektora može neposredno prenijeti u sferu finalne, a u okviru nje rasporediti u osobnu potrošnju.

Udio osobne potrošnje u BDP-u u Hrvatskoj iznosio je u čitavom promatranom razdoblju između 59,1%-62,2% i pokazuje kontinuitet u kretanju (tablica 5.2.). Očito je da je osobna potrošnja u Hrvatskoj najvažnija komponenta finalne potrošnje. Inozemna turistička potrošnja čini između 4,5% (1991.) i 35,6% (2003.) osobne potrošnje (grafikon 5.4.), te čini između 1,7% (1991.) i 19,9% (2003. i 2004. godine) udjela u BDP-u-(tablica 5.4. i 5.5.) , što pokazuje veliki diskontinuitet u kretanju turističke potrošnje iz razloga traženja prave metodologije obračuna turističke potrošnje, kao i atipičnosti (1991.) ratne turističke godine za usporedbu.

#### 5.1.4. Investicijska potrošnja u turizmu-važan segment agregatne potrošnje i agregatne ponude

Investicije imaju multiplikativni efekt na proizvodnju. Kada se investicije mijenjaju, proizvodnja će prvo porasti za isti investirani iznos. Autonomna promjena investicija  $I$  utjecat će na promjenu domaćeg dohotka  $Y$ :

$$\frac{dy}{dI} = \frac{1}{1-\beta}$$

tj. svaka jedinica investicija multiplicirat će se  $1/(1-\beta)$  puta u dohodak, ( $\beta$  je granična sklonost potrošnji), nakon određenog vremena potrebnog da se multiplikativni efekti promjene investicija rasprostru kroz čitav sustav. Zato  $1/(1-\beta)$  zovemo investicijski multiplikator. Jedinično povećanje investicija povećat će domaći dohodak za iznos multiplikatora. Isto tako, jedininično smanjenje investicija smanjit će domaći dohodak za iznos multiplikatora. Prema tome, investicijski multiplikator djeluje u oba pravca. Isto tako, povećanje investicija povećat će proizvodnju samo u situaciji nepotpune zaposlenosti proizvodnih faktora.

Ne samo da se autonomna promjena investicija multiplicira u dohodak nego se u dohodak multiplicira za veličinu investicijskog multiplikatora i svaka promjena bilo koje komponente autonomne potrošnje (izvoz, budžetska potrošnja ili autonomna osobna potrošnja). To znači da se jedinična promjena bilo koje komponente autonomne potrošnje multiplicira u dohodak za veličinu investicijskog multiplikatora  $1/(1-\beta)$ .

<sup>484</sup> Akronim je od švicarskog naziva -Touristisches Marktforschungssystem Schweiz, koje je prvi put provedeno u Švicarskoj.

$C/Y$  je odnos između potrošnje i dohotka i pokazuje koji se dio dohotka prosječno potroši.

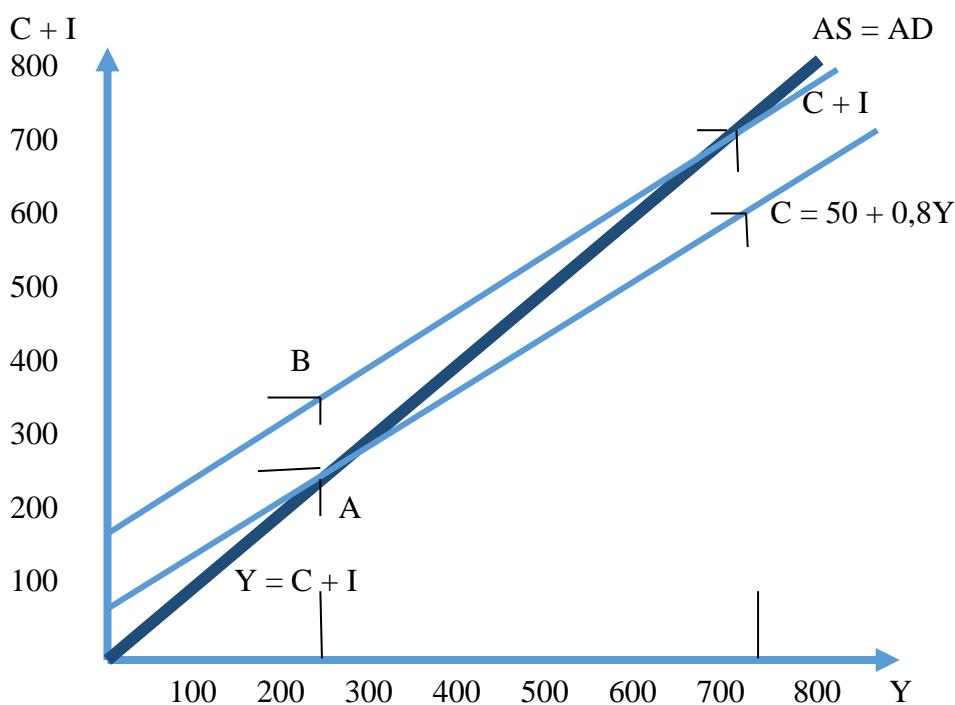
Kretanje prosječne sklonosti potrošnji zavisi od razine dohotka. S porastom dohotka  $Y$  prosječna sklonost potrošnji postaje sve manja. Višak potrošnje iznad dohotka potrošači financiraju smanjenjem svojih prijašnjih ušteda ili zaduživanjem. Kad je dohodak veći od ravnotežnog, ostvaruje se štednja.

Autonomna promjena investicija ( $I$ ) utjecat će na promjenu domaćeg proizvoda ( $Y$ )  
Svaka jedinica investicija multiplicirat će se  $1/1-\beta$  puta u dohodak

- a)  $\beta = \Delta C / \Delta Y$
- b)  $1 / (1 - \Delta C / \Delta Y)$
- c)  $\Delta C / \Delta Y + \Delta S / \Delta Y = 1$
- d)  $\Delta S / \Delta Y = 1 - \Delta C / \Delta Y$

Investicijski multiplikator  $= 1 / (1 - \Delta C / \Delta Y) = 1 / \Delta S / \Delta Y$

Slika 5.1: Djelovanje investicijskog multiplikatora



Izvor: prilagodio autor prema Babić, M., op.cit.

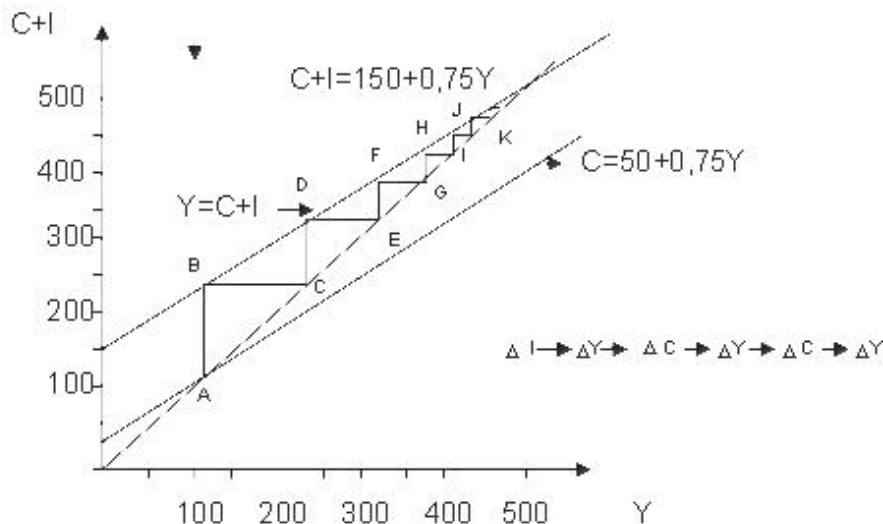
Gornja slika 5.1. prikazuje kakav utjecaj ima autonomno povećanje planiranih 100 jedinica investicija na povećanje domaćeg proizvoda. Planirano povećanje investicija za 100 jedinica (AB) pomaknut će krivulju ukupne potrošnje prema gore za 100 jedinica, pa je odsječak na ordinati povećan s 50 na 150. Sada će ravnotežni domaći proizvod biti 750 jedinica, dakle za 500 jedinica više. To znači da se jedna jedinica investicija multiplicira u domaći proizvod 5 puta.



Koristeći multiplikator  $1/1-\beta = 1/1-0,8 = 5$  pa je u skladu s naprijed navedenim  $dY/dI=5$ . Prema tome jedinica uložena u investicije povećat će domaći proizvod za 5 jedinica.

Vidimo na donjoj slici 5.2. kako se rasprostiru ti multiplikativni efekti

Slika 5.2: Rasprostiranje multiplikativnih efekata



Izvor: Prilagodio autor prema Babić, M., op. cit.

Iz gornje slike 5.2. proizlazi da:

- povećanje autonomnih investicija uvjetuje povećanje dohotka upravo za iznos tih autonomnih investicija  $\Delta I \rightarrow \Delta Y$
- Povećanje dohotka sa svoje strane inducira povećanje osobne potrošnje  $\Delta Y \rightarrow \Delta C$ , ovisno od granične sklonosti potrošnji
- Ovo povećanje potrošnje inducira povećanje dohotka  $\Delta C \rightarrow \Delta Y$
- Svako daljnje povećanje dohotka i potrošnje sve je manje i manje

Što se tiče investicija i investicijske politike u turizmu, temeljni pravci djelovanja moraju biti usmjereni na takvu investicijsku politiku koja će za svoj cilj imati modernizaciju i poboljšanje hotelske suprastrukture i infrastrukture te obogaćivanje i diversifikaciju postojeće ponude novim uslugama i novom kvalitetom u turističkim destinacijama. Takva ponuda postaje dio agregatne ponude gospodarskog sustava Hrvatske. Generalni ciljevi takve investicijske politike i novog investicijskog ciklusa u hrvatsko hotelijerstvo i turizam mogli bi se sistematizirati u podizanje kvalitete smještajne ponude, unaprjeđenje izvansmještajne ugostiteljske ponude odnosno njezine raznolikosti te povećanje kvalitete i obogaćenje strukture sadržaja zabave, športa i trgovine. Stoga je neophodno pristupiti odabiru projekata koji zadovoljavaju gore postavljene ciljeve i koji moraju biti utemeljeni na pouzdanim "predfeasibility i feasibility" studijama koji moraju biti izrađeni od kompetentnih institucija i u kojima se mora poštivati strogo razvojna procedura investiranja, da bi uključivanje na veliko tržište EU bilo efikasno.

Turistička potražnja je samo dio agregatne potražnje ili željene potrošnje u Hrvatskoj. Kada je riječ o turizmu, uvijek je u pitanju veličina potrošnje.

Agregatna potražnja pokazuje razinu realne potražnje svih sektora gospodarstva (poduzeća, stanovništva, vlade i inozemstva) uz različite razine cijena. Zato je ona funkcija velikog broja varijabli. Agregatnu potrošnju definiramo kao sumu njezinih komponenti: osobne potrošnje, investicijske potrošnje, javne potrošnje i neto izvoza. Turistička potrošnja je podsustav agregatne potrošnje a to znači da je turistička potrošnja dio osobne potrošnje, čije povećanje direktno utječe na rast domaćeg proizvoda i zaposlenosti. Investicijska potrošnja je također komponenta agregatne potrošnje, a turističke investicije - kao i komunalne investicije radi turizma - dio su ukupne investicijske potrošnje koje također svojim povećanjem putem multiplikatora povećavaju domaći proizvod i zaposlenost i dugoročno stvaraju novu ponudu i nove vrijednosti.

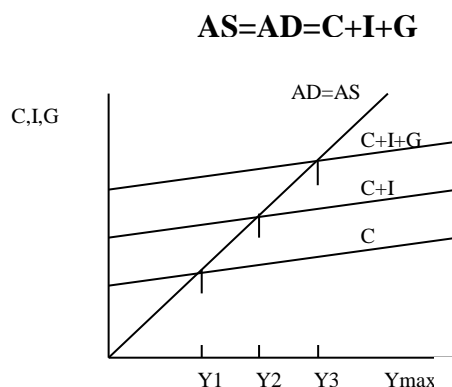
Kako je turizam, a posebno hotelijerstvo, kapitalno intenzivna djelatnost, jasno je da utjecaj investicija ima posebnu težinu i to kako utjecajem na agregatnu potražnju kratkoročno povećavajući proizvodnju i zaposlenost, tako još više utjecajem na agregatnu ponudu stvarajući dugoročno novu turističku ponudu tj. novi potencijal u turizmu koji će dugoročno osiguravati veću proizvodnju, veću zaposlenost i stabilni ukupni nivo cijena.

Kako je cilj investicije da doprinosi postizanju ciljeva poduzeća, neophodno je i čitav mehanizam upravljanja investicijom tako postaviti i usmjeravati. Strateška pitanja turističke destinacije i turističkih poduzeća neophodno je čim jasnije definirati, iako je relativno teško utvrditi činjenice na kojima se baziraju strateški planovi koji predviđaju budućnost. Ti planovi imaju malo detalja koje je teško utvrditi, za razliku od taktičkih (srednjoročnih) i operativnih (kratkoročnih) parcijalnih planova, sa činjenicama koje je relativno lako utvrditi i sa velikom količinom detalja. Strateška je pitanja neophodno imati definirana i imati odgovore na njih, jer je u protivnom nemoguće voditi investicijski projekt.

### 5.1.5. Turizam kao izvor sredstava za javnu potrošnju

Ako fiskalnu politiku definiramo kao promjene javnih prihoda i rashoda radi postizanja zadovoljavajuće stope rasta i stabilnosti cijena, postavlja se pitanje kakav je utjecaj turizma na fiskalnu politiku u cjelini, tj. posebno na formiranje javnih prihoda koji su osnovni izvor za javnu potrošnju.

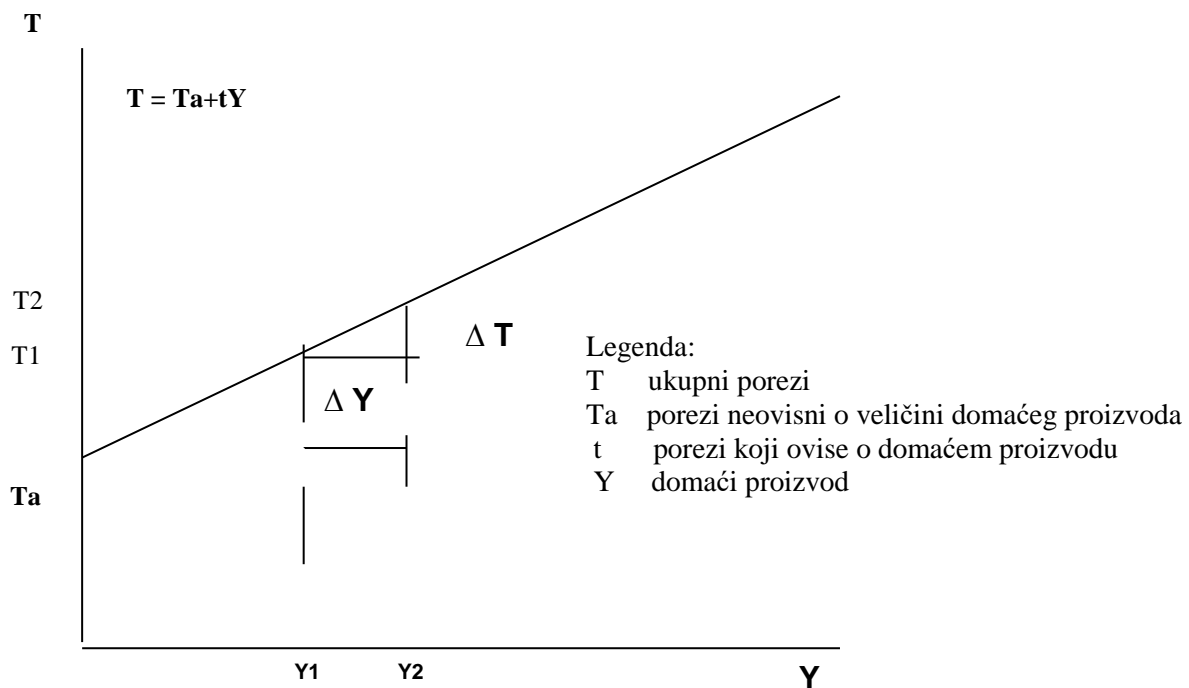
Slika 5.3: Uvjet ravnoteže u zatvorenoj privredi (Učinak višeg  $G$  na output)



- Legenda:  
 AS agregatna ponuda  
 AD agragatna potražnja  
 C osobna potrošnja  
 I investicijska potrošnja  
 G javna potrošnja  
 Y domaći proizvod

Gornja slika nam pokazuje uvjete ravnoteže u zatvorenom gospodarskom sustavu gdje osim osobne i investicijske postoji i javna potrošnja čijim povećanjem se povećava i domaći proizvod od Y2 na Y3

Slika 5.4: Funkcija poreza T



Gornja slika 5.4. prikazuje funkciju poreza iz koje vidimo da ukupan porez čini zbroj poreza nevisnih o veličini domaćeg proizvoda /porez na imovinu, na naslijeđe i sl/ i poreza koji ovisi o domaćem proizvodu /PDV<sup>485</sup>/. Svakako da će nagib funkcije poreza ovisiti od prirasta ukupnog poreza te da će taj prirast odrediti i veličinu domaćeg proizvoda. Ukoliko znamo da je i turizam važan izvor poreznih sredstava a posebno poreza koji ovisi o domaćem proizvodu, tada će i prirast ukupnog poreza a time i domaći proizvod biti određen veličinom poreza.

<sup>485</sup> Na ukupnu procijenjenu vrijednost potrošnje domaćih i inozemnih posjetitelja, u iznosu od oko 3 do 3,2 milijarde USD, vrijednost PDV-a okvirno se procjenjuje na iznos od oko 500 do 600 milijuna USD; (za precizniju procjenu treba utvrditi vrijednost potrošenih roba u trgovini na malo, kao što su kruh, mlijeko i sl. na čiju se potrošnju primjenjuje nulta stopa PDV-a).

Promjena poreznih stopa utjecala bi na promjenu onog dijela poreza koji je ovisan o domaćem proizvodu. Smanjenje poreznih stopa utjecalo bi na promjenu raspoloživog dohotka na način što bi se povećala granična sklonost potrošnji, a time bi se povećao i multiplikator, a preko njega i domaći proizvod.<sup>486</sup> U teoriji se smatra kako su porezi negativno korelirani sa rastom, tj. veći porezi donose i niže stope rasta gospodarstva. To znači da pojačano oporezivanje uvodi neefikasnost u gospodarstvo jer dovodi u lošiji položaj kako potrošače tako i proizvođače. Nakon uvođenja poreza potrošači plaćaju više cijene, proizvođači ostvaruju manje nego prije poreza. Tržište se sužava, jer se razmjenjuje manja količina dobara. Smanjenje blagostanja potrošača i proizvođača pretvara se u porezni prihod države. Analize koje su vršene<sup>487</sup> pokazuju da smanjenje blagostanja koje nastaje kod potrošača i proizvođača nadilazi prihode od poreza koji ubire država. Gubitak blagostanja koji nastaje uvođenjem poreza tj. dio koji ne pripada nikome, niti potrošaču, niti proizvođaču, niti državi, pretstavlja mrtvi teret oporezivanja ili mjeru neefikasnosti koju porezi unose u gospodarstvo.

*Slika 5.5: Štednja i porezi*

$$Y = C + I + G \qquad Y = C + S + T$$

$$S + T = I + G$$

$$S + (T - G) = I$$

Ako je  $G > T$  tada je  $I < S$

Legenda: Y bruto domaći proizvod  
 C osobna potrošnja  
 I investicijska potrošnja  
 G javna potrošnja  
 S štednja  
 T ukupni porezi

Iz gornje slike 5.5. vidljivo je da porezi od turizma koji pune državnu kasu (kao što je PDV, porez na dobit, porez na tvrtku, porez na plaće i dr.), a posebno turistička taksa kao specifični porez u turizmu koja puni kase turističkih zajednica, povećavaju ukupnu štednju koja je glavni izvor sredstava za investicije. Porast državne potrošnje, uzet sam za sebe uz nepromjenjive poreze i investicije, ima ekspanzioni efekt na nacionalnu proizvodnju sličnu kao i investicije. Krivulja  $C + I + G$  pomiče se na gore do višeg ravnotežnog sjecišta s pravcem  $45^\circ$  i povećava domaći proizvod.

<sup>486</sup>Babić., M.,1995., op.cit. str. 245-248

<sup>487</sup> Kesner-Škreb, M., 1999., Porezna politika i gospodarski rast, Privredna kretanja i ekonomska politika, Ministarstvo financija- Ekonomski institut Zagreb, br. 73, str. 62-121.

### 5.1.6. Neto izvoz turističkih usluga kao komponenta agregatne potrošnje

Otvorena privreda je ona koja sudjeluje u međunarodnoj razmjeni, izvozeći dobra u druge zemlje i uvozeći dobra proizvedena u inozemstvu. Razlika između izvoza i uvoza dobara i usluga naziva se neto izvoz.

Kad se uključi međunarodna razmjena, domaća potražnja može se razlikovati od nacionalne proizvodnje. Domaća potražnja sadrži osobnu potrošnju, investicije i državne rashode ( $C + I + G$ ). Da bi se dobio GNP, mora biti dodan izvoz (E), a oduzet uvoz (U), tako da:

$$\text{GNP} = C + I + G + X$$

gdje je  $X = \text{neto izvoz} = E - U$ .

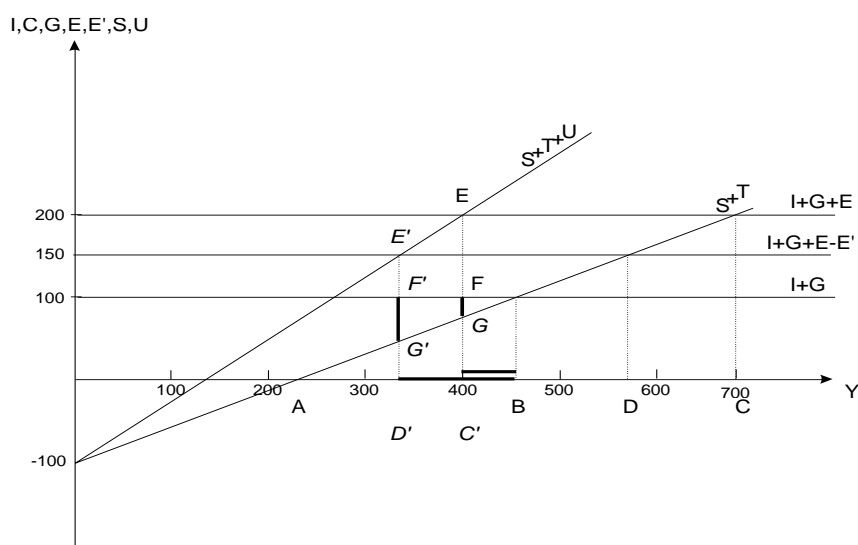
Vanjska trgovina ima sličan efekt na GPN kao i onaj koji imaju investicije ili državna potrošnja. Kako neto izvoz raste, tako se pojavljuje povećanje agregatne potražnje za domaćom proizvodnjom. Dakle, neto izvoz ima multiplikativni efekt na proizvodnju. No, multiplikator potrošnje u otvorenoj privredi bit će manji negoli onaj u zatvorenoj privredi zbog izdataka na uvoz. Multiplikator glasi:

$$\text{Multiplikator otvorene privrede} = 1 / (\text{MPS} + \text{MPm})$$

gdje je MPS = granična sklonost štednji i MPm = granična sklonost uvozu. Jasno je da je, ceteris paribus, multiplikator otvorene privrede manji negoli multiplikator zatvorene privrede, gdje je MPm = 0.

Koristeći statističke i makroekonomske modele, ekonomisti su izgradili realistične modele za procjenu multiplikatora potrošnje. U vodećim modelima multiplikator iznosi između 1 i 1 ½ za periode do 4 godine.

Slika 5.6: Utjecaj izvoza turističkih usluga na razinu bruto domaćeg proizvoda



Legenda: Y- bruto domaći proizvod; I-investicijska potrošnja; C-osobna potrošnja; G- javna potrošnja; E- izvoz; E'-izvoz turističkih usluga; S- domaća štednja; T- porez; U- uvoz

Izvor: Izradio autor.

Veličina autonomne potrošnje (I+G+E) jednaka je veličini bruto štednje (S+T) i uvoza (U), iz razloga što je štednja (S) izvor za investicijsku potrošnju (I), porezi (T) su izvor sredstava za javnu potrošnju (G), dok je uvoz (U) veličina kojom povećavamo izvore sredstava za podmirenje komponenti autonomne potrošnje.

Uvođenjem autonomnih investicija (I) i budžetske potrošnje (G), pomaklo je ravnotežnu proizvodnju iz točke A u točku B, dok je uvođenje izvoza pri istoj funkciji štednje dovelo do daljnjeg povećanja domaćeg proizvoda i premještanja ravnoteže u točku C. Kako je u veličini izvoza prisutan i izvoz turističkih usluga, to znači da bi bez turizma domaći proizvod bio manji i nalazio bi se u točki D.

Uvećamo li domaću štednju (S) za veličinu uvoza (U) kako bismo dobili raspoloživa sredstva za podmirenje komponenti autonomne potrošnje, imat ćemo uz nepromjenjene veličine pojedinih komponenti autonomne potrošnje (I+G+E), drugačiju veličinu ravnotežnog domaćeg proizvoda (slika 5..6.). U okviru ukupnog uvoza sadržan je i uvoz radi izvoza turističkih usluga ( 11%)<sup>488</sup>

Uvozom se povećavaju raspoloživa sredstva, pa je krivulja bruto štednje S+T (koja obuhvaća štednju uvećanu za poreze), pomaknuta za veličinu uvoza (U) na krivulju S+T+U.

Ravnotežni je domaći proizvod zbog uvoza pomaknut iz C u C', tj. smanjen je.

U točki ravnoteže koja uključuje turizam C'E, uvoz je jednak GE, a izvoz FE, što daje deficit trgovinske bilance FG. U točki ravnoteže koja isključuje turizam D'E' uvoz je jednak G'E' a izvoz F'E', tako da je deficit trgovinske bilance F'G' , što je veće od deficita FG koji uključuje turizam.

Neto efekat izvoza turističkih usluga na domaći proizvod jednak je :

- povećanju zbog ukupnog izvoza OC- OB
- povećanju zbog izvoza bez turizma OD-OB
- smanjenju zbog ukupnog uvoza OC-OC'
- smanjenju zbog uvoza bez turizma OD-OD'

$$OC-OB-(OC-OC')= -OB + OC' = - BC'$$

$$OD - OB - ( OD - OD') = - OB + OD' = - BD'$$

**Konačni efekat : - BC' > - BD'**

Smanjenje domaćeg proizvoda zbog deficita trgovinske bilance je veće kad turizam nije uključen ili je skromno uključen u sustav otvorene privrede.

U slučaju suficita trgovinske bilance imali bismo neto povećanje domaćeg proizvoda, a kako je turizam upravo taj faktor koji u bilanci tekućih transakcija čini i treba da čini najvažniji dio, to znači da bi i utjecaj turizma na povećanje domaćeg proizvoda s osnova suficita trgovinske bilance bio najznačajniji.

### **5.1.6.1. *Mogući efekti od izvoza turističkih usluga u platnoj bilanci***

Bez kvalitetnog anketiranja nemoguće je doći do meritornih podataka o turističkoj potrošnji. U stavci "putovanja" od 1991. u platnoj bilanci iskazuju se procijenjeni iznosi ukupne turističke potrošnje inozemnih turista u Hrvatskoj. U ranijim godinama, devizni priljev evidentiran kod Narodne banke ne sadrži procijenjene iznose ostale turističke potrošnje. U našim analizama koristit ćemo podatke deviznog priljeva od turizma kao iznos turističke potrošnje, koja se javlja kao dio agregatne potrošnje. Promatrat ćemo je u okviru

<sup>488</sup> Pirjevec, B., 1998, op.cit.str.123

ukupnih odnosa u bilancama izvoza i uvoza roba i usluga, budući da se i javlja kao neto izvoz.

Tablica 5.6: *Mogući devizni priljev od turizma na temelju prosječno ostvarenog godišnjeg broja noćenja u razdoblju 1985-1988. i ostvarenog deviznog priljeva po gostu iz razdoblja 2002.-2004.*

Razdoblja	Prosječno godišnje ostvaren broj noćenja u 000			Prosječni godišnji priljev od turizma (mil USA \$)	Priljev od turizma po jednom noćenju u (USA \$)	Mogući devizni priljev od turizma u mil USA \$
	Ukupno	Domaći	Strani			
1985.-1988.	67.834	8.492	59.268	809	13,65	
1989.-1990.	60.186	7.065	50.121	1.221	24,36	
1991.-1993.	11.264	3.238	8.026	559	69,65	
1994.-1998.	23.184	4.921	18.263	2.009	110,00	
1999.-2001.	36.571	5.133	31.438	2.480	78,89	
2002.-2004.	45.664	5.147	40.517	4.756	<u>117,38</u>	<u>6.934</u> (59.268 x 117)

Izvori: *Vlastiti izračun prema DSZ - Statističko izvješće br. 1078/1999. str. 10; Yearbook of Tourism Statistics Vol. I 51.ed. str. 14. Društveni računi Hrvatske 1986.-1988. i 1989. - 1990., RSZ Statistički ljetopis 1996. str. 146., Bilten NBH br. 46/2000., Turizam u 2004. DZS, Statistička izvješća broj 1264., Zagreb, 2005.; SLJRH 2004., DZS Zagreb, 2004., str.396., i bilten HNB br.17. str.43.*

U tablici 5.6. evidentan je pad broja noćenja inozemnih turista koji su boravili u Hrvatskoj u razdoblju od 1985. do 1998. godine. Godišnje se ostvarilo u razdoblju od 1994. do 1998. godine svega trećina noćenja inozemnih turista u odnosu na prosječno godišnje ostvarenje u razdoblju od 1985. do 1988. godine. Unatoč tako drastičnom padu broja noćenja inozemnih turista, devizni priljev je povećan za 2,5 puta što samo dokazuje da podaci prije 1991. godine nisu sadržavali procijenjeni ostali dio turističke potrošnje. To je i razlog što je devizni priljev od turizma po jednom inozemnom noćenju povećan od 14 na 117 USA \$ ili za 8 puta.(tablica 5.6.).<sup>489</sup>

Ukoliko bi pretpostavili da se može ostvariti broj inozemnih turističkih noćenja moguće bi bilo ostvarenje deviznog priljeva od turizma (odnosno inozemna turistička potrošnja) godišnje od 6,9 milijardi USA\$ (vidi tablicu 5.5.).

<sup>489</sup> Izvedena računica potrošnje po jednom turistu približno odgovara računici inozemne turističke potrošnje po jednom noćenju koja iznosi prosječno 95 USA \$ za razdoblje 1985-1988. odnosno 747 USA \$ za razdoblje 1994-1998. ili veća evidentirana potrošnja za 7,8 puta. Razliku između broja noćenja i broja turista treba potražiti u preciznosti statističkih pokazatelja

Tablica 5.7: Ostvareni izvoz i uvoz roba u odnosu na ostvareni i mogući devizni priljev od turizma za razdoblje 1994-2005. (izabrane godine) mil USA \$

Godina	1994.	1996.	1999.	2000.	2001.	2002.		2003.	2004.	2005.
Izvoz robe	4.260	4643	4.502	4.431	4.665	4.903		6.186	8.024	9.569
Uvoz robe	5.583	7.352	7.798	7.886	9.147	10.722		14.209	16.589	19.454
Priljevi od turizma										
- ostvareni	1.427	2.014	2.514	2.211	2.761	3.042		5.733	6.835	7.925
- mogući	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934		6.934	6.934	6.934
Priljev od turizma prema ukupnom izvozu roba ( u %)										
- ostvareni	33,5	43,4	55,8	49,9	59,2	62,0		92,7	85,2	82,8
- mogući	162,8	149,3	154,0	156,5	148,6	141,4		112,1	86,4	72,4
Priljev od turizma prema ukupnom uvozu roba ( u %)										
- ostvareni	25,6	27,4	55,8	28,0	30,2	62,0		40,3	41,2	40,7
- mogući	124,2	94,3	88,9	87,9	75,8	64,7		48,8	41,8	35,6

Izvor: Izrada autora prema podacima NBH i izvorima u tablici 5.6.

Analizirajući ostvarenje deviznog priljeva od turizma u odnosu na ukupan izvoz i uvoz roba za razdoblje od 1994 do 2005. godine, dolazi se do učešća turističkog priljeva u ukupnom izvozu roba između 34% i 93%. Učešće priljeva od turizma prema ukupnom uvozu roba iznosilo je u promatranom razdoblju između 26 % i 62% (tablica 5.7.).

Uz spomenute pretpostavke ostvarenja broja inozemnih turističkih noćenja kao u razdoblju od 1985. do 1988. godine i turističke potrošnje odnosno ukupnog deviznog priljeva iz razdoblja 2002.do 2004. godine (tablica 5.5.), tada bi priljev od turizma prema ukupno ostvarenom izvozu roba iznosio između 163% i 72%, dok bi turistički priljev u ukupnom uvozu roba zauzimaio učešće između 124% i 36%. U svakom slučaju podaci ukazuju na veliki utjecaj turističke potrošnje odnosno turističkog priljeva u odnosu na robni izvoz, odnosno robni uvoz, a to znači da bi turizam bio definitivno prva izvozna djelatnost.



Tablica 5.8: Pokriće negativnog salda uvoza i izvoza roba putem deviznog priljeva od turizma - ostvarenog i mogućeg-izabrane godine 1994.-2005. mil USA \$

Godina	1994.	1996.	1999.	2000.	2001.	2002	2003.	2004.	2005.
Negativni saldo bilance roba	-1.322	-3.140	- 3.496	-3.454	-4.481	-5.818	-8.022	-8.656	-9.885
Devizni priljev od turizma									
- ostvareni	1.427	2.014	2.514	2.211	2.761	3.042	5.733	6.835	7.925
- mogući	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934
% pokrića									
- ostvareno	107,9	64,1	71,9	64,0	61,6	52,2	71,5	79,0	80,2
- moguće	524,5	220,8	198,3	200,7	154,7	119,2	86,4	80,1	70,1

Izvor: Izrada autora prema tabeli 5.6. i 5.7.

Devizni priljev od turizma odnosno inozemna turistička potrošnja iako već čini značajan dio pokrića negativnog salda uvoza i izvoza roba ( 52% do 108%), realno je moguće ostvariti i mnogo veću potrošnju tj. u odnosu na ostvarenje od 2002. do 2004. godine. Uz već spomenute pretpostavke, ne samo što bi se pokrio negativan saldo robne razmjene Hrvatske, već bi ta potrošnja i priljev osiguravao i suficit u svim promatranim godinama od 1994.- do 2002., dok bi se u razdoblju 2003.-2005. godina ostvarilo nešto niže pokriće deficita bilance roba iz razloga povećanog negativnog salda bilance roba u tim godinama, kao i dostizanja, prema važećoj metodologiji obračuna, mogućeg deviznog priljeva od turizma. Ostvarivanje visokog deviznog priljeva od turizma, bi ne samo ublažilo potrebu za deviznim sredstvima već bi i povećalo uvoz različitih roba potrebnih za gospodarstvo i široku potrošnju.

Tablica 5.9. Devizni priljev od turizma u ukupnom izvozu i uvozu roba i usluga - ostvareno i moguće za razdoblje 1994. – 2005. mil USA \$

Godina	1994.	1996.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
Izvoz robe i usluga bez prihoda od turizma	5.731	6.010	5.494	5.905	6.290	4.904	6.187	8.024	12.282
Uvoz roba i usluga	6.818	9.911	9.794	9.599	10.704	10.722	14.209	16.589	23.067
Saldo	- 1.087	- 3.901	-4.300	-3.694	-4.414	-5.818	-8.022	-8.565	-10.785
Devizni priljev od turizma									
- ostvareni	1.427	2.014	2.514	2.211	2.761	3.042	5.733	6.835	7.925
- mogući	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934
Udio turizma u pokrivanju neg. salda u %									
- ostvareno	131,3	51,6	58,5	59,8	62,6	52,3	71,5	79,8	73,4
- moguće	637,9	177,7	161,2	187,7	157,1	119,2	86,4	81,0	64,3

Izvor: Izračun autora prema tablicama 5.6. i 5.7. i podacima iz platne bilance HNB za odgovarajuće godine.

Konačno, negativne stavke tekuće platne bilance odnosno točnije negativni saldo ukupnog izvoza i uvoza roba i usluga, prema spomenutim pretpostavkama, povećana inostrana turistička potrošnja odnosno devizni priljev od turizma ne samo što pokriva (1994. – 2002.), već i daleko premašuje negativan saldo roba i usluga, dok se u razdoblju 2003. – 2005. iz spomenutih razloga osvarilo i manje pokriće negativnog salda. Iz iznjetih podataka se vidi da su turistička potrošnja i devizni priljev od turizma direktno uključeni u sustav vanjske i unutarnje ekonomske ravnoteže i daju svoj golemi doprinos postizanju opće ekonomske ravnoteže čitavog hrvatskog gospodarstva.

Tablica 5.10: Inozemni dug Hrvatske na kraju razdoblja i turistički priljev za razdoblje 1994. – 2005. mil. US\$

Godina	1994.	1996.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
Ukupni inozemni dug	3.020	5.308	9.872	11.002	11.146	15.615	22.357	28.201	33.738
Devizni priljev od turiz.									
- ostvareni	1.427	2.014	2.514	2.211	2.761	3.042	5.733	6.835	7.925
- mogući	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934	6.934
% pokrića obveza									
- ostvareno	47,2	37,9	25,5	20,1	24,8	19,5	25,6	24,2	23,5
- moguće	229,6	130,6	70,2	63,0	62,2	44,4	31,0	25,6	20,6

Izvor: Izračun autora prema tablicama 5.10. i 5.11. i podacima iz platne bilance HNB za odgovarajuće godine. (bilten HNB br71/2002. i Godišnje izvješće 2005., HNB. Zagreb 2006.

Iz tablice 5.10. vidljiv je izuzetno visoki i brzi porast inozemnog duga Hrvatske koji se posebno ubrzava od 2001. do 2005. godine za čak visokih 23 milijardi US\$. Ostvareni

turistički devizni priljev, a posebno potencijalni (mogući) ima značajno učešće u pokrivanju zaduživanja.

Iz izvedenih podataka proizlazi da zahvaljujući metodologiji iskazivanja i utvrđivanja ukupne turističke potrošnje u Hrvatskoj, turizam može lakše nego do sada iskazati svoj golemi gospodarski i ukupni potencijal i zauzeti mjesto koje mu pripada u samom vrhu hrvatskog gospodarstva.

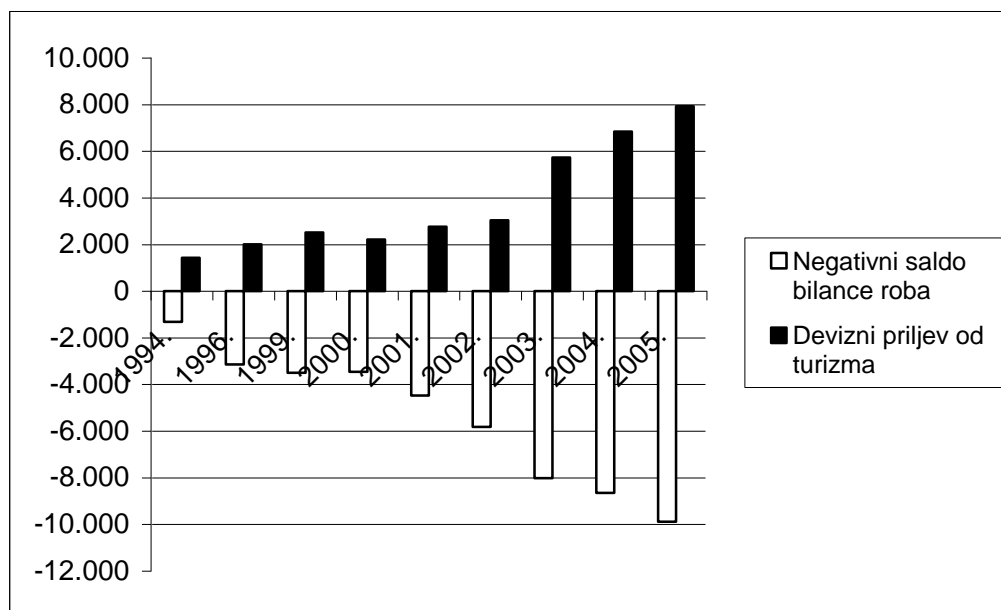
Izvedeni prihod od turizma više nego kompenzira nestašicu odnosno nedostatak prihoda po drugim osnovama kao što je rastuće zaduživanje i prodaja vrijedne imovine. Iz iznjetog slijedi:

- Hrvatskoj je imperativ proširiti unutrašnje tržište kroz turizam, što konkretno znači povećati agregatnu potrošnju putem inozemne turističke potrošnje;
- Hrvatska mora otkloniti barijere većem izvozu roba i usluga, a posebno nevidljivom izvozu kroz turizam;
- Država mora prepoznati turizam kao propulzivni sektor gospodarstva te otklanjati barijere razvoju tog sektora da bi se što brže ostvario ciljani promet i potrošnja;
- Inozemna turistička potrošnja povećava domaću agregatnu potrošnju, a tako povećana potrošnja multiplikativno povećava bruto domaći proizvod i zaposlenost;
- Agregatna potrošnja se smanjuje kad domaće stanovništvo kupuje robu i usluge u inozemstvu na što ima utjecaj i visoka stopa poreza na dodanu vrijednost koja opterećuje domaće cijene i tjera stanovništvo da zbog nekonkurentnosti domaće robe i usluga kupuju prekomjerno u inozemstvu upravo za visinu nekonkurentnosti domaće proizvodnje. Smanjenje stope PDV-a, a posebno smanjenje stope PDV-a za turizam, na nivo nama konkurentnih zemalja, dugoročno bi podiglo konkurentnu sposobnost hrvatskog turizma. Smanjenje PDV-a povećalo bi i domaću agregatnu potrošnju. Tako bi se podiglo konkurentnost domaće robe i usluga i dijelom smanjilo kupovine u inozemstvu, što bi također utjecalo na rast BDP-a.

### **5.1.6.2. Kontroverze oko deviznog priljeva od turizma i turističke potrošnje**

U platnoj bilanci devizni priljev od turizma pokriva najveći dio najnegativnijeg dijela bilance plaćanje a to je unutar tekućih transakcija trgovačke bilance, bilancu roba koja je kronično deficitarna.

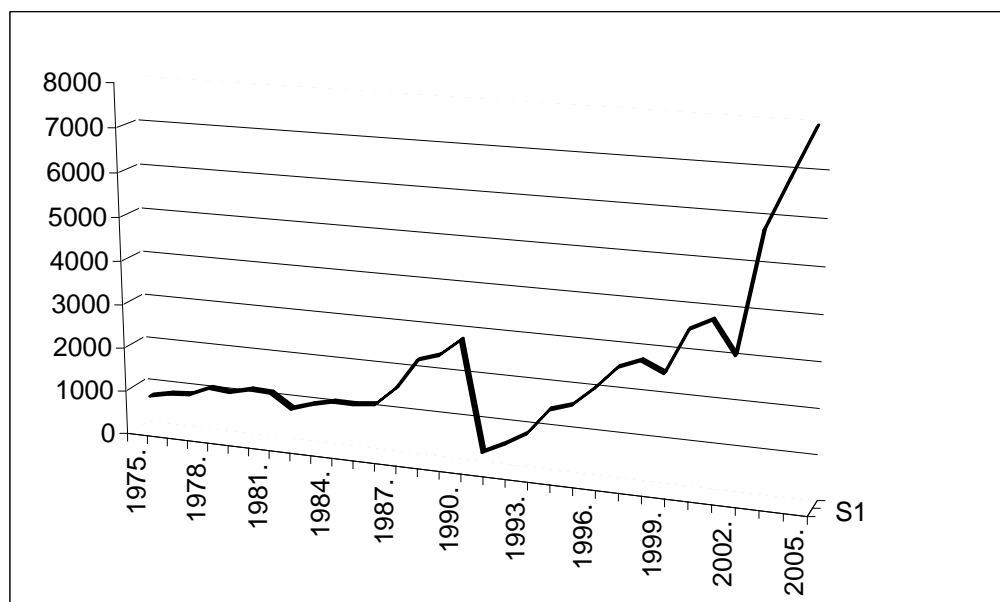
Grafikon 5.5. Efekti turizma u platnoj bilanci Hrvatske za razdoblje 1994. – 2005.  
/mil US \$/



Izvor: Izvedeno prema podacima: Bilten Hrvatske narodne banke br. 74., str.43.

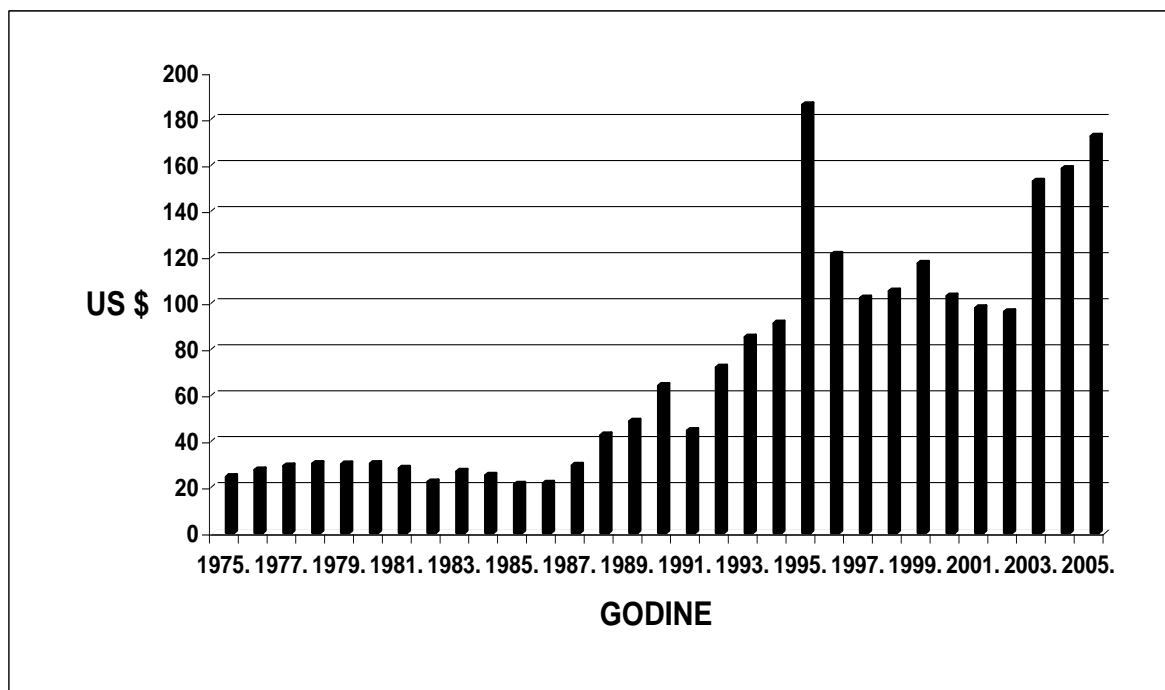
Turistički priljev pokriva od 52% do 108 % robnog deficita u promatranom razdoblju od 12 godina.( Grafikon 5.5.).

Grafikon 5.6: Devizni priljev od turizma u Hrvatskoj 1975-2005. mil. US \$



Izvor: Izradio autor prema podacima Narodne banke bivše SFRJ kao i podacima Hrvatske narodne banke

Grafikon 5.7: Devizni priljev po noćenju u Hrvatskoj 1975.-2005.



**Izvor:** Izradio autor prema podacima Narodne banke bivše SFRJ kao i podacima Hrvatske narodne banke za odgovarajuće godine

Stručna javnost je poprilično podijeljena kada je riječ o turističkoj potrošnji. Na grafikonu zapažamo velike promjene porasta deviznog priljeva od 1987. godine /1,530 mlrd US \$/ do 1990. god. /2,7 mlrd US\$/ i od 1994 /1,4mlrd US\$/ do 2001. godine /3,7 mlrd US \$/ i konačno 2005. godine 8 mlrd US \$.

Postavlja se logično pitanje: Što se je to kvalitetno desilo u turističkoj potrošnji, ako znamo da je npr. broj inozemnih noćenja u Hrvatskoj u 1993. godini dostiže jedva oko 25% noćenja iz 1987. godine .

Prof. Antunac ima vrlo kritičan stav prema podacima deviznog priljeva od turizma<sup>490</sup>, za koji kaže, da je činjenica da su čelnici organa i institucija kao i mnogi turistički istraživači i analitičari prihvaćali podatke NBH kao «zdravo za gotovo», dajući tim podacima i pokazateljima veliki publicitet.» Nisu se valjda od 1988.-1990. i od 1993.-2001. iznenada pojavili turisti koji bi trošili više nego do tada ili je to plod neobjašnjenog eksperimenta NBH.<sup>491</sup> Prof. smatra da je NBH u spomenutim godinama «napuhala» podatke radi potreba svoje finansijsko devizne politike prema međunarodnim finansijskim institucijama.

Devizni priljev po jednom noćenju koja nisu dosegla 25% noćenja iz 1987. raste za 150%. Odnosno u 1995. godini događa se prof. Antunac kaže «turističko čudo»<sup>492</sup> Broj noćenja pada za cca 7 milijuna, a devizni priljev po noćenju raste na 186 US\$.

<sup>490</sup> Antunac, I., Mit o deviznoj potrošnji inozemnih turista, poseban otisak iz Ekonomskog pregleda broj 3-4/2002., Zagreb, 2002.

<sup>491</sup> isto: str. 262.

<sup>492</sup> isto: str. 253.

Tablica 5.11: Efekti deviznog priljeva turizma po noćenju 1985.-2004.

Razdoblje	Pros. ostv. godišnji priljev od turizma /mil. US\$/	Priljev od turizma po noćenju /u US\$/
1985.-1988.	809	13,65
1989.-1990.	1.221	24,36
1991.-1993.	559	69,65
1994.-1998.	2.009	110,00
1999.- 2001.	2.480	78,89
2002.-2004.	4.756	117,38

Izvor: Izračun autora prema DZS- Statističko izvješće br. 107/1994. str.10; Yearbook of Tourism Statistic Voll. 51, ad. Str. 14; Društveni računi Hrvatske 1996-1998. i 1998.-1990; RZS- Statističkim ljetopis 1996., str. 146; Bilten NBH br. 46/2000.; Turizam u 2004. DZS, Statistička izvješća broj 1264., Zagreb, 2005.; SLJRH 2004., DZS Zagreb, 2004., str.396.

Tablica 5.11. o deviznom priljevu od 1985.-2004. godine upravo prikazuje ovaj veliki skok priljeva po noćenju u razdoblju od 1994-1998. /110 US\$) i od 2002.-2004. (117,38 US\$)

Često se nailazi na nelogičnosti i dubioze u statističkim podacima, iako nije bilo službene promjene ni metodologije niti njezine tehnike. Zato Prof. Antunac govori o mitu koji se stvara oko devizne potrošnje inozemnih turista.

A mitovi mogu biti opasni ukoliko se ne razotkrivaju s poznatim činjenicama i neophodnim istraživanjima. Na mitovima (o ogromnim i neiscrpnim prirodnim bogatstvima) su svojevremeno građene i investicije koje su se pokazale promašenima.

Najveći doprinos razbijanju tog mita koji se može stvoriti daje Institut za turizam Hrvatske svojim istraživanjima (koje podupire i NBH kao i Ministarstvo turizma), koji prvi puta putem anketnog istraživanja dolazi do neprocjenjivo vrijedne i relevantne dokumentacije o potrošnji inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu.<sup>493</sup>

Istraživanja koja provodi Institut za turizam Hrvatske,<sup>494</sup> kroz TOMAS<sup>495</sup> istraživanja na terenu, a posebno projekat pokrenut sa NBH (i objavljuje rezultate anketnog istraživanja u Studiji «Potrošnja inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu» u 1998. 1999. 2000. i 2001.godini.), su najopsežnija istraživanja na tu temu i koja sadrže argumentirane podatke o potrošnji i stvarnom turističkom prihodu, odnosno efektima turizma u BDP-u., a sve u skladu s preporukama svjetske turističke organizacije i zahtjevima MMF-a. Anketno istraživanje vrijednosti ukupne turističke potrošnje inozemnih putnika u Hrvatskoj provodi se u nekoliko varijanti na izabranom uzorku na izlasku iz Hrvatske, a na temelju podataka DZS i podataka MUP-a. Polazeći od rezultata analize, kada se turističko tržište promatra prema broju posjetitelja koji su boravili u Hrvatskoj, moglo bi se zaključiti

<sup>493</sup> «Potrošnja inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu u 1998. godini», Hrvatska narodna banka i Institut za turizam, Zagreb, 1999.

<sup>494</sup> Istraživanja naznačena u gornjoj fus noti provodi Institut za turizam uz podršku Hrvatske narodne banke i za 1999., 2000. i 2001. godinu što nažalost do danas nije i objavljeno.

<sup>495</sup> Istraživanja pod nazivom «Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj» proveo je Institut za turizam Zagreb prvi puta 1987. godine. Istraživanje je provedeno i 1989. kao i 1994., 1997. i 2001. godine pod nazivom TOMAS.

da skupina posjetitelja na jednodnevnim putovanjima u Hrvatskoj ( s udjelom od 41%)<sup>496</sup> čini i najvažniji segment inozemnog turističkog tržišta.

Skupina posjetitelja s plaćenim noćenjima-u pravilu najvažniji i u službenim statističkim publikacijama turizma dosad gotovo isključivo razmatrani tržišni segment s udjelom nešto manjim od 38%, po važnosti bi prema ovom pokazatelju bio tek na drugom mjestu.

Dok na treću skupinu koju čine posjetitelji s neplaćenim noćenjem otpada prilično značajan udio od oko 21%<sup>497</sup>

Prema ovoj verziji provedenog anketnog istraživanja, analizira se koliko koja skupina ostvaruje turističke potrošnje.

Najvažnije je spomenuti činjenicu da:

Skupina posjetitelja s neplaćenim noćenjem, zajedno sa skupinom posjetitelja na jednodnevnim putovanjima bez noćenja, čini dio turističkog tržišta, koji vjerojatno zbog teškoća u provođenju odgovarajućih redovitih statističkih istraživanja, dosad nije bio službeno registriran. Sve do ovog istraživanja, ovaj dio turizma nije bio predmetom relevantnih analitičkih razmatranja, odnosno procjena ostvarene turističke potrošnje, pa je prema tome bio i izostavljen i pri utvrđivanju i mjerenju ukupnih učinaka turizma u hrvatskom gospodarstvu.

Upravo u toj činjenici leže glavni odgovori na razbijanje mita o turističkoj potrošnji, čime se otvara prostor za nova istraživanja i argumentaciju o veličini turističke potrošnje i učincima turizma u gospodarskom sustavu.

## **5.2. TSA - WTTC MODEL ZA UTVRĐIVANJE DOPRINOSA TURIZMA UKUPNOJ EKONOMIJI**

Za utvrđivanje međusektorskog utjecaja turizma na nacionalnu i/ili regionalnu ekonomiju, mnogi autori pokušali su dati neke modele i teorijske paradigme, ali do danas nije «otkrivena» ni jedna koja bi se uspješno mogla primijeniti u praksi.<sup>498</sup> Prikazane su neke metode kod kojih se javljaju izraziti «raskoraci», a praksa teško može pratiti i primjenjivati te teorijske postavke i modele.

Osim platne bilance, obično se u javnosti spominju još neki pokazatelji koje se s vremena na vrijeme pogrešno tumače kao pokazatelji zarade od turizma ili s kojima se rezultati istraživanja neopravdano izravno uspoređuju.

Primjerice, platna bilanca jedan je od izvora podataka za Turistički satelitski račun (TSA) koji je u Hrvatskoj razvijen u suradnji s World Travel and Tourism Councilom<sup>499</sup> i koji ne predstavlja samo “zaradu od turizma.” Satelitski računi zamišljeni su i opisani u Sustavu nacionalnih računa (SNA 93), dok je sam sustav TSA opisan u dokumentu RSA: Recommended Methodological Framework.<sup>500</sup> Osnovna ideja je na strani potražnje obuhvatiti dijelove osobne potrošnje, potrošnje države, izvoza i investicija koje se mogu smatrati izravno ili posredno povezanim s turizmom i putovanjima i zatim pomoću input/output tablica procijeniti stavke ponude.

---

<sup>496</sup> Turizam u Hrvatskoj- Inbound putovanja inozemnih putnika- Institut za turizam; [www.iztg.hr](http://www.iztg.hr)

<sup>497</sup> [www.izt.zg](http://www.izt.zg)

<sup>498</sup> Vidi detaljnije: Kobašić, A., 2003., Od multiplikatora do turističke satelitske bilance, Tourism and hospitality management, god. 9, Br.1. , Wien/Opatija, str. 57-66.

<sup>499</sup> [www.wttc.org](http://www.wttc.org)

<sup>500</sup> [www.oecd.org](http://www.oecd.org)

Sustav omogućava procjenu utjecaja turizma na ekonomiju pa tako iz njega možemo pročitati procjenu efekta turizma na zaposlenost (za Hrvatsku 27% u 2003.) ili na bruto domaći proizvod (22% u 2003.), ali i što možemo očekivati u budućnosti (oko 34% zaposlenosti i 32% BDP-a u 2013.). Bez obzira na to što svaka metodologija ima svoje dobre i loše strane, ipak se ne može zanemariti činjenica da su u slučaju Hrvatske, a u odnosu na druge zemlje koje su primijenile isti pristup procjene, ovi efekti prilično naglašeni.

### 5.2.1. Od multiplikatora do turističke satelitske bilance

H. G. Clement, kao autor «turističkog multiplikatora» svoju teoriju toga multiplikatora objavio je 1961. godine, formalno je temeljeći na osnovama R. F. Kahn-a i J. M. Keynes-a. Clement je pokušao postaviti «turistički multiplikator» istražujući utjecaj potrošnje inozemnih turista na nacionalnu ekonomiju. Takav je multiplikator teoretski mogao označavati jedino odnos između dva agregata, u ovom slučaju «promjene nacionalnog dohotka» uzrokovane «potrošnjom inozemnih turista». Međutim, Clement svoj multiplikator nije izvodio iz odnosa ova dva agregata nego iz međugranskog kolanja strane valute, zapravo fiktivnog kružnog tijeka ukupnih izdataka, odnosno primarne potrošnje inozemnih turista. To je rađeno na primjerima nekih pacifičkih i zemalja Dalekog istoka. Rezultati su objavljeni 1961. god. U studiji «The Future of Tourism in the Pacific and Far East». Europskim teoretičarima je prvi put predstavljena s pozitivnim predznakom od švicarskog teoretičara dr. K. Krapf-a kroz poglavlje «Multiplikativni efekti turizma».

Svoju teoriju H.G. Clement objašnjavao je prikazom kružnog tijeka ukupnih izdataka inozemnih turista. Ta njegova teorija skrenula je pozornost mnogih teoretičara turizma i od velikog broja ovih prilično nekritički prihvaćena.

U Hrvatskoj je također u početku bilo nekritičkog «preuzimanja» i razrade Clementove teorije na konkretne uvjete gospodarstva. 1965. godine turistički multiplikator izračunat je na 3,27. Clementov multiplikator od 3,2 može se sa sigurnošću primjenjivati u najmanje sedamnaest različitih ekonomija, što je već 1961. godine bio dovoljan razlog za oprezan kritički pristup ovoj teoriji.

Značajnije promjene u odnosu na tako nekritičko prihvaćanje Clementove teorije nastupile su početkom osamdesetih godina prošlog stoljeća, čemu je svakako značajan doprinos dala knjiga I. Antunca na temu «Turizam i ekonomska teorija», 1985.godine. On je ukazao na neutemeljenost i zablude Clementove teorije «turističkog multiplikatora», negirajući njenu vrijednost uz argumentirani zaključak da su kvantifikacije na kojima je bazirana teorija netočne, preuveličane, nedokumentirane i znanstveno nedokazane. Osim toga, u istoj knjizi je izrazio sumnju u dokumentaciju kojom se Clement koristio, budući da važeći sustavi mnogih zemalja ne omogućuju egzaktnu evidenciju prelijevanja novca iz jedne djelatnosti u drugu djelatnost ili sektor potrošnje.

Na kraju, nameće se nekoliko pitanja u odnosu na pristup i logičko razumijevanje Clementove teorije. I. Antunac izražava čak i sumnju u Clementovo poznavanje bitnih načela teorije multiplikatora, jer je za tu teoriju značajno da multiplikativne efekte ima samo «nova, marginalna, dodatna jedinica koja mijenja postojeće stanje ravnoteže u jednom gospodarstvu», a nova ravnoteža se uspostavlja povećanjem ili smanjenjem nacionalnog dohotka.<sup>501</sup> U Clementovoj teoriji nema dokaza da je najmanji mogući multiplikator 3,2.

---

<sup>501</sup> Antunac, I., Turizam i ekonomska teorija, IT, Zagreb, 1985., str. 240.



Stoga je ova teorija dovela u zabludu mnoge teoretičare koji su je nekritički prihvaćali i jednostavno je prenosili kao opće pravilo ili inovaciju.<sup>502</sup>

### **Analiza investiranja u turizam (Cost-benefit)**

Teorija «Cost benefit» analize usmjerena je uglavnom na investicije. Bazira se na pouzdanim osnovama, ali rijetko je primjenjivana u praksi za investicije u turizam na regionalnoj i nacionalnoj razini. Razlog za rijetko korištenje ove teorije pri investiranju u turizam je opet nedovoljna raspoloživost odgovarajućih, tj. potrebnih podataka, ali i pretenzije na široku obuhvatnost mnogih elemenata koje je teško evidentirati i pratiti.

Cost- benefit analiza se u osnovi «naslanja» na agregate input-output analize pa se teškoće u izvođenju input-output analize prenose velikim dijelom i na ovu analizu. Turizam je nemoguće izdvojeno prikazati kao sektor u okviru međusektorske analize, koja se oslanja na input-output po djelatnostima. Od 8 prikazanih djelatnosti, na strani input-output analize, turizam kao sektor nije prikazan jer je to onemogućavala postojeća klasifikacija djelatnosti. Kao posebni sektor-djelatnost vodila se «trgovina i ugostiteljstvo», a samo je ugostiteljstvo neposredno povezivano s turizmom. Taj nedostatak međusektorske analize i praznine u klasifikaciji djelatnosti predstavlja problem i pri izradi cost- benefit analize za turizam na razini regije, određivanja ili čak pojedinog objekta.<sup>503</sup>

Kako turizam nije moguće promatrati ni evidentirati kao poseban sektor djelatnosti općenito, za cost- benefit analizu su na Kongresu AIEST-a naznačeni glavni elementi troškova i koristi, tj. prihoda što nastaju pod utjecajem turizma i čine oslonac za cost- benefit analizu.

Tablica 5.12: *Troškovi i koristi ulaganja*

<b>Troškovi (štete) ulaganja</b>	<b>Koristi (benefits)</b>
<b>Neposredni</b>	
<b>a) subjekti - nositelji ponude</b>	
- Investicije u privredne objekte - Tekući troškovi poslovanja	- Prihodi od pružanja usluge - Slobodne aktivnosti građana (izdavači soba, vodiči, ind. prevoznici, izvođači kult-zabavnih programan i sl.
<b>b) ostali sudionici</b>	
- Investicije u infrastrukturu i javne objekte (za turiste) - Ulaganje u regionalnu propagandu	- Prihodi raznih institucija i budžeta, takse, ulaznice, PDV, mjenjačnice i sl. - Prihodi koji nisu ekvivalent usluga i istraživanja turizma (pokloni, donacije, napojnice i sl.)
<b>Posredni sudionici - učinci</b>	
- Štete od zagađivanja (zraka, vode, mora, tla, javnih površina i sl.) - Devastacija prirode - Neplaćeno održavanje infrastrukture, javnih institucija i prirode - Neadekvatno plaćeni resursi - Negativne stavke zapošljavanja (nezaposlenost, potpore, soc. davanja) - Sekundarni učinci zbog relativnog smanjenja iskorišt. kapaciteta rastom	- Porast vrijednosti nekretnina - Povoljan utjecaj na likvidnost - Besplatna osob. propaganda regije - Rast zaposlenosti - Bolje snabdjevanje - veći asortiman - Efekti na druge djelatnosti

Izvor: Tourism and hospitality management, Vol. 9, No.1, Opatija, 2003, str.60

<sup>502</sup> Kobašić, A., op.cit.str. 59.

<sup>503</sup> Ibid. str. 62.

Mnoge od ovih stavki nemoguće je egzaktno utvrditi. Tome u prilog idu i veoma složeni postupci za utvrđivanje realnih sadašnjih i budućih koristi i izdataka od turističkih investicija u određenoj regiji, npr. cijene izgradnje, otkup zemljišta, raspoloživi i očekivani zahvati u infrastrukturi i održavanje iste, politika i mogućnost intervencije regionalnih organa vlasti, financijska sposobnost regionalne zajednice, porezna politika, mogući stupanj devastacije, ekološki činitelji mogućnosti, sekundarni efekti, itd. Praktično, moguće je globalno utvrditi jedino neposredne učinke, npr. gospodarske investicije i s tim povezane troškove poslovanja, prihode od neposrednih usluga, zapošljavanje, ulaganja u regionalnu propagandu i dio prihoda raznih institucija i budžeta, a od svih posrednih samo djelomično troškove neposredno održavanja komunalne infrastrukture i uštede ne transportnim troškovima. Sve ostalo temelji se na aproksimacijama i grubim procjenama. Analizu otežava i nedostatak odgovarajuće baze podataka koja bi bila prilagođena klasifikaciji djelatnosti, ali i sustavu računovodstva kakav bi omogućavao realno utvrđivanje i praćenje svih koristi i nastalih «šteta» od pojedinačnog ili zajedničkog investiranja u objekte i aktivnosti koje služe turizmu.

### 5.2.2. Turistička satelitska bilanca

U svijetu su poznate dvije osnovne klasifikacije djelatnosti: ISIC (Standard International Classification of Tourism Activities) i klasifikacije europske unije EUROSTAT. U tim klasifikacijama se ne spominje posebna turistička djelatnost. Svojevremeno su, 1994. godine, stručne službe UN-a (UNSTAT) predložile da se omogući dopuna ISIC-ove klasifikacije djelatnosti koja bi dokazala da je moguće ugrađivanje turizma u ISIC-ovu klasifikaciju.

Takvo prilagođavanje u Hrvatskoj nije objavljeno pa se nije moglo dati odgovarajuće pokazatelje za izradu « turističke bilance». Ipak, bez prethodnog prilagođavanja klasifikacije djelatnosti po obrascu SICTA i bez promjena u sustavu računovodstva koje bi omogućavalo takvo obračunsko praćenje, iz Ministarstva turizma Hrvatske je u 2003. najavljena izrada tzv. satelitske bilance turizma, uz korištenje «vrhunskih stranih stručnjaka i institucija s bogatim iskustvom na takvim poslovima».<sup>504</sup>

Naši znanstvenici su već tada upozoravali na posljedice nedostatka prilagođene klasifikacije dok se neki prihvaćali i preporučavali predviđeni način rada. Ipak, sadašnja struktura naše nacionalne klasifikacije djelatnosti i način računovodstvenog iskazivanja ne omogućavaju ozbiljan pristup takvoj «bilanci».

Prof. Kobašić ukazuje na činjenicu da «satelitska bilanca turizma spada u relativno novu tehniku i metodologiju «bilanciranja» učinaka od turizma pa je teško govoriti o bogatom iskustvu i rezultatima. S izradom takvih «bilanci» na nacionalnoj razini i razradom obrazaca s osloncem na preporučeno usklađivanje sa SICTA klasifikacijom, počelo se posljednjih par godina, uglavnom nakon preporuke UN i WTO-a za dopunu međunarodne klasifikacije djelatnosti ISIC za potrebe statistike turizma. Povod toj preporuci je bio nedostatak odgovarajućih stavki u ISIC klasifikaciji koje bi omogućavale evidentiranje učinaka, tj. prihoda od turizma u različitim djelatnostima na način da bi bilo usporedivo na međunarodnoj razini. Prema toj preporuci trebalo je ISIC nadopuniti s tri nova stupca, tj. područja turizma, nakon čega bi dopunjena klasifikacija pod nazivom SICTA imala 8, umjesto 5 stupaca ISICA-a. Takva klasifikacija djelatnosti treba predstavljati podlogu i za utvrđivanje

---

<sup>504</sup> Kobašić. A., op.cit. str.61-62.

bilanciranih iznosa koji nastaju iz turističke potrošnje u raznim djelatnostima, ovdje «satelita».<sup>505</sup>

Kako u navedenim svjetskim klasifikacijama turizam nije primaran kao posebna djelatnost, WTO i UN predložili su prilagođavanje ISICA-a SICTA klasifikaciji, ali to je bilo prihvaćeno samo u nekoliko zemalja.<sup>506</sup>

Još 2001. godine počele su u Hrvatskoj rasprave o realnoj mogućnosti i korisnosti izrade Turističke satelitske bilance u nas s obzirom na sustavne teškoće za izračunavanje takve bilance. Uvažavajući razlike u pojedinim zemljama WTTC je pokušao dati jedan univerzalni obrazac koji nadomješta metodologiju za izradu TSA. Ekonomska koncepcija ove TSA temeljen je na «demand-side» konceptu ekonomskih aktivnosti, a trebao je obuhvatiti sve agregate ove grupacije koji na strani potražnje i ponude utječu na stvaranje prihoda i rashoda potaknutih turizmom.

Autori ove «turističke bilance» ističu razlike između ekonomskih aktivnosti: industrije i turizma, navodeći da tradicionalna industrija ne proizvodi niti nudi homogeni proizvod ili uslugu, a putnička industrija koju čini turistička aktivnost ima dvije različite skupine proizvoda. Prva su gore spomenuti i druga su usluge. Kao bazični javni agregati smatraju se: učinci putovanja i turizma na ekonomiju, potražnja, zaposlenost, GDP, kapitalne investicije, personal i poslovanje, intervencije i troškovi državnih organa, odnos politike, itd. Prema tim elementima obrasca TSA postoji velika podudarnost sa cost benefit analizom.

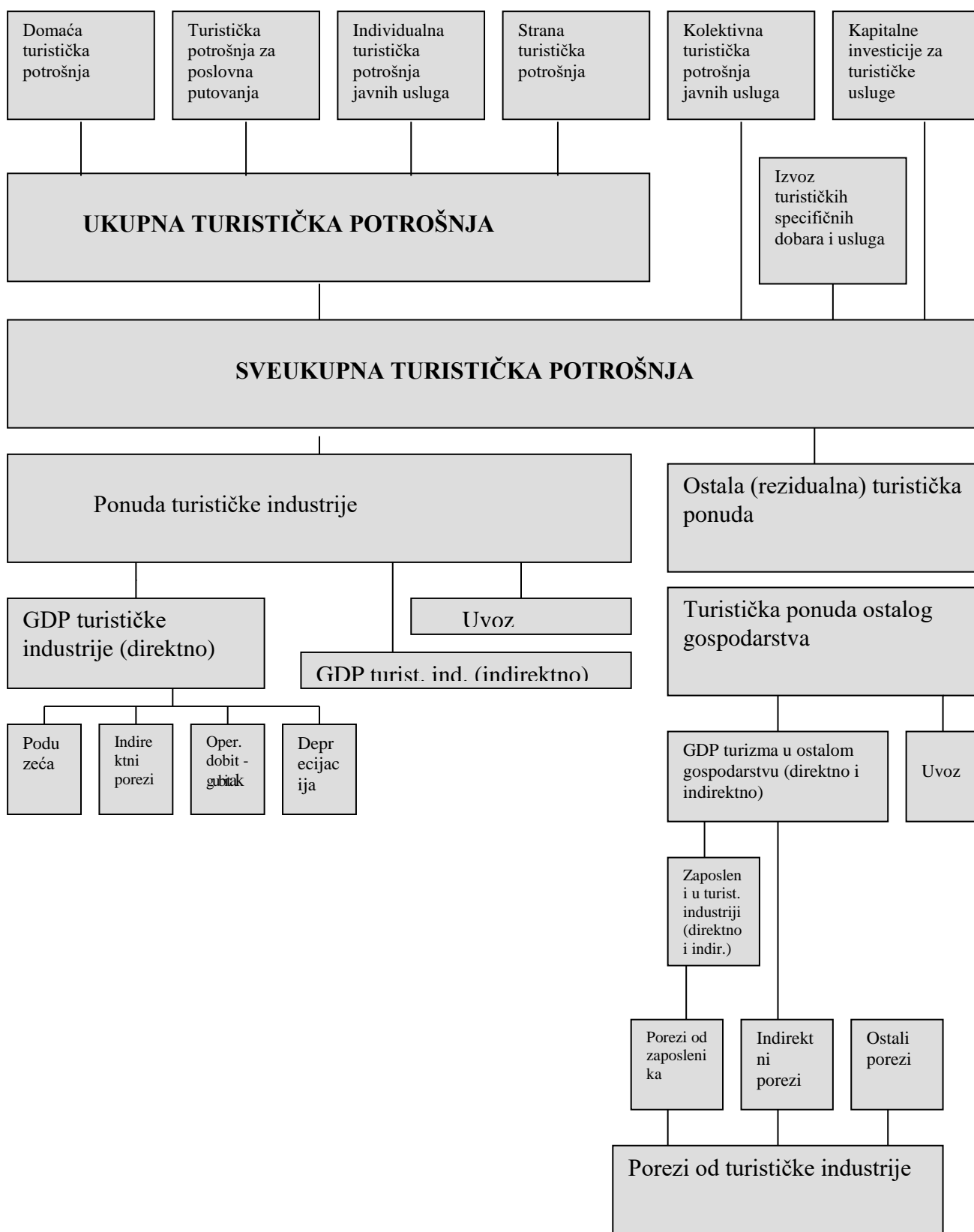
Iz svega navedenog može se zaključiti da «Turistička satelitska bilanca» bez odgovarajuće klasifikacije djelatnosti, uspostavljanja odgovarajućeg sustava računovodstva i bez jasnog statističkog razgraničenja u načinu evidentiranja potrošnje inozemnih turista i domicilnog stanovništva ne može biti bilanca jer nije egzaktna već samo još jedna u nizu procjena i pretpostavki o ulozi turizma u ukupnom gospodarskom sustavu. I tako dobiveni podaci u svakom slučaju nisu neupotrebljivi i beskorisni, jer konačno i veličina turističke potrošnje također nije egzaktno izmjerena već orijentaciono, iako su turisti egzaktno potrošili svoj dohodak kao turističku potrošnju. U nastavku, bez obzira na sve kritike i neslaganja navodimo upravo rezultate dobivene primjenom satelitske bilance turizma u Hrvatskoj, zbog korisnosti za daljnja istraživanja.

---

<sup>505</sup> Ibid. str. 62.

<sup>506</sup> Za Hrvatsku TSA izrađena je za nešto manje od tri mjeseca bez oslonca na nepostojeću klasifikaciju SICTA. U studiji WTTC-a, «World Travel and Tourism Council», izrađenoj pod nazivom «Croatia- The Impact of Travel and Tourism on Jobs and the Economy», u odjeljku «Travel and Tourism Satellite Account», obrađeno je nekoliko stavki primjenom jednostavnog linearnog trenda za razdoblje od 1999-2004 ( GDP, potražnja turista, zaposlenost, kapitalne investicije u T & T, poslovna putovanja, izvoz, turistička potrošnja), a procjene i predviđanja ekonomskog utjecaja turizma za 10 izlaznih godina (2003. i 2013.) predstavljaju uglavnom improvizacije jer nema ni jednog dokaza za takva kretanja i eventualna odstupanja po godinama. Taj dokument trebao je predstavljati našu «turističku satelitsku bilancu», naručenu u proljeće 2003. od Ministarstva turizma i u suradnji sa Statističkim zavodom Hrvatske i predočiti rezultate istraživanja TSA za Hrvatsku. Nakon prve najave o izradi ove bilance u proljeće 2003. počela su reagiranja na sam koncept TSA, a sudjelovalo je više naših autora-znanstvenika, npr. I. Antunca, B. Šimičića, A. Kobašića i dr. Većina je to prihvaćala kao novu nadu u teoriju i paradigmu dokazivanja veličine međusektorskog utjecaja turizma na razne djelatnosti. Vidi: Kobašić. A., op.cit. str. 63.

Slika 5.7: Turistička satelitska bilanca (TSA) - koncept i struktura



Izvor: : [www.wttc.org/publications/pdf/05finCroatia%202-03-](http://www.wttc.org/publications/pdf/05finCroatia%202-03-) The Impact of Travel&Tourism an Jobs and the Economy, World Travel & Tourism Concile, str. 22. /Prijevod B.B.)

Turistička satelitska bilanca za Hrvatsku prikazuje simulaciju novog međunarodnog standarda koji su prihvatili Ujedinjeni narodi, a koji je uslijedio nakon Svjetske konferencije o mjeranju ekonomske važnosti. (Nica, Francuska, lipanj 1999.), nakon desetogodišnjeg razvoja modela i prikupljanja iskustva od strane WTTC-a i Oxford Economic Forecasting-a (OEF), te nakon primjene OEF-ovih najnovijih makroekonomskih prognoza.

Što se ekonomskog koncepta turističke satelitske bilance tiče, turistička satelitska bilanca temelji se na konceptu potražne strane ekonomskih aktivnosti iz razloga što ta industrija ne proizvodi i ne pruža homogeni proizvod ili uslugu kao što to čine tradicionalne industrije (poljoprivreda, elektronika, industrija čelika, i td.). Naime, turizam je industrijska aktivnost definirana raznovrsnom paletom proizvoda (trajni i netrajni) i usluga (prijevoz, smještaj, hrana i pića, zabava, državne usluge i td.) namijenjenih turistima. Dva su osnovna agregata potražnje u TSB-u:

1. Ukupna turistička potrošnja predstavlja vrijednost dobara i usluga koje konzumiraju turisti. Taj osnovni agregat potražnje koristi se za konstruiranje eksplicitno definiranog industrijskog ekvivalenta na strani ponude, u svrhu usporedbe sa svim ostalim industrijama. Ukupna turistička potrošnja uključuje:
  - Domaću turističku potrošnju, poznatiju pod nazivom izdaci za potrošnju, koja obuhvaća potrošnju hrvatskih stanovnika na tradicionalne turističke usluge (smještaj, prijevoz, zabavu, hranu, financijske usluge, i td.) i proizvode (trajne i netrajne) koji se koriste u putnim i turističkim aktivnostima.
  - Turističku potrošnju za poslovna putovanja od strane vlade i industrije, koja odražava domaću turističku potrošnju na dobra i usluge (prijevoz, smještaj, zabava, hrana, i td.), ali predstavlja intermedijalni input za vrijeme poslovnih ili vladinih aktivnosti.
  - Individualnu turističku potrošnju javnih usluga agencija i ministarstava koja individualnim turistima pružaju turističke usluge, primjerice kulturne (muzeji), rekreacijske (nacionalni parkovi) ili klirinške (imigracija/carine).
  - Stranu turističku potrošnju, koja obuhvaća potrošnju inozemnih turista na dobra i usluge.
2. Sveukupna turistička potrošnja nastavlja se na Ukupnu turističku potrošnju kako bi obuhvatila turistička dobra i usluge povezane s rezidualnim komponentama finalne potražnje. Koristi se u prikazivanju šireg učinka turizma na cijelo gospodarstvo. Rezidualni elementi sveukupne turističke potrošnje su:
  - Kolektivna turistička potrošnja javnih usluga agencija i ministarstava povezanih s turizmom, ali koja generalno koristi cjelokupnoj zajednici, npr. turistička promocija, zrakoplovstvo, usluge osiguranja i sl.
  - Kapitalne investicije u turističke usluge od strane turističkih investitora (privatni sektor) i vladinih agencija (javni sektor) kako bi se turistima ponudili objekti, oprema i infrastruktura.
  - Izvoz specifičnih turističkih dobara i usluga koja uključuju potrošačka dobra poslana u inozemstvo za finalnu prodaju turistima (kao što su odjeća, elektronika ili benzin) ili kapitalna dobra poslana u inozemstvo na uporabu industrijskim pružateljima usluga (kao što su zrakoplovi ili kruzeri).

Koristeći input/output model odvojeno na ovim dvama agregatima (Ukupnoj turističkoj potrošnji i Sveukupnoj turističkoj potražnji), Satelitska je bilanca u mogućnosti pružiti dva različita komplementarna agregata Ponude turističke industrije: Turističku industriju i Turističku industriju u odnosu na ukupnu ekonomiju. Prvi agregat prikazuje eksplicitno definirani ekvivalent proizvođačke strane 'industrije' direktnog učinka, korišten u usporedbi sa svim ostalim industrijama, dok drugi prikazuje širi, direktni i indirektni učinak

turizma na cjelokupno gospodarstvo. Zahvaljujući ovom procesu, satelitska je bilanca također u mogućnosti da odredi koliki udio ponude otpada na Uvoz iz inozemstva.

U slijedećem koraku TSB dijeli oba agregata ponude (Ponudu turističke industrije i Rezidualnu turističku ponudu) na direktan i indirektan učinak Bruto domaćeg proizvoda (GDP-a), najvažnijeg pokazatelja ekonomske proizvodnje, te na razne komponente GDP-a (plaće i nadnice, indirektni porezi, proizvodni višak, deprecijaciju i subvencije). Osim regularnih TSB računa, prikazana je na slici 5.7. također i zasebna analiza poreza na dohodak koji plaćaju zaposleni u turizmu te poreza na dobit i promet nekretninama koji plaćaju turističke tvrtke.

Konačno, jedan od najvažnijih elemenata TSB-a jesu učinci zaposlenih u turizmu, koji se mogu kvantificirati za zaposlene direktno u turističkoj industriji i za zaposlene direktno i indirektno u turističkoj industriji.

- Zaposleni direktno u turističkoj industriji općenito uključuju one zaposlenike koji su u direktnom kontaktu s turistima (zrakoplovne kompanije, hotele, rent-a-car, restorane, maloprodaju, zabavu, i td.).
- Zaposleni direktno i indirektno u turističkoj industriji uključuju direktno zaposlene u turističkoj industriji i zaposlene koji nisu u izravnom doticaju s turistima, a vezani su uz:
  - industrijske dobavljače (zrakoplovne ugostitelje, uslugu pranja rublja, dobavljače hrane, veleprodaju, računovodstvene tvrtke, i td.).
  - vladine agencije, proizvodnju i konstrukciju kapitalnih dobara i izvoznih dobara korištenih u turizmu.
  - opskrbu robama široke potrošnje (proizvođači čelika, drva, proizvodnja benzina, i td.)

### **5.2.2.1. Rezultati dobiveni primjenom satelitske bilance turizma u Hrvatskoj**

Podaci da je kroz turizam u 2002. godini u hrvatskom gospodarstvu ostvareni prihod iznosio 7,3 milijarde dolara prihvaćeni su u široj, ali i dijelu gospodarske javnosti s velikom nevjericom. U 2003. godini navodi se iz Ministarstva turizma, ostvareni prihod od 7,9 milijardi dolara. Ti podaci i dodatni pokazatelji, dobiveni primjenom tzv. satelitske bilance turizma, zaoštrili su i onako prisutne polemike oko toga koliko Hrvatska istinski privređuje kroz turizam, koje je mjesto turizma u gospodarskom životu Hrvatske i koji je utjecaj turizma na ukupni budući gospodarski razvoj. Nitko danas ne može oporeći značenje i važnost turizma za sav budući razvoj. Tu stepenicu uvjeravanja konačno smo prošli, a doprinos turizma uravnoteženju platne bilance više nitko ne dovodi u pitanje. Međutim, ono što je sporno je istinski doprinos turizma stvaranju BDP-a, odnosno još više utjecaj turističkih tijekova na ukupna razvojna kretanja u hrvatskom gospodarstvu. Tu očito postoje razlike u mišljenjima pa i u samom pristupu.<sup>507</sup> Turistička satelitska bilanca, okvirna procjena udjela po gospodarskim djelatnostima u Hrvatskoj, 2001. godine, pokazuje da ugostiteljstvo sudjeluje svega s 30% u raspodjeli ukupne turističke potrošnje u Hrvatskoj, slijede poljoprivreda i prehrambena industrija s 20%, promet i veze s 15%, trgovina s 10%, proizvodnja naftnih derivata s 5% i ostali s 20%.<sup>508</sup> Da bi se utvrdilo doprinos sektora turizam i putovanja na ukupnu ekonomiju-nacionalni proizvod i zaposlenost – ako bi zanemarili sve navedene

<sup>507</sup> <http://www.masmedia.hr> (21.11.2004.)

<sup>508</sup> <http://www.mzopu.hr> (22. 11. 2004.)

opravdane kritičke opaske, koristeći TSA-WTTC model<sup>509</sup> koji osim turističke potrošnje obuhvaća i ostale komponente agregatne potrošnje dolazi se do sljedećih kvantifikacija:

Rezultat te analize daje ukupan doprinos turizma gospodarskom sustavu kroz njegovo učešće u stvaranju BDP-a od 19,3%<sup>510</sup>

Rezultat input-output analize u modelu TSA daju rezultat o konačnim efektima turizma na zaposlenost od čak 27,6% što je dokaz da je turizam radno intenzivna djelatnost<sup>511</sup>

Turizam sa svojim potencijalima za povećanje iskorištenosti kapaciteta te prosječne i ukupne potrošnje zaista nudi široke mogućnosti za otvaranje novih radnih mjesta i povećanje zaposlenosti. Međutim, pretežno sezonski karakter poslovanja gospodarskih subjekata izravno angažiranih u proizvodnji turističkih usluga nužno zahtijeva specifična rješenja kako u uobličavanju turističke ponude (naglašeniji udio obiteljskog poduzetništva u turizmu), tako i u sferi radnih odnosa gdje je nužno hitno donošenje rješenja statusa sezonske zaposlenosti i iz toga proizašlih prava i obveza zaposlenika. Posebno valja upozoriti na činjenicu da sadašnja stalna zaposlenost u hrvatskom hotelijerstvu predstavlja preveliko troškovno opterećenje. Naime, iako je kod većine hotelskih poduzeća bitno smanjen opseg poslovnih aktivnosti (nakon gubitka tržišne pozicije, posebice na kvalitetnijem zapadnoeuropskom turističkom tržištu), iz objektivnih se razloga (socijalne prilike) zaposlenost nije mogla smanjivati u istom omjeru. Jedan je to od najvećih problema ukupnog poslovanja hotelijerstva koji bitno ograničava proces njegove restrukturacije, tržišnog oporavka, a u tome je svakako dio uzroka usporenog procesa privatizacije.

Prema tome, TSA – WTTC model je metodologija kojom se utvrđuje doprinos sektora turizam i putovanja (Travel & Tourism) na ukupnu ekonomiju – nacionalni proizvod, i zaposlenost.

Model se koristi:

- Korištenjem definicija za turizam i temeljem toga izvođenjem metode za izračunavanje potražnje na strani komponenata GDP-a: osobne potrošnje, investicija, državne potrošnje i neto izvoza.
- Korištenjem input-output tablica za prevođenje potražnje (potrošnje) u varijable ponude: zaposlenost, amortizacija, operativni viškovi i indirektni porezi.

Osnovno je pitanje koje ekonomske aktivnosti turista se uključuju u TSA model. Prema metodologiji TSA se uključuje sva osobna potrošnja prije, tijekom i nakon putovanja, koja je u direktnoj vezi sa putovanjem (poput putnih troškova, smještaja, prehrane, kupovine i sl.). Posebno je teško definirati potrošnju trajnih dobara (consumer durables). Iako se prema SNA oni ne uključuju u turističku potrošnju, TSA ih djelomično uključuje i to:

1. Trajna dobra za turističke svrhe: prtljaga, skijaška oprema i dr.
2. Razna trajna dobra, koja se koriste za turističke i neturističke svrhe npr. automobili, kamere i sl.

---

<sup>509</sup> Croatia WTTC/OEF Travel & Tourism simulated Satellite Accounts- Oxford Economic Forecasting-World Travel & Tourism Council, 20. September, 2002.

<sup>510</sup> *ibid.*, str.3./Osobna potrošnja za turizam se definira kao osobna potrošnja hrvatskih građana za turističke potrebe, To je potrošnja za putovanja, za vikendice, hrana za goste, dijelovi automobila, odjeća za putovanja i sl. Procjenjuje se da je u posljednjim godinama to iznosilo 9-10% od ukupne osobne potrošnje u Hrvatskoj, odnosno ukupna osobna potrošnja povezana uz turizam je u 2001. godini u Hrvatskoj iznosila 1,10 biliona US\$ ili 9,4% od ukupne osobne potrošnje u Hrvatskoj. Korištenjem spomenute metodologije ocjenjuje se da su ukupne investicije povezane uz turizam u 2000. godini iznosile 15,3% od ukupnih fiksnih investicija u Hrvatskoj. Prema metodologiji se ocjenjuje da oko 35% uvoza usluga je povezano uz turizam, dok je kod izvoza usluga to 65-70%. Isto tako 6% državne potrošnje je namijenjeno turizmu.

<sup>511</sup> *Ibid.*, str.23-25.

Računaju se dva pokazatelja:

1. GDP turističke industrije: on obuhvaća sumu komponenata turističke potrošnje (osobna potrošnja za potrebe turizma, potrošnja stranih turista za potrebe turizma, turistička potrošnja u okviru poslovnih putovanja, individualna državna potrošnja za potrebe turizma). Odbitne stavke su: sve uvozne komponente za zadovoljenje turističke potrošnje.
2. GDP turizma u odnosu na ukupnu ekonomiju: on obuhvaća sve gore navedene komponente turističke potrošnje plus ukupna državna potrošnja za potrebe turizma, investicije za turizam i izvoz robe za potrebe turizma u inozemstvu. Odbitne stavke su uvozne komponente za zadovoljenje turističke potrošnje.

Objašnjenje pojedinih kategorija:

1. Osobna potrošnja za potrebe turizma

Na kategoriju osobne potrošnje uobičajeno otpada oko 2/3 GDP-a. Posljednjih je godina veliki napor da se izračuna točan udio osobne potrošnje za turizam.

Mnoge kategorije sadržavaju komponentu za turizam i potrebno ih je uključiti u ovu procjenu. Važne stavke su:

Troškovi putovanja, iznajmljivanje auta, kupnja brodova, odjeća, prtljaga, obuća, troškovi veza, zabava osoba, hrana i piće konzumirani izvan mjesta prebivališta, smještaj, potrošnja u restoranima, proizvodi za osobnu higijenu, oprema za fotografiranje, suveniri, oprema za sport i rekreaciju, telefoni, duhan, vodiči, knjige i magazini, osiguranja putovanja, video oprema i dr.

U Hrvatskoj je korištena klasifikacija proizvoda za veći broj kategorija. Podaci su korišteni iz godišnjeg izvještaja o potrošnji domaćinstava koje se prati za razdoblje 1998.-2001.

Podaci za Hrvatsku:

- Hrana, piće i duhan 4,4% povezano uz turizam
- Odjeća i obuća 8,8% povezano uz turizam (na to inače otpada oko 5-8% ukupne potrošnje)
- Održavanje kuća (voda, struja i ostala goriva) 10% povezano uz turizam
- Potrošnja na namještaj i opremu za kućanstvo 10% povezano uz turizam
- Medicinski troškovi – to TSA ne uključuje iako i oni postoje
- Prijevoz i komunikacije; ovisi o vrsti prijevoza (cestovni prijevoz 25%, željeznički 14%, zračni 100% i riječni 25%).
- Rekreacija i kultura; rekreacija 8,8%; kultura 10%.
- Obrazovanje – nema utjecaja na turizam /nema kvantifikacije/
- Potrošnja u hotelima i restoranima; potrošnja u hotelima 100%; potrošnja u restoranima 19%.
- Mješane robe i usluge i dr.

Tako je ukupna osobna potrošnja povezana uz turizam u 2001. godini u Hrvatskoj iznosila 1,10 biliona USD ili 9,4% ukupne osobne potrošnje u Hrvatskoj.

2. Investicijska potrošnja povezana uz turizam

Investicije u turistički sektor obuhvaćaju: kuće za prebivanje i objekti koji nisu primarno namijenjeni za prebivanje: hoteli, moteli, oprema poput aviona, vlakova, autobusa, taksija i auta za iznajmljivanje, infrastrukturna potrošnja za ceste, marine, parkove i druge turističke ljepote. U teoriji, to sve ima pozivne dodatne efekte na ukupnu ekonomiju. Isto to



može pozitivno utjecati na dodatno privlačenje stranih investicija. 14-17% ukupnih investicija u stalna sredstva je vezano za turizam.

Korišteni su podaci za razdoblje 1997.-2000. fiksne investicije prema namjeni investicije.

Korištenjem metodologije ocjenjuje se da su ukupne investicije povezane za turizam u 2000. godini iznosile 0,61 biliona USD ili 15,3% od ukupnih fiksnih investicija u Hrvatskoj.

### 3. Izvoz i uvoz robe za potrebe turizma

Radi se o proizvodima koji se uvoze za potrebe turista u domicilnoj zemlji, odnosno koji se izvoze za potrebe stranih turista u stranim zemljama. To je robni izvoz/uvoz za potrebe turizma. U Hrvatskoj se ocjenjuje da je robni izvoz za potrebe turista 8-9%, dok je robni uvoz za potrebe turista 13-15%. Za ukupnu razmjenu se ocjenjuje da to iznosi 12% za potrebe turista.

Robni izvoz i uvoz obuhvaća: alkoholna pića, avione, automobile i dijelove, odjeću i obuću, gorivo, hranu i bezalkoholna pića, namještaj, troškove održavanja kuće, motore, prtljagu, motorna vozila, propan, brodove, sportsku i rekreacijsku opremu i duhan.

Korištenjem metodologije dobiveni su sljedeći podaci: izvoz turističkih roba je u 2001. godini iznosio 0,42 bn USD, dok je 1,25 bn USD uvezeno. U ukupnom periodu Hrvatska je imala naglašen robni deficit.

### 4. Izvoz i uvoz usluga povezanih uz turizam:

Potrošnja stranih turista u turističkoj zemlji se evidentira u platnoj bilanci. No sve usluge koje koriste turisti nisu evidentirane u platnoj bilanci, a neke nedostaju. Stoga TSA metodologija revidira te podatke za razdoblje od 1993.-2001. godine.

Prema metodologiji se ocjenjuje da oko 35% uvoza usluga je vezano uz turizam, dok je kod izvoza usluga to 65-70%. Na području usluga, Hrvatska ima kontinuirano visoki suficit. Uvoz je u 2001. godini iznosio 0,66 bn USD, a izvoz 3,42 bn USD.

### 5. Potrošnja na poslovnim putovanjima

Tu su uključene: Turistička potrošnja državnih zaposlenika, isključena su putovanja za vojne svrhe.

Turistička potrošnja zaposlenika poduzeća.

Za 2001. godinu ocjenjeno je to na 0,39 bn USD i brojke za poslovna putovanja su više od pola manje u odnosu na osobnu potrošnju.

Poslovna putovanja prema definiciji obuhvaćaju potrošnju poduzeća i države.

Izravan doprinos hrvatskog turizma ukupnom gospodarstvu procjenjuje se prema WTTC modelu u 2003. godini na 2,5 milijardi USD ili 10,6% BDP-a, a izravna zaposlenost iznosi 139 tisuće ili 13% ukupno zaposlenih u Hrvatskoj.<sup>512</sup>

Pošto turizam ima utjecaja na druge sektore gospodarstva, stvarni učinak turizma je znatno veći. Ukupni izravni i neizravni doprinos hrvatskog turizma u ukupnom gospodarstvu se tada procjenjuje na 5,4 milijarde USD ili 22,4% BDP-a, a zaposlenost na 294 tisuća ili 27,4% ukupno zaposlenih.

---

<sup>512</sup> Vidjeti detaljnije: [www.wttc.org/publications/pdf/05finCroatia%202-03](http://www.wttc.org/publications/pdf/05finCroatia%202-03)

Tablica 5.13: Turistička satelitska bilanca – turizam i putovanja (2000.-2003. i prognoza 2013.) - u milijunima USD

	2000.	2001.	2002.	2003.	2013.
Domaća turistička potrošnja	1.066	1.099	1.457	1.625	4.014
Turistička potrošnja za poslovna putovanja	352	391	466	506	941
Individualna turistička potrošnja javnih usluga	14	4	5	7	14
Strana turistička potrošnja	2.835	3.439	3.951	4.577	12.089
Ukupna turistička potrošnja	4.267	4.933	5.881	6.716	17.059
Kolektivna turistička potrošnja javnih usluga	121	31	41	53	108
Kapitalne investicije u dugotrajnu imovinu kojom se proizvodi cjelovita turistička usluga	613	589	609	635	1.372
Izvoz turističkih specifičnih dobara i usluga	423	422	456	635	1.643
Sveukupna turistička potrošnja	5.424	5.974	6.988	7.986	20.182

Izvor: : [www.wttc.org/publications/pdf/05finCroatia%202-03-](http://www.wttc.org/publications/pdf/05finCroatia%202-03-) *The Impact of Travel&Tourism an Jobs and the Economy, World Travel & Tourism Concile, str. 47.*

Usporedbe radi ukupna svjetska turistička potražnja 2003. godine iznosi 4.565 milijardi USD, a u zemljama Europske unije 1.500 milijardi USD. Na svjetskoj razini, turizam izravno sudjeluje u BDP-u sa 1.290 milijardi USD ili 3,7%, a zapošljava 67,4 milijuna ljudi ili 2,6% svih zaposlenih.<sup>513</sup> U zemljama Europske unije turizam izravno čini 4,2% BDP-a (389 milijardi USD), a zapošljava 7,5 milijuna ljudi ili 4,5% od ukupnog broja zaposlenih<sup>514</sup>

<sup>513</sup> Ozbiljna upozorenja daje prof. Antunac o nastaloj pravoj konfuziji u korištenju i citiranju statističkih podata i pokazatelja na području turizma koje objavljuje WTO a koje proizlaze iz neidentičnih metodologija i tehnika praćenja koja se ne bi smjela zbrajati. Posebno se argumentirano suprostavlja izvještajima i metodologiji WTTC-a. vidi: Antunac, I.,(2002), „Mit o deviznoj potrošnji inozemnih turista“, poseban otisak iz Ekonomskog pregleda broj 3-4/2002. str. 234.

<sup>514</sup> WTTC, Croatia- The Impact of Travel & Tourism on Jobs and the Economy, 2003., str. 24-25.

Tablica 5.14: Turistička satelitska bilanca-doprinos sektora turizam i putovanja ukupnom gospodarstvu Hrvatske u %

	2000.	2001.	2002.	2003.	2013. (procjena)	Prosječni godišnji rast
1. Ukupan doprinos (izravno)						
- zaposleni	11,6	12,7	12,3	13,0	15,9	3,7
- BDP	8,7	9,8	9,8	10,6	14,8	7,4
2. Ukupan doprinos (izravno i neizravno)						
- zaposleni	27,5	27,3	26,2	27,4	33,9	3,8
- BDP	19,9	20,8	20,8	22,4	31,6	7,5

Izvor: WTTC i OEF prema: Ministarstvo mora, turizma, prometa i razvitka, Hrvatski turizam u brojkama 2003., Izdanje 2004., str. 40. i WTTC, Croatia . The Impact of Travel & Tourism an Jobs and the Economy, 2003., str. 25.

Ukupan izravan i neizravan utjecaj prema metodologiji WTTC još je veći, te na svjetskoj razini, turizam sudjeluje u BDP-u sa 3.548 milijardi USD ili 10,2%, a zapošljava 193,2 milijuna ljudi ili 7,5% svih zaposlenih. U zemljama Europske unije turizam izravno i neizravno čini 11,5% BDP-a (1.083 milijarde US\$), a zapošljava 20,8 milijuna ljudi ili 12,5% od ukupnog broja zaposlenih.

Iz podataka je prema ovoj metodologiji vidljivo kako turizam u Hrvatskoj znatno više doprinosi BDP-u i ukupnoj zaposlenosti nego je to slučaj u svijetu i zemljama Europske unije. Ovo još više dolazi do izražaja ako se sagledaju procjene za 2013. godinu u kojoj se očekuje da će ukupna turistička potražnja iznositi 20,2 milijardi USD, a da će turizam izravno činiti 14,8% BDP-a (6,7 milijardi USD) odnosno izravno i neizravno 31,6% (14,4 milijardi USD) BDP-a. Također, 2013. godine procjenjuje se da će hrvatski turizam izravno zapošljavati oko 427 tisuća ljudi što bi činilo 33,9% od ukupnog broja zaposlenih.<sup>515</sup> Upozorenja i ukazivanje prof. Antunca sa stanovišta analiziranja i prikazivanja turističke potrošnje je potkrepljeno argumentima koje je teško odbaciti. Isto tako stručnjaci WTTC-a u svoje izračune uključuju sve djelatnosti koje i minimalno dotiču turizam, te is toga slijedi zaključak da je potrebno precizno definirati posebno pojam turizam, posebno što on podrazumijeva u ekonomiji, te iz takve definicije i jasne koncepcije valja doći do zajedničke (svjetske) metodologije za registriranje tog fenomena.

Prof. Stipetić u svom Plaidoyer-u za jedinstveni sustav turističkih računa<sup>516</sup> zalaže se za razradu metodologije koja bi donijela analitički okvir neophodan za komparativnu analizu turizma, kao svjetskog fenomena i za izradu jedinstvenog sustava praćenja turizma u svijetu, te se priklanja dosadšnjem radu i zalaganjima Svjetske turističke organizacije (WTO) i OECD-a, a odbacuje „maksimalistički“ pristup promatranja turističke tražnje koju provodi

<sup>515</sup> Na ovom mjetu ponovo podsjećamo na upozorenja prof. Antunca koji u svojoj Studiji ukazuje na problem pokazatelja o ostvarenim noćenjima i pokazateljima o deviznom priljevu što nisu istovrsne kategorije. Autor smatra da im je različita suština i vrijednost, jer ih prikupljaju, registriraju, sređuju i objavljuju dvije zasebne ustanove. Vidi: Antunac, I., op. cit. str.233.

<sup>516</sup> Vidi: Stipetić, V.,(1998), Plaidoyer za jedinstveni sustav turističkih računa, Hotelska kuća 1998., Hotelijerski fakultet Opatija, str. 414-415.

Svjetski savjet za putovanja i turizam (WTTC-World Travel and Tourism Council). I maksimalistički pristup WTTC-a kao i kritički stavovi, su na neki način doprinosi u sagledavanju složene problematike turističkog fenomena, u rasčišćavanju dilema, teškoća i otvorenih pitanja. Ovakav „maksimalistički“ pristup je više „dokaz“ sinergijskog učinka turizma na ukupno gospodarstvo, a manje njegove egzaktnosti. Prikazan prosječan godišnji budući rast turizma u Hrvatskoj prema WTTC-u je znatno veći nego što se očekuje u istom razdoblju na svjetskoj i europskoj razini. Međutim, to ne znači da je turizam za ostale zemlje manje važan pa tako, primjerice, zemlje Europske unije osobito ističu gospodarski značaj turizma za budući rast i zaposlenost.<sup>517</sup> Turizam smatraju za glavnog inicijatora novog zapošljavanja u godinama koje slijede, a posebno u manje razvijenim perifernim europskim regijama. Očekuje se da bi turizam zemljama Europske unije mogao donijeti 2 milijuna novozaposlenih u sljedećih deset godina.

---

<sup>517</sup> EU guide- Tourism and the European Union, dostupno na [www.eubusiness.com](http://www.eubusiness.com) (skinuto 22. veljače 2005.)

## PITANJA ZA PROVJERU ZNANJA I VJEŽBE

1. Kako se turizam definira u teoriji te kakav je odnos turizma i gospodarskog sustava?
2. Koliko na razini Republike Hrvatske od ukupne vrijednosti domaće i inozemne turističke potrošnje u stvaranju te vrijednosti izravno ili neizravno sudjeluju djelatnosti domaćeg proizvodnog sustava?
3. U desetogodišnjem razdoblju BDP je u Europskoj uniji stalno rastao. U skladu s time rasla je i osobna i inozemna turistička potrošnja. Na kojem udjelu u BDP-u se nalazila osobna potrošnja, a na kojem turistička? Na kojem je mjestu turistička potrošnja unutar osobne potrošnje?
4. Koje se prepreke javljaju da bi se utvrdilo mjesto turističke potrošnje unutar osobne potrošnje ?
5. Povucite paralelu između turističke potrošnje, osobne potrošnje i agregatne potrošnje u odnosu na domaći proizvod. Kakva je uloga turističke potrošnje u agregatnoj potrošnji? Kako se definira agregatna potražnja i od kojih se komponenti sastoji?
6. Kakav je utjecaj investicijske potrošnje na agregatnu potrošnju, te kakava je uloga turističkih investicija na agregatnu potražnju?
7. Što je to investicijski multiplikator i kako on djeluje? Objasnite na koji se način rasprostru multiplikativni efekti između dohotka i potrošnje?
8. Što se tiče investicija i investicijske politike u turizmu, u kojem pravcu moraju biti usmjereni temeljni pravci djelovanja te politike?
9. Obrazložite dvojni ulogu investicija u gospodarstvom sustavu kao i turizmu na jednom praktičnom primjeru investiranju u hotelsku industriju?
10. Čime se mjeri efikasnost (efektivnost) investicija te obrazložite te pokazatelje? Kakava je efikasnost uloženog kapitala u hrvatsko gospodarstvo, a posebno u hrvatsko hotelijerstvo?
11. Što je to otvorena privreda, a što je unutar nje neto izvoz? Kakav efekt ima vanjska trgovina na GPN ?
12. Kako glasi multiplikator otvorene privrede i kakav je utjecaj izvoza turističkih usluga na razinu bruto domaćeg proizvoda?
13. Koliki je stvarni i mogući devizni priljev od turizma u ukupnom izvozu i uvozu roba i usluga, koliki u uvozu i izvozu roba, koliki u obvezama u kapitalnim transakcijama platne bilance Hrvatske, a koliki u pokrivanju inozemnog duga Hrvatske ?
14. Analiza deviznog priljeva od turizma i turističke potrošnje ukazuje na određene kontroverze u praćenju i prikazivanju. O kakvim se problemima radi?
15. Objasnite na koji način se postiže ravnoteža u zatvorenoj privredi i kakva je u tom procesu uloga poreza a kakva dodatne javne potrošnje? Kakvu sve to vezu ima sa turizmom?
16. Objasnite TSA - WTTC model za utvrđivanje doprinosa turizma ukupnoj ekonomiji?
17. Objasnite kratko teoriju turističkog multiplikatora kao i cost-benefit analize?
18. Što je to TSA ili turistička satelitska bilanca i kakve rezultati dobivemo primjenom satelitske bilance turizma u Hrvatskoj za razdoblje 2001-2003., kao i procjene za 2013. godinu?

## **6. dio**

# **MOGUĆNOSTI TURIZMA U RJEŠAVANJU PROBLEMA NEZAPOSLENOSTI (direktni i indirektni učinci)**



## 6. MOGUĆNOSTI TURIZMA U RJEŠAVANJU PROBLEMA NEZAPOSLENOSTI

Brzi razvoj turizma u Hrvatskoj izazvao je povećanje broja direktno zaposlenih u turističkim djelatnostima, a s obzirom na multiplikatorsku funkciju i povećanje broja zaposlenih u neturističkim djelatnostima. Pri planiranju kadrova treba voditi računa o direktnoj zaposlenosti. Ako bi došlo do pomanjkanja kadrova bilo na primarnom, bilo na sekundarnom turističkom tržištu, ne bi se ostvario planirani razvoj turizma u našoj zemlji. U rješavanju pitanja zaposlenosti trebalo bi doprinijeti uvođenju tzv. dvojnih zanimanja kako bi se donekle otklonile negativne posljedice turističke sezonalnosti u domeni sigurnosti i stalnosti zapošljavanja.

Turizam je značajan faktor potpunijeg korištenja radno sposobnog stanovništva određenih zemalja i područja. Ovo posebno treba promatrati u svijetlu velike uloge živog ljudskog rada u djelatnostima koje sačinjavaju turističko gospodarstvo i djelatnostima tercijalnog sektora gospodarstva u zapošljavanju stanovništva uopće. Povećanjem turističkog prometa i potrošnje stranih i domaćih turista dolazi do uključivanja velikog broja radnika u spomenute djelatnosti turističkog gospodarstva. Isto tako, povećava se i broj zaposlenih u neprivrednim djelatnostima koje direktno sudjeluju u podmirenju potreba turista. Ovdje treba ukazati i na značaj direktnog angažiranja privatnih domaćinstava u turističkim mjestima, koja pružaju usluge smještaja i ishrane domaćim i stranim turistima. Sve to značajno utječe na oživljavanje gospodarske aktivnosti konkretnih turističkih zemalja i područja, kao i na povećanje životnog standarda stanovništva u njima. To je posebno važno ako se turizam javlja kao osnovni faktor bržeg gospodarskog razvoja i aktiviranja radno sposobnog stanovništva, koje do tada nije bilo angažirano u gospodarskim djelatnostima ili su njegove radne sposobnosti bile nedovoljno iskorištene (problem agrarne prenaseljenosti u poljoprivrednim regijama).

Broj zaposlenih u turizmu bi bio daleko veći ako bi se uključile i ostale djelatnosti koje čine turističko gospodarstvo (putničke agencije, promet i trgovina). Pozitivna je tako i tendencija zapošljavanja stanovništva u ugostiteljstvu, izražena u promatranom periodu kod najvećeg broja promatranih zemalja.



Tablica 6.1: Broj zaposlenih u turističkom sektoru Hrvatske

Šifra dj.	Skupina djelatnosti	Br. zap. na bazi sati rada kod poduzetnika				Struktura ukupno
		veliki	srednji	mali	UKUPNO	
55.1.	Hoteli	10.881	11.954	2.288	25.123	62,3%
55.11.	Hoteli i moteli s restoranom	10.665	11.953	2.188	24.806	61,5%
55.12.		216	1	100	317	0,8%
55.3.	Restorani	247	1.253	2.850	4.350	10,8%
55.4.	Barovi		1.064	4.104	5.168	12,8%
55.5.	Kantine		257	226	483	1,2%
55.21.	Omladinski hoteli i planinski domovi			52	52	0,1%
55.22.	Kampovi		56	261	317	0,8%
	Ostali				0	0,0%
55.2.	Kampovi i dr.vrste smještaja za kraći boravak	0	56	313	369	0,9%
55	<b>HOTELI I RESTORANI UKUPNO</b>	<b>11.128</b>	<b>14.584</b>	<b>9.781</b>	<b>35.493</b>	<b>88,0%</b>
92.62.1	Marine	364	132	77	573	1,4%
63.30	Putničke agencije i tour-operateri	1.242	530	2.504	4.276	10,6%
	<b>TURISTIČKI SEKTOR SVEUKUPNO</b>	<b>12.734</b>	<b>15.246</b>	<b>12.362</b>	<b>40.342</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: <http://www.mzopu.hr>

Međutim, da bi se sagledali stvarni efekti turizma na zaposlenost stanovništva, potrebno je problem postaviti mnogo šire tj. treba promatrati ne samo direktne nego i indirektne efekte turizma u ovom domenu. Razvoj turizma i na indirektan način formira veliki broj novih mjesta u djelatnostima koje se ne bi mogle svrstati u turističko gospodarstvo (industrija, poljoprivreda, građevinarstvo, ostale gospodarske djelatnosti itd.). Današnji rekordi u broju nezaposlenosti u visoko nerazvijenim ekonomijama imaju također jedan od razloga u iznesenim činjenicama. S druge strane, dostignuta razina razvijenosti pojedinih sredina omogućava zaposlenima visok životni standard, što opet potencira potrebu za bržim razvojem sektora usluga tzv. tercijarnog sektora. Poznato je naime, da se tako nastali problem velike nezaposlenosti može u velikoj mjeri rješavati upravo razvitkom uslužne djelatnosti.

Sektor usluga postaje tako sve značajnijim nositeljem privređivanja, a stupanj zaposlenosti u tim aktivnostima postaje značajan pokazatelj gospodarske snage i razvijenosti neke sredine. Turizam kao sektor uslužnih djelatnosti tako postaje «industrijom budućnosti».

Rijetke su gospodarske aktivnosti koje u tolikoj mjeri ovise o ljudskom faktoru, kao što je to slučaj s turizmom. Putnik se, nakon putovanja, nađe, u pravilu, u nepoznatoj sredini, gdje očekuje da mu odabrani domaćin pruži najveću pažnju, odnosno sve najbolje i to u pozicijama gdje je čovjek najosjetljiviji – u smještaju, prehrani, higijeni, i konačno ili možda najprije, prilikom samog odnosa s domaćinom. Kvaliteta takvog privremenog, turističkog boravka u najvećoj mjeri ovisi o kvaliteti, dakle angažiranosti, dobroj volji i edukaciji kadrova, na svim razinama gostoprimstva.

Nije na odmet ponoviti kako je moderni turist mobilan, znatiželjan i spreman na komunikaciju s domaćim stanovništvom, čime možemo generalizirati mogućnost uključivanja najširih slojeva stanovništva u akciju za dobivanjem osnovnog obrazovanja o turizmu, a radi

minimiziranja negativnih stavova i mogućeg neadekvatnog ponašanja, koje može proizići iz negativnog stava prema, recimo infiltriranju stranaca u domaću sredinu.

o.<sup>518</sup> Sigurno je da razmatranje problematike kadrova ima različit ponder kad govorimo

- a) prostoru koji je već dostigao visok stupanj razvijenosti turističkih kapaciteta;
- b) prostoru koji se tek razvija;
- c) prostoru koji tek sagledava i planira svoj turistički razvitak

U većini turističkih zemalja sve su tri mogućnosti prisutne.

Osnovno pitanje koje se postavlja uvijek je pitanje izvora potrebne radne snage. Naizgled jednostavno pitanje, na koje je međutim, potrebno početi tražiti odgovor na bitnim demografskim karakteristikama prostora, na primjer, da li će prirodni priraštaj stanovništva pratiti trendove predviđenog turističkog rasta, odnosno u kojoj mjeri i kakva će biti uloga potrebnog mehaničkog porasta stanovništva. Svima dobro poznati je primjer otoka koji imaju veoma kvalitetne, posebno prirodne resurse za razvitak turizma. Na otocima nije prvenstveno pitanje ima li dovoljno kvalitetnog kadra, već kako uopće doći do potrebnog kadra. Na tim su prostornim jedinicama demografski problemi drugačijeg oblika, kako zaustaviti depopulaciju, kako obnoviti ili u pravilu formirati gospodarsku infrastrukturu i koju, kako pomladiti strukturu stanovnika, itd. pa se slobodno može reći da je u mnogim prostornim jedinicama s turističkim ambicijama, nedostatak potrebne radne snage osnovni ograničavajući faktor mogućeg, a posebno turističkog razvitka. U mnogim sredinama ne postoje ni približno dovoljni izvori radne snage. Daleko intenzivnije pojavljuje se problem izvora radne snage na prostorima izrazite koncentracije turističkih kapaciteta, kao što je slučaj na našoj obali. Te se kadrovske potrebe mjere s desetcima tisuća stalne, i posebno sezone radne snage. Problematika i razmatranje izvora radne snage na tim prostorima jest jedan od bitnih čimbenika u procjeni mogućnosti turističkog razvitka.

Na tim prostorima turizam je opće priznata prioritetna gospodarska aktivnost, što automatski dovodi u prvi plan i pitanje potrebne radne snage.

Problematiku radne snage nemoguće je sagledati i analizirati bez isticanja vremenske komponente<sup>519</sup> i uloge pojedinih vremenskih razdoblja poslovanja subjekata, koji pružaju usluge turistima

Općenito postoje dva vremenska razdoblja poslovanja u turizmu.<sup>520</sup>

- cjelogodišnje poslovanje dakle objekti stoje na usluzi turistima tijekom cijele godine i
- sezonsko poslovanje kada objekti posluju samo određeni dio godine dok su u ostalo vrijeme zatvoreni

Objekti otvoreni cijele godine najčešće su locirani u velikim urbanim sredinama i u

I problem im predstavlja iskorištenost kapaciteta preko vikenda ili pak u vrijeme izrazite turističke sezone.

S druge strane, objekti sezonskog poslovanja, nakon razdoblja potpunog mirovanja, posluju tijekom tri, intenzitetom različita razdoblja, predsezona, sezona i podsezona. Sva navedena vremenska razdoblja ili termini i te kako utječu na sagledavanje cjelokupne problematike zapošljavanja, odnosno problematike potrebnih kadrova u turizmu.

Turizam je radno intenzivna djelatnost što jednostavnim jezikom znači, da je za obavljanje te gospodarske djelatnosti potrebno mnogo radne snage.

---

<sup>518</sup> Pirjevec, B., *Ekonomska obilježja turizma, Golden marketing*, Zagreb, 1998., str. 97

<sup>519</sup> *ibid.*

<sup>520</sup> *ibid.*, str. 98

Prije navedene činjenice o utjecaju automatizacije, elektronike itd. na smanjenje potrebne radne snage, u turizmu imaju samo ograničen utjecaj, jer usprkos svim pokušajima uvođenja modernih tehničkih i tehnoloških rješenja u rad turističkih poduzeća čovjek ipak ostaje glavni «proizvođač» usluga. Suvremena tehnička pomagala samo pridonose ubrzanju pojedinih radnih procesa, promjeni tehnologije rada, ali u pravilu relativno malo utječu na potrebu smanjenja broja zaposlenih, naročito u ugostiteljstvu. Što znači tvrdnja da turizam svoju djelatnost obavlja sa znatno povećanim brojem radnika, nego što to trebaju neka druga gospodarska područja, najbolje pokazuje koeficijent koji dobijemo uspostavljanjem odnosa ostvarenog bruto domaćeg proizvoda s brojem zaposlenih u pojedinom promatranom gospodarskom području u Hrvatskoj.

Da bi se ostvarila određena veličina domaćeg bruto proizvoda upravo u području turizma angažiran je daleko veći broj radnika. Ratne godine porazno djeluju na ukupnu zaposlenost. Broj zaposlenih se smanjuje za preko 430.000 odnosno za preko 26% u odnosu na početnu promatranu 1987. godinu. Još teža situacija je u sektoru turizma, broj zaposlenih iz godine u godinu se smanjuje, da bi 1995. godine pao za nešto preko 47% i iznosio tek 53% od početne 1987. godine.

Osim navedenog treba naglasiti i tri temeljna obilježja koja karakteriziraju problematiku kadrova za turističke potrebe. To su:<sup>521</sup>

- visok stupanj zapošljavanja ženske radne snage
- visoko sudjelovanje nekvalificirane radne snage i
- potreba za brojnom sezonskom radnom snagom

Ove činjenice možemo i trebamo promatrati i ocijeniti s dva različita stajališta.

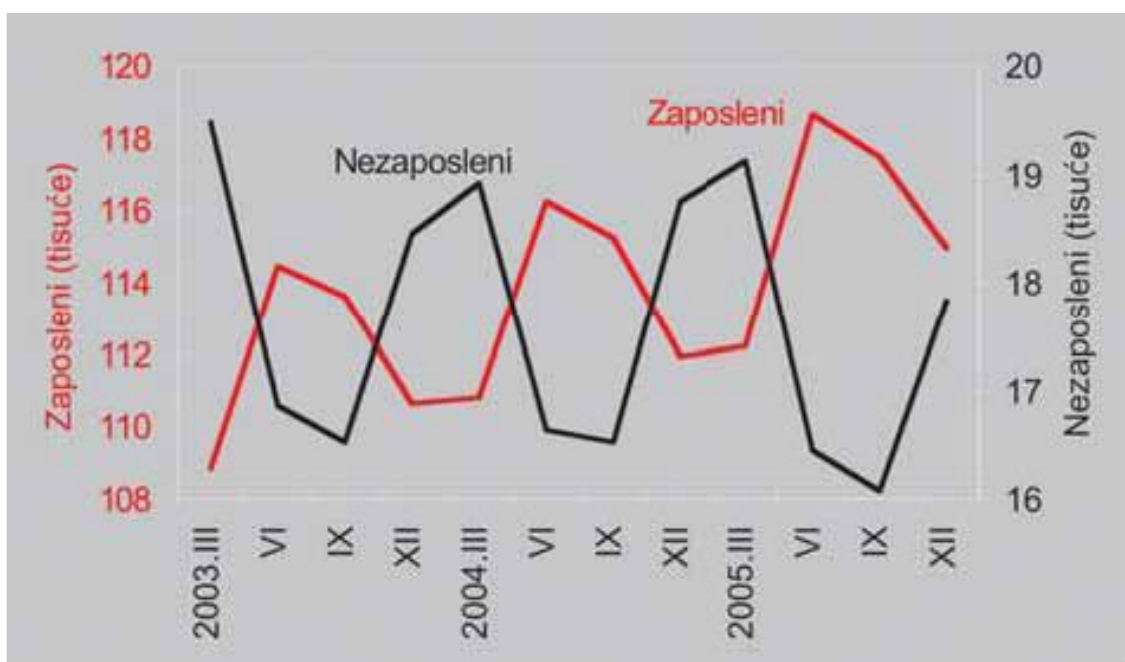
S makrogledišta, mogućnost apsorpcije prvo ovih segmenata radno sposobnog stanovništva daje turizmu iznimno važno mjesto u rješavanju problema zapošljavanja, to jest problema nezaposlenosti u nekoj zemlji. Navedena tri segmenta stanovništva, odnosno problemi njihova zapošljavanja uvijek su u žiži interesa svake državne administracije u traženju adekvatnog rješenja. Utjecaj turizma na socijalne, demografske i konačno ekonomske odnose, vrlo je značajan.

Uočljiva je pravilnost kretanje ukupne zaposlenosti i nezaposlenosti u tri izrazito turističke destinacije kao što su Primorsko goranska, Istarskoj i Dubrovačko – neretvanska županija, zbog izrazito sezonskog obilježja turizma.

---

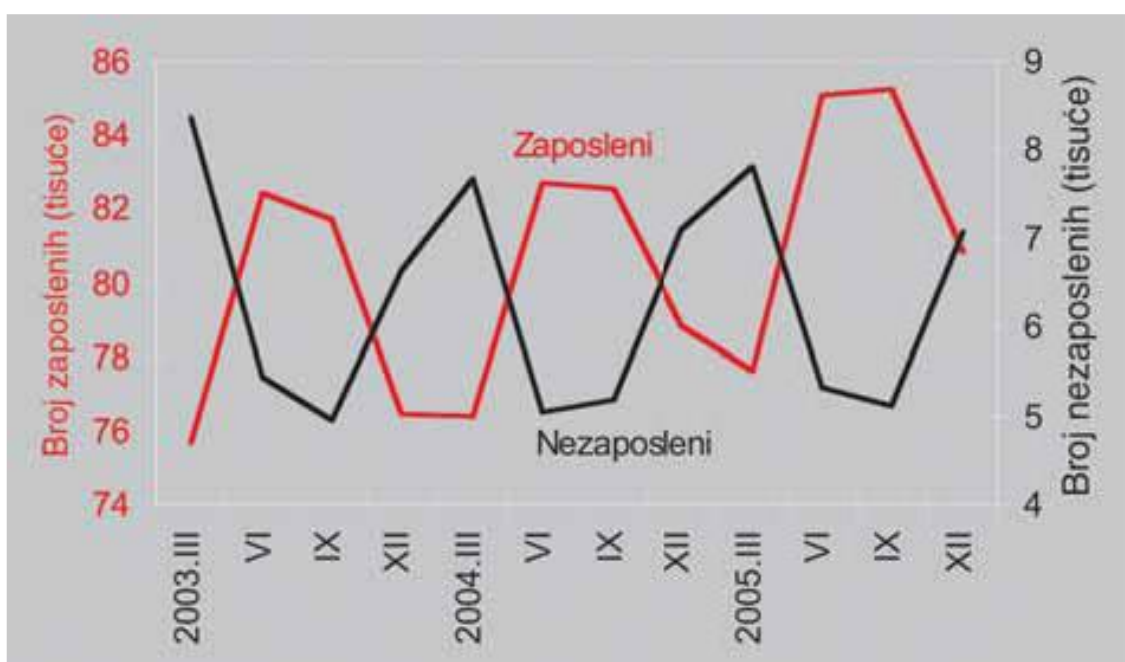
<sup>521</sup> Pirjevec, B., op. cit., str. 100

Grafikon 6.1: Zaposlenost i nezaposlenost u Primorsko-goranskoj županiji



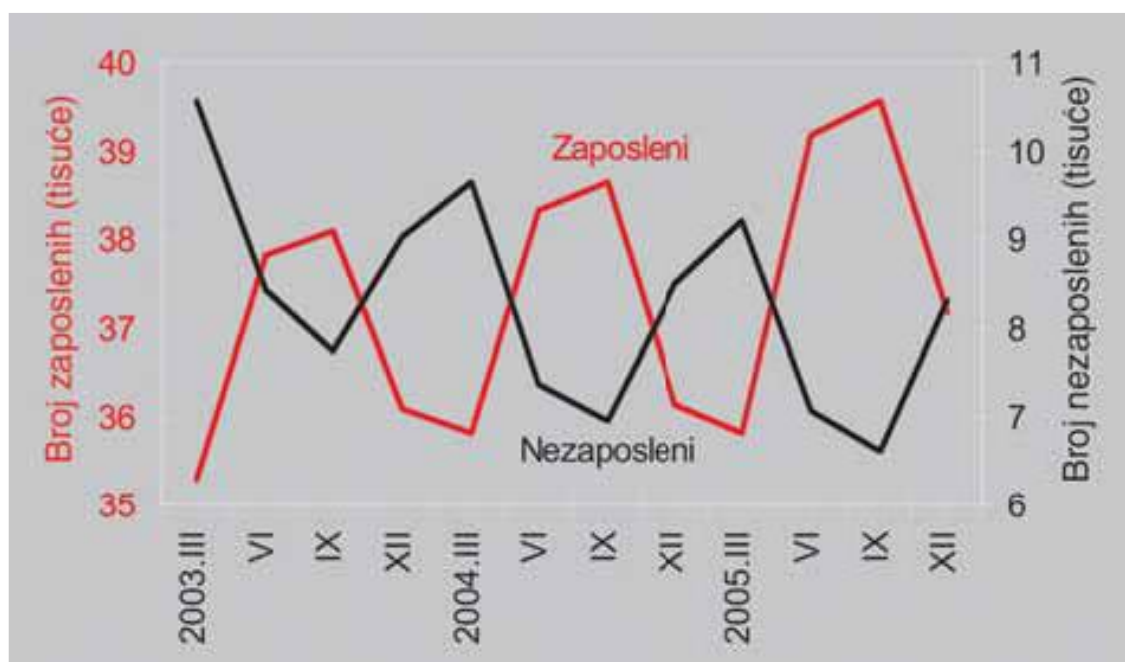
Izvor: Analitički bilten br.1 /2006.-Hrvatski zavod za zapošljavanja, Zagreb, 2006.,str.10.

Grafikon 6.2: Zaposlenost i nezaposlenost u Istarskoj županiji



Izvor: Analitički bilten br.1 /2006.-Hrvatski zavod za zapošljavanja, Zagreb, 2006.,str.18.

Grafikon 6.3: Zaposlenost i nezaposlenost u Dubrovačko-neretvanskoj županiji



Izvor: Analitički bilten br.1 /2006.-Hrvatski zavod za zapošljavanje, Zagreb, 2006.,str.18.

Na mikro razini, promatrajući problematiku svakog od navedenih segmenata pojedinačno, moramo ponoviti, što se tiče visokog sudjelovanja ženske radne snage, da je turizam «industrija gostoprimstva», te na neki način po temeljnim obilježjima aktivnosti odgovara ženskoj radnoj snazi. U hotelijerstvu poslove domaćinstva (uređenja soba, održavanje čistoće, dekoracije i praonice rublja) posluživanja jelom i pićem, a posebno mnogobrojne poslove u kuhinji, obavlja pretežno ženska radna snaga. To se također odnosi na recepciju, blagajnu, administrativne poslove i obračunske poslove. U poslovima putničkih agencija prevladava ženska radna snaga. Općenito velik broj ostalih usluga koje koriste turisti obavlja najčešće ženska radna snaga. Nije rijedak slučaj da u pojedinim ugostiteljskim poduzećima godišnji prosjeci broja uposlenih žena iznose i preko 70% od ukupno zaposlenih. Razmatrajući samo glavna obilježja zapošljavanja u turizmu, nužno je naglasiti ulogu i mjesto i onog dijela ženske populacije koja se nalazi izvan radnog kontingenta, odnosno izvan evidencije o zaposlenom dijelu stanovništva. Preko 30% smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj otpada na domaćinstva ili popularnije nazvan, privatni smještaj. Iako ne postoji statistička evidencija o «zaposlenima» u tom segmentu smještaja, možemo slobodno utvrditi da praktično sve poslove vezane za poslovanje tog oblika smještaja obavljaju žene. Za vrijeme turističke sezone ženski dio populacije, uz svoj svakodnevni posao domaćice, obavljaju i cijeli niz dužnosti vezanih za smještaj i usluživanje gostiju, koji u njihovim domovima borave. Upravo je taj njihov angažman pridonio velikim promjenama životnim i kulturnim navikama s jedne strane, i s druge strane, bitno pridonio poboljšanju životnog standarda obitelji koje se bave iznajmljivanjem svojih domaćinstava stranim i domaćim turistima.

Sljedeća temeljna odrednica problematike zapošljavanja u turizmu je potreba za velikim udjelom nekvalificirane i polukvalificirane radne snage. Vrlo je velik raspon radnih mjesta za koja se ne traži ni posebna stručna kvalifikacija ni potpuno obrazovanje. Poznato je da je broj zaposlenih takvih profila obrnuto proporcionalan kategoriji smještajnih kapaciteta, tj. što je viša kategorija smještajnog objekta, to je u strukturi zaposlenih manje radne snage nižih kvalifikacija.

Tu poznatu konstataciju najbolje potvrđuje hrvatska turistička stvarnost. Kako preko 70% cjelokupne ponude smještajnih kapaciteta čine komplementarni kapaciteti, posljedice su vidljive u strukturi zaposlenih u ugostiteljstvu. Tako niska kvalifikacijska strukturu zaposlenih pokazuje koliko je potrebno stručno osposobljavanje i usavršavanje tih kadrova. Permanentno obrazovanje zaposlenih jedan je od uspješnih oblika obrazovanja ugostiteljsko turističkog osoblja, što je preduvjet za potrebno poboljšanje kvalitete rada.

Turistička kretanja u pravilu su vezana uz određena godišnja doba, što cijeloj turističkoj industriji nameće sezonsko poslovanje, stvara jedan od najvećih problema turizma, potrebu za angažiranjem sezonske radne snage.

Tri su glavna pitanja problematike sezonske radne snage, koja kao što je vidljivo, u pravilu, ne živi u turističkim mjestima što imaju potrebu za tim kadrom.

To su:<sup>522</sup>

- neophodna akvizicija sezonskih djelatnika izvan mjesta zapošljavanja,
- problem njihovog stručnog i obrazovnog profila potrebnog za obavljanje određenih poslova i
- problem adaptacije u novoj radnoj sredini

Potrebno je ponoviti da u našoj zemlji turističku ponudu karakteriziraju dvije činjenice. To je visoki udio komplementarnih smještajnih kapaciteta, te velika vremenska koncentracija turističke sezone. Oba ta činitelja zahtijevaju velik broj sezonskog kadra, kojeg na tržištu radne snage nema dovoljno. To izravno snižava kvalifikacionu strukturu zaposlenih, zahtjeva prilikom radnih procesa pojačanu kontrolu rada od strane stalno zaposlenih, kao i permanentnu edukaciju tijekom sezone.

Što se tiče uvjeta rada u turizmu, opće je poznata činjenica među zaposlenima u turizmu, da taj posao mogu raditi samo entuzijasti, zaljubljeni u turizam, jer nije daleko od istine da se radi o poslu, dakle zanimanjima, koje karakterizira višesmjenski rad, rad blagdanima, sezonsko poslovanje, vrlo teški uvjeti rada, naročito ljeti, noćni rad itd. Sve to rezultira ozbiljnim problemima, kao što su povećana fluktuacija zaposlenih među sezonskim i među stalno zaposlenima, i što je još gore, sve slabije zanimanje mladih kadrova za mnoga zanimanja potrebna za obavljanje posebno ugostiteljske djelatnosti.

Podaci o prosječnim neto mjesečnim plaćama dovoljno govore i o ulozi i mjestu sektora turizma, a posebno o «stimulativnom dijelu», dakle plaćama, koje direktno utječu na cijeli niz situacija što se konkretno zbog razine plaća pojavljuju.

Promatrajući sektor turizma u cjelini, evidentna je činjenica da su plaće konstantno ispod prosjeka cjelokupnog gospodarstva. To je naročito izraženo u djelatnosti ugostiteljstva, gdje su plaće u prijeratnim godinama bile prosječno oko 7% niže od prosjeka gospodarstva, dok su za vrijeme rata iznosile oko 11% manje od ostalih gospodarskih sektora.

Ne treba zaboraviti da Svjetska turistička organizacija predviđa da će iza 2010. godine svaki deseti zaposleni u svijetu neposredno ili posredno svojim radnim mjestom biti u funkciji turizma, tada vodećeg gospodarskog sektora u svijetu.<sup>523</sup>

Za turizam se kaže da je radno intezivna djelatnost. Zapošljavanje u turizmu može se ostvariti na direktan i indirektan način. Primarno ili direktno zapošljavanje u turizmu odnosi se na djelatnike u smještajnim objektima, restoranima, kao i poslove vezane uz profesiju turističkih vodiča i pratitelja, dok se indirektno zapošljavanje odvija kroz graditeljstvo, poljoprivredu i industrijsku proizvodnju. Ti elementi, još jednom, potvrđuju činjenicu da je turizam jedno od najjačih sektora globalnih razmjera po zapošljavanju.

Turizam sa svojim potencijalima za povećanje iskorištenosti kapaciteta te prosječne i ukupne potrošnje zaista nudi široke mogućnosti za otvaranje novih radnih mjesta i povećanje

---

<sup>522</sup> Pirjevec, B., op. cit., str. 103

<sup>523</sup> Turizam, br. 1/00, str. 14

zaposlenosti. Međutim, pretežno sezonski karakter poslovanja gospodarskih subjekata izravno angažiranih u proizvodnji turističkih usluga nužno zahtijeva specifična rješenja kako u uobličavanju turističke ponude (naglašeniji udio obiteljskog poduzetništva u turizmu), tako i u sferi radnih odnosa gdje je nužno hitno donošenje rješenja statusa sezonske zaposlenosti i iz toga proizašlih prava i obveza zaposlenika. Posebno valja upozoriti na činjenicu da sadašnja stalna zaposlenost u hrvatskom hotelijerstvu predstavlja preveliko troškovno opterećenje. Naime, iako je kod većine hotelskih poduzeća bitno smanjen opseg poslovnih aktivnosti (nakon gubitka tržišne pozicije, posebice na kvalitetnijem zapadnoeuropskom turističkom tržištu iz dobro poznatih razloga), iz objektivnih se razloga (socijalne prilike) zaposlenost nije mogla smanjivati u istom omjeru. Jedan je to od najvećih problema ukupnog poslovanja hotelijerstva koji bitno ograničava proces njegove restrukturacije, tržišnog oporavka, a u tome je svakako dio uzroka usporenog procesa privatizacije.

Među ekonomistima postoji koncenzus da najveći dio nezaposlenosti u EU nije cikličke već strukturne naravi. Postoje mnoga istraživanja na ovu temu od strane EU, OECD i drugih institucija. Zbog korištenja različitih metodologija rezultati tih istraživanja se razlikuju. Europska komisija tvrdi da se 75% nezaposlenosti ili više može pripisivati strukturalnim faktorima.<sup>524</sup> Radovi OECD-a također sugeriraju da je nezaposlenost u EU uglavnom strukturne naravi, odnosno sugerira se da je oko 10% europske nezaposlenosti kratkoročne cikličke naravi.<sup>525</sup> Ključni rezultat različitih analiza je: dio nezaposlenosti može se pripisati cikličkim faktorima, ali se kretanje nezaposlenosti ponajviše može opisati kao cikličko «ljuljanje» oko konstantno visoke stope nezaposlenosti.<sup>526</sup> Sam ekonomski rast čini se nije dovoljan za smanjenje stope nezaposlenosti, već su uz ekonomski rast potrebne odgovarajuće mjere ekonomske politike nacionalnih vlasti. Dugoročni problemi visoke nezaposlenosti u Europskoj Uniji, uslijed povoljnog ekonomskog okruženja i uspješnih mjera na tržištima rada, počeli su se efikasnije rješavati. To potvrđuju i podaci koji ukazuju na poboljšanje situacije na tržištima rada i smanjenje nezaposlenosti za Europsku uniju u cjelini.

Rješavanje teškoća na tržištu rada jedan je od najvećih izazova s kojim se susreće Europska unija. Najveći stvaratelj novih radna mjesta jest uslužni sektor, koji je već potkraj 20. stoljeća postao dominirajući sektor u industrijaliziranim zemljama svijeta. Uslužni sektor je najbrži rastući sektor u svjetskom gospodarstvu i u većini razvijenih zemalja generira više radnih mjesta nego bilo koja druga ekonomska grana.

Turizam je uslužna djelatnost koja zadnjih desetljeća uslijed otvaranja granica, globalizacije tržišta, povećanja slobodnog vremena, razvoja tehnologije i sl. bilježi značajan rast. Očigledno je da turizam ima značajan potencijal u pogledu rješavanja problema na tržištu rada. Preostalo je kreirati takvo okruženje i poduzeti takve mjere koje će omogućiti potpuno iskorištenje tog potencijala europskog turizma.<sup>527</sup>

---

<sup>524</sup> European Commission, *European Economy, The EU Economy: 1999 review*, Brussels, 1999, str. 123.

<sup>525</sup> *Ibid.*, str.126.

<sup>526</sup> McConnell C.R. and Brue S., *Contemporary Labor Economics*, McGraw-Hill, USA, 1989.

<sup>527</sup> Vidi detaljnije: Tribe, J.,/1999/ *The Economics of Leisure and Tourism*, Butterworth Henimann, second edition, Oxford, kao i Heertje, A. i Kanning, W., /1993/, *De kern van de Economie*, Stenfert Kroese, Leiden.



## 6.1. TRŽIŠTE RADA U EUROPSKOJ UNIJI I TURIZAM

Zadnja tri desetljeća Europska unija bilježi skromne rezultate na eliminaciji nezaposlenosti. Tijekom šezdesetih EU je bilježila stabilnu nisku stopu nezaposlenosti od 2%. 1970. godine je ta stopa za skoro tri postotna poena bila niža od američke stope nezaposlenosti. Nakon prve naftne krize je naglo počela rasti sve do prve polovice osamdesetih. Početkom devedesetih godina stopa nezaposlenosti se smanjila. Međutim, ni ta stopa nije bila održiva pa je stopa nezaposlenosti 1994. godine dosegla 12%. 1998. godine stopa nezaposlenosti se smanjila na oko 10%. Od sredine 1999. godine stopa zaposlenosti je, između ostalog, zbog ekonomskog rasta počela opadati. Stopa nezaposlenosti je 1999. pala na 9,2% i u prosincu 2000. na 8,1% (što je jednako 13,9 milijuna ljudi). Povoljno makroekonomsko okruženje i uspješne mjere na tržištu rada, utjecali su na povećanje zaposlenosti u Europskoj uniji. Rast BDP-a je 1999. godine u EU iznosio 2,4%, a rast zaposlenosti je te iste godine iznosio 1,6%. Rast zaposlenosti je stopu zaposlenosti 1999. doveo na 6,2%. Međutim, rezultati na tržištu rada EU nisu ni blizu rezultatima koje bilježe SAD ili Japan. U studenom 2000. je stopa nezaposlenosti u SAD-u iznosila 4,0% i u Japanu 4,7%. Visoka stopa nezaposlenosti i niska stopa zaposlenosti u ukazuju na visoki stupanj ekonomske neefikasnosti i na gubitak potencijalnog outputa. Vrijedi spomenuti regionalnu disperziju stope zaposlenosti odnosno nezaposlenosti. Razlike u stopama zaposlenosti i nezaposlenosti među regijama mogu biti značajne. Uglavnom vrijedi pravilo da su regije s visokim stopama nezaposlenosti sklone zadržavanju iste. Treba naglasiti potrebu za stvaranjem dodatnih zaposlenja u ovim regijama.

1999. godine sve su zemlje, osim Grčke, uspjele iskoristiti povoljnu ekonomsku situaciju te su povećale svoje razine zaposlenosti. Međutim, intenzitet rasta zaposlenosti varirao je od zemlje do zemlje. Irska je bilježila najbolje rezultate zajedno sa Španjolskom, Luksemburgom, Nizozemskom, Švedskom i Finskom (1999. sve iznad 2%). Tri značajne zemlje EU, to jest Njemačka, Italija i Ujedinjeno Kraljevstvo bilježile su ispod prosječni rast. U odnosu na 1998. godinu, Švedska i Irska su 1999. godine bilježile najveći pomak unutar Unije. Danska ima najveću stopu zaposlenosti (2000:76,4%). Nizozemska, Švedska i Ujedinjeno Kraljevstvo također bilježe rezultate iznad ciljanih 70%. Italija, Španjolska i Grčka, koje imaju stope od oko 55%, predstavljaju najveći izazov u ostvarenju postavljenog cilja. Participacija muškaraca u dobi od 25-55 godina bilježi male razlike unutar Unije, te je mala razlika između stope zaposlenosti muškaraca u Uniji kao cjelini i iste stope u SAD-u (1997. respektabilno 84,5 i 88,4).<sup>528</sup> To znači da na razlike između zemalja ponajviše utječu stope zaposlenosti žena, osoba iz dobne skupine 15-24 i osoba starijih od 55 godina.

Participacija žena najveća je u Danskoj, Švedskoj, Ujedinjenom Kraljevstvu, Finskoj i Nizozemskoj. U Italiji, Španjolskoj, Grčkoj i Luksemburgu stopa zaposlenosti žena je ispod 50%. Na povećanje njihove učestalosti zapošljavanja najviše mogu utjecati fleksibilni uvjeti rada uz povećanje broja dječjih vrtića i bolju podjelu obiteljskih obaveza između žena i muškaraca. Važan naglasak treba dati na part-time i privremena zaposlenja te mogućnost porodijskog dopusta.

Komparativna analiza stope zaposlenosti po sektorima u EU i SAD-u pokazuje male razlike u poljoprivredi i industriji. Velika razlika je vidljiva u uslužnom sektoru koji je puno razvijeniji u SAD-u. U SAD-u 55,5% zaposlenih radi u uslužnom sektoru u odnosu na 39,3% u EU.<sup>529</sup> Razlika između EU i SAD iznosi 14 postotnih poena. Postoji ogroman potencijal za dodatno stvaranje radnih mjesta u uslužnom sektoru u EU. Štoviše zbog kontinuiranog rasta životnog standarda, potrebe za raznim uslugama su sve veće, ali ne za svim vrstama usluga.

<sup>528</sup> Commission of the European Communities, Employment Rates Report 1998-Employment performance in the member states, Brussels 1999, str.6.

<sup>529</sup> Ibid. pod 8., str. 18.



Najveće potrebe postoje na području IT, telekomunikacija i turizma. Može se dakle očekivati kreiranje dodatnih radnih mjesta u ovim trima uslužnim industrijama.

Nezaposlenost se zadnjih godina potkraj XX. Stoljeća smanjila u gotovo svim zemljama Unije, ali intenzitet tog smanjenja nije svugdje bio jednak. Najveći pomak bilježila je Španjolska, koja je svoju stopu u 4 godine uspjela smanjiti za šest postotnih poena. Unatoč napredovanju, Španjolska još uvijek ima najveću stopu nezaposlenosti u Uniji (1999.-15,9%).

U studenom 2000. godine Belgija, Njemačka, Grčka, Španjolska, Francuska, Italija i Finska bilježe stope iznad europskog prosjeka od 8,1%.<sup>530</sup> Zabrinjavajuće je da u ovu skupinu spadaju tri najveće zemlje EURO-područja: Njemačka, Italija i Španjolska. S druge strane imamo nekoliko zemalja koje bilježe izvanredno niske stope nezaposlenosti. Radi si o Luksemburgu, Nizozemskoj, Austriji i manje-više o Irskoj. Oni se moraju brinuti o sasvim drugim problemima kao npr.: kako izbjegavati manjak radne snage i kako izbjeći inflaciju nadnica? Potrebno je angažirati osobe koje se nalaze izvan radne snage. Među njima ima ljudi koji nisu službeno zaposleni (jer nisu npr. aktivno tražili posao), ali bi prihvatili posao ako bi im se ponudio. U ovim zemljama konkretno postoji mogućnost dodatnog angažiranja žena, osoba od 15-24, osoba od 55-64 godina starosti i eventualno ljudi iz drugih zemalja članica.

### 6.1.1. Kritične kategorije u zaposlenosti zemalja EU

Nezaposlenost među ženama je skoro u svim zemljama članicama veća nego među muškarcima. U EU kao cjelini nezaposlenost je kod žena viša za 3 postotna poena nego kod muškaraca. Španjolska (23) i Italija (15,6) bilježe najveće stope. Međutim, zadnjih se nekoliko godina na tržištu rada mogu uočiti pozitivne tendencije za žene. Veći dio novostvorenih radnih mjesta u EU zauzele su žene. Stopa zaposlenosti žena je zato i brže rasla od iste stope kod muškaraca. Ali stopa je još uvijek znatno niža kod žena nego kod muškaraca (1999:52,9% prema 71,6%). Razlika iznosi skoro 20 postotnih poena. Ova razlika je 1985. godine iznosila još većih 30 postotnih poena.<sup>531</sup> Stopa zaposlenosti žena je u EU znatno niža nego u SAD-u (1997: 67,5%).<sup>532</sup> U razdoblju od 1991. godine do 2000. godine vidljive su sljedeće tendencije:

- Belgija, Grčka, Španjolska, Irska, Italija i Luksemburg su bilježili stopu zaposlenosti žena koje su bile ispod EU prosjeka
- U Irskoj se ta stopa znatno oporavila i 1999. je nešto niža od EU prosjeka
- Najveći rast u zaposlenosti žena bilježile su Irska, Nizozemska, Španjolska i Belgija
- Stopa se smanjila u Švedskoj, ali ova zemlja još uvijek ima relativno najviše zaposlenih žena u Uniji
- U nekim većim zemljama EU (kao npr. u Francuskoj, Njemačkoj i Italiji) je rast ove stope bio minimalan do prosječan. Iz nevedenog se vidi da žene predstavljaju važan potencijal u povećanju zaposlenosti u EU.

Stopa zaposlenosti među mladima, od 15 do 24 godine, bitno se razlikuje od zemlje do zemlje. Visina zaposlenosti u ovoj najmlađoj dobnoj skupini najviše ovisi o dužini obrazovanja i mogućnosti kombiniranja škole i posla, koji su različiti. Stopa zaposlenosti mladih<sup>533</sup> u dobnoj skupini od 15 do 24, je najveća u Danskoj (66%), zatim u Nizozemskoj,

<sup>530</sup> Eurostat, Structural Indicators- Female employment rate, 2001, str.1-2.

<sup>531</sup> Eurostat: Structural Indicators-Female employment rate, February 2001, str. 1-2.

<sup>532</sup> Commission of the European Communities, Employment Rates Report 1998-Employment performance in the member states, Brussels 1999, str.6.

<sup>533</sup> Ukupan broj zaposlenih mladih ljudi (od 15 do 24 godine) kao udio u totalnoj populaciji iste dobi.

Austriji i Ujedinjenom Kraljevstvu ( sve iznad 55%). Najniže stope imaju Belgija, Francuska, Grčka, Španjolska i Italija (sve ispod 30%)<sup>534</sup>.

Od 1997. godine sve se više mladih ljudi uključuje na tržište rada. Kao rezultat toga stopa zaposlenosti mladih ljudi u dobi od 15-24, u razdoblju od 1996. do 1999. povećala se s tri postotna poena na 39%. S druge strane se nezaposlenost među mladima smanjila. Broj nezaposlenih mladih ljudi je 1999. iznosio 8,5% od onih u dobnoj skupini od 15 do 24. Ova stopa jednaka je za muškarce kao i za žene.

Kretanja su pozitivna, ali s time nije još riješena problematika mladih nezaposlenih. Za ovu dobnu skupinu vrlo su podobni part-time i privremeni poslovi. Upravo ovi oblici su atraktivni jer omogućuju kombiniranje posla sa pohađanjem obrazovanja, što potiče i Europska komisija. Potencijal za povećanje zaposlenosti među mladima dakle najviše leži u dodatnom stvaranju part-time i privremenih zaposlenja.

Poticanje prijevremenog odlaska u mirovinu i privlačne beneficije za invalide i za nezaposlene osobe utjecali su na povećanje prijevremenog povlačenja sa tržišta rada. Rezultat toga je niska stopa zaposlenosti za dobnu skupinu od 55 do 64 godine, koja je 1999. godine iznosila samo 37%. Unutar EU postoje velike razlike u stopama zaposlenosti ove dobne skupine, koje se mogu pripisati demografskoj strukturi, ali i prije spomenutim beneficijama i poticajima za prijevremeni odlazak u mirovinu.<sup>535</sup> U Austriji, Belgiji, Francuskoj, Italiji i Luksemburgu ni trećina ljudi iz ove dobne skupine nije zaposlena. Švedska, sa druge strane, za ovu dobnu skupinu bilježi stopu zaposlenosti od 64%. Pogotovo je izrazit pad zaposlenosti kod muškaraca iznad 55 godina starosti. Iako je stopa zaposlenosti ljudi iz dobne skupine niska, navedeni podaci pokazuju da su izgledi za povećanje ove stope minimalni,

Zabrinjavajući je velik udio dugoročne nezaposlenosti u ukupnoj nezaposlenosti. U skladu s općenito povoljnim kretanjima na tržištu rada ova se stopa smanjila. Naime udio nezaposlenih koji su duže od 12 mjeseci bez posla u 1999. godini je iznosio 45%, a za nezaposlene duže od 24 mjeseca 29%.<sup>536</sup> Činjenica da se dugoročna nezaposlenost relativno brže smanjila od nezaposlenosti općenito, pokazuje da su reforme na tržištu rada u nekim zemljama bile uspješne. U drugim zemljama (naročito u Italiji i Belgiji) su potrebne aktivnije mjere na ovom polju. Niskokvalificirane osobe su vrlo osjetljive na nezaposlenost, pogotovo na dugoročnu nezaposlenost. Zadnjih godina se povećala razina obrazovanja u EU i s time se smanjio broj niskokvalificiranih osoba te njihova ponuda rada. Istovremeno se smanjila potražnja za niskokvalificiranim radom. Niskokvalificirane osobe su izložene relativno većem riziku nego što su bolje obrazovane osobe, zato je potrebno prvo spomenutoj skupini posvetiti posebnu pažnju.

## 6.1.2. Part-time i privremena zaposlenja

Rast zaposlenja obuhvaća sve vrste zaposlenja, ali se najviše odnosi na part-time zaposlenje. Od svakih 100 novo stvorenih radnih mjesta, 64 se mogu pripisati part-time zaposlenju. Žene su zauzele većinu part-time radnih mjesta. Čak 80% svih part-time zaposlenih su žene. Rastao je i broj muškaraca s part-time zaposlenjem. 1999. godine 33% svih zaposlenih žena i 6% svih muškaraca su imali part-time posao, što je više nego početkom '90. (žene 28% i muškarci 4%). Rastao je također i broj zaposlenih s privremenim poslom, naročito kod muškaraca. Ove tendencije rezultirale su rastom udjela part-time i privremenih

---

<sup>534</sup> Commission of the European Communities, Joint Employment Report 2000, Brussels, 2000, str.22.

<sup>535</sup> U situacijama kada se proces stvaranja radnih mjesta sporo odvijao, neke su zemlje poticale raniji odlazak u mirovinu za ljude iz dobne skupine od 55 do 64 godine.

<sup>536</sup> Commission of the European Communities, Joint Employment Report 2000, Brussels, 2000, str.22.

zaposlenja u ukupnoj zaposlenosti. Ovi alternativni oblici vrijede za 28,4% ukupne zaposlenosti u EU. Postotak je znatno veći kod žena i iznosi 45,7.<sup>537</sup>

Part-time zaposlenje naročito je privlačno za studente, žene (s obitelji i naročito s djecom), osobe koje će uskoro ići u mirovinu itd., ali je ograničeno za muškarce srednje dobi. Ljudi se najčešće odlučuju za part-time zaposlenje zbog veće fleksibilnosti radnog vremena i zbog više slobodnog vremena. Ali u nekim slučajevima ljudi rade part-time jer nisu našli posao s punim radnim vremenom. Razina part-time zaposlenja može dati značajne rezultate za povećanje broja radnih mjesta pri određenom obujmu rada. Zato mnoge zemlje promiču ovaj oblik zaposlenja.

Razlika u stopama zaposlenosti između zemalja članica Unije se smanjuje kad se koriste FTE<sup>538</sup> stope (zemlje sa većom zaposlenošću imaju i više part-time zaposlenja, dok one sa ispod prosječnom zaposlenošću imaju i ispod prosječan broj part-time zaposlenja). Od 1997. godine FTE stopa se povećala u svim zemljama EU, ali taj rast je bio sporiji od rasta obične stope (koja mjeri broj glava). I ova tendencija ukazuje na rast part-time zaposlenja. 1999. godine FTE stopa je iznosila 56,5%.<sup>539</sup>

## 6.2. TURIZAM – MOGUĆNOSTI U RJEŠAVANJU PROBLEMA NEZAPOSLENIH

Rješavanje problema na tržištu rada jedan je od najvećih izazova s kojim se susreće Europska unija. Najveći stvaratelj novih radnih mjesta jest uslužni sektor, koji će u 21. stoljeću postati dominirajući sektor u industrijaliziranim zemljama svijeta. Uslužni sektor već sada je najbrži rastući sektor u svjetskom gospodarstvu pa u većini razvijenih zemalja generira više radnih mjesta nego bilo koja druga ekonomska grana.

Turizam je uslužna djelatnost koja zadnjih desetljeća uslijed otvaranja granica, globalizacije tržišta, povećanja slobodnog vremena, razvoja tehnologije i sl. bilježi značajan rast. Turistička aktivnost je 2000. u EU bilježila sljedeće rezultate:<sup>540</sup>

- Europskoj uniji pripadaju posebne zasluge za stvaranje turističkog BDP-a od 386,76 milijardi US \$
- Turistička potražnja u EU direktno generira oko 4,16% BDP-a
- U turizmu je 2000. u EU bilo zaposleno oko 7 milijuna ljudi
- Oko 4,4% svih zaposlenih u EU je 2000. direktno radilo u turizmu. U nekim zemljama je taj udio veći; U Španjolskoj iznosi 8,3%, u Portugalu 5,8% i u Italiji 5,9%.
- U 2000. godini, najveći rast zaposlenosti u turizmu ostvarila je Finska (oko 7,4%)
- Najveći nominalni stvaratelji turističkog zaposlenja u EU su Ujedinjeno Kraljevstvo sa 1,37, te Španjolska, Francuska i Italija, s oko 1,2 milijuna radnih mjesta
- Očekuje se dalji rast turističkog sektora, a time i porast broja radnih mjesta

Sljedeće činjenice o turizmu relevantne su i za EU:

- U svijetu je turizam od rastućeg ekonomskog značenja
- Vrlo je upleten u gospodarstvo i zato se često ne uočava njegovo pravo značenje
- Sastoji se od velikog broja različitih proizvoda i usluga

<sup>537</sup> Ibid, str. 17.

<sup>538</sup> Full Time Equivalent Employment

<sup>539</sup> Ibid., str. 17.

<sup>540</sup> World Travel and Tourism Council, Year 2000, TSA Research Summary and Highlights: Austria, Belgium, Denmark, Finland, France, Germany, Greece, Ireland, Italy, Luxemburg, Netherlands, Portugal, Spain, Sweden and United Kingdom.

- Odvija se 24 sata na dan, sedam dana u tjednu, unatoč sezonskih fluktuacija
- Radno je intenzivna grana i pruža mogućnosti zapošljavanja na svim razinama
- Sastoji se uglavnom od malih i srednjih poduzeća, unatoč rastućih ulaganja od strane većih poduzeća
- Nisu potrebna velika financijska sredstva od strane vlade niti strogo zakonodavstvo, ali vlada ipak oblikuje okvire unutar kojih će se turistička aktivnost odvijati te realizira potrebnu infrastrukturu
- Industrija je vrlo decentralizirana i postoji mogućnost regionalne diverzifikacije
- Uspoređujući s drugim granama gospodarstva, moguć je relativno "lak ulazak" u ovu granu
- Ova gospodarska grana relativno malo zagađuje okoliš.<sup>541</sup>

Turistički sektor ima velik potencijal u rješavanju problema zaposlenosti u EU. Jedna je od rijetkih grana koja je '90. godina kreirala nova radna mjesta. Sektor je radno intenzivan i zato se povećanjem turističkih aktivnosti direktno stvaraju nova radna mjesta. Osim toga ovaj sektor potiče stvaranje radnih mjesta i u drugim sektorima.

Turizam može igrati važnu socijalnu ulogu u pružanju zaposlenja mladima koji po prvi puta ulaze na tržište rada, te u ponovnom uključivanju nezaposlenih (posebice dugoročno nezaposlenih) i žena na tržište rada.

Značenje turističkog sektora za zapošljavanje između ostalog leži u tome što pruža zaposlenje:

- ljudima svih kvalifikacija uključujući niskokvalificirane
- mladima koji po prvi puta ulaze na tržište rada
- jednake mogućnosti za muškarce kao i za žene
- zaposlenje s fleksibilnim radnim vremenom i
- u manje razvijenim područjima (npr. ruralna područja).<sup>542</sup>

Turizam nudi velik broj radnih mjesta s fleksibilnim radnim vremenom kao što su part-time i privremena zaposlenja. U današnjim uvjetima života, upravo ti fleksibilni oblici su jako traženi. Oni naime omogućuju kombinaciju rada i škole, što je vrlo privlačno za mlade ljude iz dobne skupine (15-24). U Danskoj i Nizozemskoj je mogućnost ove kombinacije znatno povećala stopu zaposlenosti mladih i može služiti kao primjer za ostale zemlje EU. Turizam stoga ima znatan potencijal u povećanju zaposlenosti među mladima.

Poslovi s fleksibilnim radnim vremenom, također, omogućuju povećanje zaposlenosti među ženama. Za njih ovi oblici omogućuju kombiniranje posla i obitelji. Općenito se smatra da bi upravo ovi oblici zaposlenja mogli predstavljati odskočnu dasku za stalno zaposlenje. S druge strane ovi oblici pak nisu podobni za one koji traže full-time, stalan posao.

Veliko značenje turizma u stvaranju zaposlenosti leži u tome što turistička aktivnost ne stvara samo zaposlenje u turističkoj grani, već vrlo intenzivno utječe na stvaranje radnih mjesta u drugim ekonomskim granama koje su vezane za turističku aktivnost. Turizam je vrlo kompleksna uslužna djelatnost tako da prilikom kupnje turističkog proizvoda ne postoje jasne transakcije, kao kod kupnje, recimo, osobnog vozila. U turizmu se radi o velikom broju mogućih kombinacija proizvoda i usluga za prijevoz, smještaj, prehranu, ulaznice, suvenire, itd. Kupnja turističkog proizvoda (odnosno usluga) se odvija prije, za vrijeme i poslije putovanja, te na različitim mjestima. Stoga su efekti turističke potražnje vidljivi ne samo u

---

<sup>541</sup> Prema: World Travel Tourism Council, European Union, Travel and Tourism, Creating Jobs, Brussels 1997, str.3.

<sup>542</sup> Prema: Ethan Frome, Joint Declaration for Promotion of Employment in the European Hotel and Restaurant Sector, Brussels, 1999., str.2.

turističkoj grani već i u drugim granama tzv. "Flow through effect". Ukupan efekt turističke potražnje u EU bilježi sljedeće rezultate:

- Europska unija uslijed turističke potražnje stvara BDP od 1,176.1 milijardi US\$
- Turistička potražnja u EU ukupno generira oko 12,6% BDP-a
- Relativno najveći udio BDP-a generira turistički sektor u Španjolskoj (19%) i u Portugalu (17,5%)
- Uslijed turističkih aktivnosti u EU je 2000. bilo zaposleno oko 20,9 milijuna ljudi
- Oko 13% svih zaposlenih u EU je 2000. direktno ili indirektno radilo u turizmu uslijed turističke potražnje
- U nekim zemljama je taj udio veći – u Španjolskoj iznosi 21%, u Irskoj 19%, u Portugalu 18%, u Austriji i Italiji 16%.
- Najveći nominalni stvaratelji zaposlenja uslijed turističke potražnje u EU su Francuska i Italija, obje sa oko 3,3 milijuna radnih mjesta.<sup>543</sup>

Prema najnovijim prognozama WTTC-a, ukupni će BDP uslijed turističkih aktivnosti 2010. godine u EU iznositi 2,112.2 milijardi US \$, što je jednako 14% od ukupnog BDP-a EU. Rast turističkih aktivnosti će utjecati i na rast zaposlenosti. Turizam će ukupno generirati 23,6 milijuna radnih mjesta. U razdoblju od 2000. do 2010. se dakle može očekivati stvaranje 2,5 do 3 milijuna novih radnih mjesta na području sadašnje Europske unije. Proširenje Unije na Istočnu Europu, Tursku i Cipar omogućuje dodatni rast turističkog tržišta u EU. Prognoze za ove zemlje su još bolje. Očekuje se 6 milijuna novih radnih mjesta uslijed povećane turističke potrošnje.<sup>544</sup>

Ako se pozitivno utječe na potražnju, "flow through effect" i stvaranje zaposlenosti će biti još intenzivnije.

U nastavku su istaknuti potencijali turizma u rješavanju nekih problema na tržištima rada Europske Unije.

- Visoki flow through effect u druge grane što trebaju iskoristiti sve zemlje Unije.
- Može pospješiti (re-)integraciju osjetljivih grupa kao što su dugoročno nezaposleni, žene i mladi.
- Šanse su jednake za žene kao i za muškarce što je posebno važno za Italiju, Grčku i Španjolsku čije su stope nezaposlenosti žena znatno veće od istih stopa kod muškaraca.
- Nudi širok spektar poslova pa stoga nudi mogućnost zaposlenja ljudima svih kvalifikacija. Na primjeru Španjolske to znači mogućnost zapošljavanja za velik broj niskokvalificiranih djelatnika, ali i za obrazovani kadar.
- Nudi part-time ili privremene poslove koji su podobni za ljude koji traže fleksibilno radno vrijeme zbog školovanja ili obitelji. Za Belgiju, Grčku, Italiju, Istočnu Njemačku to znači mogućnost povećanja zaposlenosti određenih osjetljivih grupa (žene i mladi).
- Nudi dinamične poslove za one koji se školuju ili su tek završili školu. Za Grčku, Španjolsku i Italiju to otvara mogućnost organiziranja prakse za đake i studente koji na taj način mogu steći prvo radno iskustvo. Također, postoji mogućnost napredovanja i treninga i za one koji nisu završili srednje obrazovanje.
- Ima potencijal u zapošljavanju migranata, etničkih manjina itd. Turizam nudi poslove za koje nisu potrebne visoke kvalifikacije i nije uvijek potrebno dobro poznavanje jezika zemlje u kojoj žive i rade. U situaciji visoke nezaposlenosti svako je radno mjesto vrlo cijenjeno.
- Tamo gdje nema značajne nezaposlenosti, turizam stvara dodatni izvoz.

<sup>543</sup> Ibid.

<sup>544</sup> Ibid. str 6.

- Može poticati stvaranje dodatnih radnih mjesta u određenim područjima. Stimuliranjem turizma na sjeveru Švedske i Finske, u istočnoj Njemačkoj i na jugu Italije u djelovima Hrvatske, mogu se stvoriti dodatna radna mjesta u tim manje razvijenim područjima.
- Može povoljno utjecati na razvoj zaposlenosti na području više zemalja. U zemljama poput Luksemburga i Nizozemske, koje bilježe uspješne rezultate na tržištu rada, turistički sektor može zaposliti radnu snagu iz susjednih zemalja, gdje je problem nezaposlenosti veći.
- Većina radnih mjesta se nalazi u malim i srednjim poduzećima, što odgovara strategiji zapošljavanja u npr. Grčkoj ili Hrvatskoj.
- Očigledno je da turizam ima značajan potencijal u pogledu rješavanja problema na tržištima rada. Preostalo je kreirati takvo okruženje i poduzeti takve mjere koje će omogućiti potpuno iskorištenje tog potencijala europskog turizma. Treba:

#### 1) Osigurati makroekonomski rast

Makroekonomski rast preduvjet je za stvaranje radnih mjesta. Gospodarski rast pozitivno utječe na kupovnu moć, što se opet odražava na potražnju turističkih usluga. Povećanjem turističke potražnje direktno se stvaraju nova radna mjesta. Stagnirajući ekonomski razvoj nije poželjan, jer djeluje na smanjenje kupovne moći, te na smanjenje potražnje.

#### 2) Povećati konkurentnost destinacija EU

Destinacije van EU bilježe sve više međunarodnih dolazaka i uslijed takvih kretanja pao je udio EU u međunarodnom svjetskom turizmu. EU i njene članice bi trebale ulagati u održavanje vodeće pozicije na svjetskom turističkom tržištu i zajedno raditi na promicanju Europske unije kao destinacije.

#### 3) Smanjiti prepreke za poduzeća

- Smanjiti administrativno i fiskalno opterećenje
- Većina poduzeća u turizmu je male i srednje veličine. Za njihov rast, odnosno za poticanje njihove uloge u stvaranju zaposlenosti, poželjno je smanjiti administrativne i fiskalne prepreke.
- Smanjiti doprinose za rad u EU. To ima naročito negativan utjecaj na sektore koji su radno intenzivni, kao što je turizam. Visoki doprinosi mogu predstavljati prepreku u stvaranju dodatnih radnih mjesta.

#### 4) Organizacija obuke

Važna pretpostavka za povećanje zaposlenosti u turizmu jest kontinuirana obuka i stalno povećanje razine sposobnosti i obrazovanja. Potrebna su ulaganja u obrazovanju kako bi se djelatnici tijekom cijelog radnog vijeka mogli usavršavati i prilagođavati trendovima. Posebice je važno usmjeriti obuku prema IT-koji je postao važniji i u turističkom sektoru. Povećanje razine obrazovanja utjecat će na povećanje produktivnosti što je nužno da bi europski turizam postao konkurentniji.

Brzi razvoj tehnologija kao i novi trendovi poput održivog razvoja, ne samo da zahtijevaju kontinuiranu obuku, već predstavljaju mogućnost za kreiranje novih kvalitetnih radnih mjesta. Zato bi se ove tendencije trebalo prihvatiti kao izazov i potencijal za povećanje zaposlenosti.

#### 5) Omogućiti veću mobilnost ljudi

Turistički sektor karakterizira mobilnost zaposlenih. Za osiguranje mobilnosti zaposlenih potrebno je osigurati verifikaciju diploma i životopisa, i rješavanja pitanja o socijalnoj sigurnosti, mirovinskim pravima i slično.

## 6) Poštivati načela održivog razvoja

Održivi razvoj jedan je od najvećih trendova današnjice. On nije samo trend, već je postao nužna pretpostavka u cjelokupnom gospodarstvu, pa tako i u turizmu, jer rast turističke aktivnosti nije neograničen. Primjenom načela održivog razvoja će se, između ostalog, povećati privlačnost destinacije, smanjiti troškovi npr. energije i vode, te će se moći stvarati nova radna mjesta. Održivi razvoj u turizmu može pozitivno utjecati na zaposlenost. Sačuvana okolina, (prirodna, kulturna...) pokretač je turističke aktivnosti, stoga je očuvanje okoline neophodno za održavanje dugoročne konkurentnosti EU destinacije, a time i za očuvanje radnih mjesta. Osim toga ulaganjem u razvojne projekte stvarat će se dodatna radna mjesta kako u turizmu tako i u drugim povezanim sektorima.

Vidljivo je poboljšanje situacije na tržištima rada u Europskoj uniji. Skoro sve zemlje su primjenom odgovarajućih mjera zaštite rada i korištenjem povoljnog makroekonomskog okruženja povećale broj radnih mjesta. Stopa zaposlenosti je 1999. iznosila 62,2%, a stopa nezaposlenosti se smanjila i iznosila je 9,2%. Ova stopa se i dalje smanjivala i u prosincu 2000. iznosila je 8,1%. Ali ovi rezultati se moraju znatno poboljšati da bi bili konkurentni s onima u SAD-u i Japanu. Slabiji rezultati na tržištu rada u EU ukazuju na nedovoljnu ekonomsku efikasnost i predstavljaju gubitak potencijalnog outputa. Najveće stope nezaposlenosti imaju mediteranske zemlje (osim Portugala), te Finska, Belgija i Njemačka.

Turizam nije u svim zemljama EU od iste važnosti, ali gotovo u svim zemljama može pospješiti zaposlenost osjetljivih grupa kao što su žene, mladi, dugoročno nezaposleni, etničke manjine i sl. Part-time i privremeni poslovi, kao česti oblici u turizmu mogu imati posebno značenje u stimuliranju zaposlenosti žena i mladih. Poticanjem turizma u određenim regijama može se povoljno utjecati na zaposlenost u tim područjima. U zemljama koje nemaju izražene probleme s nezaposlenošću, turizam predstavlja dodatni izvoz. Portugal i Austrija, kao izrazite turističke destinacije, te Irska prepoznale su potencijal zaposlenosti koji nudi turizam te su ga koristili za smanjenje stope nezaposlenosti. Nažalost, u većini mediteranskih zemalja, gdje je turizam često jedna od najvažnijih grana, to nije učinjeno i one još uvijek bilježe visoke stope nezaposlenosti. Turizam je u Hrvatskoj sektor koji može dati značajan doprinos bržem gospodarskom razvoju. U našoj zemlji postoje veliki potencijali za povećanje turističkih aktivnosti što će samim time generirati i veći broj radnih mjesta u turizmu kao i u povezanim gospodarskim granama. Za uspješno rješavanje problema nezaposlenosti u Hrvatskoj putem turizma, kao primjer mogu poslužiti pozitivna iskustva zemalja EU.

Turizam je vrlo značajan za gospodarstvo EU. Naime, turizam ukupno sudjeluje u BDP s 12,6% i u zaposlenosti s oko 13%. Važno je razlikovati direktan utjecaj i ukupan utjecaj turizma na gospodarstvo EU. Direktno, turizam u EU generira 4,16% BDP-a i 4,4% zaposlenosti. Turizam je jedan od rijetkih sektora koji je '90 kreirao nova radna mjesta. Turistička aktivnost kontinuirano raste, a rast turističkih aktivnosti direktno stvara nova radna mjesta u turizmu. Uz to turistička potražnja potiče stvaranje radnih mjesta u drugim sektorima, kroz tzv. flow through effect. Ovaj flow through effect je jako izražen u Španjolskoj i naročito u Irskoj. Direktni je utjecaj turizma na zaposlenosti u Irskoj nizak, ali je ukupan efekt vrlo značajan. Turistička potražnja generira oko 20% ukupnih radnih mjesta u Irskoj. Jak rast turističke potražnje tijekom zadnjih godina, uvelike je pridonio stvaranju radnih mjesta. U Irskoj je turizam vidljivo pospješio situaciju na tržištu rada

Turizam nije u svim zemljama EU od iste važnosti, ali gotovo u svim zemljama može pospješiti zaposlenost osjetljivih grupa kao što su žene, mladi, dugoročni nezaposleni, etničke manjine i sl. Part-time i privremeni poslovi, kao česti oblici u turizmu mogu imati posebno značenje u stimuliranju zaposlenosti žena i mladih. Poticanjem turizma u određenim regijama može se povoljno utjecati na zaposlenost u tim područjima.

U zemljama koje nemaju izražene probleme s nezaposlenošću, turizam predstavlja dodatni izvoz. Portugal i Austrija, kao izrazite turističke destinacije, te Irska prepoznale su potencijal zaposlenosti koji nudi turizam te su ga koristile za smanjenje stope nezaposlenosti. Nažalost, u većini mediteranskih zemalja, gdje je turizam često jedna od najvažnijih grana, to nije učinjeno i one još uvijek bilježe visoke stope nezaposlenosti.

Turizam je u Hrvatskoj onaj dio gospodarskog sustava koji može dati značajan doprinos bržem gospodarskom razvoju. U našoj zemlji postoje veliki potencijali za povećanje turističkih aktivnosti što će samim time generirati i veći broj radnih mjesta u turizmu kao i u povezanim gospodarskim granama. Hrvatskoj za uspješno rješavanje problema nezaposlenosti putem turizma, kao primjer mogu poslužiti pozitivna iskustva zemalja.



## PITANJA ZA PROVJERU ZNANJA I VJEŽBE

1. Kakvi su stvarni efekti turizma na zaposlenost stanovništva, promatrajući problematiku zaposlenosti u turizmu ne samo kao direktne nego kao i indirektne efekte turizma u ovom domenu.
2. Kako se razmatra problematika kadrova kad se radi o prostoru koji je već dostigao visok stupanj razvijenosti turističkih kapaciteta, kako o prostoru koji se tek razvija, a kako o prostoru koji tek sagledava i planira svoj turistički razvitak
3. Kakav utjecaj imaju činjenice o utjecaju automatizacije, elektronike i novih tehnologija na smanjenje potrebne radne snage u turizmu?
4. S kojim postotkom sudjeluje turizam u ukupnom broju zaposlenih u Hrvatskoj te koja tri temeljna obilježja karakteriziraju problematiku kadrova za turističke potrebe?
5. Kakvo je tržište rada u zadnja tri desetljeća u Europskoj uniji te koliko se uspješno EU bori s problemom nezaposlenosti?
6. Nabrojite kritične kategorije u zaposlenosti zemalja EU te koje su tendencije vidljive u razdoblju od 1991. godine do 2000. godine kod zapošljavanja kategorije žena.
7. Kakva je regionalna disperzija stope zaposlenosti odnosno nezaposlenosti unutar EU ?
8. Kakav značaj ima part-time i privremeno zaposlenje unutar EU te kakva je razlika u stopama zaposlenosti u uslužnom sektoru u EU i SAD-u?
9. Kakav je intenzitet smanjenja nezaposlenosti zadnjih godina potkraj XX. stoljeća u EU, te kakvi su pokazatelji nezaposlenosti?
10. Kakve su mogućnosti turizma u rješavanju problema nezaposlenih te kakvu je turističku aktivnost bilježila EU koncem prošlog stoljeća?
11. U čemu leži značenje turističkog sektora za zapošljavanje ljudi te kakve efekte bilježi turistička potrošnja u EU?
12. Kakvi su potencijali turizma u rješavanju problema na tržištima rada Europske unije?

## **7. dio**

# **PLATNA BILANCA REPUBLIKE HRVATSKE I TURIZAM**

## 7. PLATNA BILANCA RH I TURIZAM

Platna bilanca jedna je od najvažnijih pokazatelja razvoja nacionalnog gospodarstva. Stanje platne bilance i kretanje njezinih pojedinih stavki jasno pokazuje stupanj razvitka nacionalnog gospodarstva, opseg i strukturu proizvodnje, odnose prema inozemstvu kao i stanje unutarnje gospodarstvene ravnoteže. Najveći uspjeh kojeg doživljava razvijeni svijet posebno u drugoj polovici 20. stoljeća treba zahvaliti strategiji u kojoj je gospodarski razvoj uključivao kao tržište svijet kao cjelinu. Dugoročan uspjeh mogu očekivati samo one zemlje koje usmjeravaju svoju energiju na svjetsko tržište, a od domaće politike traže da im samo omogući ili ne otežava pristup na svjetsko tržište.<sup>545</sup> Vanjskotrgovinska je ravnoteža jedan od ciljeva koji se nameće kao primarni zadatak u ekonomskoj politici velikog broja zemalja. Zato je eksterna ravnoteža koja se u teoriji definira kao ravnoteža platne bilance od izuzetne važnosti za postizanje opće ekonomske ravnoteže a to znači unutarnje ravnoteže na robnom i novčanom tržištu kao i eksterne ravnoteže. Značaj turizma u postizanju upravo te opće ekonomske ravnoteže hrvatskog gospodarstva je nezaobilazan, te je to i predmet naše analize.

### 7.1. METODOLOGIJA PLATNE BILANCE-OPĆA NAČELA

Platna bilanca jedna je od najvažnijih bilanci svakog nacionalnog gospodarstva. Njezinim praćenjem kroz više godina dobiva se slika međunarodnog gospodarskog položaja jedne zemlje, njezinog međunarodnog gospodarskog kapaciteta i posebno njezinog financijskog položaja u okviru svjetskog gospodarstva. Od platne bilance ovisi i međunarodna vrijednost domaće valute, kretanje intervalutarnog tečaja kao i potreba većeg ili manjeg administrativnog miješanja država u međunarodne ekonomske odnose i vanjskotrgovinsko poslovanje.<sup>546</sup> Deficit platne bilance zahtijeva stvaranje monetarnih rezervi, koje služe kao garancija za stabilnost ili likvidnost međunarodnih plaćanja. Gospodarski subjekti neke zemlje obavljaju mnogobrojne transakcije s ostalim svijetom. Radi analiziranja ekonomskog značenja takvih transakcija za zemlju i njihov utjecaj na makroekonomske agregate (zaposlenost, potrošnju itd.), potrebno je te transakcije sumirati i agregirati. Takav agregirani popis vrijednosti svih transakcija rezidenata neke zemlje s inozemstvom tijekom jedne godine predstavlja njezinu platnu bilancu.<sup>547</sup> Prema definiciji Međunarodnog monetarnog fonda "Platna bilanca predstavlja sustavni pregled svih ekonomskih transakcija u danom vremenskom periodu (u pravilu za jednu godinu) između domaćih rezidenata i rezidenata ostalih zemalja.<sup>548</sup> To je, dakle, ukupni usporedni pregled primanja i plaćanja po svim transakcijama koje nacionalno gospodarstvo obavi s inozemstvom u jednoj godini. Platna bilanca daje najpotpuniji pregled ekonomskih odnosa jedne zemlje s inozemstvom i strukturu tih odnosa, pa je najrealniji odraz sudjelovanja zemlje u svjetskom gospodarstvu.<sup>549</sup>

<sup>545</sup> Vidi : Jovančević., R., i Stipetić, V.,:/1996/, Deficit hrvatske tekuće platne bilance-stanje i implikacije za ekonomsku politiku, Ekonomija/Economics,3.

<sup>546</sup> Aćimović, M.: *Svjetsko gospodarstvo i međunarodna trgovina*, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, 1995., str. 254.

<sup>547</sup> Babić, M.: *Međunarodna ekonomija*, III izdanje, Mate, Zagreb, 1993., str. 19.

<sup>548</sup> Aćimović, M.: op. cit., str. 247.

<sup>549</sup> Platna bilanca sastavljena je u skladu s metodologijom koju je preporučio Međunarodni monetarni fond (Balance of Payments Manual, peto izdanje, 1993). Skupine izvora podataka za sastavljanje su: izvješća Državnog zavoda za statistiku, Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje, Zavoda za platni promet, poslovnih

Potrebno je razlikovati platnu bilancu od devizne i obračunske bilance. Devizna bilanca je sustavni i usporedni pregled primanja i plaćanja u jednoj godini iz koje rezultira priljev i odljev deviza prema inozemstvu, bez obzira kada su transakcije obavljene. Obračunska bilanca ili bilanca međunarodne zaduženosti je usporedni pregled svih potraživanja i dugovanja koje zemlja ima u danom trenutku prema inozemstvu, po osnovi svih ekonomskih odnosa, i pokazuje da li je zemlja aktivna ili pasivna. Platna bilanca sastoji se od dva računa, dvije bilance: računa tekućih transakcija i računa kapitalnih transakcija.<sup>550</sup> S globalizacijom svijeta dolazi i do znatnog rasta “putovanja”, koja čine značajnu stavku u uslugama. Oko 600 milijuna stanovnika svijeta godišnje putuje u inozemstvo radi odmora, poslovnih razloga ili stjecanja znanja. Izdaci tih putnika bilježe se kao odljevna stavka u platnoj bilanci dotične zemlje – emitenta; dok se kao priljev registriraju izdaci stranaca u zemljama recipijentima. Ta stavka nikad nije jednostrana: svaka zemlja ima izdatke za svoje putnike i primitke od stranaca, koji dolaze u određenu zemlju kupujući usluge, ali i robe koje se tamo nude. Bilanca putovanja pokazuje koje su zemlje aktivne, budući da imaju veći priljev od odljeva na stavci putovanja, a koje su deficitne. Hrvatska je visoko suficitna na stavci putovanja, ali veličina tog suficita još uvijek je daleko od njezinih mogućnosti. U uslugama sve veće značenje imaju bankarske i druge financijske usluge, kao i informatičke usluge koje pružaju neke zemlje drugima. Kao primjer se može navesti da Engleska ostvaruje više od milijarde funti prihoda godišnje samo na uslugama revizorskih tvrtki koje imaju sjedište u toj zemlji. Kod uravnoteženosti platne bilance čini se razlika između kratkoročnog i dugoročnog promatranja dugovanja i potraživanja jedne zemlje. Bilanca tekućih transakcija ne mora biti i nije uravnotežena u tijeku jedne godine. Suficit u tekućoj bilanci predstavlja potraživanje koje se u narednom periodu može realizirati uvozom robe ili usluga, dok deficit platne bilance predstavlja dugovanje koje se u narednom periodu mora likvidirati izvozom robe i usluga. Deficit u bilanci tekućih transakcija izravna se odgovarajućim priljevom (zajmom ili kreditom) u bilanci kapitalnih transakcija, dok se suficit u tekućoj bilanci izravna odlivom u kapitalnoj bilanci (davanje zajmova ili kredita drugoj bilanci).<sup>551</sup> Platna bilanca u tehničkom smislu mora biti uvijek izjednačena – uravnotežena.

Fundamentalna uravnoteženost postoji kad postoji sklad između unutarnje i vanjske ravnoteže. Pod unutarnjom (domaćom) ravnotežom podrazumijeva se takvo stanje nacionalnog dohotka pri kojemu nema ni opće nezaposlenosti, ni inflacijskih tendencija porasta cijena. Pod vanjskom (međunarodnom) ravnotežom podrazumijeva se stanje uravnoteženosti platne bilance bez stalne potrebe za prilagođavanjem deviznog tečaja ili za deviznom kontrolom (uvoznih ograničenjima).<sup>552</sup> Iz navedenog je vidljivo da je fundamentalna neuravnoteženost platne bilance je neravnoteža takvog tipa da održavanje zadovoljavajuće razine zaposlenosti, cijena i uravnoteženje platne bilance ne može uspjeti bez prilagođavanja deviznog tečaja ili devizne kontrole. Bez obzira o kojoj se vrsti neravnoteže radi, uvijek se postavlja pitanje kako riješiti suficit ili deficit platne bilance. Odgovor na ovo pitanje nalazi se između autonomnih i kompenzacijskih transakcija.

---

banaka, poduzeća i Hrvatske narodne banke, te statistička istraživanja Instituta za turizam i Hrvatske narodne banke. Platna bilanca Republike Hrvatske iskazuje se u američkim dolarima (USD) i domicilnoj valuti (HRK). Pri sastavljanju platne bilance u obje izvještajne valute koriste se indentične skupine izvora podataka, te indentična načela obuhvata transakcija i procedure sastavljanja pojedinih stavki.

<sup>550</sup> vidi detaljnije: Skupina autora, /1998/, Hrvatsko gospodarstvo, redakcija Družić, I., Ekonomski fakultet sveučilišta u Zagrebu, Politička kultura, str. 404-422.

<sup>551</sup> Aćimović, M.: op. cit., str. 250.

<sup>552</sup> Ibidem.

Podjela stavki platne bilance na autonomne i kompenzacijske transakcije vrši se tzv. presijecanjem platne bilance na dva dijela:

- a) podbilanca tekućih i
- b) podbilanca kapitalnih transakcija.<sup>553</sup>

Platna bilanca je aktivna kada je zbroj aktivnih stavki podbilance tekućih transakcija veći od zbroja pasivnih stavki u toj podbilanci, a pasivna kada je zbroj pasivnih stavki podbilance kapitalnih transakcija veći od zbroja aktivnih stavki u toj podbilanci.<sup>554</sup> U zemljama koje imaju razvijeno tržište kratkoročnog kapitala, centralna bilanca mijenjanjem eskontne stope stimulira određeno kretanje kratkoročnog kapitala: u slučaju deficita platne bilance povisuje eskontnu stopu i time privlači strane kratkoročne plasmane, pa tako izravnavava platnu bilancu, a da ne pribjegava prodaji monetarnih rezervi. Kod suficita platne bilance, spuštanje eskontne stope izaziva odlazak kratkoročnih kapitala iz zemlje i utječe na uspostavljanje ravnoteže platne bilance. Neravnoteža platne bilance može biti suficitna ili deficitna, prema tome da li se njezina ravnoteža uspostavlja izvozom kratkoročnog kapitala i povećanjem monetarnih rezervi, ili uvozom kratkoročnog kapitala i smanjenjem monetarnih rezervi.<sup>555</sup> Kada se govori o neravnoteži platne bilance, obično se misli na deficitnu platnu bilancu jer ona stvara daleko teže i kompliciranije probleme u teoriji i praksi nego suficitna platna bilanca. Prema svom karakteru i načinu izravnivanja neravnoteže platne bilance može biti privremena, dugotrajna i krizna.<sup>556</sup> Privremena neravnoteža nastaje zbog neravnomjernog odvijanja transakcija u tijeku jedne godine, privremenih teškoća plaćanja, slabe godine ili manjih gospodarstvenih poremećaja. Izravnavava se ili kompenzacijskim kretanjem kratkoročnog kapitala, ili mijenjanjem zaliha monetarnih rezervi. Dugotrajna i fundamentalna neravnoteža platne bilance postoji kada neuravnoteženost dugo traje, kada su gospodarska kretanja u zemlji poremećena smanjenjem zaposlenosti itd. Da bi se ovakva situacija riješila mora se pribjeći radikalnijim mjerama ekonomske politike – deflaciji ili devalvaciji nacionalne valute ili deviznoj kontroli. Krizna neravnoteža platne bilance javlja se u razvijenijim zemljama kao poseban oblik fundamentalne ravnoteže u slučaju opće krize gospodarstva, i nju je teško izravnati u kraćem periodu. Osnovni izvor neravnoteže platne bilance uglavnom je neravnoteža trgovinske bilance, pa u tretiranju ravnoteže platne bilance treba usmjeriti pažnju na neravnotežu između uvoza i izvoza robe i usluga. Za izvoz se može reći da je to višak domaće proizvodnje namijenjen prodaji u inozemstvu, a uvoz postaje dio domaće potrošnje. Ako je u nekom vremenu (vremenskom intervalu) razina domaće proizvodnje i potrošnje jednaka, izvoz i uvoz također su jednaki i platna bilanca je izravnata. Dođe li do nesklada između potrošnje i proizvodnje, to će se odraziti u deficitu ili suficitu platne bilance. Deficit bilance tekućih transakcija jedne zemlje označava višak njezine potrošnje nad njezinom proizvodnjom u određenom vremenskom intervalu, dok je suficit višak proizvodnje nad potrošnjom. U suvremenoj strukturi svjetskog gospodarstva razvijene zemlje imaju potrebu da teže stvaranju dugoročnih izvoznih viškova, time one rješavaju sve teži problem realizacije domaće robne proizvodnje, a izvozeći kapital u nerazvijene zemlje prije svega u obliku dugoročnih zajmova, prisvajaju kamate i dobiti kao dio akumulacije nerazvijenih zemalja. Nerazvijene zemlje, s druge strane, zainteresirane su za stvaranje uvoznih viškova jer time ubrzavaju svoj gospodarstveni razvoj.

---

<sup>553</sup> Ibidem, str. 252.

<sup>554</sup> Ibidem.

<sup>555</sup> Ibidem.

<sup>556</sup> Ibidem, str. 253.

## 7.2. PRAĆENJE TURIZMA U PLATNOJ BILANCI

Na računu usluga zasebno se vode usluge prijevoza, putovanja-turizma i ostale usluge. Prihodi od usluga pruženih stranim putnicima i turistima te rashodi koje su domaći putnici i turisti imali u inozemstvu prikazuju se na poziciji Putovanja-turizam. U razdoblju od 1993. do 1998. ta se pozicija procjenjivala upotrebom različitih izvora popdataka koji nisu osiguravali potpun obuhvat u skladu s preporučenom metodologijom pa je Hrvatska narodna banka od druge polovice 1998. počela provoditi istraživanje o potrošnji inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu i koristiti se njegovim rezultatima pri kompilaciji stavaka na poziciji Putovanja-turizam. Od početka 1999. rezultati tog istraživanja, koje se zasniva na anketiranju putnika na graničnim prijelazima, kombiniraju se s podacima Ministarstva unutrašnjih poslova o ukupnom broju stranih i domaćih putnika te s podacima o distribuciji stranih putnika prema državama iz priopćenja o turizmu Državnog zavoda za statistiku kako bi se procijenile odgovarajuće stavke platne bilance.<sup>557</sup>

Od 1991. godine do danas (2006.) u platnoj bilanci Republike Hrvatske događale su se krupne promjene, uvjetovane promjenama u ekonomskim odnosima s inozemstvom. U ratnoj 1991. godini prisutan je vrlo visok deficit trgovinske bilance, kojeg značajno reducirani saldo bilance usluga nije mogao pokriti. Kako je i u financijskim, a ne samo u tekućim transferima, ostvaren visoki deficit, ostvaren je negativni saldo platne bilance od preko jedne milijarde dolara. Sljedeće godine stanje je povoljnije, manji je deficit trgovinske bilance, znatno veći suficit u razmjeni usluga, tako da je ostvaren relativno povoljan suficit tekuće bilance, jer su transferi također porasli, znatno brže od deficita u dohocima. Deficit financijskih transakcija je prepolovljen, tako da je u ukupnoj platnoj bilanci ostvaren suficit, koji je omogućio formiranje deviznih rezervi Narodne banke Hrvatske od 167 milijuna dolara, što je i početak ostvarenja nacionalnih deviznih rezervi.<sup>558</sup> Promjene u platnoj bilanci u 1993. i 1994. godini imaju slična obilježja iako su kretanja u 1994. godini u nekim bitnim stavkama znatno povoljnija, što se može povezati s pozitivnim efektima politike stabilizacije odnosno antiinflacijskog programa, koji se počeo ostvarivati u 1993. godini. U 1995. godini dolazi do značajnih promjena, rast izvoza roba je znatno smanjen, ali je značajan i pad u sferi usluga zbog znatno smanjenog priljeva iz inozemnog turizma. Istovremeno dolazi do porasta uvoza roba i usluga. U financijskim transferima došlo je do većeg porasta, pa je ukupni deficit platne bilance u 1995. godini iznosio više od 1,3 milijarde dolara.

U tablici 7.1. prikazana je platna bilanca Republike Hrvatske u razdoblju od 1997. do 2004. godine. U 1998. godini dolazi do suficita tekućih transakcija, no smanjen je i saldo kapitalnih i financijskih transakcija, pa se ponovno javlja deficit platne bilance, koji je prisutan i u idućim godinama. Deficit platne bilance u 1999. godini je manji za 38%, ali već u 2000. godini pokazuje ponovni rast i to u odnosu na 1999. godinu zabilježen je rast od 400%

---

<sup>557</sup> Vidi detaljnije: Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2004., Državni zavod za statistiku, Zagreb, str. 380.

<sup>558</sup> Sirotković, J.: op. cit., str. 92.

Tablica 7.1: Platna bilanca Republike Hrvatske, izabrane godine 1994. – 2005.

	u milij. US\$		u milijunima EUR					
	1994.	1998.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
<b>A.TEKUĆE TRANSAKCIJE</b>	785,7	-1553,8	-489,9	-817,7	-2097,2	-1866,2	-1.446,7	-1.963,6
1. Roba, usluge i dohodak (2+5)	262,6	-2.261,9	-1.448,7	-1.917,2	-3.249,4	-3.110,7	-2.638,5	-3.139,9
1.1. Prihodi	7.307,8	8.954,5	9.788,6	11.272,5	11.583,7	13.587,1	14.891,1	15.947,5
1.2. Rashodi	-7.045,2	-11.216,4	-11.237,3	-13.189,7	-14.833,1	-16.697,8	-17.529,6	-19.087,4
2. Roba i usluge	339,4	-2097,4	-1028,9	-1301,0	-2675,6	-2041,2	-2012,8	-2165,7
2.1. Prihodi	7.158,2	8565,4	9.411,3	10.800,1	11.125,4	13.137,6	14.239,8	15.296,1
2.2. Rashodi	-6.818,8	-10.662,7	-10.440,2	-12.101,1	-13.801,0	-15.178,7	-16.252,6	-17.461,8
3. Roba	-1.322,5	-4.168,9	-3.499,4	-4.603,8	-5.960,3	-6.974,2	-6.727,8	-7.482,9
3.1. Prihodi	4.168,9	4.604,5	4.969,3	5.318,8	5.293,1	5.571,7	6.603,1	7.244,3
3.2. rashodi	-5.582,9	-8.773,4	-8.468,6	-9.922,6	-11.253,5	-12.545,9	-13.330,9	-14.727,1
4. Usluge	1.661,9	2071,6	2470,5	3302,8	3284,8	4.933,0	4.715,0	5.317,1
4.1. Prihodi	2.897,8	3.960,9	4.442,0	5.481,3	5.832,3	7.565,9	7.636,7	8.051,8
4.2. Rashodi	-1.235,9	-1.889,3	-1.971,5	-2.178,5	-2.547,5	-2.632,8	-2.921,7	-2.734,7
5. Dohodak	-76,8	-164,5	-419,8	-616,2	-573,8	-1.069,5	-625,7	-974,2
5.1. Prihodi	149,7	389,1	377,3	472,4	458,3	449,6	651,3	651,4
5.2. Rashodi	-226,4	-553,6	-797,2	-1.088,6	-1.032,1	-1.519,1	-1.277,0	-1.625,6
6. Tekući transferi	523,1	708,1	958,9	1099,5	1.152,2	1.244,5	1.191,8	1.176,3
6.1. Prihodi	665,9	921,1	1.195,5	1.333,3	1.453,2	1.538,7	1.584,6	1.624,6
6.2. rashodi	-142,8	-213,1	-236,6	-233,8	-301,1	-294,2	-392,8	-448,3
<b>B. KAPITALNE I FINANCIJSKE TRANSAKCIJE</b>	-257,7	1.497,0	1.244,5	1.050,9	2.731,9	2.996,5	2.269,0	2.896,0
B1. Kapitalne transakcije	-	-	22,2	154,1	501,2	72,4	23,1	50,9
B2. Financijske transakcije	531,0	1.773,5	1.899,5	2.445,8	2.972,6	4.159,5	2.289,0	3.666,9
1. Izravna ulaganja	106,3	763,1	1.140,6	1.326,9	597,2	1.695,4	698,0	1.184,9
1.1. U inozemstvu	-6,8	-90,9	-1,5	-175,6	-597,8	-93,0	-280,9	-142,9
1.2. U Hrvatskoj	113,1	854,0	1.142,1	1.502,5	1.195,1	1.788,4	979,0	1.327,8
2. Portfeljna ulaganja	8,6	-54,6	728,0	666,0	-440,2	868,8	244,2	-1.049,0
2.1. Sredstva	1,0	-0,2	-25,0	-143,2	-650,6	121,3	-752,5	-475,4
2.2. Obveze	7,7	-54,5	753,0	809,2	210,4	747,5	996,7	-573,5
3. Financijski derivati	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-88,4
4. Ostala ulaganja	416,1	1.065,1	309	453,0	2.815,5	1.595,3	1.346,8	3.619,4
4.1. Sredstva	171,9	387,7	-1.040,4	394,3	451,9	-2.151,8	-454,7	971,4
4.2. Obveze	244,2	677,4	1.071,3	58,7	2.363,6	3.747,1	1.801,5	2.647,9
B3: Međunarodne pričuve HNB-a	-788,8	-276,5	-677,3	-1.549,0	-741,9	-1.235,5	-43,0	-821,8
<b>C. NETO POGREŠKE I PROPUSTI</b>	-528,0	56,9	-754,6	233,3	-634,7	-1.130,3	-822,4	-932,5

Izvor: HNB-Bilten br. 11, Zagreb, 2006., str. 42., i Godišnje izvješće 2005., HNB, Zagreb 2006.

Već je istaknuto da svaka zemlja teži što većoj uravnoteženosti unutar tekućih i kapitalnih transakcija platne bilance. Da bi platna bilanca (tablica 7.1.) bila što više uravnotežena potrebno je da razlike između stavaka budu što manje, jer što je manja razlika među stavkama to znači da je platna bilanca neke države bolja. Iz tablice 7.1. vidljivo je da je razlika između stavke A i B velika, što govori o velikom jazu hrvatske platne bilance. Dinamika i struktura hrvatskih međunarodnih ekonomskih odnosa, kao i turizma mogu se sustavno pratiti analizom njezine platne bilance.

### 7.2.1. Bilanca tekućih transakcija i prihodi od putovanja - turizma

Analiza tekuće platne bilance, koja je prikazana u tablici 7.3. pokazuje da u razdoblju od 1998. do 2004. godine dolazi do smanjenja deficita platne bilance, kao rezultat smanjenja deficita trgovinske bilance. Podaci u bilanci roba i usluga pokazuju gdje su jake, odnosno slabe strane hrvatske platne bilance. Aktivne stavke platne bilance Hrvatske su usluge, i to posebno turizam, a tek u manjoj mjeri prihodi od prometa (pomorskog, željezničkog i zračnog).

U tablici 7.2. prikazano je kretanje bilanca usluga Republike Hrvatske u razdoblju od 1999. do 2004. godine.

Tablica 7.2: Bilanca usluga Republike Hrvatske, izabrane godine 1998. – 2005. godine u milijunima EUR-a

	1998.*	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
UKUPNO USLUGE	2.074,8	2.470,5	3.302,8	3.284,8	4.933,0	4.715,0	5.317,1
1. Prijevoz	227,6	195,2	186,1	172,0	252,2	245,5	376,3
1.1. Prihodi	565,7	606,3	658,6	622,8	696,3	791,3	880,3
1.2. Rashodi	-338,1	-411,1	-472,5	-450,8	-444,1	-545,8	-504,0
2. Putovanja – turizam	2.132,2	2.399,5	3.072,9	3.138,6	4.976,6	4.822,3	5.394,9
2.1. Prihodi	2.733,4	3.011,8	3.749,3	3.960,8	5.572,7	5.505,6	5.998,9
2.2. Rashodi	-600,3	-612,3	-676,5	-822,2	-596,1	-683,3	-604,1
3. Ostale usluge	-286,0	-124,2	43,9	-25,9	-295,8	-352,7	-454,0
3.1. Prihodi	665,0	824,0	1.073,4	1.248,6	1.296,9	1.339,8	1.172,6
3.2. Rashodi	-951,0	-948,1	-1.029,5	-1.274,5	-1.592,7	-1.692,5	-1.626,6

\* Za 1998. godinu elementi platne bilance prikazuju se u US \$

Izvor: HNB-Bilten br. 11, Zagreb, 2006., str.43., kao i Godišnje izvješće 2005., HNB, Zagreb., 2006.



Usluge su u čitavom vremenskom razdoblju od 1999. godine sve do 2004. godine visoko aktivna stavka platne bilance Hrvatske.

Prihodi od prijevoza (transporta) su nešto povećani u 2003. i 2004. godini i u ukupnim stavkama bez obzira što ostvaruju konstantno pozitivan saldo plaćanja. Taj je saldo nedostatan da bi bio značajniji faktor u pokrivanju negativnih stavaka platne bilance.

Kretanje prihoda i rashoda od prometnih usluga upućuje na aktivnu politiku u sljedećem razdoblju, kojom će se privlačiti promet robe na hrvatske prometne pravce. To uključuje:<sup>559</sup> pridobivanje tranzitnog tereta u hrvatske luke te jačanje željezničkog prometnog puta, znači ponovno preusmjeravanje željezničkog prometa preko Hrvatske prema Turskoj i Grčkoj. Naposljetku, Hrvatska ima bogatu pomorsku tradiciju. Stoga je obnova trgovačke flote kategorički imperativ hrvatskog gospodarstva. Izgradnja novih brodarskih kapaciteta snažno bi utjecala na povećanje prihodnih prometnih stavki u bilanci usluga, što bi zajedno sa stavkama putovanja –turizma činilo dugoročno najkvalitetniji dio platne bilance, jer bi to omogućilo ne samo potpuno pokrivanje negativnog salda robne bilance već i povećanje uvoza roba i usluga što bi se odrazilo na povećanje agregatne potrošnje i s time i brži rast bruto domaćeg proizvoda i zaposlenosti.

U bilanci usluga stavka putovanje–turizam tijekom cijelog promatranog razdoblja pokazuje suficit, te pokriva deficit ostalih stavki u bilanci. Tijekom promatranog razdoblja vidljivo je da se prihodi od putovanja-turizma iz godine u godinu povećavaju te da su prema novim metodologijama praćenja turističke potrošnje dosegli u 2003. i 2004. godini iznose koji prelaze 5.5 milijardi eura.

Stavka putovanja – turizam za Hrvatsku je od posebnog značenja. Ona uključuje i prihode od turizma i boravka stranih osoba. Povećanje deviznog prihoda od turizma djeluje na stabilnost kune, ako se nastave očekivana pozitivna kretanja s brojem turista i njihovom deviznom potrošnjom. Da bi se ponovno ostvarili nekadašnji rezultati turističkog gospodarstva Hrvatske neophodno je voditi aktivnu turističku politiku.

---

<sup>559</sup> Skupina autora: *Hrvatsko gospodarstvo*, op. cit., str. 413.

Tablica 7.3: Robe i usluge u tekućoj platnoj bilanci Hrvatske, 1998. -2005.

	mil.	milijunima EUR-a					
	US\$						
	1998.*	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005
UKUPNO ROBE	-4.147,4	-3.499,4	-4.603,8	-5.960,3	-6.974,2	-6.727,8	7.482,9
1. Prihodi	4.580,6	4.969,3	5.318,8	5.293,1	5.571,7	6.603,1	7.244,3
2. Rashodi	-8.652,0	-8.468,6	-9.922,6	-11.253,5	-12.545,9	-13.330,9	-14.727,1
UKUPNO USLUGE	2.074,8	2.470,5	3.302,8	3.284,8	4.933,0	4.715,0	5.317,1
1. Prijevoz	227,6	195,2	186,1	172,0	252,2	245,5	376,3
1.1. Prihodi	565,7	606,3	658,6	622,8	696,3	791,3	880,3
1.2. Rashodi	-3.38,1	-411,1	-472,5	-450,8	-444,1	-545,8	-504,0
2. Putovanja – turizam	2.133,2	2.399,5	3.072,9	3.138,6	4.976,6	4.822,3	5.394,9
2.1. Prihodi	2.733,4	3.011,8	3.749,3	3.960,8	5.572,7	5.505,6	5.998,9
2.2. Rashodi	-600,3	-612,3	-676,5	-822,2	-596,1	-683,3	-604,1
3.3. Ostale usluge	-286,0	-124,2	43,9	-25,9	-295,8	-352,7	-454,0
2.3.1. Prihodi	665,0	824,0	1.073,4	1.248,6	1.296,9	1.339,8	1.172,6
2.3.2. Rashodi	-951,0	-948,1	-1.029,5	-1.274,5	-1.592,7	-1.692,5	-1.626,6

\* Za 1998. godinu elementi platne bilance prikazuju se u US \$

Izvor: HNB-Bilten br. 11, Zagreb, 2006., str.43. kao i Godišnje izvješće 2005., HNB, Zagreb., 2006.

Tablica 7.4: Koeficijenti pokrića tekuće platne bilance neto prihodom od putovanja 1998.-2005.

	1998.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
1. Neto prihodi od putovanja-turizma	2.133,2	2.399,5	3.072,9	3.138,6	4.976,6	4.822,3	5.394,9
2. Saldo bilance roba	-4.147,4	-3.499,4	-4.603,8	-5.960,3	-6.974,2	-6.727,8	-7482,9
Koeficijent pokrića (1./2.)	51,4	68,5	66,7	52,6	71,3	71,6	72,1
3. Saldo bilance usluga	2.074,8	2.470,5	3.302,8	3.284,8	4.933,0	4.715,0	5.317,1
3.1. Rashodi bilance usluga	-1.887,4	-1.971,5	-2.178,5	-2.547,5	-2.632,8	-2.921,7	2.734,7
Koeficijent pokrića rashoda (1/3.1.)	110,0	128,2	141,1	123,2	189,0	165,1	197,3
4. Saldo tekućih transakcija bez turizma	-3.586,0	-2.888,5	-3.890,6	-5.235,8	-6.842,8	-6.269,0	7.358,5
Koeficijent pokrića (1/4.)	59,4	83,1	79,0	59,9	72,7	76,9	73,3

Napomena: Za 1998. godinu elementi platne bilance prikazuju se u US \$

Izvor: Izračun autora prema tablici 7.1. i 7.2.

Tablica 7.3 pokazuje odnose robne bilance i bilance usluga. U tekućoj platnoj bilanci **trgovinska bilanca** u svim promatranim godinama pokazuje deficit, što znači da se više uvezilo nego što se izvezilo. Nasuprot trgovinskoj bilanci u tablici 7.2. primjetan je pozitivan trend odnosa izvoza i uvoza u **bilanci usluga**. Ona u svim promatranim godinama pokazuje pozitivan saldo. No, ona svojim saldonom ne može nadomjestiti negativan trend trgovinske bilance.

Tablica 7.4 pokazuje koliki je koeficijent pokrića tekućih transakcija platne bilance prihodima od putovanja-turizma. Prihodi od putovanja-turizma pokrivaju negativan saldo bilance roba od 53% do čak 72%, dok ti prihodi premašuju rashodne stavke bilance usluga u iznosu od 123% do čak 189%. Ukupno pokriće negativnog salda tekućih transakcija platne bilance promatrane bez turizma, prihodima od putovanja-turizma kreće se od 60% do 83%

Potrebno je ovdje ukazati na izvoz i uvoz prema pretežnoj ekonomskoj namjeni. Iz tablice 7.5. vidljivo je da u čitavom dugogodišnjem promatranom razdoblju stavka neto uvoza je izuzetno visoka i kreće se od 1.1 do čak 8,0 milijardi USD. Značajnu stavku u uvozu imaju proizvodi za reprodukciju kao i proizvodi za široku potrošnju. Te stavke su također u čitavom promatranom razdoblju visoko deficitarne. Za Hrvatsku je u budućnosti

veoma važno smanjenje ovih uvoznih stavki, ili još važnije, povećanje izvoza posebno sredstava za široku potrošnju i proizvoda za reprodukciju., jer Hrvatska ima mogućnosti za razvoj posebno prerađivačke industrije. Prihodima od putovanja-turizma pokriva se u promatranom razdoblju od 48% do 127% neto uvoza, dok se tim istim prihodima, pojedinačno gledajući, višestruko zatvaraju negativne stavke proizvoda za reprodukciju, proizvoda za investicije i proizvoda za široku potrošnju .(tablica 7.5.).

*Tablica 7.5: Izvoz i uvoz Republike Hrvatske, prema pretežnoj ekonomskoj namjeni, u izabranim godinama 1994.–2004. god. i koeficijenti pokriva prihoda od putovanja-turizma*

	Prihodi od putovanja-turizma	Neto izvoz/uvoz				Koeficijent pokriva prihoda od putovanja-turizma %			
		Saldo ukupno	Proizvodi za reprodukciju	Proizvodi za investicije	Proizvodi za široku potrošnju	Ukupno	Proizvodi za reprodukciju	Proizvodi za investicije	Proizvodi za široku potrošnju
1994.	1.427	-1.127	-995	-489	240	126,6	143,4	291,8	-
1995.	1.351	-2.834	-1.639	-791	-404	47,7	82,4	170,8	334,4
1996.	2.014	-3.140	-1.800	-791	-549	64,1	111,9	254,6	366,8
1997.	2.523	-5.120	-2.306	-1.616	-1.197	49,2	109,4	156,1	210,8
1998.	2.733	-3.758	-1.894	-829	-1.035	72,7	144,3	329,7	264,3
1999.	2.493	-3.504	-1.739	-801	-956	71,2	143,3	311,2	261,0
2000.	2.758	-3.455	-1.678	-636	-1.141	79,8	164,3	433,6	241,7
2001.	3.334	-4.481	-2.302	-864	-1.316	74,4	144,9	386,0	253,6
2002.	3.811	-5.818	-2.824	-1.198	-1.797	65,5	135,0	318,1	212,1
2003.	6.310	-8.022	-3.623	-1.975	-2.424	79,5	176,0	323,0	263,0
2004.	6.726	-8.565	-4.100	-3.304	-1.034	78,5	164,0	203,6	650,5

*Izračun autora prema SLJH–2004., Državni zavod za statistiku RH, Zagreb, 2004., str.386., 396*

U tekućoj platnoj bilanci vodi se i bilanca dohotka i tekućih transfera. Tablica 7.6. prikazuje podatke o prihodima i rashodima na ovoj stavci.

Tablica 7.6. Dohodak od kapitala (vlasništva) i prihodi od turizma 2000.-2005. u mil. EUR

	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
1. Dohodak	- 419,8	- 616,2	-573,8	-1.074,1	-625,7	-974,2
1.1.Naknade zaposlenima	76,0	143,1	167,6	183,9	233,9	259,7
1.2.Dohodak od izravnih ulaganja	-154,1	-357,8	-353,4	-844,5	- 431,7	-741,3
1.3.Dohodak od portfolio ulaganja	-188,1	-241,8	-214,8	239,6	-256,6	-306,4
1.4.Dohodak od ostalih ulaganja	-153,6	-159,6	-173,2	-173,9	-171,4	-186,2
2.Tekući transferi	958,9	1.099,5	1.152,2	1.244,5	1.191,8	1.176,3
3. Ukupno dohodak i tek. transferi (1+2)	539,1	483,3	578,4	170,4	566,1	202,1
4. Saldo bilance Putovanja – turizam	2399,5	3072,9	3.138,6	4976,6	4822,3	5.394,9
Koeficijenti (4:3)	4,45	6,36	5,43	29,28	8,52	26,71

Izvor: Bilten Hrvatske narodne banke, br. 111, Zagreb 2006., str. 45.

U bilanci dohotka vidljiv je negativan trend u svim promatranim godinama. koji se postepeno svake godine povećava. Samo naknade zaposlenima pokazuju pozitivan trend, odnosno suficit. U tekućim transferima uključeni su prihodi što ih, na osnovi jednostranih plaćanja, ostvaruje država, pojedine organizacije ili pojedinci. Tekući transferi pokazuju pozitivan trend u svim promatranim godinama. Suficit tekućih transfera pokriva deficit dohotka, što rezultira suficitom ove podbilance dohotka od kapitala (vlasništva), tako da prihodi od putovanja – turizma nisu potrebni za zatvaranje ove podbilance ali je iz tablice 7.6. vidljivo koliko puta je saldo bilance putovanja-turizma (koeficijenti od 4,5 do čak 29,2) veći od salda bilance dohotka i transfernih plaćanja.

## 7.2.2: Bilanca kapitalnih transakcija i prihodi od putovanja - turizma

Kapitalnim, odnosno financijskim transakcijama, u biti svaka zemlja bilancira saldo tekuće platne bilance. Zemlje koje imaju deficit tekuće platne bilance moraju aktivnim saldom financijskih transakcija kompenzirati deficit tekuće platne bilance. Pozajmljivanje kapitala u inozemstvo, otvaranje zemlje za investicije stranom kapitalu i/ili prodaja imovine u zemlji strancima, i neke druge operacije, moraju kompenzirati činjenicu da u zemlje, koje imaju tekući deficit u platnoj bilanci, ulazi veća vrijednost dobara i usluga, nego što je to zemlja postigla izvozom svojih dobara i usluga. S druge strane, održavanje deficita tekuće platne

bilance, znači da se zemlje sve više zadužuju u inozemstvu.<sup>560</sup> Obrnuto, zemlje sa suficitom tekuće platne bilance, svojim plasmanom kapitala u inozemstvo, povećanjem deviznih i zlatnih rezervi, i drugim metodama, postižu uravnoteženje, tj. eliminiranje viškova tekuće platne bilance. U tom smislu, nerijetko se ove transakcije nazivaju kompenzacijskim transakcijama, jer se pokazuje kako se deficit tekuće platne bilance pokriva. Kapitalnim i financijskim transferima Republika Hrvatska pokriva deficit tekuće platne bilance, kako je to vidljivo iz tablice 7.7. U tablici je vidljivo da tijekom promatranog razdoblja dolazi do njihovog smanjenja.

Tablica 7.7: Kapitalne i financijske transakcije Republike Hrvatske, 2000.-2005. u mil. EUR

	2000.	2001	2002.	2003.	2004.	2005.
1.Saldo kapitalnih i finan. transakcija	1.244,5	1050,9	2.731,9	2.996,5	2.342,3,0	2.896,0
2.Saldo bilance putovanja-turizma	2.399,5	3.072,9	3.138,6	4.976,6	4.822,3	5.394,9
3.Koeficijent pokrivenosti	1,93	2,92	1,15	1,66	2,06	1,85

Izvor: Izračun autora prema Biltenu HNB, broj 111, Zagreb, 2006., str.42.i 43.

Hrvatska će vjerojatno u dužem vremenskom razdoblju, radi dinamiziranja svoje gospodarske aktivnosti, bilježiti deficit tekuće platne bilance. Taj će se deficit dijelom morati pokrivati izravnim plasmanom inozemnog kapitala u hrvatsko gospodarstvo, otkupom dionica hrvatskih poduzeća, kao i drugim transakcijama kapitala. Iz tablice 7.8. proizlazi da su se tijekom promatranog razdoblja povećala izravna ulaganja stranog kapitala u Hrvatsku, bilo kupovinom poduzeća ili kupovinom dionica pojedinih poduzeća. Strani kapital ulazi u Hrvatsku i putem portfolio ulaganja, koja su u 2000. godini bila veća u odnosu na 1999. godinu za 27,6%. Ostala ulaganja su od 1997. godine u padu, a u 1999. i 2000. godini pokazuju deficit. Ukupne financijske transakcije omogućile su Hrvatskoj da pokrije deficit tekućih transakcija, pa čak i da poveća devizne rezerve. U rashodnu stavku kapitalnih i financijskih transakcija ulazi formiranje deviznih pričuva Hrvatske narodne banke. Svaka je zemlja, prema propisima MMF-a, ali i iskustvom vlastite ekonomske politike, prisiljena stvarati devizne pričuve koje joj omogućuju da isplaćuje dospjele račune bez zastoja, čak i u slučaju eventualnih perturbacija na svjetskom ili domaćem tržištu. U pravilu svaka zemlja formira te rezerve u proporciji s vlastitim izvozom robe. Smatra se da je minimalno potrebno imati devizne pričuve u visini 3–mjesečne vrijednosti uvoza roba, a poželjno je držati te rezerve na visini od oko 6–mjesečnog uvoza. Zbog toga je Hrvatska, koja nije imala nikakvih deviznih pričuva, bila prisiljena u cijelom razdoblju, od proglašenja neovisnosti 1991. godine, formirati svoje vlastite devizne pričuve. Krajem 1992. godine devizne pričuve su iznosile samo 167 milijuna USD, krajem sljedeće godine rastu na 616 milijuna USD, koncem 1995. godine 1.895 milijuna USD, a 1996. godine dođu na 2.314 milijuna USD.<sup>561</sup>

Tendencije u stavci kapitalne i financijske transakcije svjedoče da se i Hrvatska ubrzano uključuje u svjetska financijska tržišta u kojima dionice, državni zajmovi i drugi

<sup>560</sup> Ibid., str. 417.

<sup>561</sup> Ibid., str. 419.

vrijednosni papiri postaju sve više dio međunarodnog prometa. Sanacija platne bilance, putem priljeva inozemnog kapitala, biti će i dalje potrebna, pri čemu će izravne investicije vjerojatno preuzeti ulogu temeljnog nositelja ove stavke. To će zahtijevati veću transparentnost politike inozemnog investiranja u Hrvatsku, olakšice glede retransfera uloženi sredstava, porezne olakšice, jednostavniju prodaju završenih investicija u Hrvatskoj i stranim kupcima itd. Povoljnu klimu za takvu politiku činiti će približavanje Hrvatske Europskoj uniji.

### **Konsolidirana bilanca banaka**

U konsolidiranu bilancu banaka uključeni su podaci o potraživanjima i obvezama banaka. Konsolidirana su međusobna potraživanja i obveze između banaka. Pričuve banaka kod središnje banke su kunske i devizne. Kunske pričuve su novčana sredstva banaka u blagajnama i kunska novčana sredstva banaka na računima kod središnje banke. Devizne pričuve su devizna novčana sredstva na deviznim računima Hrvatske narodne banke. Inozemna aktiva su sljedeći oblici deviznih i kunskih potraživanja od stranih fizičkih i pravnih osoba: strani efektivni novac u blagajnama, sredstva na tekućim računima i oročeni depoziti kod inozemnih banaka (uključuju} i loro akreditive i ostala pokrića), vrijednosni papiri, krediti i dionice. Potraživanja od središnje države su sljedeći oblici kunskih i deviznih potraživanja: vrijednosni papiri i krediti. Potraživanja od ostalih domaćih sektora obuhvaćaju sljedeće oblike kunskih i deviznih potraživanja: instrumente tržišta novca, obveznice, kredite (uključujući akceptne kredite) i dionice. Potraživanja od ostalih bankarskih institucija i nebankarskih financijskih institucija obuhvaćaju iste oblike kunskih i deviznih potraživanja, s tim da potraživanja od ostalih bankarskih institucija obuhvaćaju još i depozite. Stavke Depozitni novac, štedni i oročeni depoziti, Devizni depoziti te Obveznice i instrumenti tržišta novca obuhvaćaju obveze banaka prema ostalim domaćim sektorima, ostalim bankarskim institucijama te nebankarskim financijskim institucijama. Depozitni novac uključuje novčana sredstva na žiro računima i tekućim računima te obveze banaka po izdanim kunskim instrumentima plaćanja, a umanjuje se za novčana sredstva u platnom prometu (odnosno za čekove u blagajnama banaka i čekove poslane na naplatu). Štedni i oročeni depoziti su kunski štedni depoziti po viđenju te kunski oročeni depoziti i kunski depoziti s otkaznim rokom. Devizni depoziti su devizni depoziti po viđenju, oročeni devizni depoziti i devizni depoziti s otkaznim rokom. Obveznice i instrumenti tržišta novca su neto obveze banaka po izdanim vrijednosnim papirima i primljeni krediti.

Inozemna pasiva obuhvaća sljedeće oblike deviznih i kunskih obveza prema stranim fizičkim i pravnim osobama: žirora račune i tekuće račune, štedne depozite (uključujući loro akreditive i ostala pokrića), oročene depozite, primljene kredite i dospjele obveze. U sklopu primljenih kredita iskazuju se i izdani podređeni i hibridni instrumenti koje su upisali inozemni investitori. Depoziti središnje države su svi oblici kunskih i deviznih obveza (osim ograničenih i blokiranih depozita) banaka prema središnjoj državi. Krediti primljeni od središnje banke su krediti primljeni od Hrvatske narodne banke i depoziti Hrvatske narodne banke kod banaka, pri čemu se kao krediti tretiraju i poslovi reotkupa vrijednosnih papira.

### **7.3. METODOLOGIJE KORIŠTENE PRI STATISTIČKOM PRAĆENJU POZICIJE PUTOVANJA - TURIZMA U PLATNOJ BILANCI REPUBLIKE HRVATSKE**

Metodologije koje su korištene pri statističkom praćenju djelatnosti međunarodnog turizma točnije pozicije putovanja-turizma u platnoj bilanci Republike Hrvatske s posebnim naglaskom na evidentiranje prihoda od međunarodnog turizma su:

- Metodologija zasnovana na otkupu i prodaji deviza (MET1)
- «Prijelazna» metodologija (MET2)
- Anketno istraživanje «Potrošnja inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu» (MET3)

#### **7.3.1. Metodologija zasnovana na otkupu i prodaji deviza (MET1)**

Tom su se metodom stručnjaci koristili na samom početku uspostavljanja hrvatske platnobilančne statistike. Napuštena je u drugom polugodištu 1997. godine. Metodologija je neprilagođena uvjetima u kojima strana sredstva plaćanja služe za obavljanje transakcija u neslužbenom sektoru gospodarstva. Dio domaćih deviznih transakcija, koji se odvijao preko poslovnih banaka evidentiran je kao aktivnost međunarodnog turizma premda se radilo o posve drukčijoj vrsti transakcija. Slabost te metodologije došla je najviše do izražaja tijekom 1995., kada je zbog repatrijacije devizne štednje iz inozemnih banaka i iz «čarapa» zabilježen rast inozemnih prihoda od turizma u uvjetima 50- postotnog pada broja noćenja inozemnih turista u odnosu na prethodnu godinu.

Devizni priljev/odljev na temelju *putovanja-turizma* formiran je korištenjem podataka iz *Izvešća o ostvarenom platnom prometu sa inozemstvom*, koje poslovne banke redovito dostavljaju HNB-u.

U priljev na temelju pruženih turističkih usluga uključena je:

- kupnja efektivnog stranog novca i čekova od stranaca
- doznake iz inozemstva na račune domaćih poduzeća koja se bave pružanjem turističkih usluga
- bonovi za cestarinu i benzinski bonovi prodani strancima
- 25% efektivnih stranih sredstava plaćanja otkupljenih od domaćih osoba
- 25% efektivnog stranog novca položenog na devizne račune građana

U odljev na temelju korištenih turističkih usluga uključeni su:

- rashodi za službena putovanja
- rashodi za stipendije i specijalizacije
- rashodi za turistička putovanja u organizaciji domaćih putničkih agencija
- 25% efektivnih stranih sredstava plaćanja prodanih domaćim osobama
- 20% efektivnih stranih sredstava plaćanja podignutih s deviznih računa građana

Iako sličnu metodologiju evidentiranja djelatnosti međunarodnog turizma koriste i druge zemlje (npr. Austrija), kod njih ta metodologija realnije prikazuje ostvareni turistički promet zbog toga što strana valuta ne cirkulirala u neslužbenom sektoru gospodarstva, štednja se prikupljala isključivo u domaćoj valuti, a u mjenječnicama se pri obavljanju transakcije prikupljajli podaci o transaktoru. Kad je austrijski državljanin, pred desetak godina i više, kupovao 100 njemačkih maraka u banci ili mjenjačnici, vrlo je velika vjerojatnost da ih je kupovao radi putovanja u inozemstvo. Isto tako, ako je austrijska mjenjačnica zamijenila



nekom rezidentu 100 njemačkih maraka u šilinge, vrlo je velika vjerojatnost da su ti šilingi potrošeni u turističke svrhe. Zbog loših iskustava s inflacijom u prošlosti u Republici Hrvatskoj se njemačka marka de facto koristila kao paralelna valuta u neslužbenom sektoru gospodarstva. Kako su podaci o ostvarenom platnom prometu s inozemstvom o otkupu i prodaji (odnosno o podizanju i polaganju) stranih sredstava plaćanja nepouzdana sa stajališta rezidentnosti transaktora (službenici na mjenjačkim mjestima rijetko kada traže identifikacijske isprave), alokacija tih transakcija na rezidente i nerezidente često je proizvoljna, tj. ovisna o ponašanju mjenjačkih i bankovnih službenika.

Primjerice, pri kupoprodaji polovnog automobila vrijednog 10000 DEM između dvaju hrvatskih rezidenata, događalo se sljedeće:

- 1) prodavatelj primi 10.000 DEM u gotovini, pa ih zamijeni u kune ili polaži na svoj devizni račun u banci. Iznos od 2.500 DEM dosljednom primjenom propisa o izračunu prihoda od turizma pretvarao je u devizni priljev od turizma;
- 2) kad je kupac podignuo sa svog deviznog računa 10000 DEM za kupnju automobila, iznos od 2000 DEM uračunavao se u rashode po osnovi turizma. Kad je kupac za kupnju automobila kupio u banci ili u mjenjačnici 10000 DEM za kune, iznos od 2500 DEM ulazio je u rashode po osnovi turizma.

Transakcija između rezidenata nacionalne ekonomije po definiciji nije predmet evidentiranja platnobilančane statistike, a navedeni primjer samo je ilustracija nesavršenosti prve metodologije za utvrđivanje prihoda i rashoda u platnoj bilanci Republike Hrvatske. Osim toga, snažan priljev deviza tijekom 1995. godine, uzrokovan povratkom povjerenja u hrvatske banke (repatrijacija štednje iz inozemstva i transfer štednje iz «čarapa» na štedne račune u bankama, povlačenje deviza sa štednih računa u jednoj i polaganje na račune u drugoj banci), uzrokovao je precijenjenost prihodne i rashodne strane pozicije *putovanja-turizma* u platnoj bilanci, koje samim time nisu realno oslikavale međunarodna turistička kretanja.

Preporuke za sastavljanje platne bilance, objavljene u 5. izdanju Priručnika o platnoj bilanci MMF-a<sup>562</sup>, sugeriraju zemljama koje sastavljaju platnu bilancu upotrebu anketnih istraživanja, tako da je i Hrvatska narodna banka usmjerila svoju reviziju metodologije za procjenu pozicije *putovanja –turizam* u tom smjeru. Radi toga su obavljani i prvi pregovori s Institutom za turizam iz Zagreba. Prva faza revizije platne bilance u skladu sa preporukama 5. izdanja Priručnika obavljena je krajem 1997. i početkom 1998. godine uz superviziju Misije statističke tehničke pomoći MMF-a. Kako nije bilo dovoljno vremena za početak anketnog istraživanja 1997. godine, prihodi i rashodi vezani uz turizam revidirani su za cijelo razdoblje upotrebom tzv. «prijelazne metodologije».

### 7.3.2. «Prijelazna» metodologija (MET2)

Procjena prihodne i rashodne strane pozicije *putovanja-turizam* dobivene upotrebom «prijelazne» metodologije uvrštene su u revidiranu platnu bilancu Republike Hrvatske za razdoblje od 1993. do 1998. Ta metodologija svojevrsni je «hibrid» između metodologije zasnovane na otkupu i prodaji deviza i metodologije koja se danas koristi pri anketnom istraživanju koje zajednički provode Institut za turizam i Hrvatska narodna banka. «Prijelazna» metodologija koristila se kombinacijom podataka o ostvarenom platnom prometu s inozemstvom i izračunom na temelju množenja prosječne dnevne potrošnje i odgovarajućih fizičkih pokazatelja.

---

<sup>562</sup> Balance of Payments Manual. 5. izdanje, MMF, Washington, 1993.

Upotrebom «prijelazne» metodologije isključena je iz podataka o turističkim prihodima i rashodima «shopping» komponenta. Spomenuti Priručnik za platnu bilancu MMF-a iz 1993. preporučuje reklasifikaciju individualne potrošnje za kupnju u inozemstvu (shopping) s računa usluga na račun robe. Kako su prvom metodologijom obuhvaćene sve transakcije vezane uz otkup i prodaju deviza, nije se moglo pouzdano utvrditi u kojoj se mjeri one odnose na turističku potrošnju, a u kojoj na kupnju (shopping). Glavni motiv «shopping» izleta je kupnja robe (za vlastite potrebe ili preprodaju), a takva putovanja traju najčešće samo jedan dan. U sklopu prve faze revizije platne bilance upotrebom «prijelazne» metodologije procijenjeni su prihodi i rashodi vezani uz *putovanja – turizam*, dok je procjena «shoppinga» napravljena posebno. Tako prilagođena procjeba «shoppinga» uvršena je u račun robe.

Turističke prihode čine:

- a) *podaci o platnom prometu s inozemstvom*, koji se sastoje od sljedećih osnova: doznake, stipendije, službena putovanja, ostalo, prodaja kuna u inozemstvu (neto), otkup i prodaja efektive i čekova od stranaca (neto), otkup stranih čekova od domaćih osoba
- b) *podaci o prihodima od zdravstvenih usluga pruženih nerezidentima*, koji se dobivaju izravno od Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje (HZZO) svakog tromjesečja
- c) *cestarine i slični izdaci plaćeni stranom efektivom*- podatak Devizne direkcije HNB-a
- d) *podatak u potrošnji u smještajnim kapacitetima*, koji se dobiva kao umnožak broja noćenja stranih turista ( $S_t$ ) iz priopćenja Državnog zavoda za statistiku (DZS) i procijenjene turističke potrošnje po putniku iz ankete TOMAS (koja iznosi 32,9 USD promatrane godine):  $(32,9 \cdot S_t)$
- e) *podatak o ostaloj turističkoj potrošnji*, koji se dobiva kao umnožak procijenjene potrošnje po putniku koji ulazi u Republiku Hrvatsku u vozilima stranih registarskih oznaka (37 USD)<sup>563</sup> i broja putnika u vozilima stranih registarskih oznaka na ulazu u Republiku Hrvatsku (podatak DZS-a,  $K_t$ ):  $(37 \cdot K_t)$

Turističke rashode čine:

- a) *podaci o ostvarenom platnom prometu s inozemstvom*  
doznake, stipendije, službena putovanja
- b) *podaci o rashodima za zdravstvene usluge pružene hrvatskim građanima u inozemstvu*- podatak HZZO-a, koji se tromjesečno dostavlja HNB-u
- c) *potrošnja rezodenata na putovanju, koja se procjenjuje na temelju godišnjih ekspertnih procjena.*

Primjenom «prijelazne» metodologije postignuta je bolja korelacija između prihoda od međunarodnog turizma i broja noćenja inozemnih turista nego primjenom metodologije zasnovane na otkupu i prodaji deviza. («Prijelazna» metodologija vjerodostojnije prikazuje dinamiku deviznih prihoda od međunarodnog prometa putnika i procijenjene dodatne

<sup>563</sup> Prosječna potrošnja po putniku koji ulazi u Republiku Hrvatsku u vozilu stranih registarskih oznaka dobivena je na temelju ekonometrijske ocjene naplate neregistriranih nefaktorskih usluga (učinak turističke aktivnosti koji nije pronašao odraza u podacima o otkupu deviza od stranaca, nego u podacima o deviznim transakcijama s domaćim fizičkim osobama). Broj putnika u vozilima sa stranim registarskim oznakama na ulazu u Republiku Hrvatsku tretiran je kao nezavisna varijabla, a neto otkup strane efektive od domaćih fizičkih osoba i neto položena efektiva na devizne račune građana kao zavisne varijable. Zbrojem parametra iz jednadžbi dobivena je prosječna potrošnja od 37 USD po putniku.

potrošnje po putniku koji ulazi u Republiku Hrvatsku u vozilima stranih registarskih oznaka)<sup>564</sup>.

Utvrđivanje rashoda vezanih uz međunarodni turizam (potrošnja rezidenata na putovanja u inozemstvo) mnogo je upitnija jer nema pouzdanih spoznaja o toj pojavi. Kad se primjeni metodologija zasnovana na otkupu i prodaji deviza rezidente devizne transakcije umjetno povećavaju spomenute rashode. «Prijelazna» metodologija za izračun rashoda vrlo je točna što se tiče podataka o ostvarenom platnom prometu s inozemstvom, ali je upitna procjena komponente *potrošnja rezidenata na putovanju*. Ta je potrošnja procijenjena korištenjem tromjesečnih ekspertnih procjena za 1997. godinu, na temelju kojih su izvršene ponovne procjene serije, unaprijed i unazad, uzevši u obzir promjene realne bruto plaće i tečaja DEM/USD. Iako promjene realnih bruto plaća i tečaja USD/DEM nisu jedine varijable na temelju kojih možemo objasniti povećanje ili smanjenje sklonosti putovanjima u inozemstvo naših građana, možemo reći da su dobro poslužile za apoksimaciju dinamike te pojave. Najznačajniji pomak nastao upotrebom «prijelazne» metodologije na rashodnoj strani je eliminacija «shoppinga» i transakcija među rezidentima. Prva značajna saznanja o fenomenu putovanja u inozemstvo i obilježjima populacije koja ide na takva putovanja dobivena su tek uvođenjem Ankete o potrošnji hrvatskih građana u inozemstvu, koja se provodi na graničnim prijelazima.

### 7.3.3. Anketno istraživanje „Potrošnja inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu“ (MET3)

Pilot – faza zajedničkih projekata Hrvatske narodne banke i Instituta za turizam *Potrošnja inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu* trajala je od sredine lipnja do kraja prosinca 1998. godine. Rezultati pilot- faze nisu korišteni pri sastavljanju platne bilance za 1998.godinu. Tijekom toga razdoblja stalno se radilo na unapređivanju metodologije. Također se želio izbjeći «lom» u seriji podataka. Anketno istraživanje provodi se na graničnim prijelazima (cestovnim, morskim i željezničkim prijelazima te u zrekoplovnim lukama) izravnim anketiranjem ispitanika. Preliminarni podaci dobiveni tim istraživanjem tijekom 1999. godine korišteni su uz određene korekcije za sastavljanje pozicije *putovanja-turizam* u platnoj bilanci za prva dva tromjesječja 1999.godine.

Nepodudarnost između krivulja prihoda od turizma dobivenih upotrebom «prijelazne» i «anketne» metodologije postoje iz više razloga:

1. «prijelazna» metodologija polazi od pretpostavke o fiksnoj potrošnji po putniku (32,9 USD dnevno u odredištu i 37 USD jednokratno pri prelasku granice), dok se Anketom utvrđena dnevna potrošnja po putniku razlikuje od mjeseca do mjeseca;
2. hrvatski građani na privremenim radu u inozemstvu i iseljenici tretiraju se u službenoj turističkoj statistici kao domaći turisti, dok ih platno-bilančna statistika tretira kao nerezidente (na temelju kriterija boravka izvan Hrvatske dužeg od godinu dana). Dio hrvatskih građana na privremenim radu u inozemstvu posjeduju u Hrvatskoj kuće za odmor ili odsjedaju kod rodbine ili prijatelja. Ta noćenja nisu adekvatno tretirana u službenoj statistici. Prema anketnom istraživanju, ti se

---

<sup>564</sup> Ako se tome još pribraja i službeni neto otkup deviza od stranaca na mjenjačkim mjestima, metoda je bila predmetom kritike. HNB je, međutim ustrajao na takvoj procjeni u svjetlu «anegdotalnih» saznanja o veličini sive turističke ekonomije i ulozi boravka hrvatskih iseljenika kod rodbine, prijatelja i sl.

primici tretiraju kao nerezidenti, a njihova se potrošnja prati kao potrošnja inozemnih putnika.

3. službena statistika broja noćenja inozemnih turista dobro evidentira prijavljena noćenja u komercijalnom smještaju. Inozemni turisti u privatnom smještaju na «crno» (neprijavljeni ili djelomično prijavljeni), kamperi i nautičari koji noće u vozilima ili plovilima, kao i u vikend kućama rodbine ili prijatelja, te jednodnevni izletnici, segment su koji nije dobro pokriven službenom statistikom. Potrošnju koji oni ostvaruju nije moguće procijeniti jer je nepoznata veličina te populacije. Kad turist dio noćenja ostvari u hotelu, a dio u privatnom smještaju kod rodbine ili prijatelja, najčešće se evidentiraju samo noćenja u hotelskom smještaju.
4. službena statistika brojanja prometa na granici registrira vozila koja su ušla u Hrvatsku (odnosno izašla iz Hrvatske) i klasificira ih prema zemljama iz kojih dolaze na temelju registarskih pločica na njihovim vozilima. Primjenom toga mjerila naši su radnici na privremenom radu u inozemstvu i iseljeništvu tretirani ispravno, tj. kao nerezidenti. S druge strane, inozemni putnici u vozilima a koji su evidentirani na ulasku u Hrvatsku ne pojavljuju se nužno u statistici ostvarenih noćenja inozemnih turista (ako ostvaruju noćenja na način opisan u prethodnoj točki, tj. na «crno»).

Razlika između statističkih brojanja prometa na granici i brojanja noćenja inozemnih turista dodatno je objašnjena tijekom provedbe pilot-faze Anketnog istraživanja «Potrošnja inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu u 1998. godini». Pri obradi rezultata Ankete utvrđena je struktura inozemnog turističkog tržišta po vrstama boravka (plaćeno noćenje, neplaćeno noćenje, bez noćenja). Na temelju rezultata Anketnog istraživanja prvi je puta ukazano na dva značajna segmenta našega turizma: neplaćena noćenja i posjete bez noćenja, koji nisu bili adekvatno «pokriveni» službenom statistikom i pri utvrđivanju prihoda od turizma u platno-bilančnoj statistici. Veličina i osnova obilježja tih segmenta do sada nisu bili poznati, a u mnogome nam približavaju i efekte «sive ekonomije» u djelatnosti međunarodnog turizma. Udio posjetitelja s neplaćenim noćenjima 1998. godine za razdoblje lipanj-prosinac, u ukupnoj turističkoj potrošnji iznosio je 28,6%, prosječna dužina boravka te populacije bila je 6,4 dana, uz prosječnu dnevnu potrošnju od 35 USD (što neznatno zaostaje za prosječnom dnevnom koju su ostvarili turisti s plaćenim noćenjima).

Rezultat tih novih spoznaja jest i razlika u procjeni prihoda i od međunarodnog turizma. Tijekom prva dva tromjesječja 1999. godine vrijednost procijenjenih turističkih prihoda dobivena primjenom «anketne» metodologije veća je od vrijednosti dobivene primjenom «prijelazne» metodologije. Što se tiče praćenja turističkih rashoda, prosječna potrošnja hrvatskih građana na putovanju u inozemstvo dobivena Anketom množi s brojem hrvatskih putnika u vozilima s hrvatskim registarskim oznakama na ulasku u Republiku Hrvatsku (osim za putnike koji su kao motiv putovanja naveli kupnju i čija se potrošnja reklasificira na račun robe). Rezultati dobiveni primjenom «anketne» (MET3) metodologije ujedno su i službeno objavljeni podaci u platnoj bilanci Republike Hrvatske.

Cilj anketnog istraživanja «Potrošnja inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu», koje zajednički provode Hrvatska narodna banka i Institut za turizam, jest vjerodostojna procjena prihoda i rashoda vezanih uz međunarodni turizam za potrebe statistike platne bilance Republike Hrvatske u skladu s međunarodnim standardima (MMF-a, Svjetske turističke organizacije i Eurostata). Upotrebom rezultata Anketnog istraživanja definitivno će se i konačna metodologija za procjenu djelatnosti međunarodnog turizma u platnoj bilanci. Iz gornjih prikaza razvoja metodologije praćenja međunarodnog turizma u platnoj bilanci, mogu se vidjeti nedostaci pojedinih do sada primjenjivanih metodologija

glede obuhvata i vjerodostojnosti procjene realnih kretanja. Također, uočeni su i novi segmenti turističke populacije i njihova obolježja, koji do sada nisu uzimani u obzir ili su procjenjivani na temelju pretpostavki.

Rezultati i spoznaje dobiveni ovim istraživanjima objavljeni su u obliku studija i periodičnih izvješća pa stoga mogu naći široku primjenu u znanstvenim krugovima, kao i kod kreatora turističke i ukupne gospodarske politike zemlje.

Ovim istraživanjem dobivaju se pouzdani pokazatelji prosječne potrošnje turista (prema motivu putovanja, nacionalnosti, vrstama boravka, obliku prijevoznih sredstava i sl.). Preostali problem je ocjena veličine osnovnog skupa, tj. broja putnika koji izlaze iz Hrvatske ili ulaze u Hrvatsku, tako da procjena ukupne potrošnje može jako varirati ovisno o procjenama broja putnika. Kratkoročno, problem je riješen poststratifikacijom uzroka prema noćenjima u registriranom smještaju, a dugoročno je rješenje unapređenje statistike brojanja prometa na graničnim prijelazima.

Unapređenje metodologije budućih sličnih istraživanja bitno će ovisiti o:<sup>565</sup>

- preciznijem registriranju ukupnog inozemnog i domaćeg prometa putnika na hrvatskim graničnim prijelazima
- provjeri preciznosti registriranog prometa inozemnih turista u komercijalnim smještajnim objektima što ga bilježi DZS;
- budućim aktivnostima na unapređenju informacijske osnove za pouzdanije planiranje uzroka te, posebice, o aktivnostima na poboljšanju organizacije samog anketiranja (šira strukturna razrada turističkog prometa radi prepoznavanja karakterističnih, sadržajno homogenih potrošačkih skupina po svim relevantnim obilježjima, analiza i preciznija razrada upitnika, rad s anketarima sa naglaskom na davanje prednosti angažiranju profesionalnih tvrtki specijaliziranih za terenska istraživanja i sl.).

Kao što je vidljivo iz ovog rada platna bilanca je jedna od najvažnijih bilanci svakog nacionalnog gospodarstva. Iz ovog razloga bilo je vrlo zanimljivo proanalizirati njezinu strukturu, a posebice značaj turizma u platnoj bilanci. Turizam u svim razvojnim dokumentima Republike Hrvatske zauzima značajno mjesto. Među brojnim učincima koje turizam proizvodi u društvenom i gospodarskom životu svakako su najvažniji oni kojima se utječe na platnu bilancu te na opseg i strukturu ukupne gospodarske aktivnosti. Naime, turizam je snažan generator deviznog prihoda, a prihodima od inozemnog turizma u Republici Hrvatskoj pokriva se robni deficit. Turizam je, nadalje, pokretač aktivnosti gospodarskih djelatnosti koje su izravno i neizravno u dodiru s turizmom. Analizom platne bilance Republike Hrvatske došlo se do zaključka da odnosi unutar stavaka bilance nisu uravnoteženi i da se to negativno odražava na cjelokupno stanje platne bilance Republike Hrvatske. Platna bilanca pokazuje deficit koji je u prvom redu rezultat znatno većeg uvoza od izvoza roba, koje druge stavke u bilanci ne mogu pokriti. Ipak, postoje i "svjetlije" stavke u platnoj bilanci kao što je putovanje – turizam. Znajući perspektive hrvatskog turizma i znajući kakve sve on još djelatnosti veže uza sebe, trebalo bi pospješiti i dodatno ubrzati njegov razvoj. Takve stavke koje imaju pozitivan saldo u platnoj bilanci uz ulazak Hrvatske u europske i druge međunarodne organizacije i integracije mogu u budućnosti znatno poboljšati stanje platne bilance Republike Hrvatske, a time i cjelokupno gospodarstvo.

---

<sup>565</sup> Preuzeto iz Zaključka studije Potrošnje inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu u 1998. godini, Hrvatska narodna banka i Institut za turizam, Zagreb, 1999.

## PITANJA ZA PROVJERU ZNANJA I VJEŽBE

1. Što je to platna bilanca (definicija MMF-a) te kako se definira eksterna ravnoteža i kakvo značenje ima turizam posebno u eksternoj ekonomskoj ravnoteži?
2. Od kojih se računa sastoji platna bilanca i na kojem se računu prikazuje stavka putovanja-turizma? Na koji se način izravnan deficit, a na koji suficit u bilanci tekućih transakcija ?
3. Što je to deficitna platna bilanca i kako se ona zatvara? Što se podrazumijeva pod neravnotežom trgovinske bilance?
4. Kakva je platna bilanca Republike Hrvatske u razdoblju od 1997. do 2005. godine?
5. Što su aktivne stavke platne bilance Hrvatske? Kakvu ulogu ima stavka putovanja-turizam u platnoj bilanci?
6. Koliki su koeficijenti pokrića tekućih transakcija platne bilance prihodima od putovanja-turizma , a koliki su koeficijenti pokrivenosti uvoza izvozom za razdoblje 1997-2005. ?
7. Kako se kretao izvoz i uvoz Republike Hrvatske, prema pretežnoj ekonomskoj namjeni, 1997.–2005.god. i kakavi su koeficijenti pokrića prihodima putovanja-turizma?
8. Što su kapitalne i financijske transakcije u platnoj bilanci Republike Hrvatske, i kakvi su koeficijenti pokrića tih transakcija od putovanja–turizma za razdoblje 1997.–2005.?
9. Koje metodologije su korištene pri statističkom praćenju djelatnosti međunarodnog turizma točnije pozicije putovanja-turizma u platnoj bilanci Republike Hrvatske?
10. Objasnite detaljnije Metodologiju zasnovanu na otkupu i prodaji deviza (MET1) ?
11. Objasnite detaljnije «prijelaznu» metodologiju (MET2)
12. Objasnite detaljnije metodologiju anketnog istraživanja potrošnje inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu (MET3) ?

## **8. dio**

# **OCJENA USPJEŠNOSTI OSNOVNIH ELEMENTA TURISTIČKE PONUDE HRVATSKE**

## **8. OCJENA USPJEŠNOSTI OSNOVNIH ELEMENATA TURISTIČKE PONUDE HRVATSKE**

U ovoj analizi dana je ocjena poslovanja ugostiteljskih poduzeća U Hravtskoj, u kojima hotelijerstvo zauzima najznačajnije mjesto. Ta ocjena odnosi se na financijski položaj nosioca turističke ponude, na financijske rezultate poslovanja vezane na udio u ukupnom prihodu kao i pokazatelje poslovanja hotelijerstva Hrvatske po kategoriji i veličini objekata.

### **8.1. OCJENA FINANCIJSKOG POLOŽAJA I OSTVARENOG REZULTATA UGOSTITELJSTVA HRVATSKE**

Ocjenjujući i uspoređujući financijske pokazatelje za različite vrste ugostiteljskih objekata za razdoblje 1998. i 2005. godine ( Tablica 8.1), uočavamo dvije činjenice koje proizlaze iz ove ocijene:

1. ocjenjuju se podaci i parametri između različitih vrsta ugostiteljskih objekata
2. ocjenjuju se pokazatelji u vremenskom razdoblju 1998. i 2005. godina.

Pokazatelji zaduženosti, koji ukazuju na odnos ukupnih obveza i ukupne imovine govore da se kod svih vrsta ugostiteljskih objekata učešće ukupnih obveza u odnosu na ukupnu imovinu povećava, s time da je to u objektima za smještaj niže u odnosu na obveze u objektima za pružanje usluga hrane i pića.(restorani, barovi, kavane...)

Odnos dugoročnih obveza i ukupne aktive pokazuje da su dugoročne obveze u odnosu na ukupnu imovinu porasle u svim ugostiteljskim objektima, ali su obveze u strukturi bile više zastupljene u komplementarnom smještaju u usporedbi sa hotelskim smještajem.

Ocjenjujući osnovne pokazatelje poput ukupnog prihoda po zaposlenom, tada se isti povećava u svim vrstama objekata u 2005. godini u odnosu na 1998. Najveći ukupan prihod po zaposlenom ostvaruje se u kampovima i ostalim smještajnim objektima, dok se puno niži prihod ostvaruje u objektima za pružanje usluga prehrane i pića. Hoteli u odnosu na komplementarni smještaj ostvaruju niži ukupan prihod po zaposlenom.

Visina nadnica i plaća po zaposlenom povećava se u svim vrstama ugostiteljskih objekata u 2005. u odnosu na 1998. godinu, s time da su one bile u objektima za pružanje usluga smještaja više nego u objektima za pružanje usluga prehrane i pića.

Gubitak koji je ostvaren iznad visine kapitala uglavnom je veći u svim vrstama objekata u 2005. godini u odnosu na 1998.

Ocjena računa dobiti i gubitka promatrana kroz pokazatelj ukupnih rashoda u ukupnom prihodu samo u 2005. godini kod hotela i kampova pokazuje ekonomičnost ispod 1 (0,97 i 0,91) dok svi ostali objekti imaju pokazatelj ekonomičnost 1 i više.

Učešće amortizacije u ukupnom prihodu je povećano u svim vrstama ugostiteljskih objekata u 2005. godini u odnosu na 1998.

Trošak kamata u ukupnom prihodu u 2005. godini u odnosu na 1998. osjetno je manji kod hotela i kampova.

Dobit prije oporezivanja i kamata u ukupnom prihodu veća je kod svih vrsta objekata dok je gubitak prije oporezivanja u ukupnom prihodu veći kod kampova i drugih vrsta ostalog smještaja.



Uvoz u ukupnom prihodu pokazuje povećanje kod svih vrsta objekta, što je i za očekivati, s obzirom na ekonomsku politiku Hrvatske prema izvoznim sektorima gospodarstva i ukupnom izvozu.

PDV u ukupnom prihodu se smanjuje kod svih vrsta smještajnih objekata što je rezultat izmijenjene (smanjene) stope PDV-a u objektima za smještaj za ino kupce u organiziranoj prodaji na tržištu, dok je PDV u objektima za prehranu i točenje pića neznatno smanjen.

Analizirajući odnos kratkotrajne i dugotrajne imovine u bilancama ugostiteljskog sektora, skoro u svim vrstama objekata ostvaruje povoljniji odnos u korist kratkotrajne imovine u 2005. godini u odnosu na 1998. izuzev kampova i kantina.

Ocjena strukture kratkotrajne imovine pokazuje da zalihe u kratkotrajnoj imovini zauzimaju približno isti odnos izuzev ostalog smještaja, dok se financijska imovina značajno povećava i to u svim vrstama smještajnih objekata, a najviše u hotelima i kampovima.

Potraživanja od kupaca u kratkotrajnoj imovini su manja u svim vrstama objekata izuzev kampova, dok gotovina pokazuje porast u svim vrstama objekata.

Gubitak iznad visine kapitala povećava se u svim vrstama objekata. Kratkoročne obveze u ukupnim izvorima sredstava su u principu povećane, dok su dugoročne obveze smanjene. Investicije u svim vrstama objekata u 2005. godini u odnosu na 1998. godinu pokazuju dinamiku rasta, te zauzimaju u ukupnoj aktivi odnos između 5% i 12%.

Tablica 8. 1: Ocjena financijskog položaja i ostvarenog rezultata ugostiteljstva Hrvatske (1998. i 2005. godine)

ELEMENTI U STRUKTURI ANALIZE	5510 HOTELI		552 KAMPOVI I DRUGE VRSTE		5522 KAMPOVI		5523 OSTALI SMJEŠTAJ		5530 RESTORANI		5540 BAROVI		555 KANTINE	
	1998	2005	1998	2005	1998	2005	1998	2005	1998	2005	1998	2005	1998	2005
<b>c) POKAZATELJI ZADUŽENOSTI</b>														
Odnos ukupnih obveza i ukupne imovine (u%)	27	37	30	67	32	39	30	75	60	63	60	74	56	38
Odnos dugoročnih obveza i ukupne aktive (u %)	18	25	9	44	13	15	0,07	51	19	26	11	23	15	11
<b>OSNOVNI POKAZATELJI</b>														
Ukupni prihod po zaposlenom	169.954	306.589	271.655	355.161	196.395	359.549	389.716	359.586	159.239	220.990	165.153	213.745	125.316	225.459
Nadnice i plaće (neto) po zaposlenom	28.967	45.035	23.486	40.763	22.065	39.397	24.211	37.131	20.869	32.719	16.449	25.657	22.880	35.379
Gubitak iznad visine kapitala u odn. na ukupnu aktivu (u%)	0	1	1	4	1	3	1	5	6	11	6	13	1	3
<b>b) RAČUN DOBITI I GUBITKA</b>														
Ukupni rashodi u ukupnom prihodu (u %)	122	97	104	109	108	91	102	119	104	100	104	101	119	100
Amortizacija u ukupnom prihodu (u %)	0	12	0	11		9	0	9	0	6	0	6	0	4
Kamate u ukupnom prihodu (u %)	5,40	4,51	2,94	5,87	3,15	2,58	2,85	7,96	1,51	1,38	1,25	1,28	4,60	1,54
EBIT - Dobit prije poreza i kamata u ukupnom prihodu (u%)	0	7	8	17	14	2	4	28	7	5	6	5	21	5
Porez na dobit u ukupnom prihodu (u %)	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1
Dobit nakon oporezivanja u ukupnom prihodu (u%)	2	1	3	7	6	1	2	8	3	4	1	3	1	4
Gubitak prije oporezivanja u ukupnom prihodu	25	7	8	17	14	2	4	28	7	5	6	5	21	5
Uvoz u ukupnom prihodu (u %)	0	4	0	4	0	8	0	4	0	2	0	3	0	0
PDV (obračunati) u ukupnom prihodu (u %)	19	12	17	14	18	16	16	12	19	2	2	2	19	19

Tablica 8.1 (nastavak): Ocjena financijskog položaja i ostvarenog rezultata ugostiteljstva Hrvatske (1998. i 2005. godine)

ELEMENTI U STRUKTURI ANALIZE	5510 HOTELI		552 KAMPOVI I DRUGE VRSTE		5522 KAMPOVI		5523 OSTALI SMJEŠTAJ		5530 RESTORANI		5540 BAROVI		555 KANTINE	
	1998	2005	1998	2005	1998	2005	1998	2005	1998	2005	1998	2005	1998	2005
a) BILANCA														
Aktiva-Stalna imovina (u 000KN)	21.019.859	29.773.400	431.333	2.335.751	174.051	314.368	240.843	1.656.502	704.416	1.304.450	631.843	657.786	162.214	125.318
Aktiva- Tekuća imovina	1.861.247	3.046.383	63.907	421.990	19.420	29.283	43.455	357.932	278.275	519.511	365.853	439.564	113.667	34.663
Odnos tekuće i stalne imovine (u%)	9	10	15	18	11	9	18	22	40	40	58	67	70	28
Zalihe u strukturi tekuće imovine (u %)	11	10	12	21	13	12	12	23	16	22	20	29	3	10
Financijska imovina u strukturi tekuće imovine (u %)	38	73	13	49	38	73	2	46	12	63	17	58	1	71
Potraživanja od kupaca u strukt. tekuće imovine ( %)	24	20	45	16	24	41	54	13	36	31	32	31	9	43
Novac u strukturi kratkotrajne imovine (u %)	13	18	9	30	7	16	10	31	9	15	6	12	2	19
Kratkoročne obveze u ukupnoj pasivi (u%)	8	9	13	15	10	8	15	17	27	25	34	35	41	21
Dugoročne obveze u ukupnoj pasivi (u %)	91	89	86	81	89	89	84	78	67	63	59	52	58	75
Investicije u ukupnoj aktivi (u%)	0	5	0	10	0	12	0	9	0	7	0	6	0	5

Izvor: Izračuni autora na bazi izvornih podataka FINA-e za razdoblje 1998.-2005. godine za sve vrste ugostiteljskih objekata (podaci prikupljeni u svibnju 2006. godine).

## 8.2. POKAZATELJI POSLOVANJA HOTELIJERSTVA HRVATSKE PO KATEGORIJI I VELIČINI OBJEKATA

Iz Tablice 8. 2. Financijski rezultati poslovanja hotelijerstva Hrvatske u 2004. „, vidljiv je udio strukture prihoda i troškova u poslovnom prihodu i to prema kategorijama hotela i prema veličini hotela po broju soba. Prihodi smještaja u ukupnom poslovnom prihodu hotela zauzimaju učešće od 53,1% u hotelima s jednom i dvije zvjezdice do 65,9% u hotelima s četiri zvjezdice. Prihodi hrane zauzimaju učešće od 21,4% ukupnih poslovnih prihoda u hotelima s pet zvjezdica do 28,3% u hotelima s jednom i dvije zvjezdice, dok prihodi pića imaju učešće od 6,3% do 9,3%.

Učešće ukupnih direktnih troškova u ukupnom poslovnom prihodu hotela kreće se od 13,4% u hotelima s četiri zvjezdice do 21,1% u hotelima s jednom odnosno dvije zvjezdice, od čega učešće troškova smještaja u ukupnom poslovnom prihodu zauzimaju minimalno učešće od svega 1,8% u hotelima s tri zvjezdice do 4,8% u hotelima s jednom i dvije zvjezdice. Troškovi hrane zauzimaju učešće od 30,4% u hotelima s pet zvjezdica do 42,3% u hotelima s četiri zvjezdice. Učešće troškova pića kreće se od 28,6% do 43,0% u hotelima s pet zvjezdica.

Direktne plaće i povremeni troškovi sudjeluju u ukupnom poslovnom prihodu od 19,8% do 31,1%, dok ostali odjelni troškovi sudjeluju s 5,9% do 10,0% u ukupnim poslovnim prihodima hotela. Neraspoređene plaće i povremeni troškovi uzimaju učešće od 5,3% do 7,9%, neraspoređeni izdaci kao što su administrativni i opći odjel, marketing i prodaja, animacija, održavanje i energija objekta sudjeluju u rasponu od 12,0% u hotelima s pet zvjezdica do 19,6% ukupnih poslovnih prihoda u hotelima s tri zvjezdice.

Ukupni troškovi prije GOP-a zauzimaju učešće od 65,4% do 84,7% dok GOP-dobit prije fiksnih troškova zauzimaju učešće od 15,3% do 34,6% u ukupnom poslovnom prihodu hotela.

Ukupni fiksni troškovi zauzimaju učešće od 21,5% do 32,4% od čega amortizacija zauzima učešće između 10,1% i 15,1% a kamate između 5,0% i 10,1%.

I konačno, učešće bruto dobiti u odnosu na poslovni prihod zabilježen je najveći kod hotela s četiri zvjezdice i iznosi 11,7%, zatim kod hotela s pet zvjezdica i iznosi 11,0%, zatim hoteli s tri zvjezdice s 10,2%, dok se u hotelima s jednom odnosno dvije zvjezdice ostvaruje gubitak u odnosu na poslovni prihod u visini od 20,4%, a što je i za očekivati s obzirom na očito prenizak poslovni prihod i niže cijene na tržištu u odnosu na visoke troškove poslovanja posebno direktne troškove i direktne plaće kao i ukupne fiksne troškove.

Analizirajući učešće prihoda i troškova u poslovnim prihodima prema veličini hotela u rasponu do 100, između 100 i 200 i preko 200 soba, vidimo da se bolji rezultati ostvaruju u hotelima preko 100 i preko 200 soba u odnosu na hotele do 100 soba i to u svim elementima analiziranih prihoda i troškova u odnosu na poslovne prihode hotela.

Tablica 8.2: Financijski rezultati poslovanja hotelijerstva Hrvatske u 2004. (Udio u poslovnom prihodu, u %)

	Kategorija hotela				Veličina hotela (broj soba)		
	*****	****	***	**/*	Do 100	100-200	Preko 200
Prihodi smještaja	59,1	65,9	61,4	53,1	55,7	63,6	61,9
Ostali prihodi odjela smještaja	1,3	0,8	1,3	0,8	0,8	1,6	0,9
Ukupni prihod odjela smještaja	60,3	66,6	62,8	53,9	56,5	65,2	62,8
Prihodi hrane	21,4	22,3	25,8	28,3	25,3	24,0	24,6
Prihodi pića	9,3	7,0	7,2	6,3	11,1	7,1	6,4
Ostali prihodi odjela hrane i pića	2,0	0,7	0,6	3,6	1,3	0,5	1,4
Ukupni prihod odjela hrane i pića	32,6	30,0	33,6	38,2	37,8	31,7	32,3
Prihodi trgovine	0,3	0,1	0,3	1,9	0,1	0,4	0,5
Prihodi sporta i rekreacije	0,1	0,3	0,3	1,1	0,1	0,4	0,4
Prihodi wellness /zdravstvenog centra	0,0	0,2	0,1	0,0	0,1	0,0	0,2
Prihodi ostalih operativnih odjela	1,8	0,4	0,2	1,9	0,1	0,4	1,0
Prihodi najma	3,0	1,7	1,4	2,0	3,3	1,2	1,5
Ostali prihodi	1,8	0,7	1,3	1,0	0,7	0,7	1,2
<b>UKUPNI POSLOVNI PRIHODI</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>DIREKTNI TROŠKOVI</b>							
Smještaj	3,3	2,2	1,8	4,8	5,3	1,8	2,5
Hrana	30,4	42,4	41,1	39,4	34,1	38,5	42,5
Piće	43,0	28,6	32,8	32,5	37,7	30,3	31,0
Ostalo odjel hrana i piće	39,7	58,0	91,0	57,0	68,1	97,6	47,6
Ukupno odjel hrane i pića	34,5	39,5	40,1	39,9	36,4	37,7	40,0
Trgovine	81,6	90,1	70,7	77,9	88,3	72,5	76,3
Sport i rekreacija	42,4	0,0	8,8	31,3	30,0	2,8	24,8
Wellness / Zdrastveni centar	12,1	0,0	23,2	-	6,4	-	10,5
Ostali operativni odjeli	50,3	19,7	51,9	72,7	1179,8	47,5	18,9
<b>UKUPNI DIREKTNI TROŠKOVI</b>	<b>14,5</b>	<b>13,4</b>	<b>15,0</b>	<b>21,1</b>	<b>17,7</b>	<b>13,6</b>	<b>15,4</b>
<b>DIREKTNE PLAĆE I POVRERMI TROŠKOVI</b>							
Smještaj	16,0	10,7	15,6	23,1	27,2	14,5	12,6
Hrana i piće	36,8	39,3	43,9	45,4	38,5	44,1	41,0
Trgovine	32,3	0,0	11,3	10,8	0,0	21,0	9,1
Sport i rekreacija	41,2	146,3	79,6	39,6	60,3	62,4	96,2
Wellness / Zdrastveni centar	0,0	32,7	36,4	-	0,0	-	37,2
Ostali operativni odjeli	21,5	85,0	61,4	42,2	22,8	53,5	40,2
<b>UKUPNE DIREKTNE PLAĆE I POVREMENI TROŠKOVI</b>	<b>22,2</b>	<b>19,8</b>	<b>25,0</b>	<b>31,3</b>	<b>30,0</b>	<b>23,9</b>	<b>22,1</b>
<b>OSTALI ODJELNI TROŠKOVI</b>							
Smještaj	7,5	6,3	8,9	9,3	5,5	8,0	9,1
Hrana i piće	11,7	8,5	8,9	5,6	7,1	10,8	7,9
Trgovina	3,5	0,0	2,0	3,9	10,3	1,7	3,1
Sport i rekreacija	52,6	125,8	60,6	13,3	29,4	48,1	72,7
Wellness / Zdrastveni centar	0,0	2,4	13,1	-	0,0	-	7,3
Ostali operativni odjeli	90,2	24,6	77,3	2,6	38,3	45,9	59,1
<b>UKUPNI OSTALI ODJELNI TROŠKOVI</b>	<b>10,0</b>	<b>7,3</b>	<b>8,9</b>	<b>7,4</b>	<b>5,9</b>	<b>9,0</b>	<b>9,2</b>
<b>UKUPNI DOPRINOS OPERATIVNIH ODJELA</b>	<b>53,3</b>	<b>59,5</b>	<b>51,1</b>	<b>40,2</b>	<b>46,5</b>	<b>53,5</b>	<b>53,4</b>

Tablica 8.2: (nastavak) Financijski rezultati poslovanja hotelijerstva Hrvatske u 2004. (Udio u poslovnom prihodu, u %)

	Kategorija hotela				Veličina hotela (broj soba)		
	*****	****	***	**/*	Do 100	100-200	Preko 200
NERASPOREĐENE PLAĆE I POVREMENI TROŠKOVI							
Administrativni i opći odjel	4,0	2,6	3,2	2,8	3,6	3,4	2,7
Marketing i prodaja	1,1	0,6	0,2	0,6	0,4	0,5	0,4
Animacija	0,1	0,3	0,2	0,0	0,1	0,1	0,2
Održavanje	2,7	1,8	1,8	2,3	1,6	2,2	1,8
UKUPNE NERASPOREĐ. PLAĆE I POVREMENI TROŠKOVI	7,9	5,4	5,3	5,7	5,7	6,2	5,1
NERASPOREĐENI IZDACI							
Administrativni i opći odjel	3,8	6,5	8,1	7,9	6,4	6,4	7,8
Marketing i prodaja	1,6	2,2	1,8	1,3	1,3	1,9	1,8
Animacija	0,0	1,1	0,5	0,1	0,5	0,3	0,7
Održavanje	1,5	4,9	3,9	4,4	2,7	3,5	4,4
Energija objekta	5,1	4,8	5,4	5,6	4,8	5,1	5,3
UKUPNI NERASPOREĐ. IZDACI	12,0	19,5	19,6	19,2	15,7	17,3	20,0
UKUPNI TROŠKOVI PRIJE GOP-a	66,6	65,4	73,8	84,7	74,9	70,0	71,7
GOP- DOBIT PRIJE FIKSNIH TROŠKOVA	33,4	34,6	26,2	15,3	25,1	30,0	28,3
FIKSNI TROŠKOVI							
Menadžment naknada	1,2	1,6	0,8	0,7	0,5	0,9	1,3
Trošak najamnine i leasinga opreme	0,4	0,2	0,1	0,0	2,8	0,2	0,1
Naknade (komunalna i dr.) i doprinosi	1,2	2,1	1,9	2,4	1,9	2,0	1,6
Premije osiguranja	0,7	0,7	0,7	0,9	0,8	0,7	0,7
Amortizacija	10,1	12,9	14,1	15,1	11,9	13,6	13,3
Kamate	6,3	5,0	6,0	10,1	7,6	5,6	5,8
Ostali fiksni troškovi	1,6	1,9	4,0	3,2	1,7	4,5	2,5
UKUPNI FIKSNI TROŠKOVI	21,5	24,2	27,6	32,4	27,2	27,6	25,3
FINANCIJSKI I IZVANREDNI PRIHODI	3,6	4,3	16,0	14,4	8,6	11,3	13,1
FINANCIJSKI (osim kamata) I IZVANREDNI RASHODI	4,6	3,0	4,4	17,7	2,0	2,4	8,9
UKUPNI PRIHODI	103,6	104,3	116,0	114,4	108,6	111,3	113,1
UKUPNI TROŠKOVI	92,7	92,6	105,8	134,8	104,0	100,1	105,9
BRUTO DOBIT/GUBITAK	11,0	11,7	10,2	-20,4	4,6	11,2	7,1

Izvor: Poslovanje hotelijerstva Hrvatske u 2005., Horwath Consulting Zagreb, str. 16-17.

Tablica 8.3: Financijski rezultati poslovanja hotelijerstva Hrvatske u 2005. godini po raspoloživoj sobi u eurima

Opis	Hoteli s 5*	Hoteli s 4*	Hoteli s 3*	Hoteli s 2* i 1*	Do 100 soba	100-200 soba	Preko 200 soba
Ukupni prihod od smještaja	16.090,7	11.398,2	6.712,8	3.782,0	7.736,6	8.486,9	6.834,2
Ukupni prihod od odjela hrane i pića	8.706,0	5.127,6	3.596,3	2.682,5	5.170,6	4.128,4	3.517,8
UKUPNI POSLOVNI PRIHOD	26.671,5	17.105,7	10.695,2	7.016,6	13.693,9	13.023,2	10.878,7
UKUPNI DIREKTNI TROŠKOVI	3.875,9	2.300,3	1.601,8	1.477,8	2.421,2	1.765,8	1.674,6
UKUPNE DIREKTNE PLAĆE I POVEZANI TROŠKOVI	5.923,6	3.389,7	2.673,6	2.194,9	4.102,1	3.118,3	2.400,2
UKUPNI OSTALI ODJELNI TROŠKOVI	2.673,4	1.243,0	953,9	520,9	801,8	1.176,9	996,7
UKUPNI DOPRINOS OPERATIVNIH ODJELA	14.216,7	10.172,9	5.465,9	2.822,9	6.368,8	6.962,2	5.807,2
UKUPNE NERASPOREĐENE PLAĆE I POVEZANI TROŠKOVI	2.106,1	922,8	568,2	397,6	781,0	809,4	556,3
UKUPNI NERASPOREĐENI IZDACI	3.193,4	3.334,5	2.096,2	1.349,1	2.144,2	2.252,1	2.170,8
UKUPNI TROŠKOVI PRJE GOP-A	17.754,4	11.190,2	7.893,8	5.940,3	10.250,3	9.122,6	7.798,5
GOP-DOBIT PRIJE OPREZIVANJA	8.917,1	5.915,5	2.801,4	1.076,2	3.443,7	3.900,6	3.080,1
UKUPNI FIKSNI TROŠKOVI	5.739,5	4.146,7	2.949,9	2.276,1	3.722,2	3.595,5	2.754,3
FINANCIJSKI IZVANREDNI PRIHODI	963,1	731,6	1.706,0	1.010,1	1.178,2	1.468,5	1.420,2
FINANCIJSKI (osim kamata) IZVANREDNI RASHODI	1.218,5	505,2	468,4	1.242,3	274,3	315,8	972,7
UKUPNI PRIHODI	27.634,6	17.837,3	12.401,2	8.026,7	14.872,2	14.491,7	12.298,8
UKUPNI TROŠKOVI	24.712,4	15.842,2	11.312,2	9.458,7	14.246,7	13.033,8	11.525,6
BRUTO DOBIT/GUBITAK	2.922,2	1.995,1	1.089,1	-1.432,0	625,4	1.457,9	773,3

Izvor: Poslovanje hotelijerstva u 2005., Horwath Consulting Zagreb, str. 19.

Financijski rezultati poslovanja u 2005. godini promatrani u eurima po raspoloživoj sobi u apsolutnim iznosima pokazuju da hoteli sa pet zvijezdica ostvaruju 3,8 puta veći poslovni prihod, 5 puta veći doprinos operativnih odjela, 3 puta veće troškove prije GOP-a., 8,3 puta veći GOP-dobit prije oporezivanja i konačno, dobit u odnosu na gubitak, u usporedbi s hotelima sa dvije odnosno jednom zvijezdicom.

Tablica 8.4. daje pokazatelje poslovanja po kategorijama i veličini objekata u 2004. godini. Prosječna veličina objekata s pet zvijezdica u Hrvatskoj je 255 soba, s četiri zvjezdice 210 soba, s tri zvjezdice 215 soba i s jednom i dvije zvjezdice 249 soba. Prosječna veličina svih hotela do 100 soba je 60 soba, hotela između 100-200 soba je 160 soba, a preko 200 soba je 327 soba.

Prosječna godišnja zauzetost soba ovisi o kvaliteti objekata, što govore podaci da najveću zauzetost imaju hoteli s pet zvijezdica (50,3%), a najmanje hoteli s jednom i dvije

zvjezdice (31,7%). Isto tako najveću zauzetost ostvaruju hoteli do sto soba, a najmanju hoteli preko 200 soba.

Prosječna ostvarena cijena sobe najveća je u hotelima s pet zvjezdica i iznosi 90,10 eura a razumljivo i najnižu hoteli s jednom i dvije zvjezdice svega 26,54 eura.

Ukupni poslovni prihod po raspoloživoj sobi također je najveći kod najkvalitetnijih objekata 26.671,49 eura, a najniži kod najmanje kvalitetnih gdje iznose 7.016,56 godišnje. Prosječan broj zaposlenih po sobi najveći je kod hotela s pet zvjezdica s 0,64, odnosno najmanji broj zaposlenih po sobi je u najmanje kvalitetnim objektima, svega 0,19 ili 3,4 puta manje.

Trošak rada u odnosu na poslovni prihod je najveći kod najmanje kvalitetnih objekata (36,9%), dok je najniži kod hotela s četiri zvjezdice.

*Tablica 8.4: Pokazatelji poslovanja hotelijerstva hrvatske u 2004. po kategoriji i veličini objekta*

	Kategorija hotela				Veličina hotela (broj soba)		
	*****	****	***	**/*	Do 100	100-200	Preko 200
Prosječna veličina objekta (sobe)	255	210	215	249	60	160	327
Prosječna godišnja zauzetost soba (%)	50,3%	49,8%	42,9%	31,7%	46,5%	46,1%	41,0%
Prosječna ostvarena cijena sobe (Kn)	675,34	423,72	305,62	198,89	376,43	377,92	329,30
Prosječna ostvarena cijena sobe (Euro)	90,10	56,53	40,78	26,54	50,22	50,42	43,80
Ukupni poslovni prihod po raspoloživoj sobi (Kn)	199.907,36	128.210,27	80.162,45	52.590,33	102.638,34	97.610,91	81.537,37
Ukupni poslovni prihod po raspoloživoj sobi (Euro)	26.671,49	17.105,72	10.695,22	7.016,56	13.693,93	13.023,18	10.878,66
Prosječni broj zaposlenih po sobi	0,64	0,34	0,29	0,19	0,43	0,36	0,28
Troškovi rada operativnih odjela po zaposlenom (Kn)	5.443	5.456	4.979	5.224	5.156	5.265	5.150
Troškovi rada (% od poslovnog prihoda)	30,1%	25,2%	30,3%	36,9%	35,7%	30,2%	27,2%
Dobit prije fiksnih troškova (% od poslovnog prihoda)	33,4%	34,6%	26,2%	15,3%	25,1%	30,0%	28,3%
Dobit prije oporezivanja /Gubitak (% od uk. Prihoda)	10,6%	11,2%	8,8%	-17,8%	4,2%	10,1%	6,3%

*Izvor: Poslovanje hotelijerstva u Hrvatskoj 2005., Horwath Consulting Zagreb, str. 8-9.*

Konačan rezultat poslovanja promatran kao dobit prije fiksnih troškova pokazuje da hoteli s četiri i pet zvjezdice ostvaruju najveću dobit (33,4% – 34,6%), dok se najmanja dobit ostvaruje u najmanje kvalitetnim objektima (15,3%). Dobit odnosno gubitak prije oporezivanja pokazuje da najmanje kvalitetni hoteli ostvaruju gubitak, dok hoteli najviše kvalitete ostvaruju i najvišu dobit.





**9. dio**

**REGIONALNI RAZVOJ I TURIZAM**

## 9. REGIONALNI RAZVOJ I TURIZAM

S obzirom da je regionalni razvoj dio ukupnog razvoja zemlje, ciljevi regionalnog razvoja izvode se iz ukupnog društveno-ekonomskog razvitka zemlje. Stoga bi ciljevi regionalnog razvoja Hrvatske trebali biti sastavni dio ciljeva ukupnog gospodarskog razvitka zemlje, a sustav ciljeva turističkog razvoja podsustav i jednih i drugih.

### 9.1. OSNOVNI I POSEBNI CILJEVI REGIONALNOG RAZVOJA

U osnovne ciljeve regionalnog razvoja mogu se ubrojiti sljedeći ciljevi:

- Osmišljavati i provoditi u Hrvatskoj primjereni koncept samoodrživog razvoja,
- Pospješiti proces obnove ratom stradalih područja,
- Osigurati ekonomsku pomoć najdepresivnijim i najugroženijim regijama,
- Povećati ukupni narodni dohodak i razinu obrazovanja ljudi,
- Povećati zaposlenost i smanjiti prostorne neujednačenosti regionalnih stopa nezaposlenosti, uz ostvarivanje prethodno navedenog cilja,
- Pospješiti proces industrijskog restrukturiranja u pojedinim županijama,
- Jačati konkurentske prednosti pojedinih regija i ukupnog gospodarstva,
- Pospješiti stvaranje izvozno orijentiranih županija,
- Poticati stvarna ulaganja u slabije razvijene županije,
- Potaknuti stvaranje inovativnog i na razvoju tehnologije zasnovanog gospodarstva,
- Potaknuti razvoj dinamičnih lokalnih proizvodnih sustava temeljem razvoja poduzetničkog okruženja u svim županijama,
- Pridonijeti bržem rastu kvalitete života u Hrvatskoj,
- Smanjiti osjećaj nepravednog odnosa centralne razine države prema gospodarski slabije razvijenim županijama,
- Potaknuti promjene tradicionalne strukture za donošenje odluka u kreiranju i provedbi mjera politike razvoja, te potaknuti stvaranje novih, inovativnih oblika upravljanja na svim razinama države,
- Stvoriti osnovice za približavanje Europskoj uniji.

Posebni razvojni ciljevi su:

- Zaustavljanje depopulacije čitavih područja (otoci, planinski dijelovi, pogranična područja i dr.) i privlačenje mlade poduzetničke populacije u ta područja,
- Gospodarsko i socijalno oživljavanje najslabije razvijenih područja zemlje korištenjem lokalnih resursa i stvaranjem osnove za samoodrživi razvoj,
- Privlačenje i korištenje inozemnih resursa za vlastiti razvoj,
- Modernizacija izvozne strukture regija,
- Očuvanje i unaprjeđenje okoliša, te drugih dosad stečenih i stvorenih resursa za budući razvoj,
- Stvaranje »identiteta« hrvatskih županija, tj. njihove prepoznatljivosti u Hrvatskoj, a potom i u Europi,
- Doprinos ravnomjernijem razvoju Hrvatske smanjivanjem pritiska na glavna gradska središta,

- Poticanje gospodarske aktivnosti i otvaranje novih radnih mjesta radi smanjivanja negativnih posljedica migracija stanovništva iz regija s višom u regije s nižom stopom nezaposlenosti,
- Poticanje stvaranja regionalnih partnerstva (lokalnih vlasti, razvojnih i volonterskih agencija itd.) samopovjerenja i društvene kohezije,
- Stvaranje vlastitih modela regionalnog razvoja primjerenih regionalnoj raznolikosti Hrvatske i njezinim potencijalima,
- Stvaranje koordiniranog pristupa regionalnom razvoju kroz partnerstva centralne vlasti, lokalnih vlasti i lokalnih razvojnih agencija,
- Stvaranje samoniklih radnih mjesta pomoću agencija za lokalni razvoj i drugih vrsta podržavajuće gospodarske infrastrukture.

## 9.2. NOSITELJI POLITIKE REGIONALNOG RAZVOJA

Mjere i instrumenti za poticanje regionalnog razvoja zahtijevaju i definiranje nositelja na regionalnoj i lokalnoj razini. Nositelje razvoja može se grupirati u nekoliko, razmjerno homogenih skupina. Prvu skupinu čine zakonodavni i upravni organi vlasti, drugu društvene i političke organizacije, a treću gospodarski subjekti i institucije.

U prvu grupu- zakonodavne i upravne organe vlasti – ubrajaju se organi s državne, županijske, gradske i općinske razine. Pri tome se misli na organe poput Hrvatskog državnog sabora, županijskih i općinskih odnosno gradskih skupština, zatim na ministarstva, županijske, gradske i općinske organe vlasti. Posebno je važno da postoji dobra koordinacija između različitih razina upravnih organa, da postoji dvosmjerna komunikacija – prema «dolje» i prema «gore».

U drugoj grupi su političke organizacije i institucije, koje imaju interes za oblikovanje efikasnog regionalnog razvoja, čime ostvaruju i svoje ciljeve. To su političke stranke, sindikati, udruge građana, interesne grupe, međunarodne organizacije i njihovi uredi, obrazovne i kulturološke institucije, znanstveno-istraživačke institucije, crkva i crkvene institucije.

Treću grupu čine gospodarski subjekti i institucije, dakle najširi spektar nositelja ekonomskog razvoja. Ova se grupa može razvrstati u podgrupe. Prvu podgrupu čine gospodarski subjekti – trgovačka društva, posebno mala i srednja poduzeća, koja su na regionalnoj razini vrlo fleksibilna i učinkovita. Tu se također ubrajaju obrtnici, poljoprivrednici, individualni poduzetnici i predstavništva stranih kompanija. Drugu podgrupu čine predstavnici financijskog dijela gospodarstva: domaće i strane banke, štedionice, osiguravajuća društva, domaći i strani investicijski fondovi. U treću podgrupu nositelja regionalnog razvoja ubrajaju se podupirajuće institucije, koje mogu biti aktivne i na globalnoj i na regionalnoj (lokalnoj) razini. To su gospodarske i obrtničke komore, gospodarsko – interesne udruge (GIU), udruženja poslodavaca, konzultantske organizacije, razvojne agencije, tehnološki parkovi i inkubatori.

Nositelji regionalnog i lokalnog razvoja trebaju, na temelju verificiranih razvojnih ciljeva, utvrditi način kako te ciljeve ostvariti. Važno je usmjeriti pozornost i na horizontalnu interakciju i koordinaciju nositelja razvoja, uz već naglašenu otvorenost za poticanje razvojnih inicijativa koje dolaze «odozdo». Nositelji razvoja na upravnoj razini trebali bi također usvojiti nove međuodnose na relaciji lokalna – županijska – središnja vlada, kroz model «upravljanja putem suradnje». To nameće i nove odnose javnog i privatnog sektora,

kroz model javno-privatnog partnerstva, kao jedan vrlo ekspanzirajući model gospodarskog razvoja. Po uzoru na uspješne modele i iskustva zapadno-europskih zemalja, treba razvijati županijsku i lokalnu upravu tako da ona postane ključnim čimbenikom regionalnog, tehnološkog i industrijskog razvoja i da ima važnu ulogu u poticanju inovativnosti, poduzetništva i regionalnog restrukturiranja. Tu svoju novu ulogu ona može ostvariti u suradnji s centralnim vlastima pomoću:

- razvoja podržavajuće gospodarske infrastrukture,
- financiranjem regionalnog i lokalnog razvoja,
- posebnih razvojnih programa (razvoj područja posebne državne skrbi, razvoj otoka),
- razvoja ključnih faktora regionalne konkurentnosti.

U provođenju ciljeva regionalnog razvoja u Hrvatskoj važnu ulogu ima osnivanje institucija podržavajuće gospodarske infrastrukture u svim županijama – u prvom redu lokalnih razvojnih agencija.

Iskustvo zapadnoeuropskih regija pokazuje da je ovakva uloga države – pogotovo u iniciranju razvojnih agencija specifične namjene, zajedno s lokalnim subjektima – korisna u svim fazama provedbe projekata i programa lokalnog i regionalnog razvoja, upravo zbog poticanja i olakšavanja suradnje i dijaloga između ključnih razina upravljanja. Takvu bi suradnju posebice trebalo poticati u promoviranju industrijskog i tehnološkog razvoja, te poticanja poduzetništva u Hrvatskoj.

Polazeći od osnovnih vrsta instrumenata podržavajuće infrastrukture, njihovih osnovnih ciljeva, funkcija i aktivnosti, a uzimajući u obzir okolnosti u Hrvatskoj, proizlazi da je u cilju pospješivanja regionalnog i lokalnog gospodarskog i društvenog razvitka u Hrvatskoj prioritetan razvoj sljedećih institucija:

- lokalnih razvojnih agencija,
- poduzetničkih inkubatora,
- poslovno-informativnih i savjetodavnih ( poduzetničkih) centara.

Mjere koje bi u Hrvatskoj trebalo inicirati za razvoj ljudskih resursa, kako bi se pospješilo stjecanje novih znanja i umijeća na razini županija, zatim potaklo osposobljavanje i izobrazba administracije i nositelja gospodarske i razvojne politike jesu:

- akcije vezane za obučavanje, prekvalificiranje i strukovno osposobljavanje lokalnog stanovništva,
- osposobljavanje nosioca gospodarske razvojne politike,
- izobrazba županijske administracije i službenika u tijelima/institucijama koja čine «podržavajuću gospodarsku strukturu» za poticanje gospodarskog razvoja,
- razvoj specijalističkih programa i obučavanje menadžera i poduzetnika,
- razvoj programa i obučavanje budućih trenera za poduzetnike.

Ulaganja u obrazovanje, prekvalificiranje, osposobljavanje i stjecanje specijalističkih znanja i vještina stanovništva na razini županija – dugoročno gledajući – mogu se smatrati najisplativijim ulaganjima. Sve druge mjere industrijske, tehnološke i regionalne politike neće uroditi pozitivnim rezultatima izostane li ulaganje u najdragocjeniji faktor regionalnog razvoja – stanovništvo određenog područja. Stoga je u ovom aspektu nužno dati prvenstvo na razini županija.

Nadalje, daljnji ključni faktori konkurentnosti regija su inovacije, tehnološki razvoj i umrežavanje. Iako se inovativnost razvija sama po sebi u otvorenim tržišnim gospodarstvima, pokazalo se da se nicanje lokalnih i regionalnih inovativnih sustava potiče specifičnim mjerama ekonomske politike. Inovativna politika ne smije biti usmjerena prvenstveno na proizvodnju svjetski konkurentnih proizvoda, već bi trebala poticati svaku inovativnu

aktivnost koja može biti od lokalnog značenja i koja može ubrzati opći gospodarski razvoj regija.

Mjere za poticanje odnosa ili mreža na regionalnoj razini su:

- unaprjeđenje suradnje putem podugovaranja,
- utvrđivanje novih aktera u regionalnom proizvodnom sustavu,
- promoviranje inicijativa od strane lokalnih aktera,
- stvaranje modernih poslovnih usluga,
- stvaranje modernih logističkih posrednika,
- organizacija prostora i infrastrukturnih mreža,
- poticanje novih oblika javno-privatne suradnje,
- reorganizacija javne administracije.

Mjere za poticanje odnosa ili mreža na međuregionalnoj razini su:

- poticanje izvoza,
- promoviranje investicija u organizaciju marketinga u inozemstvu,
- promoviranje proizvodnih investicija u inozemstvu,
- poboljšanje suradnje sa stranim poduzećima,
- unaprjeđenje regionalnog marketinga,
- poboljšanje međuregionalne i međunarodne suradnje.

### **9.3. PROSTORNE RAZLIČITOSTI KAO ISHODIŠTE REGIONALNOG RAZVOJA TURISTIČKE REGIONALIZACIJE**

Osnovno polazište za utvrđivanje sadržaja regionalne ekonomike čini teritorijalna razina promatranja. Osim užih teritorijalnih jedinica u okviru jedne države u teoriji i praksi prisutna su i razmatranja zemalja i grupacije zemalja kao jedinice promatranja.

Sva pitanja vezana uz sadržaj regionalnog aspekta mogla bi se svrstati uglavnom na tri osnovne grupe pitanja, i to:<sup>566</sup> unutarregionalna (intraregionalna) pitanja razvoja; međuregionalna (interregionalna) pitanja razvoja; specifična regionalna pitanja.

Prostorni razmještaj pojedinačnih turističkih uvjeta određuje njihovu zajedničku vrijednost. Ovisno o značajkama turističkih atraktivnosti stvaraju se među njima različiti odnosi u prostoru. Ako sve to pripada i širem tipološkom, turistički atraktivnom prostoru, u kojem je inkorporiran i sustav naselja, sa zanimljivim realnim i potencijalnim turističkim atrakcijama, dobivamo funkcionalno atraktivnu cjelinu koja se može uobličiti kao turistički lokalitet, turističko mjesto, turističko područje ili turistička regija.<sup>567</sup>

Kroz relativno dugo povijesno razdoblje dostatan odgovor na turističke preferencije bilo je turističko mjesto. Suvremena kretanja u načinu korištenja slobodnog vremena karakterizira heterogena potražnja koja ne preferira pojedinačne usluge nego paket usluga koji se proizvodi na određenom prostoru. Taj prostor s ukupnošću svojih elemenata ponude postaje odredište, cilj putovanja, pri čemu na njegovu veličinu i oblikovanje utječu gosti sa svojim sve diferenciranijim zahtjevima, te se turistička destinacija definira kao «optimalna

---

<sup>566</sup> Kubović, B., /1974/: Regionalna ekonomika, Informator, Zagreb, str. 52.

<sup>567</sup> Magaš, D., /2003/: Management turističke organizacije i destinacije, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Adamić, Rijeka, str. 16.

kombinacija fiksnih i varijabilnih čimbenika te mogućnosti turističkog djelovanja u skladu s preferencijama tržišta, neovisno o administrativnim granicama»<sup>568</sup>

Turistička destinacija postaje temeljni institucionalni okvir u osmišljavanju koncepta turističkog razvoja. Ona odražava bitne promjene u filozofiji turističke politike koja težište razvoja prebacuje od smještajnog objekta na čitav prostor turističke destinacije koji se ne mora poklapati s administrativno utvrđenim granicama.

### 9.3.1. Delokalizacija prostornih sadržaja

Prošlo stoljeće, a još više novi nastupajući milenij obilježit će vrlo dinamičan razvoj i snažan utjecaj na prostor i sadržaje smještene u prostoru. Jačanje spoznaje da je prostor ograničeni resurs, ističu ga kao univerzalan uvjet življenja. Klasifikaciju užeg i šireg prostora vršimo prema prirodnim, ekonomskim, društvenim, sociološkim, demografskim, ekološkim i sličnim sadržajima koji obilježavaju i razlikuju prostor. Sve te prostorne različitosti i karakteristike nisu statične, već imaju i dinamički aspekt.

Agresivnost čovjeka prema prirodnim dobrima ostavlja sve naglašenije negativne efekte na prirodno okruženje i prirodna dobra i ugrožava trajnost dobara i dovodi u pitanje opstanak civilizacije. Očito da i funkcija vlasništva nad tim dobrima poprima sasvim nove dimenzije i motivacije, i smisao individualne korisnosti i prisvajanja prelazi u oblast kolektivne kvalitete uvjeta življenja i samim tim očuvanja i unapređenja.<sup>569</sup> Nakon izraženih procesa lokalizacije prostora, sve se više i sve će se više isticati delokalizacija i internacionalizacija prostora. Taj proces potenciraju sve veći i brojniji problemi ugrožavanja prostora i brojne štetne intervencije u prostoru koje sve više ugrožavaju i opstanak čovječanstva. Iz tog razloga sve više se razmatraju međuregionalni odnosi. To podrazumijeva eliminaciju ili amortizaciju postojećih fizičkih, pravnih, ekonomskih i sličnih barijera u svrhu povećanja mobilnosti svih relevantnih resursa, a posebno ljudi i kapitala. To praktički znači da je prostor i posebno sadržaje u prostoru teško omeđiti čvrstim ogradama i striktno lokalizirati, bez naglašenih štetnih razvojnih posljedica. Proces delokalizacije prostornih sadržaja sve je više prisutan između država, raznih grupacija država, pa je besmisleno i štetno naglašavati regionalnu autarhiju i lokalizaciju. Vlasnička prostorna obilježja, nacionalne suverenitete i do sada prisutna zatvaranja mijenjaju razvojni procesi. Sve prisutniji procesi delokalizacije povezuju prostore i brišu granice neutralnosti prostornih sadržaja. Time se šire prostorne veze i utjecaji između užih i širih prostora. Sve je prisutnija izražena diferencijacija dinamike razvojnih procesa i razine ostvarene društveno-ekonomske razvijenosti. Ta kretanja i odnosi prisutni su između pojedinih prostora sa državnim i nacionalnim obilježjima, ali i između užih nacionalnih prostora. Univerzalan sadržaj regionalne ekonomike, imajući na umu i razlike u teritorijalnim razinama, čini regionalna gospodarska struktura i regionalna ekonomska politika. Regionalna gospodarska struktura podrazumijeva teritorijalizaciju faktora i u cjelini gledano ekonomsku stvarnost regije. Poimanje procesa teritorijalizacije isključuje u oblasti gospodarske strukture i ekonomske politike autarhičnost i uz teritorijalizaciju podrazumijeva interregionalne odnose i delokalizacijske procese.<sup>570</sup>

Regionalna ekonomska politika podrazumijeva aktivan odnos prema strukturi gospodarstva u smislu usmjeravanja i stimuliranja procesa strukturne transformacije i njenog otvaranja za tržišnu mobilnost i alokaciju faktora.

---

<sup>568</sup> Ibid.str.25-26.

<sup>569</sup> Bogunović, A., Crkvenac, M., Sharma, S., /1991/: Osnove ekonomike narodne privrede, Narodne novine, Zagreb, str. 398.

<sup>570</sup> Ibid., str. 400.

Osnovna karakteristika regionalne politike je komplementarnost s globalnom ekonomskom politikom i zasniva se na osnovnim principima prihvaćenim na razini narodnog gospodarstva koji uvažavaju analitičke spoznaje strukturnih nesklada prisutnih na užim teritorijalnim razinama. Regionalna ekonomska politika je skup koherentnih relacija koje imaju za cilj povećanje blagostanja regije. To ujedno pruža mogućnost spoznaja o regionalnim vrijednosnim sustavima i osnovnim pokretačkim snagama u regiji koje djeluju na racionalno ponašanje i povećavaju materijalne i duhovne vrijednosti. To je ujedno i ishodište za pravilnu turističku regionalizaciju unutar Hrvatske s obzirom na prirodne, kulturne ili izvedene atraktivnosti na jednom ne prečvrsto omeđenom području. Delokalizacijski procesi u prostoru ogledaju se u tokovima faktora proizvodnje, robe, informacija, funkcioniranju tržišta i procesima koji obilježavaju ekološko područje. Regionalni sadržaji u cjelini, a posebno ekonomski, sve više potenciraju interregionalnu suradnju i odnose ne samo u okviru narodnog gospodarstva već i između narodnih gospodarstava. Polazeći s ekonomskog stajališta i procesa prisutnih unutar i između regionalnih jedinica, razvoj regije valja promatrati s dvije točke gledišta i to unutrašnje i vanjske. Unutrašnja podrazumijeva unutar regionalnu alokaciju rasursa, organizaciju i sadržajnu usklađenost koji otvaraju prostor za intenzivan rast i razvoj. Kod vanjskog sagledavanja procesa riječ je o otvorenosti regije i međuregionalnim odnosima i stvaranju mehanizma za transferiranje ekonomskog rasta i razvoja u cjelini prostora narodnog gospodarstva, ali i odnosa sa širim okruženjem.

### **9.3.2. Turistička regionalizacija i izbjegavanje stvaranja čvrstih granica regionalne ekonomike**

Različitosti u pristupima i oblikovanju definicija regionalne ekonomike predstavljaju širenje pogleda i obogaćuje spoznaju o toj disciplini. Jedinostveni doprinos znanstvenika što se bave tim problemima svakako se ogleda u fleksibilnosti navođenja sadržaja i izbjegavanju stvaranja čvrstih granica regionalne ekonomike.<sup>571</sup>

Definiranje regionalnog aspekta razvoja moguće je sintetički izraziti u sljedeća četiri pristupa:<sup>572</sup> :

1. prostor koji obilježava lepeza različitih činilaca što ujedno čine fizički ambijent teritorijalizacije
2. u prostoru su smješteni prirodni, demografski i proizvodni resursi koje karakterizira oskudnost, neravnomjerna raspoređenost i nesavršena mobilnost
3. prostor se može segmentirati na dijelove koji obilježavaju određene karakteristike
4. te karakteristike promatramo s ekonomske točke gledišta i njegove otvorenosti za mobilnost sadržaja i delokalizacijske procese.

Prema tome sintetička definicija discipline prema prof. Bogunoviću glasi da je «regionalna ekonomika znanstvena disciplina, koja s ekonomskog stajališta izučava, na obilježenim i determiniranim prostorima-regijama i u prostornoj interakciji, sadržaje i procese u svrhu traženja rješenja za mobilnost i optimalnu alokaciju rasursa, te na toj osnovi maksimiziranje blagostanja»<sup>573</sup>.

---

<sup>571</sup> Ibid., str. 399.

<sup>572</sup> Ibid.,

<sup>573</sup> ibid., str. 400.



Iz prethodne definicije regionalne ekonomike mogli bi definirati i sintetički izraziti jedan od podsustava te znanstvene discipline a koja se odnosi na turističku regionalizaciju. Turistička regionalizacija je prema tome podsustav regionalne ekonomike kao znanstvene discipline, a koja izučava na obilježenim i determiniranim turističkim prostorima-regijama sadržaje i procese u svrhu traženja rješenja za mobilnost i optimalnu alokaciju turističkih resursa, te u prostornoj interakciji maksimiziranja blagostanja. Kako god regionalna gospodarska struktura podrazumijeva teritorijalizaciju faktora i u cjelini gledano ekonomsku stvarnost regije, to znači da turistička regija može biti upravo prepoznata na tržištu po teritorijalizaciji turističke resursne osnove. Međutim kako poimanje procesa teritorijalizacije isključuje u oblasti gospodarske strukture i ekonomske politike autarhičnost i uz teritorijalizaciju, turistička regionalizacija podrazumijeva neophodne i nužne interregionalne odnose i delokalizacijske procese. Ona je samo podsustav Hrvatske kao turističke regije i ujedno podsustav hrvatskog gospodarskog sustava. Turistička regionalna politika isto je tako, prema teoriji sustava, podsustav hrvatske turističke politike, odnosno podsustav regionalne ekonomske politike.

Danas nova koncepcija turističkog razvoja mora biti utemeljena na načelima tržišta i na načelima komplementarnosti obale i njenog zaleđa, ekološke ravnoteže, te na načelu razvoja regije, subregije kao funkcionalne cjeline. Sve to traži i novu koncepciju turističkog marketinga koja podrazumijeva pozicioniranje regije i njenih subregija, njihovih turističkih proizvoda i njihov plasman na ciljane, alternativna tržišta. Zato načelno govoreći postoje tri regionalne podjele:<sup>574</sup>

- granice turističkih regija poklapaju se s granicama administrativnih jedinica
- turističke se regije definiraju neovisno o političkim granicama
- turističke regije postoje na području cijele države, ali se ne poklapaju s granicama teritorijalno-političkog ustroja (županijama).

### 9.3.3. Unutarregionalna i međuregionalna pitanja razvoja

Unutar regionalna pitanja razvoja vezana su uz unutrašnji razvoj i organizaciju regije u svrhu efikasnog korištenja raspoloživih resursa i njihovu gransku alokaciju. Ona potiče podjelu rada i regionalnu specijalizaciju i stvara uvjete za veću međuregionalnu mobilnost resursa. Tako se otvaraju prostori za međuregionalnu suradnju i postizanje intra i interregionalnog optimuma, što uključuje razbijanje regionalizama i otvaranje regionalnih struktura.<sup>575</sup>

Regija se poima kao organski kompleks međusobno povezanih, komplementarnih i usklađenih ekonomskih, političkih i društvenih sadržaja. Na tim osnovama uspostavljena intraregionalna organizacija čini polazište za vrednovanje resursa, prostornu distribuciju sadržaja u regiji i interregionalnu mobilnost. Cilj koji treba postići je uvažavanje regionalne specijalizacije, podjele rada, te na osnovi povećanja proizvodnosti maksimalizacija regionalnog blagostanja.

Unutarregionalna pitanja uglavnom se odnose na stvaranje uvjeta za:

1. efikasnije i potpunije korištenje prirodnih, demografskih i proizvodnih potencijala regije;
2. zadovoljavanje materijalnih i duhovnih potreba stanovništva regije;

---

<sup>574</sup> Magaš, D., /2003/:Management turističke organizacije i destinacije, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Adamić, Rijeka, str. 12.

<sup>575</sup> Bogunović,A.,/ 1996/,op.cit.str. 401-402.

3. uspostavljanje i izgradnju organizacije i funkcija interregionalnih odnosa primjerenih djelovanju tržišta, što otvara regionalnu strukturu i omogućava mobilnost faktora i maksimalizaciju dohotka regije, regija i čitave zemlje;
4. očuvanje prirodne sredine, ne u smislu zamrzavanja prostornih vrijednosti i zadržavanja tradicionalnih odnosa i sadržaja, već njihovog očuvanja, unapređenja i prilagođavanja zahtjevima kvalitete življenja u suvremenim uvjetima, kao bitne komponente životnog standarda i preduvjeta permanentnog povećanja životnog standarda;
5. razvijanje urbanih sadržaja na čitavom prostoru regije uz rast i razvoj primarnih, ali i sekundarnih gradskih naselja, te stvaranje urbane prostorne strukture koja minimizira društvene troškove.

Međuregionalni razvoj multiplikativno djeluje na unutarnje regionalne procese. Nije jednostavno u praksi uspostaviti željene međuregionalne odnosno interregionalne odnose. Teškoće su vezane uz ograničenja na uspostavljanju komplementarnosti između tržišta i intervencionizma, te zadržavanje motivacije i realne alokacije i vrednovanja faktora. Naime, regionalni problemi su po svojoj prirodi dugoročnog karaktera, a tržišni mehanizmi teže maksimizaciji efekata u što kraćem vremenu.<sup>576</sup>

Autarkičnost razvoja minimizira alokativne funkcije tržišta, slabi prostornu mobilnost faktora i širi jaz između regija u njihovoj društveno-ekonomskoj razvijenosti. Ekonomska politika ima zadaću:

1. da stimulira i aktivira regionalne razvojne procese kroz gransku strukturu, usmjerava aglomeracijske procese i izgradnju komplementarnih globalnim granskih i regionalnih struktura i
2. da destimulira i umanjuje negativne tržišne regionalne utjecaje na području razvoja i odnosa prema vitalnim prostornim sadržajima.

Interregionalni razvoj i međuregionalna pitanja razvoja počivaju na temeljima teorije sustava i uvijek su proces traženja optimalnog odnosa između dijelova i cjeline odnosno između regija, te regija i narodnog gospodarstva kao cjeline.

Turističke regije su dobri primjeri funkcioniranja turističkog sektora koji značajnije nego drugi sektori sudjeluje u međuregionalnoj razmjeni te prenose impulse šireg tržišta na regionalnu strukturu. Impulsi se očituju u razvijanju regionalne specijalizacije, podijeli rada, što mijenja i postojeću regionalnu strukturu. Čitav taj proces kao svoj krajnji efekt ima multiplikativno povećanje regionalnog dohotka i zaposlenosti. U kritičkom osvrtu na slijed procesa unutarnjeg političko-teritorijalnog organiziranja Hrvatske, nakon njezina državnog osamostaljenja, potrebno je istaknuti da je tu glavni problem bila politička nesigurnost u tadašnjim institucijama vlasti- kako se odnositi prema regionalizmu i političko-upravnoj, odnosno sadržajno široj decentralizaciji države.<sup>577</sup> Hrvatska je naime, geografski, a dodatno i tradicijski, jasno diverzificirani prostor, unutar kojeg se mogu relativno jednostavno očitati njegove komponente. Kohezivne su snage, bez obzira na regionalne različitosti njegovih pojedinih dijelova, toliko snažne da se konačno valja osloboditi straha od nekih difuznih snaga.<sup>578</sup> Iz tog razloga se i polazi od realnosti,<sup>579</sup> da teritorijalno-politička regionalizacija Hrvatske, koja će morati biti duži proces mora biti u određenom kontinuitetu s postojećom županijskom razdiobom Hrvatske. Zbog toga je realnije oslanjajući se na europske uzore, razmišljati o formiranju regionalnih zajednica na osnovi povezivanja postojećih županija u

<sup>576</sup> Ibid., str. 403.

<sup>577</sup> Žuljić, S., /2001/: Regionalno i teritorijalno ustrojstvo Hrvatske u razdoblju između godina 1945-2000., Ekonomski pregled 52 (1-2) 3-28, Zagreb, str. 25.

<sup>578</sup> Ibid., str.25.

<sup>579</sup> Ibid., str. 27.

takve zajednice. Time u prvoj fazi ne bi bila narušena zanimanja za postojanje sadašnjih županija, uz uvjet da bi se decentralizacija države usmjerila na regionalne zajednice. Decentralizacija je društvena potreba, a imaće višestruko pozitivne učinke u stabilnijem i ravnomjernijem razvitku Republike Hrvatske.

### **9.3.4. Regionalna ekonomska politika – teorija velikog udara nasuprot teoriji ravnotežnog rasta**

Regionalna ekonomska politika podrazumijeva izgradnju i definiranje koncepcija, strategija, ciljeva, zadataka i tekućih mjera ekonomske politike i njihovo ostvarivanje na različitim teritorijalnim razinama. Ona se temelji na kompatibilnosti regionalne, granske i globalne politike. To praktično znači obogaćivanje granske i globalne politike specifičnim regionalnim sadržajima koji pridonose rastu i razvoju. Kako su prisutna shvaćanja da narodno gospodarstvo predstavlja agregaciju regionalnih ekonomija, zato regionalna ekonomska politika svoje ishodište nalazi u:

- tretiranju i razrješavanju nejednakosti u okviru i između teritorijalnih dijelova narodnog gospodarstva, ali i između pojedinih zemalja i grupacija zemalja i
- spoznaji da narodno gospodarstvo podrazumijeva regiju kao osnovni okvir i polazište nacionalnog razvoja.

Spomenute nejednakosti se manifestiraju u različitim segmentima regionale društvene, ekonomske i političke strukture. U društvenoj oblasti nejednakosti se ispoljavaju u nejednakim uvjetima na kulturnom, obrazovnom, zdravstvenom i u cjelini gledano, duhovnom planu za ostvarivanje individualnih i kolektivnih potreba. Ekonomske nejednakosti nalaze ishodište u različitostima ekonomske strukture i razini ekonomske razvijenosti.

Ekonomski rast kao proces kvantitativnih promjena je potreban, ali ne i dovoljan uvjet za razvoj. Rast kao jednodimenzionalna pojava može izvršiti destrukciju nekih razvojnih dimenzija, a to je posebno uočljivo prema faktorima i prirodnim vrijednostima. Ekonomski rast u pravilu je determiniran raspoloživošću i rastom samih faktora, ali i njihovom kombinacijom, mobilnošću, alokacijom i svakako efikasnošću. Kako maksimum proizvodne funkcije zavisi upravo od oskudnog faktora, u pravilu je kod slabije razvijenih regija riječ o kapitalu. Tako se teorija rasta u suštini svodi na investicije. Kod turističkih regija treba biti posebno oprezan, jer oskudnost faktora sve više zauzimaju prirodni resursi a sve manje kapital, te je neophodno i nužno da turističke regije imaju dobro osmišljene i prihvaćene Glavne planove razvoja turizma /Master plan/ u kojima će se inventarizirati ukupni turistički potencijali, kvantificirati odnosi posebno oskudnih faktora, što znači da kapitalu treba dati također važnu, ali nikako presudnu ulogu. Slabo razvijena gospodarstva i regije karakterizira oskudnost kapitala i skromne investicijske mogućnosti. Osiguranje oskudnih resursa i ubrzanje rasta je u fokusu ekonomske politike nerazvijenih područja. Razlike u razvijenosti između područja nisu posljedica ravnotežnog rasta koji podrazumijeva točku u kojoj se sijeku krivulje štednje i investicija. Nasuprot tome, veliki razvojni pomaci rezultat su razbijanja statičke ravnoteže i ravnotežnih odnosa, unošenja razvojnog nemira, i uspostavljanja ravnoteže na višoj razini društveno-ekonomske razvijenosti. Riječ je o tzv. teoriji velikog udara «big push» koja predstavlja alternativu teoriji ravnotežnog rasta. Napuštanje ravnotežnog gospodarstva i izlazak iz tzv. začaranog kruga siromaštva,<sup>580</sup> praktično znači veliki udar i dobro postavljanje razvojnih ciljeva koji će prioritete usmjeriti na ono gospodarstvo koje će multiplikativno determinirati ukupan rast i razvoj, odbacivši teoriju

---

<sup>580</sup> Stipetić, V., Cievarić, A., Grahovac, P., /1991/: *Ekonomika narodnog gospodarstva*, Foto Soft, Zagreb

permanentne ravnoteže, ali ponovno je kasnije uspostavljajući na puno višoj razini od dosadašnje.

Turističke regije mogu se prepustiti velikom udaru pod uvjetom da imaju dobro razrađenu koncepciju i strategiju svog razvoja, te da imaju odgovore na brojna razvojna pitanja i posebno eliminiranja ograničenja razvoju. U protivnom, s obzirom na neponovljivu resursnu osnovu, a posebno prostor kao ograničeni resurs, «veliki udar» može postati velika katastrofa. Tada je bolje i po cijenu sporijeg rasta ne uništiti dugoročne izvore i preferirati teoriju bilanciranog rasta. O značenju teritorijalne organizacije države, kada je riječ o njezinoj administrativno-političkoj odnosno regionalnoj razdiobi, govori, između ostalog, kontinuirano poklanjanje pažnje Europske zajednice kasnije Europske unije. Iako se radi o različitim povijesnim ishodištima i o različitostima o putu prilagodbi i izbora različitih rješenja, iskustva u administrativnoj razdiobi i iskustva regionalizma pažljivo se registriraju i analiziraju.

U jednoj kartografskoj analizi Europske zajednice objavljenoj godine 1974.<sup>581</sup>/posebno je obrađeno pitanje «administrativnih regija i jedinica». Tu se između ostaloga konstatira da je administrativna struktura zemalja članica u velikoj mjeri naslijeđe prošlosti, a navode se podaci o prilagođavanjima, kao što su to smanjenje broja općina (Danska), planovi regionalizacije povijesnih provincija u regionalne jedinice (Nizozemska) i o formaliziranim razvojnim regijama (Francuska). Osobito je naglašena potreba studijskog pristupa problemu regionalizacije, koji je ocijenjen kao složen, ne samo razvojni, nego i politički problem (Ujedinjeno Kraljevstvo Velike Britanije i Sjeverne Irske).

Za razumijevanje suvremene teritorijalne organizacije Hrvatske važno je poznavati povijesne korijene iz kojih je ona i proistekla. Posebnu pažnju zaslužuje analiza slijeda promjena u suvremenoj teritorijalnoj organizaciji Hrvatske, podrazumijevajući tu šire razdoblje od polovine devetnaestog stoljeća, kada zapravo taj proces započinje. Potrebno je vrednovati i tradiciju, ako se ona povijesno afirmirala, realno održala i ugradila u obilježja regionalnog identiteta, a kroz to i u ukupnu regionalnu strukturiranost Hrvatske.<sup>582</sup>

### 9.3.5. Razvoj prostorne ekonomije i teorije lokacije i turizam

Prostor čini ograničeni resurs u kojem su smještene prirodna dobra, radom stvorene vrijednosti, ljudi i njihove raznolike aktivnosti. Politika namjene i korištenja tog ograničenog resursa temelji se na inventarizaciji i analizi prostornih sadržaja.

Inventarizacija obuhvaća:

- prirodne karakteristike i resurse smještene u regionalnom prostoru
- proizvodne karakteristike i radom stvorene vrijednosti.

Prirodni resursi mogu biti ograničavajući faktor razvoja zbog stvarne raspoloživosti, mogućnosti njihovog korištenja s obzirom na dostignuti nivo razvijenosti proizvodnih snaga i s aspekta prirodne ravnoteže i kvalitete uvjeta života. Prirodne karakteristike i resursnu osnovu moguće je sagledati kroz slijedeće elemente:<sup>583</sup>

- količinu, kvalitetu i strukturu zemljišta;
- šume i sadržaje u šumama uključivo i specifične sadržaje;
- rudno i mineralno bogatstvo;
- vode s ekonomskog, ekološkog i interregionalnog aspekta;
- geografski položaj i mogućnosti njegove ekonomske valorizacije;

<sup>581</sup> Žuljić, S., op.cit.str.4.

<sup>582</sup> vidi detaljnije: Žuljić, S.,op.cit. str. 3-27.

<sup>583</sup> Bogunović, a., op.cit.str. 426.

- klimatske prilike;
- ekološki aspekt prostora koji posebno obuhvaća stanje zemlje, vode, zraka i drugih prirodnih dobara od vitalnog značenja za život.

Ovako definirana resursna osnova od posebne je važnosti za turizam i turistički razvoj jednog područja. Nju je neophodno analizirati i valorizirati jer upravo ta valorizacija resursne osnove je temelj turističke regionalizacije i stvaranja diferenciranog turističkog proizvoda na osiguranom prostoru turističke regije, na kojem će se turistički proizvod diferencirati i regionalno specijalizirati te omogućiti stvaranje regionalnog identiteta.

Proizvodne karakteristike i radom stvorene vrijednosti se također moraju inventarizirati i podvrći detaljnoj analizi i grupiranjima koja se mogu iskazati kroz:

- proizvodne i uslužne kapacitete, njihovu strukturu po djelatnostima, granama i homogenim proizvodnjama te snimak tehnologija u upotrebi s utjecajem na okruženje.
- gospodarska infrastrukturu s aspekta izgradnje objekata i proizvodnih potencijala za nove kapacitete i okupiranje prostora s posebnim naglaskom na energetske, prometne, vodoopskrbne i sl. sadržaje.
- neprivredne infrastrukture i objekte društvenog standarda, uključivo stambeno komunalne objekte, zaštićene prirodne sustave, kulturne sadržaje, te sportske i rekreacijske objekte i sadržaje.

Karakteristike i radom stvorene vrijednosti turističke infra i suprastrukture traže temeljitu analizu te uz kadrovsku i demografsku komponentu objašnjavaju stanje osnovnih faktora na područje turističke regije i ujedno čine osnovu politike upotrebe prostora i lokacijske politike, te uvjetuju stanje u prostoru s ekološkog aspekta.

### 9.3.6. Osnove regionalne strukture Hrvatske i turistička regionalizacija

Problem regionalizacije Hrvatske ima svoju veoma dugu povijest, a promjene i korekcije teritorijalnog ustroja bile su veoma česte, no nažalost, radilo se više o političkim, a manje o ekonomskim kriterijima regionalizacije.<sup>584</sup>

Prostorna regionalizacija Hrvatske dijeli Hrvatsku na sljedeća područja: Jadransko turističko područje (a) Sjeverno Hrvatsko primorje /Istra, Kvarner/; Južno Hrvatsko primorje /Sjeverna Dalmacija, Srednja Dalmacija, Južna Dalmacija/; b) Gorsko turističko područje /Gorski kotar, Ogulinsko-plašćanska udolina, Lika/; c) Panonsko-Peripanonsko turističko područje /Središnja Hrvatska, Istočna Hrvatska/.<sup>585</sup>U zemljopisnom smislu Hrvatska obuhvaća južni dio Panonske nizine i najveći dio područja duž Jadranskog mora, između kojih se kao spona prostire uže planinsko područje Like i Gorskog kotara. Po prostornoj veličini najznačajnije dijelove Republike Hrvatske čine podunavsko-posavsko i jadransko područje, a manjim dijelom planinsko-dinarsko područje, što Republici daje panonsko-mediteransko obilježje.

- Panonsko područje obuhvaća Slavoniju koja zauzima 18,7% površine Republike a organizirana je u pet županija i to: Vukovarsko-srijemsku (26 općina), Osječko-baranjsku (34 općine); Brodsko-posavsku (24 općine); Požeško-slavonsku (14 općina) i Virovitičko-podravsku (16 općina). Istočno slavonske ravnice plodno tlo uz bujnu vegetaciju i blage

<sup>584</sup> Čavrak, V., /2002/: Strategija i politika regionalnog razvoja Hrvatske, Ekonomija/Economics, broj 3, Rifin, Zagreb, str. 645.

<sup>585</sup> Magaš, D., /1997/: Turistička destinacija, Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet Opatija, str. 1-2.

prijevoje prerastaju u prostrana prigorja i masiv Papuka, Krndije i Dilja, koji obilježavaju rubne dijelove Panonske nizine.

- Područje centralne Hrvatske obuhvaća 34% Republike i uključuje osam županija i grad Zagreb i to: Koprivničko-križevačku (18 općina); Bjelovarsko-bilogorsku (19 općina); Zagrebačku (21 općina); Krapinsko-zagorsku (29 općina); Sisačko-moslavačku (29 općina); Karlovačku (17 općina); Varaždinsku (17 općina); Međimursku (18 općina) i grad Zagreb.
- Jadransko područje (Dalmacija, Primorje, Istra, Lika i Gorski kotar) prostire se na 47,3% ukupne površine Republike, regionalno je organizirano u sedam županija i to: Istarska (36 općina); Primorsko-goranska (34 općine); Ličko-senjska (9 općina); Zadarsko-kninska (43 općine); Šibenska (9 općina); Splitsko-dalmatinska (73 općine) i Dubrovačko-neretvanska (17 općina). U jadranski pojas uključeni su Lika i Gorski kotar, koji su prirodne spone između panonskog i jadranskog područja. Bogatstvo ovog područja čine šume, vode i poljoprivredne površine dok područje obiluje vodom i prirodnim ljepotama. Na području Like nalaze se dva nacionalna parka (Plitvice i Paklenica) i jedan park prirode (Velebit).<sup>586</sup>

U najvećem dijelu ovakve regionalne podjele u najvećem broju slučajeva dolazi do preklapanja političkih i turističkih granica što ima samo jednu prednost u odnosu na puno veće nedostatke. Prednost takvog preklapanja leži u činjenici da se nove granice ne određuju jer one već postoje, a preklapanje turističkih i političkih granica olakšava rad, te su državne službe ustrojene za političke jedinice što olakšava njihovu usporedbu i u turističke svrhe.<sup>587</sup>

Najveći nedostatak takve podjele leži u činjenici da su mogući politički utjecaji i da se turistička mjesta i općine zatvaraju i ne vode računa o mogućem preklapanju u ponudi, što dovodi do toga da se zapravo tržište nedovoljno uzima u obzir i ne uvažava se osnovno marketinško pravilo da potrošač, gost, mora biti u središtu našega interesa. Mjesta i općine na taj način vode autarhičnu politiku i ne vode dovoljno računa o različitosti u pristupima i oblikovanju definicija regionalne ekonomike, predstavljaju širenje pogleda i obogaćuje spoznaju o toj disciplini. Jedinstveni doprinos znanstvenika što se bave tim problemima svakako se ogleda u fleksibilnosti navođenja sadržaja i izbjegavanju stvaranja čvrstih granica regionalne ekonomike.

U statističkom smislu, prijedlog na statističke regije ne predstavlja nov administrativni ustroj zemlje, nego usklađivanje s pravilima EU-a. Riječ je o tzv. NUTS (Nomenclature des Unites Territoriales Statistiques) – nomenklatura statističkih teritorijalnih jedinica, utemeljena početkom sedamdesetih godina prošlog stoljeća u Eurostatu, statističkom uredu Europske Unije, kako bi omogućila jednostavnu i jednoliku podjelu teritorija za izradu regionalnih statistika Unije. U statističkom smislu, Hrvatska će se sastojati od samo dvije regije. Kontinentalne i Jadranske.<sup>588</sup> Prvu će činiti Grad Zagreb sa 12 kontinentalnih županija, a u drugu bi, uz Karlovačku županiju, trebalo ući sedam županija s izlazom na more. Kontinentalnu Hrvatsku činilo bi područje od 28.400 četvornih kilometara, na kojem živi nešto manje od 2,9 milijuna stanovnika, dok Jadransku Hrvatsku činilo bi područje od oko 28.000 četvornih kilometara, s oko 1,6 milijuna stanovnika.<sup>589</sup>

<sup>586</sup> Bogunović, A., Sharma, S., /1995/: Narodno gospodarstvo, Art studio Azinović, Zagreb, str. 253.

<sup>587</sup> Magaš, D., /2003/, Management turističke organizacije i destinacije, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Adamić, Rijeka

<sup>588</sup> Prijedlog za nove hrvatske regije rukovodio se time, da bi se BDP po stanovniku u obje regije nalazio negdje na oko 50% prosjeka Unije, što obje regije automatski kvalificira za pomoć iz Unijinih strukturnih fondova kada Hrvatska uđe u ovu integraciju.

<sup>589</sup> Milovan, A.,(2006), "Europska Hrvatska imat će dvije regije", Privredni vjesnik – br. 3437/3438, str.4 -5.

Problem regionalizacije Hrvatske ima svoju veoma dugu povijest, a promjene i korekcije teritorijalnog ustroja bile su veoma česte, no nažalost, radilo se više o političkim, a manje o ekonomskim kriterijima regionalizacije, a to znači o ponudi koja bi morala biti utemeljena na načelima tržišta, novih vrijednosti i novih proizvoda, komplementarnosti obale i njenog zaleđa, te o činjenici da na regionalnim razvojnim nivoima treba voditi računa o njenim subregijama u okviru kojih će dominirati destinacijski proizvod kao rezultat optimalne kombinacije različitih elemenata ponude bez obzira na administrativne granice. Prostorne različitosti kao ishodište regionalnog razvoja pokazuju kroz neophodan proces delokalizacije prostornih sadržaja, da regije ne obilježavaju čvrste granice, već da ta granična linija mora biti što mekša. Isto tako na tom principu, uz naglasak puno veće senzibilnosti funkcioniraju turističke regije kao podsustavi regionalne ekonomike. To podrazumijeva neophodne i nužne interregionalne odnose i delokalizacijske procese, i svaku turističku regiju čine samo podsustavom hrvatskog gospodarskog sustava. Turistička regionalna politika traži u sklopu ekonomske politike specifičan pristup, a što čini, prema teoriji sustava, samo podsustav hrvatske turističke politike, odnosno podsustav regionalne ekonomske politike. Kod turističkih regija treba se prikloniti teoriji ravnotežnog rasta u slučajevima gdje turistički menadžment nema dobro razrađene koncepcije i strategije razvoja i jasno razrađene razvojne vizije i ciljeve. Isto tako se treba prikloniti teoriji velikog udara tamo gdje postoji razrađena i jasna vizija i neophodni razvojni dokumenti. Proces tranzicije i restrukturiranja gospodarstva Hrvatske ima zadaću stvoriti dinamičan rast i razvoj. Razvoj u slabije gospodarski razvijenim područjima, traži da se stimulira otvaranje i razvoj malih i srednjih poduzeća u sferi proizvodnje i usluga, a posebno koje imaju interregionalni karakter poput turizma. Da bi se to i realiziralo, neophodne su mjere ekonomske politike koje moraju stimulirati poduzetnike i pozitivno djelovati na razvoj tog procesa. Posebno je važno naglasiti da mala i srednja poduzeća zbog oštrog tržišne konkurencije i više nego skromnih parcijalnih utjecaja na ukupne regionalne gospodarske odnose ne mogu uvjetovati, u slučaju bankrota, potrebe u regionalnoj strukturi.<sup>590</sup> Svakako da će upravo prirodni, proizvodni i demografski činioci smješteni u regionalnoj prostornoj strukturi, najviše utjecati na mogućnost stvaranja regionalne ponude, a kada su u pitanju posebno prirodni i kulturno-povijesni resursi, tada bi turizam stvorio svoju regionalnu ponudu i najviše određivao regionalnu gospodarsku strukturu, a time i determinirao i definirao turističku regionalizaciju. Danas nova koncepcija turističkog razvoja mora biti utemeljena na načelima tržišta i na načelima komplementarnosti obale i njenog zaleđa, ekološke ravnoteže, te na načelu razvoja regije, subregije kao funkcionalne cjeline. Najveći nedostatak poklapanja turističke i administrativne regije leži i u činjenici da su mogući politički utjecaji i da se turistička mjesta i općine, kao i županije zatvaraju i ne vode računa o mogućem preklapanju u ponudi, što dovodi do toga da se zapravo tržište nedovoljno uzima u obzir i ne uvažava se osnovno marketinško pravilo da potrošač, gost, mora biti u središtu našega interesa.

---

<sup>590</sup> Bogunović, A., /1996/, op.cit.str. 371.

## PITANJA ZA PROVIJERU ZNANJA I VJEŽBE

1. Kojem sustavu pripada podsustav ciljeva regionalnog razvoja Hrvatske? Nabrojite osnovne i posebne ciljeve regionalnog razvoja?
2. Definirajte nositelje politike regionalnog i lokalnog razvoja?
3. Što se podrazumijeva pod modelom «upravljanja putem suradnje» i modelom «javno-privatnog partnerstva» za nositelje regionalnog i lokalnog razvoja?
4. Što se podrazumijeva pod pojmom lokalna razvojna agencija i kakvu ulogu ona ima u regionalnom razvoju?
5. Koje je mjere neophodno poduzeti na regionalnoj i međuregionalnoj razini za poticanje odnosa i stvaranje umreženog društva?
6. Koje su tri osnovne grupe pitanja vezane uz sadržaj regionalnog razvoja?
7. Ovisno o značajkama turističkih atraktivnosti u prostoru, koje se funkcionalno atraktivne cjeline javljaju, te posebno pojasnite pojam turističke destinacije?
8. Objasnite pojmove delokalizacije i internacionalizacije prostora?
9. Što podrazumijevamo pod pojmom turistička regionalizacija i po čemu mora biti prepoznata turistička regija na tržištu? Koje tri regionalne podjele postoje u odnosu na granice administrativnih jedinica?
10. Na što se odnose unutarregionalna, a na što međuregionalna pitanja razvoja, te kakva je uloga turističkih regija u regionalnim i međuregionalnim procesima?
11. Objasnite tzv. «teoriju velikog udara» nasuprot teoriji ravnotežnog rasta i pod kojim se uvjetima turističke regije mogu prepustiti «velikom udaru»?
12. Kroz koje karakteristike i resursnu osnovu je moguće sagledati prirodne, a kroz koje proizvodne resurse?
13. Kako danas izgleda prostorna regionalizacija Hrvatske?
14. Na čemu mora biti utemeljena nova koncepcija turističkog razvoja i koji je najveći nedostatak poklapanja turističke i administrativne regije?



**10. dio**

**TURIZAM I OKOLIŠ**

## 10. TURIZAM I OKOLIŠ

Činjenica je da su prostor i njegova geofizička svojstva osnovne “sirovine” na kojima se temelji razvoj turističke ponude nekog područja. Zbog toga je veoma važno da se racionalno i s “pažnjom dobrog gospodarstvenika” odnosi prema tom prostoru. To je naročito važno danas, kada se ekologiji općenito pridaje veća pažnja zbog sve veće ugroženosti čovjekove sredine.

Može se reći da prostor naročito u turizmu postaje ekonomska kategorija, odnosno faktor privređivanja. Prostor može omogućiti stvaranje rente i ekstra-dobiti. Taj faktor prisutan je i u drugim djelatnostima (npr. prilikom odabiranja najpovoljnije lokacije nekog pogona), ali je u turizmu najnaglašeniji i zato je funkcija turizma u prostornom uređenju najizrazitija.

Zbog toga se u turističkim područjima kao najhitnijoj mjeri pristupilo izradi dugoročnih ekonomskih i prostorno-urbanističkih generalnih i detaljnih planova<sup>591</sup>

Među ključnim resursima i izazovima 21. stoljeća ističu se briga o stanju prirodnog okoliša i porast važnosti turizma, koji postaju jednim od važnih izvora gospodarskog razvoja u svijetu. Zaokupljenost ljudi problemima održivog razvoja i okoliša<sup>592</sup> neizbježna je reakcija na sve očitije i drastičnije poruke koje dobivamo iz prirodnog okruženja.

Svaka znanost se provodi unutar zajedničke paradigme, zajedničkog skupa neupitnih pretpostavki koje određuju zadatke znanstvenika i načine njihova izvršenja. Proučavanje i provođenje strateškog menadžmenta, odvija se također unutar vladajuće paradigme i to unutar dominantne paradigme, koju Stacey zove paradigmom organizacije u stabilnoj ravnoteži.<sup>593</sup> Zato je uspješan strateški menadžment kreativan, inovativan proces koji traži izlaganje i upravljanje suprotnostima da bi se održala stabilna ravnoteža. Prema tome pred nama se odvijaju dva procesa vezana uz uspostavljanje stabilne ravnoteže. Jedan je vezan na samu paradigmu održivog razvoja, a drugi na javni i strateški /destinacijski/ menadžment koji mora biti sposoban upravljati brojnim suprotnostima da se postigne održivi razvoj. Ukoliko se javni i strateški menadžment ne odvija više unutar dominantne paradigme organizacije koju Stacey naziva paradigmom organizacije u stabilnoj ravnoteži, **takvo ponašanje strateškog menadžmenta potkopava i samu važeću paradigmu održivog razvoja kao skupa neupitnih pretpostavki svakog razvoja.** Prema tome uspjeh provođenja filozofije održivog razvoja nastaje isključivo kao posljedica približavanja organizacije stanju stabilne ravnoteže. Slijedom toga organizacije postižu uspjeh kada odabiru prihvatljive, primjerene i ostvarive strategije koje u našem slučaju vode održivom razvoju. Čim se postavi pitanje „Što su kriteriji za odabir uspješnih strategija održivog razvoja“ polazimo odmah od pretpostavke da je neki pojedinac ili mala skupina ljudi odredila strategiju i njezin ishod. Pretpostavlja se da je moguće da jedna osoba ili mala snažna skupina određuju strategiju organizacije, odnosno pretpostavlja se da uspješne strategije nisu samonastajuće već ih treba odabrati. **Ako netko odabere strategiju, tada taj netko mora kontrolirati organizaciju.** Taj netko je vrhunski izvršitelj koji treba znati kamo organizacija ide i kako će doći do željenog cilja. Takve predodžbe čine mentalni model u kojemu se nesporno pretpostavlja da ako želimo uspjeh tada netko može i mora kontrolirati organizaciju. Čim vjerujemo da netko na vrhu hijerarhije kontrolira organizaciju, da netko zna i određuje budući smjer organizacije, tada je

<sup>591</sup> U tom pogledu najviše je napravljeno u okviru Projekta Južni Jadran i Projekta Gornji Jadran u razdoblju 1970. do 1974. god., te u Projektu Jadran III, koji je započet još 1973.

<sup>592</sup> Vidi više: Grupa autora, u redakciji Vujić, V., (2005), Održivi razvoj turizma, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija

<sup>593</sup> Stacey, D., R., /1997/, Strateški menadžment i organizacijska dinamika, Mate d.o.o. Zagreb, str.100.

vrlo jednostavno pretpostaviti da vrhunski menadžment može uvesti promjene u organizaciji na način na koji ih on želi.

Definiranje održivosti nije sporno niti upitno, ali je sporno i upitno kojim sredstvima postići tu održivost. To nije potpuno jasno. **Dok to ne bude jasno, paradigma održivosti vodi svojoj negaciji u stvarnom životu.**<sup>594</sup> Zato često ekonomski rast dovodi do neodrživog razvitka te bi možda **primjereniji naziv trebao biti neodrživi razvitak, jer nam je lakše razumjeti ono što ne želimo i to lakše percipiramo. Kroz održivi razvitak upravo zbog nesavršenosti organizacije, a još više „stručne nestručnost“**<sup>595</sup> **provlači se i ono što je neodrživo.**

## 10.1. OČUVANI OKOLIŠ KAO TEMELJNI TURISTIČKI RESURS

Budućnost razvoja turizma određivat će:

- ograničeni prostorni resursi /velika «glad» za brzim razvojem i profitom i na drugom kraju zaštita temeljnih resursa ili ugroženost turističke destinacije/
- ograničeni kadrovski resursi / stručni, opredijeljeni i nepotkupljivi kadrovi na svim razinama odlučivanja od lokalne do državne razine/
- društvena funkcija javnosti / koja još ne prepoznaje svoju ulogu i ponaša se kao nemoćna i indiferentna/
- kapital /koji nije i neće biti ograničavajući faktor razvoja/

Stoga će učinkovito upravljanje turističkom destinacijom od nacionalne do lokalne razine, određivati sudbinu i budućnost hrvatskog turizma.

Na svim turističkim područjima u komercijalnim i nekomercijalnim vrstama smještaja u Hrvatskoj već je izgrađen golemi prihvatni kapacitet u kojem danas može boraviti blizu 2 milijuna turista, od čega veći dio: preko 2/3 ukupne odnosno oko 97% hrvatske komercijalne smještajne ponude otpada na primorsko područje.<sup>596</sup> Posljedice izbora razvojnog usmjerenja isključivo na sezonski ljetni turistički proizvod pokazale su se katastrofalnim po destinaciju i to u prvom redu zbog nekontroliranog i neracionalnog, gotovo rasipničkog korištenja prostora na najatraktivnijim lokacijama.

Kreativnost i fantazija su posebno došle do izražaja u stvaranju « civilizacije u kamenu», koja je ostala kao svjedok bogatstva duhovnih i gospodarskih vrijednosti prethodnih generacija stanovnika ovih područja. Sve to i još mnogo drugog čini općenito mediteransko područje, pa zato i našu jadransku obalu s morem, izuzetno vrijednim i drugačijim i ujedno vrlo osjetljivim na ponašanje ljudi i prirode.

Prostor uz obalu je vrijedan, ali zato količinski ograničen, nedostatan. Snažni su pritisci na njega, posebno iz i u pravilu siromašnog kontinentalnog zaleđa, pa i šire. Sklad i ljepota koju je taložila povijest radi toga se želi narušiti pretjeranom izgradnjom. Kako su

---

<sup>594</sup> Vidi detaljnije: Blažević, B., Systema approach to Sustainable Tourism Development, Tourism & Hospitality Industry 2006., Zbornik radova –CD- New Trends in Tourism and Hospitality management, Faculty of Tourism and Hospitality Management, Opatija, str. 1026-1045.

<sup>595</sup> Stacey, D., Ralph (1993), Strateški menadžment i organizacijska dinamika, op.cit. str.177..

<sup>596</sup> Radnić, A.,/2001/: "Turizam i razvoj Hrvatske" - sažeta verzija Strategije razvitka Hrvatske "Hrvatska u 21. stoljeću", str. 11.

ljudi poticani materijalnim probitkom sve manje obazrivi, more i obala, ono što je najvrednije, postaju nemilosrdno ugroženi.

Prihvatni potencijal turističke destinacije kao suvremene razvojne koncepcije u Hrvatskoj nedovoljno je obrađen, uz vrlo skromne pokušaje njegove primjene u praksi. U svijetu je koncept prihvatnog potencijala opće prihvaćen o čemu svjedoče brojni znanstveni skupovi i suvremena literatura .

### **10.1.1. Urbanizam i prostorno uređenje - te praksa upravnih i inspeksijskih organa**

Proklamirana načela važno je poštovati u praksi, s čime je najdirektnije povezana gradska, regionalna i državna uprava i posebno organi državne uprave zadužene za urbanizam i prostorno uređenje. Ti organi i posebno ljudi koji im stoje na čelu moraju biti sposobni oduprijeti se golemom pritisku primitivnih, nisko kvalitetnih, ali vrlo agresivnih zahtijeva za trošenjem prostora, što nažalost nije lako. Glavne krivce za promašaje u prostoru ne treba tražiti kod nezajažljivih investitora, već isključivo kod nekompetentnih i interesnom mrežom pokrivenih državnih i gradskih činovnika, koji su spremni za malo interesa žrtvovati sve postavljene principe. Neodgovarajuća kadrovska struktura zaposlenih, njihova nedovoljna tehnička opremljenost upućuje nas da se ozbiljno moramo zamisliti o jednoj od najvažnijih i najdelikatnijih funkcija gradske i državne uprave tj. da li ona funkcionira u cilju postavljenih ključnih principa zaštite prostora ili djeluje kontraproduktivno. Usprkos prostornoj dokumentaciji nastavlja se nažalost nekontrolirana izgradnja.

Nekontrolirano širenje građevinskih zona, odobravanje gradnje stanova za tržište bez donešenih detaljnih urbanističkih planova i analize utjecaja na okolinu takvih objekata, uz svesrdnu podršku takvim aktivnostima onih koji su najpozvaniji da to sprečavaju, nanosi dugoročno nenadoknadive štete sa katastrofalnim posljedicama po čitavu destinaciju.

Najveći ograničavajući faktor zaštiti i pravilnoj valorizaciji prostora postao je adekvatan izbor opredjeljnih, stručnih i nepotkupljivih državnih činovnika u Ministarstvu za urbanizam i zaštitu prostora kao i inspeksijskim organima tog Ministarstva, kao i u službama gradske uprave zadužene za urbanizam i prostorno uređenje, te konačno, kvaliteti gradskog poglavarstva i samog gradonačelnika.

Činjenica je da upravo spomenuti ograničavajući faktor, promatran kroz dioptriju ega ne nosi ništa dobrog, već nas samo gura u kaotično stanje, te da je kultura prostora samo dio općeg pojma kulture. Kultura prostora se iskazuje samo kao ogledalo kulture pojedinaca, koji na taj prostor djeluju.

### **10.1.2. Prihvatni potencijal turističke destinacije**

Učinkovito upravljanje turističkom destinacijom od nacionalne do lokalne razine, određivat će sudbinu i budućnost hrvatskog turizma. Ukupna komercijalna smještajna ponuda danas postiže stopu iskorištenosti od oko 15% ili oko 54 dana godišnje. Hoteli kao najvažniji segment ponude postižu iskorištenost od oko 28% ili oko 103 dana, dok se svi drugi oblici smještaja koriste svega oko 12 % ili oko 43 dana prosječno godišnje. Iskorištenost

nekomercijalne smještajne ponude najvjerojatnije je osjetno i niža.<sup>597</sup> Taj golemi neiskorišteni potencijal u svakoj destinaciji, ujedno i stavlja turističku destinaciju u funkciju ključnog nositelja budućeg razvitka hrvatskog turizma. To upravo traži aktivnu ulogu turističke destinacije kao najvažnijeg činitelja ukupnog razvitka turizma. Posljedice izbora razvojnog usmjerenja isključivo na sezonski ljetni turistički proizvod pokazale su se katastrofalnim po destinaciju i to u prvom redu zbog nekontroliranog i neracionalnog, gotovo rasipničkog korištenja prostora na najatraktivnijim lokacijama.

Proširenje poslovanja s tako naglašenim sezonskim proizvodom nije bilo moguće u većem opsegu temeljiti na povećanju iskorištenosti postojeće turističke suprastrukture, nego isključivo na njenom fizičkom širenju, a prije svega širenju smještajnih kapaciteta kako bi se mogao prihvatiti veći broj posjetitelja. S konceptijskim pristupom u kojem su razvojno upravljačke aktivnosti na svim razinama gotovo isključivo bile usmjerene na korištenje ljetne, najmasovnije, ali glede proizvoda najmanje zahtjevne turističke potražnje, ostale su potpuno po strani sva druga razvojna promišljanja, o sadržajno bogatijem turističkom boravku i kvalitetno profiliranijem turističkom proizvodu koji podiže atrakcijsku snagu turističkog odredišta i privlači pozornost potražnje i interes za dolazak i izvan ljetnih mjeseci.

Nekontrolirana ekspanzija izgradnje privatnih kuća i stanova za odmor /vikend stanova/ bila je toliko snažna i golema da je njihov ukupan prihvatni smještajni potencijal danas daleko veći nego ukupan smještajni kapacitet u komercijalnim objektima i višestruko premašuje kapacitet relativno kvalitetnog smještaja u hotelima i sličnim objektima. Svakako da to ugrožava destinaciju i na malo dužu stazu čini ju izgubljenom za prava turistička tržišta, a s time se i ambicije sadašnjih i budućih turističkih djelatnika moraju svesti u realne okvire. Rast turističkog outputa nije neograničen. Granice rasta u turizmu daleko su preciznije određene nego u gospodarstvu općenito. Prirodno-prostorni, ekološki, urbanistički i drugi činioci jasno postavljaju limite gospodarskom rastu. Tako prijašnje studije limitiraju obalni pojas Hrvatske na 2 milijuna postelja, dok novije strategijske odrednice Hrvatske korigiraju taj maksimum na 950 000 do 1 milijun postelja.<sup>598</sup>

### ***10.1.2.1. Određivanje i definiranje prihvatnog potencijala***

Kako bi se prirodni resursi u službi turizma što optimalnije upotrebljavali potrebno je u planiranje i upravljanje razvitkom turizma uvesti procjenu prihvatnog potencijala određenog turističkog područja.

Metodologijom utvrđivanja prihvatnog potencijala analiziraju se promjene prirodnog i društvenog okruženja izazvane korištenjem određenog područja u turističke svrhe .

Utvrđivanjem prihvatnog potencijala nekog područja na temelju utvrđenih parametara i odgovarajućih standarda vezanih uz pojedine parametre stvara se podloga za izradu scenarija mogućeg turističkog razvoja, nakon čega se vrši odabir najpovoljnijeg razvojnog scenarija .

Turistička saturacija uvjetovana nekontroliranimrazvojemmasovnog turizma u prošlosti dovela je danas do nazadovanja mnogih turističkih destinacija, koje postaju gospodarski neuspješne zbog sve veće ekološke senzibilnosti turista i neatraktivnosti takvog ambijenta.

---

<sup>597</sup> Radnić, A., Radnić Ante /2001/: "Turizam i razvoj Hrvatske" - sažeta verzija Strategije razvitka Hrvatske "Hrvatska u 21. stoljeću, str. 11.

<sup>598</sup> Pirjevec, B., (1997) Analiza i ocjena realnih mogućnosti za razvitak turizma Hrvatske ; Acta Turistica, br. 1/97, str. 5-45.

Izračun prihvatnog potencijala turističkog područja (Carrying Capacity Assessment) u okviru turističkih razvojnih planova i njegovih limita razvoja omogućava uz primjenu zaštite okoliša i dugoročni razvoj turizma.

Od 1986. godine prihvatnim potencijalom bavi se Centar za regionalne aktivnosti Programa prioriternih akcija ( Priority Actions Programme - Regional Activity Centre - PAP / CRA ) sa sjedištem u Splitu,<sup>599</sup> Mediteranskog akcijskog plana (Mediterranean Action Plan - MAP) u okviru Programa za okoliš Ujedinjenih naroda ( United Nations Environment Programme - UNEP ) koji je razvio projekt pod nazivom " Razvoj sredozemnog turizma u skladu s okolišem " u kojem sudjeluje 14 sredozemnih zemalja. Koordinator ovih aktivnosti je Institut za turizam Hrvatske. U okviru projekta izrađena je studija prihvatnog potencijala kod nas za otočnu skupinu Brijuni i otok Vis. Akcija MAP-a ukazuje na potrebu očuvanja prirodne okoline i povijesno - kulturne baštine prilikom planiranja budućeg turističkog razvoja.<sup>600</sup>

" Problematika prihvatnog potencijala je osnova na kojoj se bazira koncept održivog razvoja turizma . Prihvatni potencijal turističke destinacije predstavlja njenu sposobnost da prihvati turiste i razvoj turizma, a da se pri tome u većoj mjeri ne narušava ukupno okruženje : prirodno, izgrađeno i socio - kulturološko . Ono podrazumijeva prisutnost turista, koje svakako ima utjecaja na okruženje, ali koje je prihvatljivo za lokalno stanovništvo i turiste , te koje je održivo i u budućnosti. " <sup>601</sup>

Najprihvaćenija definicija prihvatnog potencijala je ona izložena u dokumentima United Nations Environment Programme ( Program za okoliš Ujedinjenih naroda ) i World Tourism organization ( Svjetske turističke organizacije ) u kojoj je prihvatni potencijal definiran kao " maksimalan broj turističkih korisnika koji simultano posjećuju turističko mjesto bez neprihvatljivog poremećaja fizičke, ekonomske i socio - kulturne okoline , kao i bez neprihvatljivog smanjenja kvalitete zadovoljstva posjetilaca ." /UNEP / PPA / CRA , /

- Fizički aspekt prihvatnog potencijala razmatra količinu raspoloživog zemljišta za izgradnju objekata . Radi planiranja i upravljanja razvojem turističke destinacije potrebno je definirati veličinu i kapacitet svakog pojedinog objekta .

- Psihološki aspekt prihvatnog potencijala premašen je značajnim umanjnjem doživljaja turista zbog saturiranosti turističke destinacije, izazvane zbog prevelikog broja turista u određenoj turističkoj destinaciji. S obzirom da pojedini ljudi različito doživljavaju gužvu ( neki izbjegavaju, neki preferiraju ) radi subjektivnog pristupa ovaj je aspekt prihvatnog potencijala teško odrediti .

- Biološki aspekt prihvatnog potencijala treba sagledati kroz održanje ravnoteže cjelovitog ekosustava . Kada je evidentno da se prijeti zagađenjem i narušavanjem okoliša možemo govoriti o premašenom biološkom aspektu .

- Sociološki aspekt prihvatnog potencijala izvodi se iz ideje da lokalna zajednica mora sudjelovati u procesu planiranja turističkog razvoja i njegove održivosti, stoga je potrebno definirati onu razinu razvoja koja je prihvatljiva lokalnom stanovništvu.

Analiza navedenih aspekata prihvatnog potencijala ukazuje na njegovu složenost. Prihvatni potencijal turističke destinacije nije nepromjenjiva veličina, već se mijenja tijekom vremena pod utjecajem raznih čimbenika (stavova lokalnog stanovništva, turista i okruženja). Utjecaj turizma na društvo, kulturu, okoliš i gospodarstvo je višestruk .

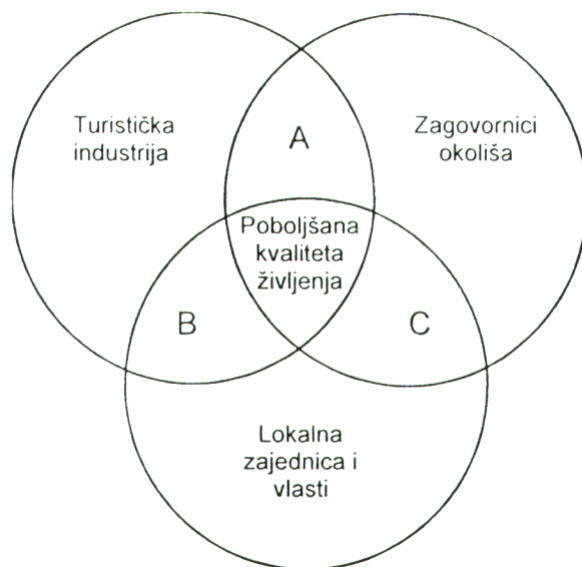
---

<sup>599</sup> Trumbić, I i Bjelica, A., (2005), Analiza prihvatnog kapaciteta turističkih destinacija-mediteranska iskustva, rad u knjizi Grupa autora,(2005), Održivi razvoj turizma, op.cit.str. 141-152.

<sup>600</sup> Vidi: [www.pap-thecoastcentre.org](http://www.pap-thecoastcentre.org)

<sup>601</sup> Smolčić-Jurdana, D., (1998), Održivost - značajna ekonomska kategorija razvoja turističke destinacije , Hotelska kuća '98 , Hotelijerski fakultet Opatija , Opatija, str.303.

Shema 10.1: Turistička industrija, okoliš i lokalna zajednica



Izvor : UNEP / PPA / CRA : Smjernice za procjenu prihvatnog kapaciteta sredozemnih obalnih područja za turizam , UNEP / PPA / CRA , Split , 1997., str. 11.

Prihvatni potencijal turističke destinacije bit će onaj kod kojeg je nakon analize iskazana najniža vrijednost, bez obzira o kojem je aspektu riječ te time određen prag prihvatnog potencijala.

Pojam prihvatnog potencijala u turizmu jasan je u svim dokumentima Programa za okoliš Ujedinjenih naroda ( UNEP-a ) i Svjetske turističke organizacije (World Tourism Organization - WTO) ipak pokušava li ga se kvantificirati, javljaju se mnogobrojni problemi , posebice u slučajevima teško mjerljivih elemenata vezanih za socio - kulturnu problematiku.<sup>602</sup> Prihvatni potencijal predstavlja odluku menadžmenta turističke destinacije donesenu na nivou turističke destinacije nakon provođenja opsežnog i interdisciplinarnog istraživanja.

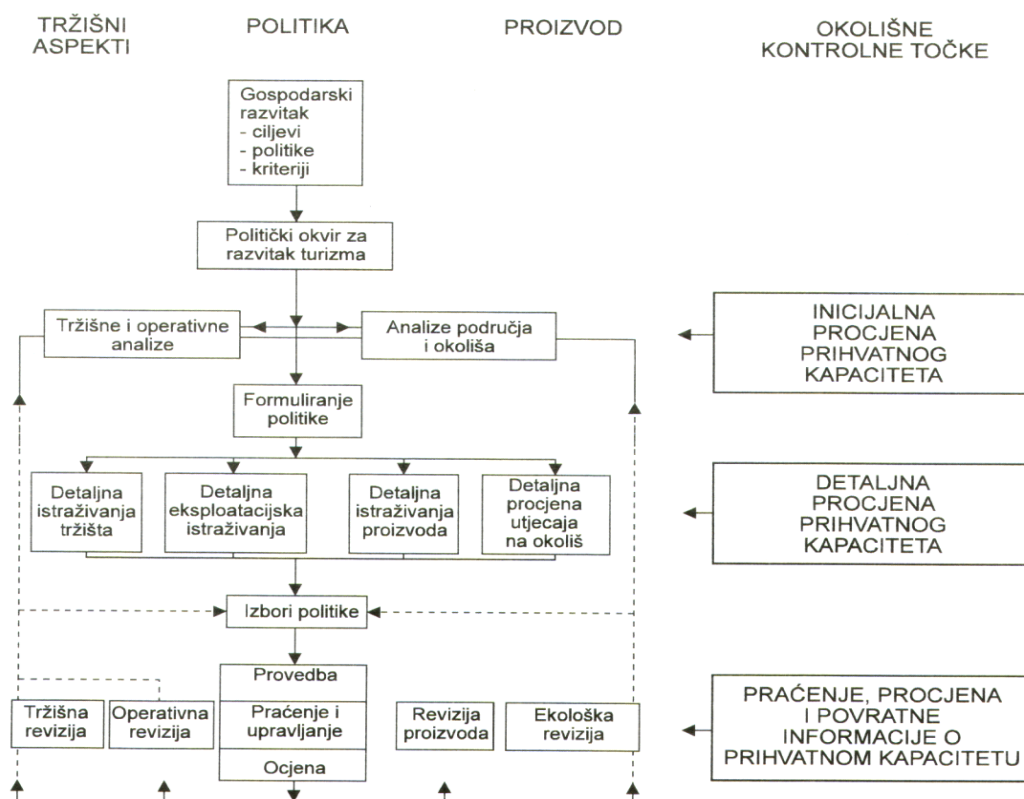
Ukoliko lokalno stanovništvo uvidi prednosti i koristi razvoja turizma tada će se i prihvatni potencijal sa sociološkog aspekta povećati. Prije određivanja prihvatnog potencijala moraju biti jasno definirani ciljevi razvoja turizma .

Prihvatni potencijal nije nepromjenjiva veličina već varira u zavisnosti od postavljenih menadžerskih ciljeva na nekom području .

Postavljeni ciljevi razvoja mogu znatno povećati prihvatni potencijal određenog područja ( promjenom oblika turizma ) koji može podnijeti znatno veće opterećenje prije nego se pojave negativni utjecaji .

<sup>602</sup> Klarić, Z., /1994/: "Određivanje prihvatnog potencijala u Sredozemlju i njegov utjecaj na poimanje održivog razvitka turizma" - prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj- Zbornik radova- Institut za turizam Zagreb, str.19.

Shema 10. 2: Prihvatni potencijal i održivi razvoj turizma



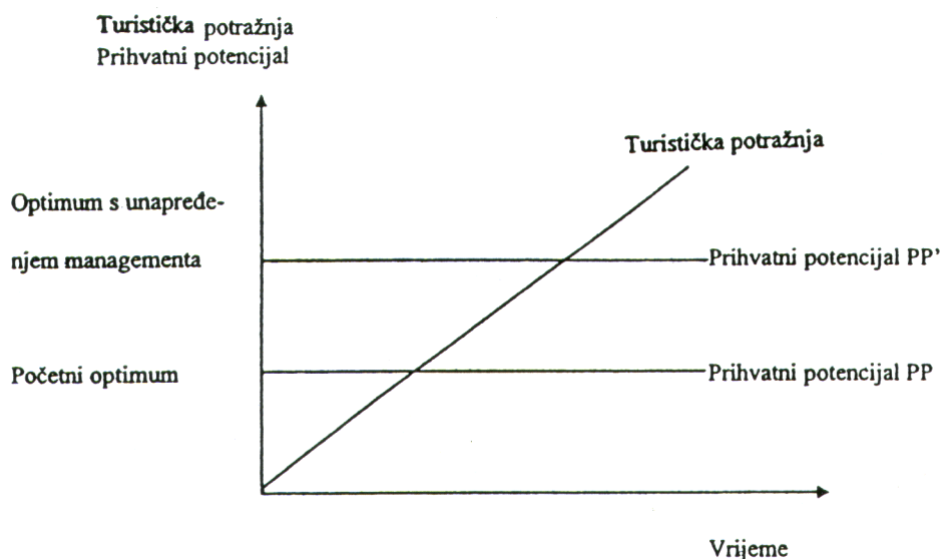
Izvor : World Tourism Organization : Sustainable Tourism Development : Guide for Local Planners , WTO , Madrid , 1993 ., prema : UNEP / PPA / CRA : Smjernice za procjenu prihvatnog kapaciteta sredozemnih obalnih područja za turizam , UNEP / PPA / CRA , Split , 1997., str. 11.

Svojim aktivnostima i turističkom politikom menadžment turističke destinacije može djelovati na povećanje prihvatnog potencijala turističke destinacije, prvenstveno smanjenjem sezonalnosti i koncentracijom turista oko pojedinih turističkih atraktivnosti, dok druge istovremeno ostaju neposjećene i neotkrivene turistima.<sup>603</sup> Sezonalnost utječe na određenje prihvatnog potencijala s obzirom da najveći broj turista posjećuje turističku destinaciju upravo tijekom glavne turističke sezone, a taj je broj relevantan za određenje prihvatnog potencijala. Sezonalnost turizma nameće potrebu izgradnje turističke infrastrukture na temelju potreba glavne sezone iako su ti kapaciteti dobrim dijelom neiskorišteni tijekom preostalog dijela godine .

<sup>603</sup> Smolčić-Jurdana, D., (1998), op.cit.str. 304



Grafikon 10.1: Menadžment turističke destinacije i povećanje prihvatnog potencijala



Izvor : Steele , P. : *Ecotourism : An Economic Analysis , Journal of Sustainable Tourism , Vol. 3., No. 1., 1995. str., 34., prema : Smolčić - Jurdana , D.: Održivost - značajna ekonomska kategorija razvoja turističke destinacije , Hotelska kuća '98 , Hotelijerski fakultet Opatija , Opatija , 1998., str. 305 .*

“ Prihvatni potencijal u teoriji turizma ukazuje da postoje limiti razvoja koji ukoliko se premaše uzrokuju značajno narušavanje okoliša. Ukoliko se limiti poštuju razvoj donosi ekonomske i društvene koristi, a okoliš ne trpi trajno narušavanje, već u prihvatljivoj mjeri zadržava prvobitna obilježja.”<sup>604</sup> Osnovna načela pri određivanju prihvatnog potencijala su:<sup>605</sup>

- 1) Prihvatni potencijal određenog područja odnosno regije može se definirati samo u skladu s ciljevima menadžmenta, pri tom mora postojati definirano zemljopisno područje s istaknutim obilježjima .
- 2) Mogu se koristiti razni okviri za planiranje prihvatnog potencijala pri čemu treba uvažavati uvjete danog područja .
- 3) Mišljenja i preferencije turističkih korisnika mogu pomoći pri formuliranju ciljeva i sugerirati moguće promjene u dosadašnjoj turističkoj politici .
- 4) Rekreativski sadržaji koji su na raspolaganju korisnicima moraju biti vođeni na način da trajno bitno ne narušavaju prirodni okoliš .
- 5) Za upravljanje turističkom destinacijom mora biti odabrana adekvatna managerska tehnika u skladu s njenim prihvatnim potencijalom i ciljevima turističkog razvoja kao i značenjem samog područja .
- 6) Management donosi odluku o optimalnom nivou korištenja određenog područja u turističke svrhe .

<sup>604</sup> ibid. str. 434.

<sup>605</sup> Ibid.

Razmatrajući problematiku prihvatnog potencijala turističke destinacije Dekanić ističe potrebu analiziranja niza čimbenika, kvantitativnih i kvalitativnih koje grupira u dvije osnovne skupine.<sup>606</sup>

1) Fizičko i socio - ekonomsko okruženje odnosi se na sposobnost okoliša, socio - kulturološkog okruženja kao i ekonomsku sposobnost prihvaćanja razvoja turizma od kojeg korist treba imati prvenstveno lokalna zajednica i koji se mora razvijati u ravnoteži s okruženjem.

Kriteriji za određivanje optimalnog kapaciteta su sljedeći :

- Fizički ( razina utjecaja na vizualni identitet i prenapučenost na kojoj ekološki sustav još uvijek ne bilježi oštećenja uz prihvatljivu razinu buke, zagađenja zraka i vode )

- Ekonomski ( razina razvoja turizma koja će osigurati optimalne ekonomske koristi i zaposlenost )

- Socio - kulturološki ( razina razvoja turizma koja bitno ne narušava način života i aktivnosti lokalnog stanovništva i koja osigurava održanje kulturnih vrijednosti običaja i tradicije te kojom se ne nanose štetni utjecaji ).

- Infrastrukturni ( adekvatne usluge i prijevoz , opskrba vodom , električnom energijom , odlaganje krutih i tekućih otpadnih tvari koji zadovoljavaju lokalnu zajednicu ).

2) Turistički image i turistički proizvod odnosi se na broj turista i turističku razvijenost koja je kompatibilna s identitetom turističkog proizvoda i s očekivanjima turista. Ukoliko se premaši nivo saturacije, doživljaj turista će se umanjiti uz smanjenje njihovog zadovoljstva, čime destinacija gubi na kvaliteti i privlačnosti.

U sklopu određivanja prihvatnog potencijala bitno je izraditi procjenu utjecaja razvojnih planova na okoliš . Ukoliko se tom procjenom utvrde negativni utjecaji iznad dopuštene granice ( kvalitete zraka, kvalitete vode, prometa, buke, odlaganja otpada ) na povijesno - arheološka nalazišta, krajolik, biljni i životinjski svijet neophodno ih je modificirati ili potpuno odustati od razvojnog plana .

Da li turističke destinacije u Hrvatskoj teže kaotičnom stanju?

Nekontrolirana ekspanzija izgradnje privatnih kuća i stanova za odmor /vikend stanova/ bila je toliko snažna da je njihov ukupan prihvatni smještajni potencijal danas daleko veći nego ukupan smještajni kapacitet u komercijalnim objektima a višestruko premašuje kapacitet relativno kvalitetnog smještaja u hotelima i sličnim objektima. Svakako da to ugrožava turističku destinaciju i na malo dužu stazu čini ju izgubljenom za prava turistička tržišta, a s time se i ambicije sadašnjih i budućih turističkih djelatnika moraju svesti u realne okvire. Agresivni su svi ekspanzivni oblici turističkog prometa kada se nekontrolirano razvijaju i kad svojim kapacitetima i veličinom prijeđu prirodne receptivne mogućnosti određenih dijelova prostora. Više agresivnih oblika turističkog prometa u pojačanom procesu prostorne i vremenske koncentracije predstavlja nezaustavljiv napad na najvrednije elemente litorarnog pejzaža. Destruktivni oblik turističkog prometa čine svi oblici turizma koji totalno okupiraju i obezvređuju prirodni prostor. Svi ekspanzivni oblici turističkog prometa uslijed stihijskog i nekontroliranog razvitka postaju agresivni. Nekontrolirana izgradnja u primorskim mjestima uništava identitet primorskog i mediteranskog područja i izrazito individualne pejzaže čine potpuno anonimnima. Nerazumna gradnja koja se odvija na samoj morskoj obali iscrpljuje i uništava prirodne i antropogene vrijednosti prostora i tako smanjuje ovaj vrijedan turistički resurs u pejzažnom, ekološkom i ekonomskom smislu. U pravilu se zbog kratkoročnih ekonomskih koristi ne ističu ili se rijetko ističu negativnosti

---

<sup>606</sup> vidi detaljnije: Dekanić, Z., /2003/: Prihvatni potencijal i turistički razvoj bašćanskog kraja, magistarski rad, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija,

takvog turističkog razvoja, koje za rezultat imaju uništavanje morske obale uz nedopustivo loše oblikovanje objekata i njihova okoliša. Urbanisti kao struka često ostaju usamljeni u branjenju širih interesa zaštite mora i obale kao općeg dobra, dok su interesno povezani i zainteresirani za ovakvu destrukciju ne samo investitori koji grade, već i oni koji prodaju zemljište, oni koji kupuju to zemljište, oni koji iznajmljuju i pružaju usluge, kao i općinske i gradske financijske službe radi ubiranja poreza i komunalnih renti. Nažalost mnogi «urbanisti» stavljaju svoje potpise na nešto što nikako ne podnosi njihova struka. Prof. Alfier turistički promet koji po svojoj prirodi okupira dio turističkog prostora, posebno obalnog /ladanjski turizam, auto-camping, nautički i moto turizam/ svrstava u ekspanzivne oblike turističkog prometa.<sup>607</sup> Kad takvi oblici agresivnog turizma svojom veličinom i kapacitetima pokazuju nekontrolirani razvoj i prelaze receptivne mogućnosti određenih dijelova prostora i vrše napad na najvrednije elemente litoralnog pejzaža, riječ je o agresivnom obliku turističkog prometa, koji neminovno počinje izazivati kaotično stanje u prostoru i prelazi u svoju zadnju fazu destruktivnog oblika turističkog prometa.

Prostorna i razvojna ravnoteža preduvjet je održivog razvitka. Ugroženost te ravnoteže dolazi od često prenaplašenih razvojnih ciljeva, koji stavljaju u prvi plan materijalno bogatstvo, ne shvaćajući da je svaka neravnoteža najjači atak na prirodne resurse, a time i na bogatstvo naroda. Kako se zaštititi od interesnih nastupa koji ne shvaćaju suštinu postavljenih vrijednosti, već se isključivo rukovode trenutnom financijskom premoći, ili motivom brzog bogaćenja, nije pitanje koje treba postaviti onima koji provode takvu kratkoročnu politiku, već ga treba postaviti nosiocima javnih ovlasti najodgovornijima za nastalu neravnotežu.

Broj raznih tipova kuća i nastambi za provođenje odmora i rekreacije izvan domicila i broj onih koji ih povremeno koriste postao je tako velik da se uveo termin «rezidencijalni turizam», koji uz kamping turizam, nautički turizam i moto-turizam ide u red najekspanzivnijih oblika u kojima se razvija i omasovljuje suvremeni turizam.<sup>608</sup>

Na pojavu betonizacije Jadranske obale sve se više javno ukazuje, i zato još više čudi inertnost i nerazumijevanje problema ili ono «treće» što nije jednostavno dokazati, a znamo da postoji, što za rezultat ima nepovratno uništavanje osnovnog razvojnog resursa i ugrožavanje razvojne perspektive. Svako forsiranje razvitka iznad potreba lokalnog stanovništva predstavlja opasnost koja se dugoročno vraća kao bumerang tom istom stanovništvu. Stoga, koristeći iskustva nekih drugih sredozemnih zemalja,<sup>609</sup> potrebno je pristupiti konstrukciji razvojno-zaštitnih instrumenata u cilju poticanja prednosti dugoročnih razvojnih perspektiva kao i onemogućavanja trenutnih financijskih premoći motiviranih brzim ostvarivanjem profita.

Jedna od vrlo važnih oznaka nove ekonomske paradigme je njena ekološka dimenzija. Znanost se do sada pitala da li nešto smije činiti tek nakon što je već bila u stanju to učiniti. Sada je potrebno znati što smijemo činiti još prije nego smo u stanju to proizvesti. O tome može ovisiti budućnost ljudskog roda, njegova šansa da preživi.<sup>610</sup> Ideja o kvantitativnom mjerljivom ekonomskom rastu sve više postaje upitna i ustupa mjesto ideji prema kojoj je radi postizanja kvalitete života ponekad potrebno planirati i «multi rast», tj. da bi se postigao

---

<sup>607</sup> Alfier, D., (1994): «Oblici i posljedice turističkog pritiska na obalu i more», Turizam, izbor radova, Zagreb, str. 294.

<sup>608</sup> Ibid., str. 317-334.

<sup>609</sup> Vidi detaljnije: Štambuk D.,/1994/: Gospodarski razvitak jadranskih otoka - Konceptijski pristupi i dileme, Mediteranski koncept razvojne strategije Hrvatske, Zbornik radova br. 11., Ekonomski fakultet Split, Split, str. 255-264.

<sup>610</sup> Vidi detaljnije: Lukšić, B.,/1992/: Etička dimenzija u gospodarstvu, O obalnom gospodarstvu u prilog obnovi Hrvatske, Zbornik radova br. 7 god. II, Ekonomski fakultet Split, Split, str.171-178.

humani rast, potrebno je usmjeriti gospodarski i tehnološki razvitak prema kvaliteti života, prema nenasilnom, lijepom i elegantnom.

### **10.1.2.2. Varijante rješenja prihvatnog potencijala**

Turistički saturirani prostori uvjetovani nekontroliranim razvojem doveli su pod znak pitanja mnoge turističke destinacije, posebno na Sredozemlju, te tako postaju sve više neatraktivni za sve veću ekološku senzibilnost turista.

Mnogobrojni problemi se javljaju kada se dođe na polje kvantifikacije posebno iz razloga teško mjerljivih elemenata vezanih za socio-kulturnu i socio-demografsku problematiku. Danas postaje sve više važna političko-ekonomska problematika i parametri koji se odnose na donošenje raznih stimulativnih ili destimulativnih gospodarskih mjera (poreska politika, urbanistička politika, izgradnja krupne infrastrukture i sl.).

Danas bi trebalo razmotriti tri grupe parametara važnih za određivanje turističkog prihvatnog potencijala.<sup>611</sup>

a) fizičko-ekološko-infrastrukturne, b) socio-demografske i c) političko-ekonomske.

U prvu grupu fizičko-ekološko-infrastrukturnih parametara spadaju elementi koje je lako izmjeriti i utvrditi brojčane vrijednosti kao što su funkcionalni fizički smještajni kapaciteti, ekološki kapaciteti, kapaciteti prirodnog nasljeđa, duljina obale, klimatski elementi i sl., dok elastičniji dio ovih elemenata se odnose na infrastrukturu, tj. na vodoopskrbu, odvodnju, opskrbu elektroenergijom, promet i komunalnu infrastrukturu (pošta, telefonija, zdravstvo, banke, servisi i sl.). Brojčani pokazatelji ovih infrastrukturnih elemenata, iako ih je lako mjeriti ne mogu služiti za određivanje prihvatnog potencijala, jer se njihov limit utjecajem ekonomsko-političkih faktora može promijeniti na više (ulaganja u infrastrukturu, porezne olakšice investitorima i sl.)

U drugu grupu parametara pripadaju socio- demografski koji se odnose na sve elemente koji se tiču društvene zajednice, lokalnog stanovništva, turista i njihovog međuodnosa. Tu spadaju lako mjerljivi demografski elementi i teže mjerljivi socio-kulturni elementi (kulturni identitet lokalnog stanovništva, turistički doživljaj, limit prihvata nove radne snage i sl.).

Treća grupa su političko-ekonomski parametri koji se gdje god je to moguće mogu i kvantificirati, a posebno kad se radi o donjim limitima ukupnog prihvatnog potencijala. (npr. vodoopskrba, radna snaga ukoliko je domicilna populacija voljna prihvatiti novo stanovništvo i sl.).

Važno je napomenuti da o spomenute tri skupine parametara treba uvijek voditi računa prilikom određivanja prihvatnog potencijala, ali da je i svaka destinacija entitet za sebe, tj. svako područje ima određene specifičnosti koje je potrebno uvažavati prilikom određivanja prihvatnog potencijala. Zato su prilikom određivanja prihvatnog potencijala neophodni obilasci terena, određivanje resursne osnove te neophodni intervjui s lokalnim stanovništvom.

Kako prihvatni potencijal pojedinog lokaliteta nije fiksna kategorija, u cilju iznalaženja optimalnog rješenja potrebno je izraditi scenarije realno mogućih a eventualno i ekstremnih varijanti razvoja, da bi se iz tih varijanti i analize izvršio odabir najpovoljnije razvojne varijante, na temelju koje se zatim utvrđuje točan prihvatni potencijal pojedinog područja.

**Scenarij slobodnog razvoja** bez ikakvih ograničenja može vrlo brzo postati poguban za destinaciju i njezin razvoj i on je uglavnom neprihvatljiv. Riječ je jednostavno o razvoju koji probija i prekoračuje prihvatni potencijal u svim sferama jer ovaj scenarij prizna samo

<sup>611</sup> Klarić, Z., (1994), op.cit.str. 19-21.

profitnu sferu i otvoreno tržište bez obzira na utjecaj na okoliš. Iako se lokalno stanovništvo ovom scenariju suprostavlja, isprepleteni interesi profita tj. poduzetnika i svih onih koji se stavljaju u tu funkciju iako su plaćeni da rade i razmišljaju drugačije u konačnici ovaj scenarij i realiziraju u praksi.

Struktura izgrađenih kapaciteta na području jadranske obale iz koje proizlazi predominantan udio vikendica i vikend stanova koje su donijele mnoge negativnosti opteretivši infrastrukturu bez udjela ili s malim udjelom u izgradnji komunalne infrastrukture i time pridonijele padu ekološkog standarda koje je vidljivo kroz zagađivanje mora, zraka, povećane buke, a istodobno su oduzele dragocjeni prostor za gradnju profitabilnih turističkih sadržaja kojih je u strukturi ukupnih smještajnih kapaciteta nedozvoljivo malo. Vikendice i vikend stanovi okupiraju previše turistički vrijednog prostora u odnosu na broj noćenja i na potrošnju što se u njima ostvaruje, te povećavaju stopu neiskorištenosti receptivnih kapaciteta u cjelini. Isto tako nekontrolirano širenje vikend stanova donosi problem migracije stanovništva s različitim kulturološkim i civilizacijskim razinama što vrlo brzo postaje jedan od problema koje je i nemoguće kvantitativno izraziti ili izmjeriti.

**Scenarij intenzivnog turističkog razvoja** vrlo je sličan ovom prethodno spomenutom scenariju slobodnog razvoja iako on osigurava preko državnih organa određenu vrstu kontrole. Ovaj scenarij nastoji prikazati što je moguće više vrijednosti prihvatnog potencijala u cilju nalaženja opravdanja za velike zahvate u prostoru i ostvarivanja maksimalnih profita od turizma.

Ovaj scenarij primijenjen je na brojnim turističkim destinacijama. Svoje opravdanje ovaj scenarij nedvojbeno nalazi u stvarnom intenziviranju turističkog razvoja turističke destinacije i dizanje na viši nivo u smislu ukupne ponude u odnosu na dotadašnju, te otklanjanjem dotadašnjih barijera razvoju i stvaranje novih, ali na nižem nivou od dotadašnjih. Ovaj scenarij na neki način je žrtvovao ili minimizirao važnost socio-kulturnog prihvatnog potencijala, koji za turističke primorske destinacije ima niske maksimalne vrijednosti u odnosu na više vrijednosti kapaciteta prirodnog okoliša. Za lokalno stanovništvo i njegovo mišljenje ovaj model je uvijek na neki način upitan, bez obzira koliko bili realni pozitivni ekonomski učinci turističkog i ukupnog razvoja.

Zahvaljujući ipak kakvom takvom planiranju razvoja, bitno su umanjeni određeni negativni utjecaji koje donosi posve slobodan intenzivni razvoj, dok drugi dijelovi zahvaćanja u prostor događaju se „grickanjem“ sve vrjednijeg i vrjednijeg prostora, a bez prethodno napravljene studije i osmišljene politike vezane na prihvatni potencijal.

**Scenarij alternativnog turističkog razvoja** ili razvoja tzv. "eko" turizma namijenjen je sredinama koje su na neki način trebale biti stavljene pod «stakleno zvono» ili rezervate, što se ne bi odnosilo na naše primjere primorskih turističkih destinacija. Ovaj scenarij je ekstremni slučaj, kada se predlaže razvoj turizma ispod najnižih vrijednosti prihvatnog potencijala ili se odbacuje svaki oblik turizma. To je kontrapunkt scenariju slobodnog razvoja. U ovom scenariju se prenaplaćava važnost socio-kulturne i čisto ekološke sfere, dok se političko -ekonomski aspekti uopće ne uzimaju u obzir.

**Scenarij održivog (sustainable) turizma** je oblik koji teoretski zauzima prostor između maksimalnog i minimalnog prihvatnog potencijala, odnosno između scenarija intenzivnog i umjerene varijante alternativnog turizma. Kvantifikacija scenarija održivog turizma na prostoru primorskih turističkih destinacija, a vezano na planiranje količine i vrste turističkih kapaciteta i turističkog prometa, izravno ovisi o stanju u samoj destinaciji. Zato je neophodno objektivno utvrditi vrijednosti fiksnih komponenti prihvatnog potencijala kao što su fizički kapaciteti, ekološki kapaciteti, kapaciteti resursa, demografski kapaciteti, kao i vrijednosti elastičnih komponenti kao što su infrastruktura i socio-kulturni kapacitet turističke destinacije. Kada se uzmu u obzir svi elementi, ovaj scenarij održivog turizma za turističku

destinaciju može nuditi više alternativnih vrijednosti prihvatnog potencijala. Ta konačna varijanta ili konačne varijante bit će sigurno bliže scenariju intenzivnog kontroliranog razvoja sa jakim tendencijama ka promjeni postojeće strukture u korist sve veće korištenosti komercijalnih kapaciteta a smanjenju učešća ostalih komplementarnih i nekomercijalnih kapaciteta.

Fiksni i mjerljivi parametri posebno u fizičko-ekološkoj sferi su najosjetljiviji na području opterećenosti obale, jer su primorske turističke destinacije oduvijek bile a i bit će kupališne destinacije. Isto tako će prirodno određena kamenita obala i malo prirodnih plaža biti dugoročno s jedne strane velika prednost u odnosu na stereotipne pješčane plaže ali i ograničavajući faktor vezan uz broj kupača na metar obale.

Najbolje je odmah kao nerealne razvojne scenarije odbaciti varijante za koje se može pretpostaviti da bi mogle biti neprihvatljive lokalnom stanovništvu, pa čak i onda ukoliko se nalaze unutar prihvatljivog okvira prihvatnog potencijala.<sup>612</sup> Saturirani prostori postaju neatraktivni za sve veću senzibilnost turista koji postaju sve više obrazovani, ekološki osviješćeni i zahtjevni. Granice rasta u turizmu mnogo su preciznije određene nego u gospodarstvu općenito, a to znači da je turizam mnogo osjetljiviji na izbor razvojnih gospodarskih strategija u kojima strategija održivog razvoja igra posebno važnu ulogu. Upravljanje prostorom je složeni sustav upravljanja koji traži veliko i složeno interdisciplinarno znanje na lokalnoj, regionalnoj i državnoj razini. Prenaglašeni razvojni ciljevi koji za motiv imaju brzo bogaćenje i stavljaju u prvi plan samo materijalno bogatstvo imaju za posljedicu remećenje dugoročne ravnoteže koja potire i same ekonomske ciljeve. Zadatak koji čeka ne samo ekonomsku struku, već i druge struke, a posebno sociologe, je da utvrde prave dimenzije i utjecaje na promjenu kulturnog identiteta primorskog čovjeka i njegove ugroženosti od strane novih «kolonizatora» Pojava kuća za odmor i apartmana /sekundarni smještaj/ u nekontroliranom širenju je najveća devastacija turističkog razvoja primorskih mjesta, sa smiješno malim doprinosom turističkom razvoju, posebno tada kada su kapaciteti u osnovnom smještaju puno manji od ovakvih kapaciteta. Riječ je o najekspanzivnijem obliku masovnog turizma, gdje se nikakav plan razvoja na nivou turističke destinacije neće moći realizirati ako se ne spriječi daljnje povećanje broja ovakvih objekata. Zbog spomenutog neophodno je:

- da izračun prihvatnog potencijala postane obvezujući za svaku turističku destinaciju
- formirati interdisciplinarne stručne timove na nivou županija kao i svih gradova i općina kao turističkih destinacija, sa zadatkom utjecaja na stvaranje veće društvene funkcije javnosti kao neophodnog korektiva provođenju razvojne politike.
- zakonom regulirati izgradnju uz obalu /200-300 metara od obale/ uvažavajući sve elemente koncepta održivog razvoja, uz napomenu da i stroge zabrane u ovom slučaju imaju svoje dugoročne «benefite».
- obavezati sve članove javnog menadžmenta kao i menadžmenta turističkih destinacija na svim razinama da imaju obavezne godišnje edukativne seminare u cilju obrazovanja i podizanja razine ukupne svijesti i znanja, a posebno ekološke.

Nalazimo se na velikoj prekretnici kada moramo donjeti teške odluke za što nam ne treba puno novca. Izbor je isključivo između odgovara na pitanje «biti glup ili biti mudar i dalekovidan». Ukoliko izaberemo ovo prvo, za 15 do 20 godina neće svi zarađeni profiti koje ćemo imati od turizma kao pojedinci i kao država biti dostatni da saniraju nepopravljive štete nastale odsustvom pravog izbora.

---

<sup>612</sup> vidjeti rezultate istraživanja na primjeru destinacije Baške na otoku Krku, Dekanić, Z., op.cit.

## 10.2. OGRANIČENJA TURISTIČKOG RAZVOJA

Turistički trendovi u svijetu i vizija razvoja turizma do 2020. godine ukazuje na golemi turistički razvoj i ekspanzivni utjecaj na gospodarstvo i društvo u cjelini. Ne smije se zaboraviti da je moderan turista sve više ekološki obrazovana osoba koja se brine za očuvanu prirodu ne samo u svojem kraju već i u području gdje provodi odmor. Zato je prijeko potrebno da se globalizira razvoj cijele jadranske obale, da se turizam strategijski usmjeri, da mu se odrede kvantitativne i kvalitativne razvojne dimenzije te da tu strategiju vodi i koordinira cijeli tim stručnjaka koji neće biti sačinjen samo od eventualno turističkih radnika, predstavnika banaka i slično, već od različitih struka i stručnjaka.

Pored pozitivnih funkcija turizma mogu se pojaviti i neki negativni utjecaji kao što su.<sup>613</sup>

- turistički promet je masovna pojava jakog intenziteta i kao takva djeluje na sredinu s kojom se susreće i to u relativno kratkom vremenu (sezoni). Ako sredina za to nije pripremljena mogu nastati višestruke negativne posljedice;
- turistički promet izaziva veliku različitost u opterećenjima infrastrukture (naročito saobraćajnica i vodoopskrbe), prijevoznih sredstava, prostora, zaposlenosti, opskrbe i dr;
- kao sezonska pojava ne daje sigurnost u zapošljavanju i egzistenciji;
- narušava odnose u prirodi, prostoru, navikama ljudi;
- kao najvažnije, turistički promet može ozbiljno ugroziti čovjekovu sredinu (što se odražava kroz povećanu buku, zagađivanje, smanjenu sigurnost u prometu i dr);
- neracionalna izgradnja može bitno pogoršati i ugroziti ambijentalne vrijednosti.

Ovo su samo neke najvažnije negativnosti koje se razvojem turizma mogu pojaviti. Da se to spriječi potreban je planski pristup već u samom početku razvoja, uz stalnu kontrolu elemenata koji te negativnosti mogu prouzročiti.

### 10.2.1. Komunalna infrastruktura kao ograničenje turističkog razvoja i nove tehnologije

Na ovom mjestu osvrnuti ćemo se samo na jedan važan dio komunalne infrastrukture koja se odnosi na otpadne vode i koja je jedan od ograničavajućih razvojnih faktora turizma. Općenito se može reći da je more kopnenog dijela znatno opterećenije fekalnim otpadnim vodama nego obalno more otoka, a to je posljedica guste urbanizacije i neodgovarajućeg skupljanja, odvođenja i ispuštanja otpadnih voda u more, kao glavnog recipijenta. Izgrađeni su kanalizacijski sustavi odvodnje i najčešće samo mehanička obrada (rešetka, sito) otpadnih voda s dubinskim ispuštima, a rezultati ispitivanja kakvoće mora ostali su isti, tj. loši. Zahtjevi za efikasnom obradom od strane turističkih agencija, turista, ekoloških udruga i turističkih zajednica postaju sve veći te svaćanje da je obrada otpadnih voda s visokim stupnjem učinka (tercijarna i unaprijeđena obrada) *conditio sine qua non* turizma.

Poboljšanje postojećeg stanja zahtijeva sljedeće mjere:<sup>614</sup>

- izgraditi kanalizacijsku mrežu u starim gradskim jezgrama i priključiti sve objekte na centralni sustav odvodnje,
- uvesti sustavno ispitivanje fekalnog onečišćenja voda u oborinskim kanalima;

<sup>613</sup> O tom problemu u više navrata je pisao i iznosio na javnim skupovima prof. Alfier, D.

<sup>614</sup> Blažević, B., i Blažević, N., ( ) Kakvoća otpadnih voda I zdrastveni turizam", op.cit. str.

- izgraditi kanalizacijsku mrežu u naseljima gdje se otpadne vode ispuštaju u septičke jame (najčešće s propusnim dnom koje, posredno preko dotoka podzemnih voda onečišćuju more);
- pravilnim hidrotehničkim mjerama i zahvatima izvesti ispuste u more
- pripremiti idejna rješenja, idejne projekte s izabranom tehnologijom obrade otpadnih voda – biološka obrada ,
- izabrati one tehnologije biološke obrade koje uspješno rješavaju i problem obrade otpadnih voda iz septičkih jama,
- izbjegavati faznost izgradnje, jer tada bez biologije, koja je najčešće druga faza, nužno je potreban dubinski ispust, a to poskupljuje investiciju. S biologijom dubinski ispust nije potreban. Osim toga zbog nedostatka sredstava investicije se završavaju na prvoj fazi, a to je za turizam nedopustivo.

Upravo su strategije na lokalnoj razini presudne za uspostavljanje ravnoteže posebno pri izboru optimalnih sustava pročišćavanja otpadnih voda i zaštite mora kao turističkog proizvoda i jednog od najdragocjenijeg nacionalnog prirodnog resursa bez kojeg je nezamisliv razvoj i napredak turizma ali i ukupnog gospodarskog i društvenog razvoja.

#### **10.2.1.1. Prblematika neadekvatnih sustava**

Manja turistička naselja, koja su zbog razvedenosti naše jadranske obale raštrkana na kraškom terenu, često zahtijevaju lokalnu vrstu obrade komunalnih otpadnih voda, jer je ekonomski neopravdano graditi dugačke i velike, novčano zahtjevne, sustave odvodnje. Tehnički gledano, višekilometarski sustavi odvodnje otpadnih voda s niskim protocima ne predstavljaju ispravna tehnička rješenja sukladno pravilima struke. Ukoliko se pak otpadne vode namjerava lokalno obraditi, suočavamo se sa činjenicom potrebe visoke kakvoće otpadnih voda, zbog nepostojanja njihovog dubinskog ispusta.

Gradovi i naselja na jadranskoj obali u kojima se odvijaju turističke aktivnosti, kao i veći hotelski objekti, oduvijek su suočeni s problemom neobrađenog i nečistog sanitarnog i komunalnog vodenog ispusta, te posljedične loše kakvoće mora ili eventualnih vodotokova. Razlog tome je u nepostojećim ili neadekvatnim sustavima za čišćenje komunalnih otpadnih voda.

Kvalitativne značajke otpadnih voda turističkih objekata su poznate, a na svim lokacijama tijekom ljetnih mjeseci dolazi do povećanja protoka i opterećenja, tj. unosa onečišćivača u odnosu na zimske mjesece i to nekoliko puta. Protoci otpadnih voda i opterećenja s onečišćivačima također variraju ovisno o vremenskim situacijama, kada naglo i velike oborine bitno izmijene protoke i opterećenja otpadnih voda.

Osnovni cilj izgradnje uređaja za obradu , tj. za čišćenje komunalnih otpadnih voda jest postići takvu čistoću izlaznih voda ( efluenta ), kako bi more, kao prijatelj tj. recipijent očišćenih otpadnih voda uz turistička mjesta i turističke objekte bilo vrhunske sanitarne kakvoće. Interesi turističke gospodarstvene djelatnosti na izvjestan način, uzrokovan novim poimanjem suvremenog društva o potrebi zaštite okoliša “eko-turizam, eko-hoteli”, s namjerom da ga se održi u njegovoj prirodnoj kakvoći, razlikuju se od interesa organizacija, koje se brinu za sanitarnu kakvoću mora.

Ambicije turističkih organizacija trebaju biti postavljene na drugoj osnovi, koja polazi od stajališta, da se skupa turistička usluga može zahtijevati samo uz pružanje vrhunske kvalitete ekološke zaštite, koja je, razumljivo, također skupa. Lako je pretpostaviti, da će u skoroj budućnosti , temeljit i opći ekološki pristup zaštiti okoliša postati osnovni preduvjet turističkog gospodarstva. Zahvaljujući svojim prirodnim prednostima, pogotovo što se tiče



čistoće mora, Hrvatska ima mogućnosti prodaje turističkih usluga po višim cijenama od drugih zemalja, koje nemaju tako čisto more.

Za turističke djelatnike i hrvatski turizam općenito, MORE je «turistički proizvod» tj. «roba» koja ima veću tržišnu vrijednost ako je visoke kakvoće.

Stoga bi bilo potrebno i korisno tu činjenicu posebno naznačiti u našoj turističkoj ponudi i promidžbi, budući da takva usporedna prednost ima značajni utjecaj pri vrednovanju i izboru turističkog odredišta kod potencijalnih gostiju-turista iz ekološki svjesnih i zahtjevnih sredina. Dakle Hrvatska ima ekološke prednosti, koje mora iskoristiti, a zatim ih i moći održati.

Primjena novih postupaka za čišćenje otpadnih voda preduvjet je za napredak i budućnost turizma na Jadranu. Načini postizanja takovih ciljeva nisu novost u sredinama koje teže visokoj razini turističkih usluga. Svjetski poznata odredišta (mjesto vrhunskog turizma) već odavno primjenjuju takva načela. Da bi se postigli takvi ciljevi, tj. čisto priobalno more, potrebno je osigurati ispuštanje u more ili u vodotokove kao pritoka mora očišćene i čiste otpadne vode.

Da bi se učinila boljom kakvoća mora, potrebno je primijeniti odgovarajuće suvremene postupke za visokokvalitetno čišćenje otpadnih voda iz gradova i turističkih naselja, kakvi postupci do sada nisu bili ni u razvijenom svijetu raspoloživi ni mogući. Kombiniranim postupcima fizikalne, biološke i kemijske naravi, do sada su se fizikalno izdvajale krute tvari, a biološki smanjivala organska onečišćenja dok se s novim biološkim postupcima otklanjaju i nutrienti (dušikovi i fosfori spojevi), uzročnici eutrofikacije mora (cvjetanja mora), a dodatno se očišćene otpadne vode još dezinficiraju i/ili steriliziraju. Visoka kakvoća efluenta iz uređaja za čišćenje otpadnih voda, pa posljedično i visoka kakvoća mora kao prijavnika očišćenih voda, bitna je značajka za ekološku ocjenu turističkog naselja pri izboru odredišta za odmor u krugovima ekološki visokozahajevnih i ekološki prosvijećenih potencijalnih turista.

Današnje stanje i slabi učinci obrade komunalnih otpadnih voda kod nas posljedica su dosadašnjih neadekvatnih propisa, kojih je namjena i cilj zadovoljavanje isključivo najnužnijih sanitarnih zahtjeva. Takva zahtijevanja propisa dovoljna su za zdravstvene, ali ne i za ekološke i turističke značajke voda. Takav pristup očitovao se u primjeni uspostave kanalizacijskih sustava za sabiranje (prikupljanje) otpadnih voda uz napuštanje rješenja sa septičkim jamama, te eventualnom primjenom mehaničkog odvajanja velikog krutog otpada, a uz dubinsko ispuštanje neobrađenih otpadnih voda. Stručno opravdanje za takvo postupanje s otpadnim vodama jest u vjerovanju u neograničenu autopurifikacijsku moć mora kao recipijenta otpadnih tvari svih vrsta i u dispergiranju, tj. razrijeđenju bakterija. Takva rješenja počela su se primjenjivati pred četvrt stoljeća kada je takvo lokacijsko odmicanje ispusta neobrađenih komunalnih otpadnih voda od obale na čim veće udaljenosti i dubina a za koje se vjerovalo da su dostatne za neke neutvrđene učine, pa eventualno još bolje u morsku struju, bilo napredak od ispuštanja na samoj obali. Nakon uočavanja neučinkovitosti takvog disponiranje otpadnih voda i negativnih posljedica proizašlih iz takvih tehničkih rješenja, a odnose se na povećana lokalna mikrobiološka onečišćenja mora pa i na turistički važnim lokacijama, te na podizanje potencijala eutrofikacije morske vode, taj način se u svijetu napušta. Posljedica unošenja dušikovih i fosforinih spojeva s otpadnim vodama su česte pojave cvjetanja mora, a mikrobiološka nepodesnost mora uz turističke objekte također je bila očita i za laike prema više pojava narušenog zdravlja, unatoč vjerojatnosti, da se javnost nije željela potpuno obavijestiti o negativnim nalazima. Takav odnos prema činjenicama dvojako je štetan, kako za zdravlje ljudi tako i čistoće mora, čime se prikriva neadekvatni sustav postupanja s otpadnim vodama i štite neprimjerena tehnička rješenja.

Cilj je stoga, ne samo ukazati na problematiku rasipanja, iscrpljivanja i uništavanja jadranskih resursa, već sugerirati izbor optimalne strategije održivog razvoja upućivanjem na tehnologije koje mogu dati odgovor na prije navedene izazove.

Mora se također ukazati građevinskoj i drugim strukama da izgradnja sustava odvodnje i mehaničke rešetke s eventualnim dubinskim ispustom nisu odgovor suvremenim zahtjevima već prva faza izgradnje. Osim prikaza kvalitete i mogućnosti odabranih i u svijetu najčešće primjenjivanih tehnologije, danas postoje tehnologije za obrada otpadnih voda hotela, turističkih naselja, kampova, domaćinstava, stambenih objekata, gradskih cjelina i gradova kao investicijski vrlo povoljne, jednostavne za održavanje sa mogućnošću faznog povećanja kapaciteta te primjene većih i malih, od građevina do modularnih jedinica koje zadovoljavaju visokim standardima kvalitete.

### 10.2.2. Globalna turistička perspektiva-turizam do 2020. godine

Prognoze Svjetske turističke organizacije /WTO/<sup>615</sup> o globalnoj turističkoj perspektivi do 2020. godine govore o Svijetu kojeg će karakterizirati sve veća penetracija tehnologije u sve sfere života, dok će se infomacije razmijenjivati iz vlastite kuće, a kao posljedica svega toga bit će žudnja za ljudskim dodirom. Turizam će biti jedan od glavnih načina da se to postigne. Ova vizija predviđa 1,6 mlrd. međunarodnih dolazaka širom svijeta. Ti turisti će potrošiti preko US\$ 2 trill. Riječ je o stopi rasta između 4,3% /suzdržano/ i 6,7% (sigurno) prosječno godišnje, što je daleko iznad maximuma moguće ekspanzije BDP od 3% u svijetu. Iako se vizija turizma 2020. godine usredotočuje isključivo na međunarodni turizam,<sup>616</sup> domaći turizam je također atraktivan i zbog aktivnosti i zbog zarade.

Europa će ostati najveća receptivna regija, iako će njezina prosječna godišnja stopa rasta do 2020. godine iznositi 3,1% što će rezultirati padom u svjetskom tržišnom udjelu sa 59% na 45%. Istočna Azija i Pacifik, s prosječnim godišnjim porastom od 7% preći će Ameriku (3,8%) koja je druga po redu receptivna regija Svijeta, koja će držati 27% tržišnog udjela u 2020. godini. Prema tome, vizija WTO predviđa eroziju europskog udjela u međunarodnim turističkim dolascima do 2020. godine iako će do 2020. godine broj međunarodnih dolazaka u Europi dostići gotovo 717 milijuna, što je više nego dvostruko u odnosu na 1995. godinu. Analiza sup-regionalnih očekivanja pokazuje da će najveći postotak rasta biti zabilježen u Centralnoj i Istočnoj Europi (4,8% godišnje između 1995-2020.) i na Istočnom Mediteranu (4,6%), dok će u Zapadnoj Europi godišnja stopa rasta iznositi 1,8%. Bivše zemlje Sovjetskog bloka Istočne Europe preći će brojku od 200 milijuna dolazaka 2016. godine, što je udvostručenje u samo 15 godina.<sup>617</sup> Glavni utjecaji na međunarodni turizam desit će se razvojem ekonomije. Posebno će biti naglašena iznadprosječna gospodarska dostignuća Azije i tzv. novih ekonomija (Kina, Indija, Indonezija, Rusija). Novo vrijeme obilježit će i procesi širenja razlika između bogatih i siromašnih zemalja, ali i paralelno harmonizacija (sklad) među zemljama. Na polju tehnologija, nadolazeće vrijeme obilježit će razvoj informacijskih tehnologija i posebno unapređenje transportne tehnologije.

Politika će otklanjati barijere u međunarodnim putovanjima. Starije stanovništvo i radno sposobno stanovništvo u industrijaliziranim zemljama dovest će do migracija jug-sjever. Što se tiče globalizacije, sve će se više osjećati rastuća moć međunarodnog gospodarstva i tržišta, dok će se smanjiti utjecaj individualnih zemalja i poduzeća koja ne

<sup>615</sup> World Tourism Organization, /1977/, Tourism 2020 Vision, Madrid, Spain

<sup>616</sup> Vidi detaljnije: Vuković, I./2003/, "Europska ekonomija", Dalmatina,d.o.o.,Zagreb, str. 429-481.

<sup>617</sup> World Tourism Organization,op.cit.str.8.

djeluju globalno. Proces lokalizacije obilježiti će sukobi u zemljama u razvoju između identiteta i suvremeniteta kao i sve veća borba etničkih, vjerskih i socijalnih skupina za njihovim pravima. Porast će svijest ljudi o socio-kulturnim pitanjima i pitanjima okoliša, a posebno će se povećati medijsko praćenje glavnih globalnih problema (opskrba vodom). Upotrebom elektronskih tehnologija identificirati će se i komunicirati s tržišnim segmentima i nišama.<sup>618</sup>

### 10.2.3. Stanje i strukturni učinci turističke industrije Hrvatske

Ukupni registrirani turistički promet u Hrvatskoj dosegao je u 2005. godini oko 9,7 milijuna posjetitelja, a oni su ostvarili oko 50,7 milijuna noćenja.<sup>619</sup>

U svim vrstama turističkih putovanja ostvarenih u zemlji ukupna se vrijednost dnevne turističke potrošnje u 2004. godini procjenjuje na iznos od 48,91 eur po turistu.<sup>620</sup>

Posebnu važnost za hrvatsko gospodarstvo imaju neto prihodi od inozemnog turizma s kojima je u 1999. godini pokriveno oko 53% a u 2000. godini oko 68% a u 2004. godini oko 71,6 % robnog deficita u bilanci plaćanja s inozemstvom.<sup>621</sup> Turizam generira oko 10% ukupne vrijednosti bruto domaćeg proizvoda Hrvatske. Procjenjuje se da u tome po osnovi turizma djelatnost hotela i restorana sudjeluje s oko 30%, trgovine s oko 10%, djelatnosti prometa i veza s oko 15%, poljopriveda i prehrambena industrija s oko 20%, proizvodnja naftnih derivata s oko 5% te sve druge djelatnosti s oko 20%.<sup>622</sup> Udio turističkog outputa u nacionalnom proizvodu zemalja u razvoju varira između 2% i 6%.<sup>623</sup> Čak i pri visokim stopama rasta BDP-a, turizam može imati dinamičniji rast od ukupnog gospodarstva, odnosno povećavati svoje relativno značenje u strukturi nacionalnog gospodarstva.

Značajni rezultati i učinci hrvatskog turizma postignuti su uz izrazito neracionalno korištenje najkvalitetnijih prirodnih resursa i daleko su ispod razine realno mogućih ostvarenja primjerenih opsegu i kvaliteti raspoloživih kapaciteta i vrijednosti kapitala uloženi u njihovu izgradnju. To stanje koje je nastajalo godinama ogleda se u slijedećem:<sup>624</sup>

- prenaplašenoj usmjerenosti na sezonski obilježen turistički proizvod;
- sadašnjim nepovoljnim tržišnim uvjetima i sporom tijeku oporavka na važnijim, ali kvalitativno sve zahtjevnijim zapadnoeuropskim tržištima;
- nepovoljnoj strukturi komercijalnih smještajnih kapaciteta (smanjenje 200 tisuća postelja u odnosu na stanje prije rata)
- naslijeđenoj kadrovskoj strukturi;
- golemom udjelu nekomercijalnih oblika smještaja najvećim dijelom isključenih iz gospodarske funkcije (vikendice, odmarališta i sl.);
- izrazito niskoj stopi iskorištenosti raspoloživih smještajnih kapaciteta
- skromnoj prosječnoj potrošnji turista;
- nedovoljnoj infrastrukturnoj opremljenosti;

<sup>618</sup> Vidi detaljnije: *ibid.*, str.6-7.

<sup>619</sup> Turizam-statistika, <http://www.mmtpr.hr> (22.01.2006.)

<sup>620</sup> Tomas 2004.- Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2005., str. 56.

<sup>621</sup> Radnić, A., /2001/, Turizam i razvoj Hrvatske (sažeta verzija), Institut za turizam Zagreb, str. 3., kao i HNB-Bilten br. 11, Zagreb, 2006., str.42 i 43. (izračun autora).

<sup>622</sup> *Ibid.* str.4

<sup>623</sup> *Ibid.* str.6

<sup>624</sup> *ibid.* str.6

- nepostojanju jasnog razvojnog koncepta, a posebice lošem dosadašnjem upravljanju turističkom destinacijom.

Sva prethodno navedena nepovoljna obilježja stanja hrvatskog turizma pokazuju što su njegova najveća sadašnja razvojna ograničenja i da su ta ograničenja upravo najveći razvojni potencijal čijim razvojem se Hrvatska može vrlo brzo naći među vodećim europskim pa i svjetskim turističkim odredištima.

U uvjetima u kojima mnoga pitanja naše turističke budućnosti ostaju otvorena teško je dati decidan odgovor i vrlo je nezahvalno govoriti<sup>625</sup> i ocijeniti naš tržišni potencijal i ukupnu veličinu smještajnih kapaciteta naše ponude.

To je ocjena da u tom vremenskom razdoblju možemo realno dostići ukupni kapacitet naše smještajne ponude

od 950.000 do 1.000.000 postelja,

što nam može omogućiti godišnju realizaciju

između 85.000.000 i 100.000.000 noćenja.

Neophodnost restrukturiranja smještajnih kapaciteta prije svega se odnosi na uspostavljanje novog strukturalnog odnosa između osnovnih i komplementarnih kapaciteta. Umjesto već klasičnih 25:75%, ocjenjuje se optimalnim odnos 40% osnovnih i 60% komplementarnih kapaciteta.<sup>626</sup>

Da bi se dostigao taj novi strukturalni odnos, potrebno je ponajprije mjerama politike stimulirati izgradnju osnovnih kapaciteta. To se odnosi na sve stimulative mjere koje pridonose da turizam dobije poseban tretman u razvojnoj politici države, što npr. znači da se to jednako odnosi na kreditnu i poreznu politiku, odnosno, posebno na porez na dodanu vrijednost, koji, nažalost, ne ide u korist stimuliranja turističke potrošnje u našoj zemlji.

Scenarij, koji bi se trebalo ostvariti narednih desetak godina, prof. Pirjevec vidi u sljedećim promjenama veličine i strukture naših smještajnih kapaciteta:

---

<sup>625</sup> Pirjavec, B./1998/, "Ekonomska obilježja turizma", Golden marketing Zagreb, str. 149-150.

<sup>626</sup> Ibid, str.150.

**Tablica 10.1: Predviđena struktura smještajnih kapaciteta iza 2005. godine<sup>627</sup>**

Vrsta objekta	Broj postelja/mjesta	%	u tisućama
			%
Hoteli	250	25,6	62,5
Turistička naselja	100	10,3	25,0
Pansioni	40	4,1	10,0
Moteli	5	0,5	1,2
Ostalo	5	0,5	1,2
Ukupno osnovni	400	41,0	100,0
Kampovi	250	25,6	43,5
Domaćinstva	250	25,6	43,5
Radnička i dječja odmarališta	50	5,1	8,7
Ostalo	25	2,6	4,3
Ukupno komplementarni	575	59,0	100,0
Sveukupno	975	100,0	–

Izvor: Pirjevec, B., op.cit.str. 150.

Veličine su aproksimativne, planiranje, naročito turističkih smještajnih kapaciteta, zaustavlja se kod vremenskog razdoblja od deset godina, smatrajući i taj period vremena u planskom smislu, vrlo dalekim i teško točno predvidivim.<sup>628</sup>

Time bi dostigli oko 400.000 postelja u osnovnim kapacitetima, a ujedno ostvarili i bitnu pretpostavku za podizanje kvalitete naše ukupne turističke ponude.

Komplementarni kapaciteti u našoj ukupnoj ponudi ne bi trebali biti veći od 600.000 postelja, odnosno kamp mjesta.

Domaćinstva, tj. kuće, stanovi ili sobe, najfleksibilniji oblik turističke smještajne ponude, trebaju doživjeti mnoge kvalitetne pomake, a najviše u organizacijskom smislu. Ocjenjujemo da u strukturi naše ponude ne bi trebali prijeći granicu od 25%, što je razumljivo samo teoretska postavka, s obzirom da svi koji budu mogli zadovoljiti kriterije minimalnih uvjeta za otvaranje te vrste kapaciteta, moći će to učiniti.<sup>629</sup>

No, vjerujemo da je i tu moguće, prije svega mjerama kvalitete, “voditi” adekvatnu razvojnu politiku, usklađujući strukturu smještajnih kapaciteta. Razumije se da sve do sada rečeno o strukturi kapaciteta, mora biti odraz razvojnih planova, odluka i provedbenih mjera na državnoj razini, koje će se prihvatiti i provoditi na županijskim razinama.

Predloženom strukturom, odnosno veličinom ukupnog kapaciteta dobivamo bazu za kvantifikaciju mogućih noćenja, koja se kod nas u budućnosti mogu realizirati.

<sup>627</sup> Ibid.

<sup>628</sup> Pirjevec, B., op.cit.str. 151.

<sup>629</sup> Ibid. str.152.

Tablica 10.2: Ocjena mogućeg broja noćenja iza 2005. godine<sup>630</sup>

Vrsta objekta	Broj postelja/mjesta u tisućama	Iskorištenost u danima	u tisućama
			Očekivani broj noćenja u tisućama
Hoteli	250	150,0	37.500
Turistička naselja	100	90,0	9.00
Pansioni	40	180,0	7.200
Moteli	5	150,0	750
Ostalo	5	60,0	300
Ukupno osnovni	400	136,9	54.750
Kampovi	250	60,0	15.000
Domaćinstva	250	50,0	12.500
Radnička i dječja odmarališta	50	120,0	6.000
Ostalo	25	50,0	1.250
Ukupno komplementarni	575	60,4	34.750
Sveukupno	975	91,8	89.500

Izvor: Pirjevec, B., op.cit. 153.

Tablica 10.2. , kao rezultat proračuna, pokazuje da je moguće očekivati da će se ukupni kapaciteti moći u prosjeku koristiti preko 90 dana godišnje. Mnogo konkretniji su podaci koji govore o prosječnom iskorištenju osnovnih kapaciteta znatno preko 135 dana, i podatak da je moguće očekivati iskorištenost komplementarnih kapaciteta u prosjeku od oko 60 dana godišnje. Potrebno je istaknuti i činjenicu da je broj dana, koji se očekuje da će pojedini kapacitet biti iskorišten, uzet s dovoljnom dozom rezerve, pa je moguće očekivati i veći stupanj godišnjeg korištenja pojedinih objekata.

Moguće je očekivati da će oko 40% osnovnih kapaciteta realizirati preko 60% ukupnih noćenja, dok će s druge strane oko 60% komplementarnih kapaciteta ostvarivati nešto manje od 40% ukupnih noćenja. Razumije se da će takva preraspodjela i kapaciteta i noćenja imati cijeli niz pozitivnih reperkusija, naročito na planu financijskih efekata.

#### 10.2.4. Proizvodni kapital

Iako u širem smislu u proizvodni kapital ubrajamo osim smještajnih kapaciteta, prirodna i kulturna odnosno antropogena dobra, mi ćemo sagledavati proizvodni kapital u užem smislu tj. smještajni proizvodni kapital. Vrijednost trajnog kapitala turističke industrije na početku tranzicije 1991. godine bila je blizu \$ 6 mlrd, bez vrijednosti kapaciteta u privatnom smještaju koji se procjenjuje na cca \$ 3 mlrd. Tijekom 20 godina, od 1968. do

<sup>630</sup> Ibid. str. 153.

1988. godine broj postelja u hrvatskoj turističkoj industriji uvećao se za 2,5 puta tj. od 375 na preko 920 tisuća.<sup>631</sup> Nakon vrhunca raspoloživih kapaciteta u 1988. godini dolazi do postupnog pada u 1989. i 1990. godini, koji se još više smanjuje u slijedećim ratnim godinama, tako da broj raspoloživih postelja u 1993. godini je 40% manji nego u 1988. godini. U razdoblju od 1990. do 2001. godine ukupni kapaciteti padaju od 860 na 722 tisuće ili za 16%. Na cikličko kretanje veličine proizvodnog kapitala u turizmu nisu podjednako utjecali svi elementi strukture kapitala. Dok osnovni kapaciteti među kojima preteže hotelski smještaj imaju relativno stabilne indikatore rasta, dotle komplementarni kapaciteti s dominantnim privatnim smještajem i kampovima snažno utječu na ukupnu ponudu.

Hotelski kapaciteti u razdoblju od 1968.-1988. udvostručuju svoj kapacitet, dok u razdoblju od 1990.-2001. godine hotelski se kapaciteti smanjuju za čak 32% odnosno ukupni osnovni kapaciteti se smanjuju za 20%.<sup>632</sup> Komplementarni kapaciteti također smanjuju svoj potencijal u promatranom razdoblju, ali sporije nego osnovni tj. za 15%, dok se ukupni turistički smještajni kapaciteti u Hrvatskoj smanjuju za razdoblje 1990.-2001. za 16%. Od komplementarnih kapaciteta kampovi su imali vrlo dinamičan rast tijekom dva desetljeća od 1970.-1990., kada su ti kapaciteti porasli za 2,5 puta ili od 120 na 300 tisuća mjesta. Kampovi u zadnjoj dekadi pokazuju također trend pada i to od 292.934 mjesta 1990. na 179.574 mjesta 2001. godine.<sup>633</sup>

Privatni smještaj raste kao i kampovi u razdoblju od 1970.-1990. za 2,5 puta, dok u razdoblju od 1990.-2001. bilježi rast od 16% tj. od 264.092 mjesta 1990. raste na 306.306 mjesta 2001. godine.

U prijeratnoj strukturi turističkih kapaciteta početkom 90-tih godina dominirali su kampovi s 34%, privatni smještaj s 30% i hoteli s 16%.

U uvjetima obnove i tranzicije hrvatskog gospodarstva alternativni oblici smještaja (kao što su radnička i dječja odmarališta, domovi za djecu) su ostaci netržišnih oblika turističke ponude, te su i izgubili bilo kakvu značajniju ulogu u proizvodnom kapitalu hrvatske turističke industrije.

Prema popisu stanovništva iz 1991. godine zabilježeno je ukupno 177 tisuća kuća i stanova za odmor, kapaciteta od oko 436 tisuća soba s mogućnošću smještaja najmanje jedan milijun osoba. Zabilježen je također i značajan višak stambenog prostora u četverosobnim i višesobnim stanovima za stalno stanovanje kapaciteta od oko 222 tisuće soba i mogućnošću smještaja 450 tisuća osoba. Budući da dio kapaciteta vikendica i viška stambenog prostora ulazi u skupinu komercijalnih kapaciteta u privatnom smještaju, proizlazi da izvan komercijalne funkcije ostaje golemi slobodni kapacitet od gotovo 550 tisuća soba s mogućnošću smještaja blizu 1,2 milijuna turista. Kad je riječ o nekomercijalnim smještajnim kapacitetima, vidi se da kontinentalne županije raspolažu s oko 30% vikendica i oko 2/3 viška stambenog prostora u stanovima za stalno stanovanje.<sup>634</sup> Prema rezultatima popisa stanovništva u 2001. godini značajnije je povećan broj stanova za odmor i rekreaciju, a to znači i kapaciteti u nekomercijalnoj smještajnoj ponudi.

---

<sup>631</sup> Ibid., str. 301

<sup>632</sup> Ibid., str.23.

<sup>633</sup> Ibid.

<sup>634</sup> Radnić, A., op.cit. str.5.

### 10.2.5. Litoralizacija kao etapa u ekonomskom i socijalnom razvitku

Obalni prostor Hrvatske predstavlja dio mediteranskog prostora, koji je i pored regionalnih i nacionalnih razlika jedinstven po svojim temeljnim fizičkim osobinama, kao što su more, reljef i klima i ljudskim osobinama, kao što su kultura i civilizacijska matrica. Ove osobine mu daju pečat čineći ga izuzetno vrijednim od ranih povijesnih dana sve do danas.<sup>635</sup> Krupna povijesna zbivanja i nastale civilizacije ostavile su i na našim obalnom prostoru brojne svjetski vrijedne spomenike, građevine, pa i cijela urbana naselja svjedočanstva minulih vremena. Ipak središnje vrijednosti su naše more kao dio Sredozemnog mora i njegova obala, ali i čovjek ovog kraja. Mediteranski čovjek, taj čovjek naše obale, kao i svi ljudi Mediterana, čovjek je ustrajan i osjećajan, često gospodarski siromašan u usporedbi s ljudima razvijenih krajeva kontinentalne Europe ili naše zemlje, ali zato ispunjen fantazijom i kreativnošću.

Kreativnost je dolazila do izražaja u razvijanju specifične poljoprivrede izvrnute oštrim udarcima prirode, u razvijanju pomorstva i ribarstva, te trgovačkih aktivnosti.

Kreativnost i fantazija su posebno došle do izražaja u stvaranju « civilizacije u kamenu», koja je ostala kao svjedok bogatstva duhovnih i gospodarskih vrijednosti prethodnih generacija stanovnika ovih područja. Sve to i još mnogo drugog čini općenito mediteransko područje, pa zato i našu jadransku obalu s morem, izuzetno vrijednim i drugačijim i ujedno vrlo osjetljivim na ponašanje ljudi i prirode.

Prostor uz obalu je vrijedan, ali zato količinski ograničen, nedostatan. Snažni su pritisci na njega, posebno, iz i u pravilu, siromašnog kontinentalnog zaleđa, pa i šire. Sklad i ljepota koju je taložila povijest radi toga se želi narušiti pretjeranom izgradnjom. Kako su ljudi poticani materijalnim probitkom sve manje obazrivi, more i obala, ono što je najvrjednije, postaju nemilosrdno ugroženi.

Litoralizacija predstavlja proces ekonomskog aktiviranja priobalja uz obaveznu selidbu stanovništva iz zaleđa na obalu.<sup>636</sup> U posljednje se vrijeme ponovno javljaju inicijative da se na jadranskom prostoru snažnije razvije industrija na samoj obali te daljnji razvoj luka. Ta je tendencija prouzrokovala i sukob interesa u korištenju prostora između industrije i turizma. Sukobi dobivaju oblik sputavanja razvoja jedne grane privređivanja na račun druge, što može štetiti cjelokupnom razvoju. Do toga dolazi isključivo zbog neusklađenosti i nedovoljno cjelovito sagledanih planova dugoročnog razvoja, načina korištenja prostora te zaštite čovjekove okoline u cilju održivog razvoja.<sup>637</sup> Zato je jadranski prostor za Hrvatsku visoko vrijedan prostor na kojem je moguće razviti veliki broj raznovrsnih aktivnosti, ali pod uvjetom da su one međusobno usklađene.

Mediteransko more, kao i obala koja ga okružuje, ima svoju vrlo interesantnu ekonomsku povijest. Ona govori da na tim prostorima civilizacija i ekonomska aktivnost datira u daleku prošlost, ali i to da se razvoj i rast nije kretao linearnim trendom. Litoralizacija je u zemljama Mediterana sve prisutnija, niču novi industrijski centri na obalama, a postojeći se sve više šire i razvijaju. Sve veća industrijalizacija privlači stanovništvo iz unutrašnjosti, pa je urbanizacija i gustoća stanovništva na obalama sve veća. Gradi se crna metalurgija, brodogradilišta, rafinerije, petrokemija, i sl., tj. sve vrste industrije koje omogućuju progres, ali su, u isto vrijeme, zbog svojih tehnoloških procesa, velika opasnost po okoliš. Paradoks je u tome što su najvitalnije gospodarske aktivnosti, na kojima

<sup>635</sup> Vidi detaljnije: Petrić, I., (1992), Obalni prostor u gospodarstvu Hrvatske, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Radovi, god.II broj 7, Split, str. 11

<sup>636</sup> Hrvatski enciklopedijski riječnik, Novi liber, Zagreb, 2002., str. 678

<sup>637</sup> Andrić, N., /1980/, "Turizam i regionalni razvoj", Informator Zagreb, 1980., str. 149



mediteranske zemlje ostvaruju i programiraju svoj budući razvoj, ujedno i najveći i najopasniji zagađivači Mediterana.<sup>638</sup> Sredozemno more sa svojim sastavnim morima u koje spada i naše Jadransko, ima ogromno gospodarsko značenje. More i za Hrvatsku predstavlja osnovu njenog gospodarskog razvoja kako u prošlosti, tako će još više biti u budućnosti. Neprocjenjive su gospodarske prednosti koje naša zemlja ima raspoložujući morskim putem u svijet kako za nas same, tako i za srednje europske države u našem zaleđu koje nemaju mora.<sup>639</sup> More predstavlja srž specifičnosti gospodarskog i društvenog života ovih područja kroz svu njihovu povijest. Međutim, nekontrolirani gospodarski i urbanistički razvoj u zemljama Mediterana, kao i kod nas, uzrokuje različita, vrlo često teška onečišćenja mora, tako da umjesto iskonske ljepote i izvorišta bogatstva ono sve više postaje mrtva crna bara bez života i sjaja.<sup>640</sup>

Zbog cjelokupnog gospodarskog i urbanističkog razvoja ostvarenog u posljednje doba, obalni prostor je postao sve više tražen za smještaj, najčešće anarhičan, različitih ljudskih aktivnosti. Zato nastaju brojne konfliktno situacije među postojećim i potencijalnim korisnicima, ali i velika ugroženost po svojoj prirodi veoma krhkog i oskudnog elementa.

Proces litoralizacije, tj. svestrane angažiranosti i vrednovanja obalnih prostora i u okviru toga urbanizacije su na mediteranskoj obali vrlo izraženi, a kako se često provode bez racionalne logike i stihijno, napravili su mnoge nepopravljive štete obalnom prostoru.

Brzi razvoj turizma povezan sa izraženim procesom litoralizacije utjecao je na zanemarivanje negativnih implikacija na prirodnu okolinu, što se očituje u:<sup>641</sup>

- prekomjerno izgradnji u obalnoj zoni
- povećanju aero i hidropolucije koncentracijom turista na obali
- preopterećenosti lokalne infrastrukture
- uništavanju poljoprivrednog zemljišta, destrukcijom prirode i morske obale

### 10.2.6. Ekspanzivni, agresivni i destruktivni oblici turističkog prometa

Agresivni su svi ekspanzivni oblici turističkog prometa kada se nekontrolirano razvijaju i kad svojim kapacitetima i veličinom prijeđu prirodne receptivne mogućnosti određenih dijelova prostora. Više agresivnih oblika turističkog prometa u pojačanom procesu prostorne i vremenske koncentracije predstavlja nezaustavljiv napad na najvrjednije elemente litoralnog pejzaža. Destruktivni oblik turističkog prometa čine svi oblici turizma koji totalno okupiraju i obezvjeđuju prirodni prostor. Svi ekspanzivni oblici turističkog prometa uslijed stihijskog i nekontroliranog razvitka postaju agresivni. Prof. Alfier<sup>642</sup> turistički promet koji po svojoj prirodi okupira dio turističkog prostora, posebno obalnog /ladanjski turizam, auto-camping, nautički i moto turizam/ svrstava u ekspanzivne oblike turističkog prometa. Kad takvi oblici agresivnog turizma svojom veličinom i kapacitetima pokazuju nekontrolirani razvoj i prelaze receptivne mogućnosti određenih dijelova prostora i vrše napad na najvrjednije elemente litoralnog pejzaža, riječ je o agresivnom obliku turističkog prometa, koji neminovno počinje izazivati kaotično stanje u prostoru i prelazi u svoju zadnju fazu destruktivnog oblika turističkog prometa.

---

<sup>638</sup> Ibid., str. 152.

<sup>639</sup> Petrić, I. Mediteranski koncept nacionalnog gospodarstva Hrvatske, op.cit. str. 4

<sup>640</sup> ibid, str. 5

<sup>641</sup> Z.Klarić, Z., (1987), Problemi razvoja mediteranskog turizma u skladu s okolinom, Zbornik radova «Turizam i prostor», Institut za turizam Zagreb, Zagreb, str. 271

<sup>642</sup> Allfier, D.,(1994), Oblici i posljedice turističkog pritiska na obalu i more, Turizam, izbor radova, 1994., str. 238

U tradicionalnim turističkim područjima, kritička je svijest bitno uznapredovala i domaće stanovništvo postaje sve osjetljivije na pretjerani razvoj turizma. Javljaju se organizirane ili spontane akcije domaćeg stanovništva protiv turizma po svaku cijenu. Iz takvih obrambenih akcija sve se više rađaju koncepcije drugačijeg, boljeg turizma. Takav bolji turizam vidi se u tome kako pokazuje Krippendorf<sup>643</sup> na primjeru malog švicarskog mjesta Erschmatt u Vallisu, a koji se zalažu za turizam:

- u kojem korist uživaju stanovnici, a ne pojedini spekulanti;
- koji poslovnim spekulacijama ne uništava krajobraz-naš kapital-oduzimajući mu rekreacijski karakter, već vodi računa o krajobrazu i strukturi mjesta;
- koji misli i na buduće naraštaje, koji ne planira laka kratkoročna rješenja nego srednjoročna i dugoročna;
- koji dopušta razvoj općine, grada, ne uplićući ih u opterećenja infrastrukture;
- koji spekulacijama ne podiže cijene zemljišta toliko da ono postane preskupo za domicilno stanovništvo;
- koji ne vodi do rasprodaje zavičaja;
- koji ne podiže mrtva turistička sela, nastanjena samo nekoliko tjedana godišnje;
- koji mjesto stranog utjecaja dopušta samoodređenje, dakle, da domaće stanovništvo može sudjelovati u planiranju i ostvarenju turističkih projekata;
- koji otvara privlačna radna mjesta, koji ne zanemaruje domaći obrt

#### **10.2.6.1. Kratkoročni interesi i dugoročne štete**

Prostorna i razvojna ravnoteža preduvjet je održivog razvitka. Ugroženost te ravnoteže dolazi od često prenaplašenih razvojnih ciljeva, koji stavljaju u prvi plan materijalno bogatstvo, ne shvaćajući da je svaka neravnoteža najjači atak na prirodne resurse, a time i na bogatstvo naroda. Broj raznih tipova kuća i nastambi za provođenje odmora i rekreacije izvan domicila i broj onih koji ih povremeno koriste postao je tako velik da se sve više omasovljuje suvremeni turizam.<sup>644</sup> Na pojavu „betonizacije“ Jadranske obale sve se više javno ukazuje.

Svako forsiranje razvitka iznad potreba lokalnog stanovništva predstavlja opasnost koja se dugoročno vraća kao bumerang tom istom stanovništvu.

Stoga, koristeći iskustva nekih drugih sredozemnih zemalja,<sup>645</sup> potrebno je pristupiti konstrukciji razvojno-zaštitnih instrumenata u cilju poticanja prednosti dugoročnih razvojnih perspektiva kao i onemogućavanja trenutačnih financijskih premoći motiviranih brzim ostvarivanjem profita.

Jedna od vrlo važnih oznaka nove ekonomske paradigme je njena ekološka dimenzija. Znanost se do sada pitala da li nešto smije činiti tek nakon što je već bila u stanju to učiniti. Sada je potrebno znati što smijemo činiti još prije nego smo u stanju to proizvesti. O tome može ovisiti budućnost ljudskog roda, njegova šansa da preživi.<sup>646</sup> Ideja o kvantitativnom mjerljivom ekonomskom rastu sve više postaje upitna i ustupa mjesto ideji

---

<sup>643</sup> Krippendorf, J.,/1986/,"Putujuće čovječanstvo", sveučilišna naklada Liber i Zavod za istraživanje turizma, Zagreb, str. 77-78.

<sup>644</sup> Vidi detaljnije: Alfier,D., Pristup istraživanju uzroka i posljedica pretjerane izgradnje kuća za odmor i rekreaciju, Turizam, izbor radova, str., 317-334.

<sup>645</sup> Vidi detaljnije: D. Štambuk, D., (1994), Gospodarski razvitak jadranskih otoka - Koncepcijski pristupi i dileme, Mediteranski koncept razvojne strategije Hrvatske, Zbornik radova br. 11. , Ekonomski fakultet Split, str. 255-264./

<sup>646</sup> Vidi: B Lukšić, B., (1992), Etička dimenzija u gospodarstvu, O obalnom gospodarstvu u prilog obnovi Hrvatske, Zbornik radova br. 7 god. II, Ekonomski fakultet Split, str.171-178).

prema kojoj je radi postizanja kvalitete života ponekad potrebno planirati i «multi rast», tj. da bi se postigao humani rast, potrebno je usmjeriti gospodarski i tehnološki razvitak prema kvaliteti života, prema nenasilnom, lijepom i elegantnom.

### 10.2.6.2. Utjecaj na kulturu

Pretjerani broj kuća za odmor i rekreaciju i tzv. apartmana za tržište u Hrvatskoj je vidljiva posljedica raznih anomalija u načinu dobivanja i nenamjenskom korištenju dugoročnih kredita, velikih i namjernih nedorečenosti i praznina u zakonodavstvu, a posebno u sustavu prostornog planiranja. To je uzrokovalo brojne teškoće, konfliktne situacije i duboke poremećaje ne samo u prostornoj i ekološkoj nego i u društvenoj, ekonomskoj i kulturnoj sferi. Treba se nažalost pomiriti s time da se možda nikada neće moći katastarski utvrditi:<sup>647</sup> koliko su privatne kuće za odmor i rekreaciju okupirale lijepog rekreativnog i za turizam pogodnog prirodnog prostora, koliko su sterilizirale, ionako oskudnog «dobrog» poljoprivrednog zemljišta na obalnim područjima i na otocima, koliko su zauvijek uništile unikatnih prirodnih i kulturnih pejzaža i mikro pejzaža, koliko su svojim grubim gabaritima unijele ružnoće i nesklada u arhitektonski iznimno lijepa i urbanistički skladno formirana stara primorska mjesta te koliko su pojedinci za izgradnju svojih kuća za odmor i drugih objekata bespravno privatizirali društvenog zemljišta, uzurpirali obale kao javnog pomorskog dobra, «zarobili» mora i ogradili «privatnih» plaža.

Pred sociolozima je jedan vrlo odgovoran znanstveni zadatak da na osnovi podataka najnovijeg popisa stanovništva i svih drugih dostupnih podataka i vlastitih terenskih istraživanja utvrde prave dimenzije i utjecaje na promjenu kulturnog identiteta primorskog čovjeka i njegove ugroženosti od strane novih «kolonizatora» koji se vrlo rijetko uklapaju u život i probleme primorskog mjesta koji su i njegovi problemi, iako su mnogi od njih, nažalost, potpuno gluhi na te probleme. Ti «kolonizatori» unose svoj mentalitet i radikalno mijenjaju ruralnu sredinu i u konačnici na malo dužu stazu potiru i ukupne gospodarske efekte.

Nekontrolirano i spontano nicanje kuća za odmor i apartmana postaje, kako bi rekao prof. Alfier «uništavajući» ekonomski fenomen. To je novi oblik internog kolonijalizma u Hrvatskoj kojemu se treba energično suprotstaviti, jer se nikakav plan razvoja na nivou turističke destinacije neće moći realizirati ako se ne spriječi daljnje povećanje broja ovakvih objekata. Ovakvi objekti, da se još jednom poslužimo slikovitom usporedbom prof. Alfiera, su «rasklimani» stroj razvoja turizma i oni predstavljaju jednu od najvećih devijacija u turističkom razvoju mnogih primorskih mjesta. Ti objekti daju smiješno mali doprinos turističkom razvoju malih mjesta posebno onda kada su kapaciteti u tim objektima veći od kapaciteta u hotelijerstvu. Ti objekti okupiraju previše turistički vrijednog prostora i povećavaju stopu neiskorištenosti ukupnih komercijalnih kapaciteta a da se ne govori o jednom od najvažnijih negativnih utjecaja koji se odražava u potpunom gubljenju primorskog i mediteranskog identiteta.<sup>648</sup>

---

<sup>647</sup> Alfier, D., op.cit. str. 329

<sup>648</sup> Primorski motivi Antuna Barca daju nam možda odgovore na filozofska pitanja koja često postavljamo. «Čemu ovo strujanje, ovo napinjanje k nečemu novome, kad u tome nije sreće? Čemu ovo mahnito imitiranje, svega što je novo, tuđe uneseno, kad u tome nema srca, nema duše? Nekakva nepoznata, svemoćna sila, što ruje u nutрини čovjeka, tjerajući ga bez milosrđa uvijek naprijed- bez počinka, bez stanke... Iz tih kuća, što se sjaju bjelinom i novosti, ne govori vam ništa intimno, ne struji u vas ništa toplo, drago, bratinski. Od svih zgrada dolazi zadah kreča, boja, prašine. One nisu domovi - one su roba, roba koja se iznajmljuje, prodaje, ruši bez ikakve milosti. Novac - samo novac. Na ovim nakićenim kućercima, što se koče kao koketne, prodajne žene, nema onoga, što jedino posvećuje kuću, što je čini domom, najvišim svetištem, središtem ljubavi - ona

Očito da je na djelu antagonizam između dva svijeta. Nažalost, jednog od tih svjetova pobijediti će novac i snaga i ljudi bez uspomena. No, tradicija se ne guši lako. Barac možda na naj slikovitiji način opisuje jedno vrijeme koje bezuvjetno prolazi, ali također anticipira i sadašnje vrijeme, kada smo izloženi istim, a možda i većim iskušenjima nego u vrijeme života našeg proslavljenog Primorca. Barac slikovito kaže da «naš vijek nam s izumima i novotarijama čini život svakako lagodnijim, lakšim. No, sreća, zadovoljstvo, nije u što bezbrižnijem provođenju dana, nego u nimbusu iluzija, sanjarija, što dolaze od zemlje, s kojom smo se srasli, od uspomena djetinjstva, punih nejasnih bojazni, ludih vjerovanja, od onoga nečega, što se može osjećati samo u kraju, gdje je čovjeku poznat svaki kamenčić, svaka travka, svako drveće, dočaravajući dane, što su otišli u nepovrat»<sup>649</sup> Barac je gubitak starog, intimnog domaćeg značaja i duše prepoznao u borbi između vašarske raznolikosti, preuzete dreke i sklada. Ta se borba nastavlja i danas.

Stoljetni život proveden u borbi s prirodom, u skromnosti i siromaštvu, život je Primoraca i otočana. Stapanje čovjeka s prirodom dugotrajan je proces koji ostavlja neizbrisivi trag na čovjeka, koji se po tome poistovjećuje s krajem kojemu pripada i kojemu se vraća.<sup>650</sup> To je kultura življenja na jadranskoj obali i otocima stvarana stoljećima, i jasna je velika osjetljivost na naprasito mijenjanje tih stoljećima stvaranih vrijednosti. Možda je najbolji primjer na spomenute utjecaje reakcija zvončara Rukavca i Zvoneća, kroz priču o zvončarima koji se ne spuštaju u grad, na asfalt. «Pravi zvončarina se postavlja rigidno spram činjenice da je /Riječki/ karneval turistička ponuda. Turizam da, ali ne takav u kojem se zvončara prikazuje u gradskoj povorci, na asfaltu. Zvončar jest to što jest, zapravo jedino na mrazom posutom šumskom putu mej Krivun i Škrapnun, mej Krujci i Andrejići, mej Mohorići i Biškupi... Taj konzervativizam rukavačkih i zvonejskih zvončara jest čimbenik očuvanja tradicije».<sup>651</sup>

### 10.2.6.3. *Suvremeni barbari*

Urbanizacija i litoralizacija su procesi koji će se u nas nastaviti zajednički odvijati. Oni se zato i moraju staviti pod kontrolu javnih vlasti da bi se na obali postigla ravnotežna struktura i da bi procesi litoralizacije i urbanizacije na okoliš bili što manje nepovoljni. Nažalost, analizirajući konkretne primjere litoralizacije i urbanizacije na primjerima ponašanja javnih vlasti u Hrvatskoj, a to znači i posebno jadranske obale i otoka, možemo, nažalost, prepoznati to suvremeno barbarstvo. Ti barbari sjede u poglavarstvima, županijskim, i lokalnim samoupravama, u ministarstvima i zvučnim zavodima za urbanizam i prostorno planiranje i zaštitu okoliša, inspekcijama tih organa i to su uvijek i u pravilu viši ili niži državni činovnici, koji ne pokazuju ne samo dovoljno elementarne odlučnosti da barem kakve takve zacrtane ciljeve provedu u život, nego, nažalost, ni minimum stručnog i moralnog integriteta neophodnog za upravljanje jednim složenim organizmom kao što je društveni i prostorni razvitak. To možemo dokumentirati brojnim primjerima,<sup>652</sup> kada je javno mjenje

---

simpatična sivost zidova, koju donosi vrijeme.» Vidi: Barac, A., (1968/, «Književnost Istre i Hrvatskog primorja», , Tipograf Rijeka, str. 610-611.

<sup>649</sup> Ibid., str. 612.

<sup>650</sup> vidi: I. Šimunović, I., Znanstveni pristup otocima, Znanstveni skup- Mediteranski koncept razvojne strategije Hrvatske, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, god. IV, br. 11., str. 240-241.

<sup>651</sup> vidi: Sušanjanj – Kapićeva V., i Jurdana-Šepić, R., (2003), «Zvončar se ne prodava», Novi list, 1. ožujka 2003., str. 16.

<sup>652</sup> U istrebljivačkom pohodu što su ga lijepi naši državljani poduzeli protiv svega lijepog što je kako-tako uspijevalo opstati u ovoj zemlji napokon su stradali i primoštenski vinogradi. Onoga što nije palo na zločinački um nijednom okupatoru dosjetili su se današnji Primoštenci,...pa su jedan od najljepših pejzaža na Jadranu dotrali mišalicu i kamen zasuli betonom. U dva su dana nasljednici primoštenskih težaka, koji su stoljećima

stvorilo kritičnu masu koja je dala svoj odgovor na zbivanja u prostoru i razvojnoj politici svojim javnim prosvjedom. Tada se uvijek prepoznaje glavni krivac takvih promašaja, devastacija i destrukcija koje su nastale u odsutnosti i neangažiranosti onih koji su najodgovorniji i najpozvaniji da štite prostor. Centralna javna vlast drži u svojim rukama kompletnu regulativu, razvojno i prostorno planiranje, provođenje i kontrolu svih odluka, i zato i ima najveću odgovornost za sva zbivanja koja se dešavaju u prostoru, a posebno na tako osjetljivim područjima kao što je more i obala. Iza svake destrukcije u prostoru stoji ime i prezime posrednog i neposrednog suvremenog barbara, s time da su neposredni barbari manje opasni od posrednih, koji se kriju iza zvučnih imena najodgovornijih za prostornu politiku.

Bliži se dvadesetogodišnjica /2006. god./od Krippendorfovih 23 teze za humanizaciju putovanja,<sup>653</sup> a koje kao da danas kod nas postaju još aktualnije. «Današnji turizam ima kolonijalističke crte, posvuda i gotovo bez iznimke»<sup>654</sup>, ali ne treba li istraživati upravo te procese pita se Krippendorf ako želimo postići bolji turizam. Ako se u tom smislu nešto temeljito ne izmjeni « turizam će u svojoj biti ostati ono što mu se predbacuje: poseban oblik subverzije, jer razjedinjuje i unosi strane načine ponašanja. Novi i podmukao oblik kolonijalizma, jer nevina lica, stvaraju nove ovisnosti i nove vladajuće odnose. Jednostrano iskorištavanje okoliša i ljudi. To su gorke istine»<sup>655</sup> Da se nebi ostvarile slutnje slavnog turizmologa, svaku pohvalu zaslužuju akcije Ministarstva prostornog uređenja, urbanizma i zaštite okoliša, i njegova «Uredba» kojom se prilazi problematici prostora, posebno jadranskog priobalnog prostora, smišljeno, restriktivno i vrlo racionalno. To je samo znak da kad postoji politička volja, da se mogu provesti u život i vrlo delikatne i osjetljive stručne odluke i upravna rješenja koja imaju dalekosežne pozitivne posljedice po temeljni turistički resurs, a to je prostor.

### 10.2.7. Devastacija obale i gubljenje primorskog i mediteranskog identiteta

Nerazumna gradnja koja se odvija na samoj morskoj obali iscrpljuje i uništava prirodne i antropogene vrijednosti prostora i tako smanjuje ovaj vrijedan turistički resurs u pejzažnom, ekološkom i ekonomskom smislu.» Ova pojava rezultat je stihijske (bespravne) ali i znatnog dijela planske izgradnje. Ona je samo naizgled slučajna, a zapravo je posljedica društveno ekonomskih uvjeta, koji su omogućili « raubanje» prirodnih i od čovjeka stvorenih resursa, pri čemu su pojedinačni i grupno vlasnički interesi imali prednost pred općim interesima šire zajednice<sup>656</sup> Za ilustraciju navodimo primjer bespravnosti i realnosti na terenu koja je potpuno drugačija od propisanih papirnatih regulativa jer buja bespravna gradnja.<sup>657</sup> Nažalost, ponovno se pokazuje da je glavni krivac za stanje u prostoru Država koja

---

stvarali čarobni prizor vinograda gdje su svaka dva - tri panja babića bila uokvirena kamenim zidovima i gdje je iz šake zemlje nicala loza koja je davala čuveni Babić, uspjeti potaracati nepraktično naslijeđe svojih djedova, pa je danas taj živi spomenik ljudskoj opijenosti ljepotom nepovratno nagrđen betonskim putem u lagodniju budućnost. Dogodilo se to prije no što je UNESCO uspio zaštititi taj jedinstveni prostor, ali zar itko misli da bi i tri UNESCO-a uspjela skrenuti naše domicilne barbare s njihova puta u destrukciju. /vidi: Feral Tribune, broj 916, 5. travnja 2003, str. 79./

<sup>653</sup> Vidi: Krippendorf, J., op.cit. str. 103-138.

<sup>654</sup> Ibid., str. 67.

<sup>655</sup> Ibid., str. 67.

<sup>656</sup> Kušen, E., (1987), Izgradnja koja devastira morsku obalu, Zbornik radova, Turizam i prostor, Institut za turizam Zagreb, Zagreb, str. 147

<sup>657</sup> Gradnje na otoku Hvaru, koja samo potkrepljuje činjenicu da nije riječ o osamljenim slučajevima bespravne gradnje i destrukcije u prostoru na vrlo atraktivnim i zaštićenim lokalitetima. Pakleni otoci kod Hvara, u čijem je sastavu i otok Sv. Klement-Palmižana, prema važećem Prostornom planu općine Hvar, od 1968. godine spadaju

nije nikada zaštitila tako vrijedna područja kao što su hrvatski otoci i obala, jer nikada nije dala planove i programe izgradnje na školjima i obali Jadrana, pobrinula se o tome da se građevine moraju uklapati u prirodni ambijent obale i otoka i time je postala najveći suučesnik u destrukcijama koje su se desile u prostoru na tako osjetljivom području kao što su obala i otoci.<sup>658</sup> Umjesto malih kuća uklopljenih u ambijent i prirodni okoliš, masovno niču trokatnice i četverokatnice pa i više građevine, koje prirodne oaze pretvaraju u tipična vikendaška naselja.<sup>659</sup> Svakako da argumentirani podaci o bespravnoj gradnji traže detaljniju analizu posebno sa stanovišta utjecaja na prihvatni potencijal i estetsku devastaciju primorskog ambijenta. Zato je od dvije varijante destrukcije, svakako veće i nepopravljivo zlo i grijeh, kad netko dobije legalnu dozvolu i sagradi trokatnicu i četverokatnicu koja se nikako ne uklapa u okoliš otoka i obale, nego ukoliko bez dozvole sagradi jednokatnicu koja neće odskakati od ostalih. Nažalost, konkurencija na ovom području je tako žestoka i brojna, da svaka akcija u pravcu stvaranja više reda i sankcioniranja destruktivnog ponašanja prolazi nezapaženo.

Kad je riječ o otocima, i primorskim mjestima moramo biti mnogo osjetljiviji, jer se tamo oblikuje život s manjkom prirodnih resursa. Čitava povijest gospodarstva bila je vezana uz zemlju i njenu izdašnost. S turizmom se funkcija zemljišta kao resursa nastavlja, i s turizmom prostor a posebno na otocima postaje temeljni resurs, i to ne dijelom već u otočnoj cjelovitosti. Rijetki su prostori gdje svekoliki ambijent postaje resurs, kao što je to na otocima. "Filozofija gospodarenja se iz temelja mijenja kao i čitava paradigma života na otocima. No, i pored toga što ovo vrijeme donosi nešto novo, za otoke vrijedi vječno gospodarsko pravilo, da na otocima treba razviti široku lepezu aktivnosti kojima uvijek u pratnji ostaje poljoprivreda, a ona je element postojanosti koji stoji nasuprot ovisnosti, nesigurnosti i krizi".<sup>660</sup> Ova konstatacija daje posebnu težinu prostoru i prostornoj politici jer je riječ o mnogo široj problematici kulture jednog življenja koju treba čuvati, stimulirati i njegovati.

### 10.3. SURADNJA ZEMALJA NA MEDITERANU U ZAŠTITI OKOLIŠA

Živimo u vremenu velikih promjena i ulazimo u vrijeme velikih izazova.. Nasuprot općem nemiru svijet se usustavljuje.<sup>661</sup> Uspostavlja se svjetska nadležnost za funkcioniranje univerzuma. Ništa se ne prepušta slučaju. Ono što uz ostalo određuje karakteristike tranzicije kao svjetskog procesa jest povijesni i sadašnji odnos između kolektiviteta i individualiteta.

---

u rezervat prirodnog predjela. Zbog toga su ovi otoci postali izvan građevno područje, što znači da se ondje ne mogu graditi nikakvi novi objekti, već se samo mogu rekonstruirati građevine sagrađene prije veljače 1968. Na Paklenim se otocima smiju podizati samo građevine koje ne narušavaju prirodni izgled otoka, uz suglasnost Zavoda za zaštitu prirode. vidjeti: Franina krovna udruga, Feral Tribune, broj 918, Split, 19.travnja 2003. str.56-57.

<sup>658</sup> Hvale vrijedna je akcija Ministarstva graditeljstva, urbanizma i zaštite okoliša poznata kao UREDBA ..., kojom se staje nakraj divljanju u prostoru.

<sup>659</sup> Podaci za 2001. i 2002. godinu na prostoru Primorsko goranske županije govore upravo o odsustvu prostorne i ukupne razvojne politike ili možda ipak o organiziranom sustavu djelovanja najodgovornijih: Tako je za obiteljske kuće u Crikvenici izdana 61 dozvola i 51 za više stambene zgrade, na Rabu je izdano 85 dozvola za obiteljske kuće a za više stambene objekte 110, u malom Lošinj 13 dozvola za obiteljske kuće i 156 za više stambene zgrade, u Malinskoj 66 za obiteljske kuće i 83 za više stambene objekte, u Opatiji 55 za obiteljske kuće i 144 za više stambene objekte, Krku 61 dozvola za obiteljske kuće i 39 za više stambene objekte i na Cresu 11 za obiteljske i 18 za više stambene zgrade vidi: «Apartmana skoro koliko i stanova»; Novi list, 07. svibnja 2003., str 20

<sup>660</sup> Šimunović, I., Znanstveni pristup otocima, op.cit. str. 239-240.

<sup>661</sup> Ibid., str. 250.

Doba tranzicije upravo karakterizira istovremena opstojnost i individualiteta i kolektiviteta , samo na različitim razinama. Tako na primjer, u Europi regija država gubi na značenju, a jačaju regionalne pozicije. Istovremeno s tom težnjom stvaranja novih individualiteta, na europskoj pozornici jača europski kolektivitet. U takvom sustavu ekologija prestaje biti zaštita, ona postaje način življenja. Načelo maksimalizacije ustupa mjesto optimalizaciji. U poslovnom govoru pojam racionalizacija se gubi i ustupa mjesto novoj paradigmi o održivom razvoju. Svijet je do te mjere oprezan i u strahu, da već nastupa novi nadzor koji počiva na načelu predostrožnosti.<sup>662</sup> Postavljaju se zahtjevi gotovo na razini internacionalnih zakona za jedno drugačije ponašanje. Naglašava se u tome pravo na razvitak onih koji još nisu ni rođeni, pa se u ime njih strogo naglašava odnos prema prirodnim resursima na koje i oni imaju pravo.

Kako obalno područje nije monopol i vlasništvo jedne regije ili zemlje, nego "svjetsko" dobro, dio jedinstvenog organizma, javlja se i potreba zajedničke , koordinirane i dogovorne aktivnosti u definiranju budućih smjernica razvitka kako obala na globalnoj razini, tako i pojedinih obalnih područja. U lipnju 1992. godine održana je Konferencija Ujedinjenih naroda o okolišu i razvoju, a temeljni dokument te Konferencije tzv. "Agenda 21" definitivno je prihvaćen koncept održivog razvoja, kao i osnovni koraci u njegovoj realizaciji. Posebno se inzistira na provedbi procesa integralnog upravljanja obalnim područjem kao osnovnom preduvjetu realizacije koncepta održivog razvoja. Stoga je ured UNEP-ovog Mediteranskog akcionog plana-Program prioriternih akcija, razradio opću metodologiju integralnog upravljanja obalnim područjima (s posebnim naglaskom na zemlje Mediterana)-ICAM (Integrated management of coastal and marine areas): Proces integralnog upravljanja obalnim područjima (ICAM) predstavlja proces odnosno metodologiju upravljanja prirodnim resursima obalnog područja u kontekstu održivog razvoja. Stupanj planiranja predstavlja sukus ICAM procesa, a rezultira integralnim «master» planom obalnog područja, odnosno skupom ciljeva, zadataka i strategija upravljanja obalnim područjem u vremenu. To je u suštini ciljno orijentiran proces donošenja odluka, koji zahtijeva sposobnost predviđanja budućih događaja, analize i procjene konkretne situacije, kao i sposobnost inovativnog razmišljanja u cilju iznalaženja zadovoljavajućih rješenja.<sup>663</sup> Prostor u obalnom području Hrvatske do danas je bio korišten spontano i kaotično, nedovoljno planski ne vodeći računa o prirodnim ograničenjima. Srećom, prostor kao takav još uvijek nije potpuno fizički i ekološki devastiran, dok je u pojedinim dijelovima obalnog pojasa gotovo netaknut. Upravo u tome i leži najveća opasnost od nagle ekspanzije gospodarskog razvika obalnog područja. Uz lošu i indiferentnu službenu ekonomsku / i ekološku/ politiku izostaju konkretne mjere i mehanizmi sprečavanja i sankcioniranja neželjenih i neprimjerenih aktivnosti. ICAM je projekt koji upravo zahtijeva angažiranje svih razina državnog upravnog aparata, a posebno potpuno i bezuvjetno podršku države kroz proces donošenja zakona o upravljanju obalnim područjima, odnosno strategije gospodarenja obalnim područjima na nacionalnoj razini. Takav ustroj trebao bi pratiti i odgovarajući ustroj na razini regija kao i na lokalnoj razini, organiziranje odbora za upravljanje obalnim područjem. Prostor možemo tretirati neobnovljivim resursom, jer jednom izgrađeni objekti vrlo se teško uklanjaju, što čini prostor međugeneracijski izgubljenim za korištenje. Danas postoji opće suglasje u svijetu da se koncept održivog razvoja u obalnim područjima može ostvariti samo primjenom upravljačkog «alata» kojeg zovemo integralnim upravljanjem obalnim područjima (IUOP). IUOP je relativno nova disciplina. Zakon o upravljanju obalnim područjima (Coastal Zone Management Act-CZMA) , kao prvi takav zakon u svijetu, donesen je u SAD-u 1972. godine. IUOP je na određeni način

---

<sup>662</sup> Ibid.

<sup>663</sup> detaljnije vidi:M: Fredotović, op. cit. str.192-196

disciplina upravljanja prostorom.<sup>664</sup> Mediteranski akcijski plan (MAP) i Program prioritetnih akcija (PPA) izvodili su brojne programe upravljanja obalnim područjima u cilju praktičnog djelovanja na pozitivan ekonomski, socijalni i kulturni razvoj obalnog stanovništva i zemlje u cjelini. Hrvatska se mora, najprije zbog svog dugoročnog interesa, puno intenzivnije uključiti u ove procese jer su njezini resursi upravo vezani na obalni i morski prostor kojim valja racionalno i integralno upravljati.

## 10.4. INDIKATORI RAZVOJA TURIZMA

U kreiranju sustava informacija potrebnih turističkom menadžmentu turističke destinacije, koje će biti dostupne u okviru jedinstvene baze podataka, a prikupljene istraživanjima u okviru turističke destinacije, ali i na ciljnim tržištima, treba poštovati i polazišta dana sustavom indikatora održivog turizma prema klasifikaciji WTO-a. (slika 10.1.) Tako kreirana baza podataka na razini turističke destinacije, postat će nezaobilaznom informacijskom podlogom sustavne kontrole dostignutog stupnja razvoja, a u okviru smjernica opredjeljenja za održivi razvoj turizma. Menadžmentu turističke destinacije to će postati temeljna informacijska resursna osnova za provjeru pozicija vlastite turističke destinacije tj. da se utvrdi realno dostignut stupanj razvoja, otkriju odstupanja od postavljenog modela, odnosno da se realno ocijeni koliko je trenutno pozicioniranje daleko od cilja postavljenog Glavnim planom razvoja turizma destinacije.

Slika 10.1: Indikatori održivog razvoja turizma prema klasifikaciji WTO-a

Indikator	
<p><b>Zaštita prostora</b></p> <p>Riječ je o razini i kategorizaciji zaštićenih prostora sukladno kategorizaciji Međunarodnog udruženja za očuvanje prirode i prirodnih resursa (International Union for Conservation of Nature and Natural Resources – IUCN).</p>	Ekološki
<p><b>Pritisak na prostor</b></p> <p>Ovaj indikator mjeri razinu pritiska koji turisti čine na destinaciju. Informacija se dobiva praćenjem turističkog prometa. Pri tome je uz godišnji turistički promet, posebno potrebno pratiti turistički promet u vršnoj sezoni.</p>	Ekološki
<p><b>Intenzitet korištenja</b></p> <p>Odnosi se na intenzitet korištenja u vršnom periodu (osoba/hektar). Radi se o identificiranju prekomjernog korištenja resursa.</p>	Ekološki
<p><b>Socijalni utjecaj</b></p> <p>Iznimno je važan budući da bez uključivanja socijalnih i kulturnih efekata razvoja turizma u proces turističkog menadžmenta, nije moguće govoriti o održivom razvoju turizma. Odnosi se na broj turista prema broju stanovnika u vršnom periodu. Ovaj indikator može obuhvaćati i podatak o prosječnom broju dana koje turisti provode u turističkoj destinaciji.</p>	Socijalni

<sup>664</sup>idi detaljnije: I Trumbić, I., (1994), Integralno upravljanje obalnim područjima i «Agenda 21»-neke smjernice za buduće akcije», Mediteranski koncept razvojne strategije Hrvatske, Zbornik radova br. 11, Ekonomski fakultet Split, str.201-219



<p style="text-align: center;"><b>Kontrola razvoja</b></p> <p>Indikator se koristi da bi se uvidjelo: vrše li se prije većih projekata analize utjecaja kojeg će taj projekt imati na okoliš i ukupno okruženje, a u skladu s postojećom legislativom na nacionalnoj, regionalnoj i razini mjesta. Indikator označava ljestvica odgovora od 1-5, pri čemu 1 znači nepostojanje kontrole razvoja.</p>	Ekonomski
<p style="text-align: center;"><b>Upravljanje otpadnim vodama</b></p> <p>Indikator označava postotak otpadnih voda koje se tretiraju (obrađuju) prije ispusta. Do njega dolazimo podijelimo li količinu tretiranih otpadnih voda s procijenjenom količinom ukupnih otpadnih voda. Ovaj pokazatelj posebno je važan kod naseljenijih mjesta i gradova, te onih mjesta gdje je visoka vrijednost indikatora pritiska na prostor.</p>	Ekološki
<p style="text-align: center;"><b>Proces planiranja</b></p> <p>Ovaj indikator također se izražava ljestvicom od 1-5. Vrijednost 1 označava da formalno integralno planiranje razvoja i aktivnosti ne postoji (uključujući i planiranje turističkog razvoja), a s implementacijom i kvalitetnim provođenjem rangiranje raste do vrijednosti 5. Budući turizam čini dio ukupnoga gospodarskog sustava i s njim je u interakciji, održivi razvoj turizma moguć je samo ako postoji usuglašenost i koordiniranost globalne gospodarske politike s turističkom politikom i politikom zaštite okoliša..</p>	Ekonomski
<p style="text-align: center;"><b>Kritične točke ekosustava</b></p> <p>Ovaj indikator temelji se na činjenici da što je neka biljna ili životinjska vrsta rjeđa, to je zanimljivija za turiste, te samim time u povratnoj vezi još više izložena pritisku i ugrožena. Iz tog je razloga iznimno bitno nadzirati stanje kritičnih točaka ekosustava, biljnih i životinjskih vrsta, kako zbog njihova očuvanja, tako i zbog opstanka resursne osnove turizma. Indikator predstavlja broj vrsta koje su izložene riziku, te bilježi vrste iskorijenjene (izumrle), očuvane ili pod rizikom.</p>	Ekološki
<p style="text-align: center;"><b>Zadovoljstvo turista (potrošača)</b></p> <p>Do ovog indikatora dolazimo anketiranjem turista. Prva skupina pitanja opisuje kvalitetu iskustava i doživljaja turista te reflektira uvjete u destinaciji i očekivanja turista. Druga skupina pitanja odnosi se na one koji su iskazali nezadovoljstvo kvalitetom usluga i doživljaja. U upitnik se mogu uvrstiti i tzv. otvorena pitanja. Kod provođenja anketa bitno je formirati reprezentativan uzorak u odnosu na broj i strukturu turista. Anketiranje je potrebno također provoditi u određenim vremenskim razmacima, čime će se dobiti osim uvida u sadašnje stanje i stavove i njihova dinamika (promjene).</p>	Ekonomski
<p style="text-align: center;"><b>Zadovoljstvo lokalnog stanovništva</b></p> <p>Indikator pokazuje razinu zadovoljstva lokalnog stanovništva na koje direktno ili indirektno utječe razvoj turizma. Ispitivanje stavova vrši se putem anketnog upitnika. Pri provođenju ankete potrebno osigurati reprezentativnost uzorka, na način da svi pripadnici lokalne zajednice budu obuhvaćeni na adekvatan način (etničke skupine, društveni slojevi, zaposleni u turizmu ili izvan njega). Anketiranje je potrebno provoditi u određenim vremenskim razmacima.</p>	Socijalni
<p style="text-align: center;"><b>Doprinos turizma lokalnoj ekonomiji</b></p> <p>Svrha je ovog indikatora mjeriti ovisnost lokalne ekonomije o turizmu (udio turizma u gospodarstvu, temeljem različitih pokazatelja). Što je zavisnost veća, veći je rizik za ekonomski sustav u odnosu na fluktuacije u turističkoj industriji.</p>	Ekonomski

*Izvor: pripremljeno prema WTO: What Tourism Managers Need to Know: A Practical Guide to the Development and Use of Indicators of Sustainable Tourism, WTO, Madris, 1996.*

Navedeno pokazuje da će samo pomno izabrani indikatori osigurati kvalitetnu osnovu za kontrolu (audit) svake faze provedbe Glavnog plana razvoja turizma promatrane destinacije, slijedeći preporuke Europske komisije i Svjetske turističke organizacije (WTO) a to znači:

- a) da će se lakše i bolje identificirati nastali problemi, a utvrđena će odstupanja biti podlogom da se poduzmu mjere za njihovo otklanjanje;

- b) da su prihvatljivi samo oni indikatori koji podržavaju koncepciju održivog razvoja, a to znači da uključuju mogućnost identifikacije ograničenja i potencijalnih mogućnosti;
- c) da su nezaobilazne resursne osnove poslovnog odlučivanja menadžmenta turističke destinacije jer se temelje na realnim metodološkim podlogama, teorijskom i praktičnom znanju iz područja održivog razvoja turizma

Održivi razvoj naglasak stavlja na one indikatore kvalitete, koji se uzimaju u obzir i u koncipiranju modela razvoja, u oblikovanju modela marketinga i mogućnosti uključivanja inovacija u ukupnu turističku ponudu turističke destinacije na način kako je to sadržano u Glavnom planu razvoja turizma promatrane destinacije, a indikatori su

**QPCI** = Indikator percepcije stanja kvalitete (*Quality Perception Condition Indicators*)

**QMI** = Indikator kvalitete menadžmenta (*Quality Management Indicators*)

**QPI** = Indikator provođenja kvalitete (*Quality Performance Indicators*)

Slika 10.2: Indikatori mjerenja kvalitete turističke destinacije

Kvaliteta na razini turističke destinacije	( QPCI ) Indikator percepcije stanja kvalitete	( QMI ) Indikator kvalitete menadžmenta	( QPI ) Indikator provođenja kvalitete
Održivost lokalne turističke ponude	Postotak lokalnih turističkih djelatnika koji su zadovoljniji tekućom sezonom veći je od zadovoljstva prethodnom sezonom	Menadžment destinacije komunicira u mreži i ima uspješnu suradnju sa svim sudionicima turističke ponude ( DA / NE )	% rast turističke ponude u destinaciji
Sigurnost	Veći postotak turista koji je zadovoljan osjećajem sigurnosti u destinaciji, što uključuje i dostupnost zdravstvenih usluga	Postoji sustav prevencije kriminalnih radnji u destinaciji u pružanju turističkih usluga, u prometu, u radnim odnosima... ( DA / NE )	% Postotak kriminalnih djela po osobi u odnosu na ukupan broj lokalnog stanovništva
Kvaliteta zraka	Veći je postotak turista koji su zadovoljni kvalitetom zraka u destinaciji	Javnosti su dostupne informacije o koncentraciji štetnih tvari u zraku ( DA / NE )	% (prosječan) broj dana u kojima je izmjereno visoko onečišćenje zraka
Kvaliteta okoliša destinacije	Veći je postotak turista zadovoljnih čistoćom okoliša u destinaciji	Odgovornost za čistoću destinacije jasno je definirana i učinkovitost se provjerava ( DA / NE )	% Odnos količine prikupljenog otpada prema veličini područja destinacije

Izvor. Prema Avelini Holjevac, I., (2002)

Indikatori mjerenja kvalitete<sup>665</sup> moraju postati sastavni dio sustavnog istraživanja na razini turističke destinacije jer osiguravaju preduvjete da se u sljedećem koraku primjenom QUALITEST-a sagledaju i vrednuju još i sljedeće dimenzije kvalitete resursne osnove, značajne za ukupnost sadržaja ponude na razini turističke destinacije.

Integralna kvaliteta destinacije<sup>666</sup> pretpostavlja kvalitetu proizvoda i usluga svakog sudionika u strukturi ukupne ponude turističke destinacije, kao i učinkovitost menadžmenta

<sup>665</sup> Vidjeti detaljnije: Avelini Holjevac, I., (2002), "Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji" Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija.

<sup>666</sup> "O kvaliteti i upravljanju potpunom kvalitetom", vidjeti u: Avelini Holjevac, I., (2002), "Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji, op. cit. str.3-73.

turističke destinacije (lider) koji mora ustrojiti i sustavno koristiti standardni sustav indikatora, koji je važan za održivi razvoj destinacije. Dakle, kada se prihvati model ustroja menadžmenta turističke destinacije, on mora biti temeljen na načelu integralne kvalitete destinacije, što znači da mora djelovati po načelima **integralnog menadžmenta kvalitete** (*Integrated Quality Management IQM*) na putu ostvarenja vizije, misije i ciljeva razvoja turističke destinacije, definiranih razvojnim modelom. Stoga je potrebno u okviru jedinstvene baze podataka osigurati korištenje sustava indikatora važnih za proces planiranja i kontrolu razvoja. U tu bazu spadaju i indikatori bitni za zaštitu prostora i ublažavanje intenziteta njegova korištenja, zaštitu kulturnih, povijesnih i etnografskih vrijednosti uz poštovanje socijalnih utjecaja, zaštitu prirodnih resursa, s naglaskom na upravljanje čistim i otpadnim vodama, te svim kritičnim točkama ekosustava. Pri tom se uvijek naglasak stavlja na:

- zadovoljstvo turista (potrošača);
- zadovoljstvo lokalnog stanovništva i
- doprinos turizma regionalnom razvoju i lokalnoj ekonomiji.

Djelovanje IQM-a mora biti temeljeno na informacijama iz jedinstvene baze podataka, koji se sustavno prikupljaju po principu ponavljanja, kako bi se mogle pratiti tendencije promjena zadovoljstva gosta, svih sudionika turističke ponude i lokalnog stanovništva, a sve promatrano u kontekstu promjena u trendovima ponude konkurencije, promjenama u turističkoj potražnji i drugim promjenama na globalnom turističkom tržištu. Primarni je naglasak na zadovoljstvo gosta, što zahtijeva korištenje onih indikatora koji će osigurati relevantne numeričke podatke, ali i druge informacije za ocjenu kvalitativnog odnosa na relaciji *nositelji turističke ponude - gost - turistička destinacija* i to prije njegova dolaska u destinaciju (marketinške akcije), tijekom njegova boravka u turističkoj destinaciji (upravljanje turističkom destinacijom) i nakon završetka njegova boravka u turističkoj destinaciji (mjere zadržavanja stalnog gosta). Težište je na kvaliteti turističkog proizvoda i indikatorima kojima se on mjeri (slika 10.2.).

## PITANJA ZA PROVJERU ZNANJA I VJEŽBE

1. Kakva je uloga prostora u razvoju turizma, te objasnite zašto su geofizička svojstva prostora osnovne «sirovine» na kojima se temelji razvoj turističke ponude?
2. Koji će faktori biti presudni za budući turistički razvoj i kakva je uloga upravnih i inspeksijskih organa u zaštiti proklamiranih načela zaštite prostora u praksi.
3. Što predstavlja prihvatni potencijal turističke destinacije, kako se on određuje i definira?
4. Definirajte fizički, psihološki, biološki i sociološki aspekt prihvatnog potencijala?
5. Da li se prihvatni potencijal može shvatiti kao promjenjiva ili nepromjenjiva veličina? Objasnite Vašu tvrdnju.
6. Objasnite prihvatni potencijal turizma s aspekta tržišta, politike razvoja, razvoja proizvoda i kontrolnih točaka tj. izračuna prihvatnog potencijala?
7. Kakva korelacija postoji između optimalnog razvoja turističkog i javnog menadžmenta i povećanja prihvatnog kapaciteta turističke destinacije?
8. Kakvo je stanje danas u Hrvatskoj kada su u pitanju ekspanzivni oblici turističkog prometa i prihvatni potencijal turističke destinacije?
9. Koje su tri grupe parametara važne za određivanje turističkog prihvatnog potencijala.
10. Objasnite scenarij slobodnog razvoja, scenarij intezivnog turističkog razvoja, scenarij alternativnog turističkog razvoja i scenarij održivog turističkog razvoja?
11. Kakve su prognoze Svjetske turističke organizacije /WTO/ o globalnoj turističkoj perspektivi do 2020. godine?
12. Značajni rezultati i učinci hrvatskog turizma postignuti su uz izrazito neracionalno korištenje najkvalitetnijih prirodnih resursa i daleko su ispod razine realno mogućih ostvarenja. U čemu se ogleda to stanje koje je nastajalo godinama?
13. Zašto smatrate da je u Hrvatskoj potrebno promijeniti veličinu i strukturu smještajnih kapaciteta?
14. Kakva je struktura smještajnog proizvodnog kapitala u Hrvatskoj te zašto ona ne zadovoljava?
15. Što podrazumijevamo pod pojmom litoralizacija, te kakve sukobe interesa prouzrokuje ta pojava i zašto do toga dolazi?
16. Što smatramo pod ekspanzivnim, agresivnim i destruktivnim oblicima turističkog prometa?
17. Što je glavni uzrok prostorne i razvojne neravnoteže kao dva glavna preduvjeta održivog razvoja?
18. U kojem smislu vidite kod turizma «poseban oblik subverzije» i destrukcije (pojava suvremenih barbara) i što učiniti da se to prevlada?
19. Kako gledate na suradnju zemalja na Mediteranu u zaštiti okoliša te što podrazumijevamo pod upravljačkim «alatom» kojeg zovemo integralnim upravljanjem obalnim područjima (IUOP).
20. Što se podrazumijeva pod sustavom indikatora održivog turizma prema klasifikaciji WTO-a?
21. Na koje indikatore kvalitete održivi razvoj turizma stavlja najveći naglasak i što su i koji su to indikatori mjerenja kvalitete turističke destinacije?



**11. dio**

**MEĐUSEKTORSKI ODNOSI I EFEKTI  
TURISTIČKE POTROŠNJE**

## 11. MEĐUSEKTORSKI ODNOSI I EFEKTI TURISTIČKE POTROŠNJE

Multiplikativna funkcija turističke potrošnje sastoji se u tome da turistička potrošnja od mjesta gdje je nastala započinje svoje “kružno gibanje” i kroz nekoliko transakcija raspodjeljuje se na glavne djelatnosti uključene u turizam. Te djelatnosti dobivaju alikvotni dio kao svoj prihod koji služi dalje za raspodjelu onim faktorima i djelatnostima koje su bile potrebne za stvaranje dotične usluge ili proizvoda itd.

Taj proces obično se izražava specifičnim modelom multiplikatora, odnosno tzv. multiplikatorom potrošnje.<sup>667</sup>

Induktivna funkcija turističke potrošnje sastoji se u tome što njeno multiplikativno djelovanje inducira nove gospodarske procese i stvaranje novog dohotka u djelatnostima i područjima koji su direktno ili indirektno uključeni u turističko gospodarstvo.

To povećanje dohotka može biti izraženo kvantitativno kao inducirani dohodak na osnovu multiplikativnog djelovanja turizma i to uglavnom proporcionalno kretanju proizvodnje potrebne za podmirenje turističke potrošnje.

Međutim, pojavom turističke potrošnje kao novog tržišta, javljaju se i kvalitativne promjene naročito u sferi proizvodnje koje također omogućuju povećanje dohotka (optimalnije korištenje kapaciteta, proizvodnja u masi, relativno smanjenje fiksnih troškova odnosno troškova po jedinici, mogućnosti povećanja racionalizacije ekonomičnosti i produktivnosti i dr).<sup>668</sup>

Slično kao i kod multiplikativnog efekta moguće je izračunati i koeficijente indukcije, odnosno efekt induktivne funkcije turističke potrošnje na dohodak gospodarstva. Pri tome se u račun uzima samo dohodak i njegovi djelovi koji prolaze kroz nekoliko transakcija (obično 4-5) stvarajući tako induktivni efekat.

Multiplikativna i induktivna funkcija imaju zajedničku karakteristiku da je njihovo djelovanje to jače što je razvijenija turistička potrošnja i obratno. To znači da o veličini turističke potrošnje u velikoj mjeri zavisi razvoj svih djelatnosti uključenih u kompleks turizma, odnosno cjelokupan gospodarski razvitak užeg i šireg područja.

Konverzacijska funkcija turističke potrošnje omogućuje da se mnoga materijalna i nematerijalna dobra koja inače nemaju svojstva robe niti prometnu vrijednost, tretiraju kao specifična “turistička dobra” i uključe u gospodarski proces i tako valoriziraju. To su prije svega prirodni i fizičko-geografski faktori (kvaliteta mora i obale, planine, jezera, termalni

---

<sup>667</sup> Modeli multiplikatora koriste se i u drugim oblastima, ali prilagođeni njihovim specifičnostima. Teorija multiplikatora detaljno je obrađena u radovima: R.F.Kahn, The Relation of Home Investment to Unemployment (Economic Journal, June 1931, I.M. Keynes, General Theory of Employment, Interest and Money, knjiga III, Samuelson, Economic and Introductory Analyiss – Seventh Edition, New York 1967, B.Šoškić, Proizvodnja, zaposlenost i stabilizacija, Suvremene makroekonomske analize, Suvremena administracija, Beograd 1972.), Od radova koji tretiraju primjenu teorije multiplikatora na turizam treba spomenuti: H.G.Clement, The Future of Tourism in Pacific and Far East, Washington 1961, A.Mandarić i I. Antunac, Utjecaj turizma na nacionalnu privredu, Beograd 1965, A. Mandarić, Multiplikativni efekti turizma u Jugoslaviji, Savjetovanje o turizmu, Dubrovnik 1967. prema: S. Marković, Z. Marković, Ekonomika turizma, Školska knjiga, Zagreb, 1972, str. 28 i dalje.

<sup>668</sup> Marković, S., Marković, Z., prvo povećanje dohotka nazivaju “osnovni dohodak”, a drugo povećanje nastalo kvalitativnim promjenama nazivaju “ekstra-dohodak” (Ekonomika turizma, Školska knjiga Zagreb 1972., str. 37). Međutim, induktivni efekti mogu biti i negativni ukoliko se posluje u nepovoljnim uvjetima (deprecirane cijene, neodgovarajući kadar i organizacija, nepovoljni instrumenti ekonomske politike i opći uvjeti privređivanja i dr).

izvori, šume, flora i fauna, klima i dr), geografsko-prometni položaj nekog područja, turistička svijest, tradicija, kultura i standard stanovništva koje daje turističke usluge.

Posebnu grupu nematerijalnih dobara od posebnog značenja u turizmu čine kulturno-povijesni spomenici, vjerski centri, lokaliteti poznati po folklornim, zabavnim i sportskim priredbama i dr.<sup>669</sup>

Sva ova nematerijalna dobra su zapravo nepotrošiva i neprenosiva. Ona često daju osnovni pečat i bazu na kojoj se dalje nadograđuje ostala turistička ponuda dotičnog lokaliteta. Ona nadalje mogu postati izvor stvaranja turističke rente kao ekstra-dobiti u procesu njihove valorizacije.

Multiplikativna funkcija turizma smatra se novom ekonomskom funkcijom u odnosu prema tzv. klasičnim ekonomskim funkcijama turizma. Izračunavanje ove funkcije te utvrđivanje multiplikatora i njegova djelovanja pokazuje da su se u domeni turizma počele primjenjivati složenije međusektorske ekonomske analize. Početna ukupna turistička potražnja zapravo «ne miruje» nego cirkulira gospodarskim i negospodarskim tijekovima uzrokujući značajne ekonomske promjene. Temelj i okvir multiplikativne funkcije turizma proizlazi iz činjenice da se sredstva turističke potrošnje nakon svoje osnovne cirkulacije od mjesta gdje je nastala do mjesta trošenja ne zaustavljaju, nego da njihov najveći dio nastavlja cirkulirati i time dalje utječe na gospodarska zbivanja.

## 11.1. MULTIPLIKATOR TURISTIČKE POTROŠNJE

Svaka jedinica potrošnje, prije nego što izađe iz nekog gospodarstva, na svom cirkulirajućem putu potiče gospodarske procese u kojima stvara veći dohodak nego što iznosi početna potrošnja. Ta potrošnja je svakako dodatna potrošnja koje u nekoj zemlji ne bi bilo da nema turizma. Ona se primarno slijeva u djelatnost ugostiteljstva, prometa, trgovine uzrokujući povećan obujam poslovanja tih djelatnosti iz čega proizlazi i povećanje nacionalnog dohotka. Multiplikator turističke potrošnje je pokazatelj broja jedinica turističke potrošnje koji ona izvrši u nekoj zemlji ( regiji) tijekom jedne godine prije svog bijega iz gospodarskog tijeka. Multiplikativna funkcija nije neka specifičnost turizma, ali je značajno da mnogi stručnjaci smatraju multiplikator turističke potrošnje velikim, a ponekad i najvećim. Međutim, postoje i druga mišljenja. Neke zemlje koje počinju ubrzani turistički razvoj ( naročito zemlje u razvoju) sve se više oslanjaju na investicije iz stranih izvora. Taj strani kapital diktira turističku i ekonomsku stranu objekta na račun autohtonosti pejzaža i financijskih interesa lokalnog okruženja. U kasnijoj eksploataciji znatan dio uloženi inozemnih sredstava vraća se natrag u inozemstvo. Odljev se vrši preko kamata, plaća radnika, uvoza raznih artikala. Zbog tih razloga multiplikativni efekti turizma su znatno manji od mogućih.

Već prva iteracija turističke potrošnje pokazuje vezu između turizma i niza drugih privrednih i neprivrednih djelatnosti. Ostale iteracije znače daljnju potvrdu povezanosti turističke potrošnje sa svim kanalima nacionalnog gospodarstva. Djelovanjem na visinu i strukturu turističke potrošnje zapravo se utječe na cjelokupan ekonomski razvoj zemlje. Multiplikatorska analiza je između ostalog pogodna i za simuliranje budućeg razvoja jer osvjetljava utjecaje turističke potražnje unutar nacionalne ekonomije, iako multiplikatorska analiza obično daje bolje rezultate na kraći rok. Ako se projicira budući razvoj turističke pojave potrebno je unaprijed objasniti razne okolnosti kojima se formira model multiplikatora.

---

<sup>669</sup> O tome vidi detaljnije: Marković, S., (1970), Odnos kulturnog i ekonomskog doprinosa turizma u suvremenom društvenom razvitku, časopis Dubrovnik br. 3., i Marković, Z., (1962), Kulturno-historijski spomenici i turizam, časopis Turizam 8, Zagreb.



Multiplikativna funkcija turizma tumači se tezom da se sredstva turističke potrošnje nakon svoje osnovne cirkulacije, od mjesta gdje su nastala do mjesta potrošnje, ne zaustavljaju nego da njihov najveći dio nastavlja cirkulirati i time dalje utječe na gospodarska zbivanja.

Nakon što se turistička potrošnja u prvoj transakciji raspodjeljuje na glavne djelatnosti iz užeg kruga tzv. turističkog gospodarstva, u drugoj transakciji, pošto je svaki pojedinačni čimbenik turističkog gospodarstva primio turističku potrošnju kao svoj prihod, mora i sam najveći dio tog prihoda raspodijeliti i isplatiti usluge i robe trećih. Multiplikator sam po sebi označuje prosječni broj obrtaja, odnosno iteracija, što ih vrši svaka realizirana zajednica potrošnje u tijeku svoje cirkulacije u jednoj godini, a prije svog konačnog izlaska iz gospodarskog tijeka. Bit multiplikativne funkcije potrošnje je u tezi da se prelijevanjem bruto vrijednosti iz ruke u ruku pokreću novi gospodarski procesi. Multiplikativni učinak proizlazi iz istoimene multiplikacijske funkcije turizma. Što je veći broj transakcija koje se izvrše turističkom potrošnjom tijekom jedne godine, toliko će biti veći multiplikacijski učinak turizma. Određuje se tako da se vrijednost koja je jednom ušla u gospodarski tijek potrošačkim aktom u prvoj, tj. osnovnoj transakciji pomnoži s prosječnim brojem iteracija u kojima ona sudjeluje.

Ako pođemo od višestruko složenog tzv. multiproizvoda, koji inače karakterizira turističko gospodarstvo, jasno ćemo uočiti učinke turizma na ekonomiju. Pođemo li od turističke ponude koja se temelji na atrakciji, transportu, smještaju, infrastrukturi, trgovini, ugostiteljstvu i drugim djelatnostima, jasno je da će turistička atraktivnost biti poticaj dolasku turista, odgovarajući transport će omogućiti njihov dolazak, a smještajni kapaciteti, trgovina i ugostiteljstvo će omogućiti njihov boravak. Infrastruktura će dakle sve to učiniti mogućim. Međutim u nerazvijenim je zemljama postojeća infrastruktura neadekvatna i otežava ubiranje plodova na komparativnim prednostima. Upravo se ciljevima općenitog razvoja nastoji izgraditi infrastrukturu koja je prijeko potrebna za ekonomski razvoj. Turizam i njegove potrebe su dakle odlučujući čimbenici razvoja. Izgradnja autocesta, zrakoplovnih luka i ostale infrastrukture potrebne radi dostupnosti turističkoj regiji ili lokalitetu stimulirat će regionalnu ekonomiju na način da stvara potražnju za industrijom i lokalnim uslugama. Turizam omogućuje razvoj bazne infrastrukture koja predstavlja temelj svakom drugom ekonomskom napretku. Izgradnja turističke infrastrukture služi i drugim sektorima, bilo industrijskim ili poljoprivrednim, i tad on nije konkurent već ima komplementarno svojstvo.

## 11.2. IZRAČUNAVANJE MULTIPLIKATORA

Novac utrošen za turističke robe i usluge cirkulira vršeći određeni utjecaj na nacionalnu ekonomiju. On kola sve dok ne izađe u inozemstvo ( radi plaćanja uvoza ili kao planirana investicija) ili na neki drugi način. Vrijeme promatranja tog kolanja odnosno izračunavanja turističkog multiplikatora je jedna godina.

Tablica 11.1: Godišnja procjena prometa (opcija) od 1000 \$ turističke potrošnje

KATEGORIJA POTROŠNJE	BROJ TRANSAKCIJA					UKUPNA POTROŠNJA	GODIŠNJI OPTJECAJ PO 1\$
	1	2	3	4	5		
Smještaj	250	250	178,0	112,0	65,5	855,5	3,42
Hrana i piće	320	320	211,0	137,0	63,5	1051,5	3,29
Kupovanje	250	250	149,0	89,5	48,5	787,0	3,15
Izleti i zabava	100	100	70,5	41,0	25,0	336,5	3,37
Lokalni transport	50	50	29,0	16,5	7,5	153,0	3,06
Ostalo	30	30	16,5	9,0	4,5	90,0	3,00
UKUPNO	1000	1000	654,0	405,0	214,5	3273,5	19,29

Izvor: Cicvarić, A., *Ekonomika turizma, Poduzeće za grafičku djelatnost, Samobor, Zagreb, 1990.*, str. 25

Kad bi se prema promatranj vrsti potrošnje procjenjivalo daljnjih 8 transakcija, ustanovilo bi se da je ukupna potrošnja za njih samo 211.1 \$ , odnosno ukupna potrošnja je za 5 transakcija 3273,5 \$, a za 13 bi bilo 3484,6 \$. Međutim, prvih pet transakcija se vrši u jednoj godini što jest jedinica promatranja.

Razvijenija zemlja, tj. ona što ima razvijenije gospodarstvo ima veću cirkulaciju inicijalne turističke potrošnje, a prema tome i veći turistički multiplikator. Novac koji turisti troše u hotelima i drugim turističkim poduzećima i koji oni i dalje troše u raznim sektorima turističke ekonomije ne ostaje na jednom mjestu. On nastavlja dalje mijenjajući vlasnika. U sljedećim fazama svog prometa u gospodarstvu novac se neprestano pretvara u dohodak koji kako se utroši dovodi do novog dohotka. Što je veći broj ruku kroz koje prolazi novac turista, to je veći utjecaj turizma na ekonomiju. Ova serija pretvaranja kupovne moći turista u dohotke predstavlja višestruki efekt turizma. Što je uža teritorijalna jedinica za izračunavanje multiplikatora to će on biti manji, jer je mogućnost bijega potrošne jedinice iz lokalnog gospodarstva mnogo veća.

### 11.3. OSNOVNE VRSTE TURISTIČKOG MULTIPLIKATORA

Postoje tri osnovne vrste turističkog multiplikatora:<sup>670</sup>

- 1. Dohodovni multiplikator**, koji pokazuje koliko se povećao direktni i dodatni dohodak (prihod) rezidenta na jedinicu turističke potrošnje;
- 2. Multiplikator zaposlenosti** koji pokazuje koliko se povećala zaposlenost (direktna i indirektna) na određeni broj jedinica turističke potrošnje u regiji.
- 3. Prometni ili transakcijski multiplikator**, koji pokazuje koliko je jedinica potrošnje stvorio promet u regiji

<sup>670</sup> Cicvarić, A., *Ekonomika turizma, Poduzeće za grafičku djelatnost, Samobor, Zagreb, 1990.*, str. 259

## 11.4. OPĆI OSVRT NA IZRAČUNAVANJE TURISTIČKOG MULTIPLIKATORA

Poznato je da turistička potrošnja uslijed toga što izaziva međusektorske odnose i što se prelijeva iz sektora u sektor stvara određene multiplikativne efekte, odnosno javlja se kao multiplikator gospodarskih procesa.

Za razliku od investicijskog multiplikatora<sup>671</sup> koji se najčešće primjenjuje u stručnim analizama, u turističkoj potrošnji više odgovara utvrđivanje tzv. multiplikatora potrošnje. Multiplikator potrošnje u turizmu uglavnom se utvrđuje na temelju potrošnje inozemnih turista, budući da to predstavlja novi dodatni impuls narodnom gospodarstvu i kao takav ulazi u cirkulaciju. To je zapravo svojevrsan izvoz i kao takav ima pozitivan učinak na dohodak, tj. «povećanje izvoza dovodi ne samo do odgovarajućeg ( primarnog) porasta dohotka nego i do sekundarnih kretanja koja mogu inducirati daljnji i veći porast dohotka».<sup>672</sup>

Osnovni smisao funkcije turističke potrošnje kao multiplikatora gospodarskih procesa sastoji se u tome, da novac koji je turist potrošio lančano nastavlja svoj put u sve djelatnosti koje su direktno ili indirektno sudjelovale u stvaranju turističke usluge, odnosno potrošnje. U tom svom kružnom kretanju stvara i multiplicira prihode u tim djelatnostima, koji inače ne bi nastali da nije bilo te turističke potrošnje.

U vezi s time dr K. Krapf tvrdi da «što više prvotni novac mijenja ruku da bi se svaki puta iznova trošio, to je osjetljiviji i jači utjecaj turizma na gospodarstvo. Taj neprekinuti niz indukcija i preobrazbi turističke kupovne moći u dohotke – troškove na sekundarnom, tercijarnom stupnju, pa sve do n- tog stupnja, predstavlja multiplikativni efekt turizma».<sup>673</sup>

Njegov multiplikativni efekt zaustavlja se tek radi plaćanja uvoza, investicija u inozemstvu, i sl., kada se prekida njegovo ekonomsko kruženje kretanja. Taj trenutak u pojedinim zemljama, pa i regijama zavisi o stupnju njihovog razvoja.

S.N. Chib tvdi da «u visoko razvijenim zemljama pošto je uvoz manji i gubici su manji, a multiplikativni efekt je preko 5.5. prije nego što novac nestane može doći do 13 ili 14 transakcija, a za prvih dvanaest mjeseci moguće je 5 ili 6 transakcija».<sup>674</sup>

Primjenu teorije multiplikatora na turistički razvoj najviše je u svojim radovima proširio H.G.Clement.<sup>675</sup> On je pratio dinamiku inicijalnog zadatka koji proizlazi iz turističke potrošnje, te njegovog utjecaja na prirast narodnog dohotka. Pri tome je koristio Keynesovu formulu za izračunavanje investicijskog multiplikatora, koju je prilagodio za analizu ove vrste. Tako dobivena opća formula turističkog multiplikatora glasi

---

<sup>671</sup> Investicijski multiplikator predstavlja koeficijent koji pokazuje povećanje dohodaka u odnosu na povećanje investicija. Ovaj multiplikator izračunavali su R.F. Kahn i J.M. Keynes u svojim teorijskim razmatranjima efekata investicija.

<sup>672</sup> Obradović, S., (1962), Uvod u analizu spoljne trgovine, Naučna knjiga, Beograd, str. 96.,

<sup>673</sup> Krapf, K., Turizam kao faktor u ekonomskom razvoju, prema Cicvarić, A., op.cit. str. 203.

<sup>674</sup> Chib, S., N., Le tourisme dans les pays en voie de developpement, IUOTO, Travel Research Journal, No 4, a prema navodima K. Krapf, Turizam kao faktor u ekonomskom razvoju, Konferencija OUN o međunarodnim putovanjima i turizmu, OUN- Ekonomski i socijalni savjet, Rim, 1963. , prema: Cicvarić, A., op. cit.str. 203.

<sup>675</sup> Izvorni opći model za izračunavanje multiplikatora navodi se u H.Clement, The Future of Tourism in the Pacific and Far East, Washington, 1961.

$$K = \frac{1}{1 - \frac{\Delta C}{\Delta R}}$$

gdje je

$K$  = turistički multiplikator (koeficijent multiplikacije)

$\Delta C$  = porast potrošnje

$\Delta R$  = porast dohotka

$\frac{\Delta C}{\Delta R}$  = marginalna sklonost trošenju

Vodeći računa o različitim stanjima u pojedinim promatranim zonama u okviru neke regije, Clement je utvrdio da se taj turistički multiplikator kreće između 3,2 i 4,3.

Ove analize nastale su 60-ih godina ovog stoljeća i predstavljaju najvažniji doprinos prikazivanju induciranih impulsa uključenih u turizam i njegovog udjela u porastu cjelokupne narodne ekonomije.

Međutim, iako izračunavanje turističkog multiplikatora ima svoje opravdanje, ipak su se sa strane mnogih ekonomista počele javljati izvjesne ograde i kritički osvrti, prvenstveno na polaznu bazu od koje Clement u svojim izračunavanjima polazi.

U tu svrhu navodimo kritička mišljenja nekoliko autora. Alberto Sessa u svojoj studiji o politici razvoja turizma navodi ove autore:<sup>676</sup>

N.Vanhove<sup>677</sup>-«To je svojstveno njegovom modelu gdje Clement miješa poznavanje viška novca koji karakterizira jednu transakciju s poznavanjem dohotka (prihoda), a ujedno sugerira upotrebu ovog multiplikatora za ocjenu visine kojom turizam sudjeluje u narodnom dohotku».

N.Vanhovne smatra da treba razlikovati različite tipove multiplikatora koje naziva «(1) multiplikator prihoda i inicijalne dodatne vrijednosti, (2) multiplikator prihoda turističke potrošnje i (3) multiplikator transakcija».<sup>678</sup>

U odnosu na Clementove postavke i rezultate N.Vanhove dalje zaključuje<sup>679</sup>

- a) da se rezultati različitih prezentiranih multiplikatora ne očituju neophodno krajem godine,
- b) da do danas prezentirani multiplikatori ne vode računa o oticanju novca u obliku štednje i poreza,
- c) da se multiplikatori prihoda inicijalne dodatne vrijednosti osjetno ne razlikuju od analognih multiplikatora u drugim sektorima ekonomike,
- d) da se za ocjenu ove aktivnosti mogu uzeti u obzir i drugi faktori kao što su marginalni koeficijenti kapitala, zaposlenosti, prihoda od izvoza i stope porasta».

F. Mitchell:<sup>680</sup> « U najvećem dijelu razmatranja multiplikator se primjenjuje na pogrešnoj bazi. Oni zanemaruju razlikovanje između bruto nacionalnog dohotka ostvarenog sa strane turizma i porasta neto vrijednosti u okviru bruto nacionalnog dohotka koji se može pripisati direktno turizmu. Kad bi te dvije vrijednosti bile jedne te iste (što se pretpostavlja sa

<sup>676</sup> Vidi detaljnije: Sessa, A., *Turismo e politica di sviluppo*, Editrice Universitaria Venezia, Venezia, 1976., str. 51-63

<sup>677</sup> *Critical considerations of the tourist multiplier, CET*, Université d' Aix-en-Provence, 1975, str. 12:

<sup>678</sup> *Ibid.*, str. 58

<sup>679</sup> *Ibid.*

<sup>680</sup> Mitchell, F., (19971), *The economic impact of tourism, Sweden*, str. 19

strane teoretičara tipičnog multiplikatora), to bi impliciralo da bi u odsutnosti turizma svi lokalni resursi bili angažirani sa strane stanovnika u raznim oblicima potrošnje».

Nadalje, René Baretje i Pierre P. Defert u svojim kritičkim osvrtima smatraju:<sup>681</sup>

- a) Clement ne uzima dovoljno u obzir tzv. «sukcesivno razdoblje dohotka « koje predstavlja «razdoblje od trenutka stjecanja dohotka, koji se zatim u cjelosti ili djelomično potroši, i trenutka kada se potrošene svote ponovno pojavljuju u obliku dohotka. Ta «razdoblja dohotka» mogu biti duža ili kraća, što se neminovno mora odraziti na parcijalne rezultate (npr. na kraju jedne godine), iako ne i na konačni rezultat multiplikatora.
- b) Marginalna sklonost trošenju koju Clement koristi u formuli nije konstanta nego je treba stalno provjeravati i korigirati. Pri tome naročito treba voditi računa o visini nacionalnog dohotka i njegovoj raspodjeli, ukusima i običajima pojedinca, itd.
- c) Clement je formirao svoj model turističkog multiplikatora pored ostalog i na pretpostavci odjednom izvršenog utroška. Međutim, indirektni učinci se održavaju znatno duže, te mogu ostvariti nekoliko «razdoblja dohotka».
- d) Inflacija odnosno porast cijena (ovisno o njihovom intezitetu) može ozbiljno smanjiti očekivane multiplikativne efekte, što svakako treba uzeti u obzir.
- e) Clement s pravom spominje mogućnost «bjegova» novca dobivenog multiplikacijom turističke potrošnje i to u obliku kapitalizacije, uvoza i dr. Ako se to primjeni na razmatranje jedne regionalne privrede može se reći da su ti «bjegovi» češći i veći ako dotična regija ima «monoprivredu» ili «monoprodukciju», jer se za zadovoljenje turističke potrošnje na svojem području mora uvoziti dobra, usluge, radnu snagu i kapital iz drugih regija. Slični zaključci vrijede i za turističku potrošnju na širem nacionalnom nivou.

R. Baratje i P. Defert dalje smatraju da je turistički multiplikator praktičnije i realnije sagledati i analizirati u regionalnim okvirima, ali uz pretpostavku stalnog praćenja i mjerenja relativnih veličina. Zaključno treba navesti i mišljenje P. Deferta koji kaže:<sup>682</sup> «Treba požaliti da unatoč njegove česte primjene u studijama, multiplikator biva skoro ignoriran sa strane državne administracije i da ne biva nikad spomenut u bilo kojem oficijelnom turističkom izvještaju. Postoji strah od neznanja čitalaca ili slušalaca dnevnog programa...ili strah od ekonomske nauke?».

Značajnije promjene u odnosu na nekritičko prihvaćanje Clementove teorije nastupile su početkom osamdesetih godina prošlog stoljeća, čemu je svakako značajan doprinos dala knjiga I. Antunca na temu «Turizam i ekonomska teorija», 1985. godine. Zahvaljujući temeljitoj kritičkoj analizi, I. Antunac je u posebnom dijelu te knjige:»Potrošnja inozemnih turista i teorija multiplikatora» ukazao na neutemeljenost i zablude Clementove teorije «turističkog multiplikatora», negirajući njenu vrijednost uz argumentiran zaključak da su kvantifikacije na kojima se bazira ta teorija netočne, preuveličane, nedokumentirane i znanstveno nedokazane.<sup>683</sup>

Ako se sumiraju različita mišljenja vodećih stručnjaka na području proučavanja turizma, tada se može dobiti opći zaključak da multiplikativni efekti u turizmu postoje, da ih treba stalno proučavati i pratiti, samo što u izračunavanju i interpretaciji dobivenih

<sup>681</sup> R. Baretje, Pierre P. Defert, *Aspects économiques du tourisme*, Paris, 1972, str.216-222.,prema Sessa, A., op.cit.str.

<sup>682</sup> P.Defert, *Le Tourisme – Reflexions et mise en oeuvre*, in *Recherche Sociale*, n. 48, Paris, 1973.prema Sessa, A., op.cit.

<sup>683</sup> Vidi rad:Kobašić, A.,(2003), *Od multiplikatora do turističke satelitske bilance /TSA/-Odmaci teorije od prakse*, *Tourism and Hospitality Management*, Wifi Osterreich-Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, str.59., gdje autor navodi još autora koji ukazuju na zablude nekih pobornika Clementova multiplikatora.

multiplikatora treba biti oprezan. Ovo je posebno značajno za izračunavanje turističkih multiplikatora na razini regija, jer se smatra da se u tim okvirima mogu dobiti realniji rezultati.

Ovakva razmatranja u turističkoj praksi su u začetku, tako da bilo kakva istraživanja ove vrste mogu korisno poslužiti.

Neophodnim dezagregiranjem sektora može se doći do zadovoljavajućeg stupnja zastupljenosti, za kojeg se ocjenjuje da mu obuhvatnost iznosi vrlo visoko/ oko 95%/ od ukupnih stvarnih tekućih transakcija u okviru turističke potrošnje promatrane regije.<sup>684</sup>

1. U međusektorsku tabelu ulaze svi sektori koji sudjeluju u turističkom privređivanju ( a koji su prethodno definirani ), odnosno koji sačinjavaju kompleksan «turistički proizvod».

S time je postignut visok stupanj dezagregiranosti, isto tako visok stupanj zastupljenosti sektora( oko 95%).<sup>685</sup>

2. Iako je turističko ugostiteljstvo izraziti «potrošni» sektor u svim obilježjima finalne potrošnje, on se u projekciji međusektorske tabele stavlja u reprodukcionu potrošnju, iako su njegovi outputi gotovo beznačajni što potvrđuje njegov «potrošni» karakter.

3. Stavljajući u ovoj prvoj projekciji modela sve sektore u reprodukcionu potrošnju, odnosno u matricu [A], dobiju se uglavnom svi utrošci (obuhvatnost oko 95%) za «proizvodnju» kompleksne turističke usluge.

Veličina i struktura udjela svakog sektora u njegovom outputu ( $\sum_j^n x_{ij}$ ) i njegovom inputu( $\sum_i^n x_{ij}$ ) neophodno je definirati.. S time se ujedno može utvrditi rang važnosti pojedinog sektora u formiranju turističkih usluga.

4. Kao finalna potrošnja obuhvaćena je ona potrošnja turista koja se ostvaruje izvan reprodukcione potrošnje, a ujedno kompletira čitavu potrošnju u okviru turističkih usluga.

Prema tome, u finalnoj potrošnji obuhvaćeni su iznosi koje turisti troše kao osobnu potrošnju. K tome su kao «ostalo» posebno prikazuju dodatni dijelovi koji se odnose na osobnu potrošnju stanovništva, zatim na opću potrošnju, izvoz, investicije i za formiranje rezervi.

5. Bilančne i tehničke relacije daju se uglavnom u obliku jednadžbi i nejednadžbi.<sup>686</sup>

Takav metodološki pristup daje ovakvu bilančnu reakciju

$$x_i = \sum_j^n x_{ij} + y_i \quad (11.1.)$$

Pri čemu je:

$x_i$  = ukupna proizvodnja (potrošnja) nekog sektora u okviru turističke potrošnje

$x_{ij}$  = reprodukciona potrošnja pojedinih sektora (j = 1,2,...n)

$y_i$  = osobna potrošnja turista

<sup>684</sup> Montana, M., op.cit. str. 116.

<sup>685</sup> Ibid. Str.116.

<sup>686</sup> O tome detaljnija teorijska razrada nalazi se npr. u Sekulić, M., (1968), Primjena strukturnih modela u planiranju privrednog razvoja, Ekonomski fakultet Zagreb, zatim u dr. B. Horvat, (1962), "Međusektorska analiza", Narodne novine, Zagreb, itd.

Osim toga, treba uzeti u obzir tehničku relaciju da je

$$x_{ij} = a_{ij} x_j \quad (11.2.)$$

pri čemu je:

$a_{ij}$  = tehnički koeficijent utrošaka u turizmu

$x_j$  = ostvarena proizvodnja sektora  $j$

S time se uvodi funkcionalna veza između reprodukcione potrošnje nekog sektora  $s$  utrošcima njegove proizvodnje.

Zamjenom i uvrštavanjem (11.2.) u (11.1.) dobije se

$$x_i - \sum_j a_{ij} x_j = y_i$$

Kasnije će se u konkretnom primjeru vidi da su u turizmu vrijednosti za  $y_i$  pojedinih sektora vrlo različite.<sup>687</sup>

Da bi se utvrdile daljnje međusektorske veze potrebno je utvrditi funkcionalnu ovisnost sektora unutar inputa i outputa i tako dobiti odgovarajući strukturni model. U tu svrhu, mogu se upotrijebiti matrice tehničkih koeficijenata, odnosno matrice tehnologije.

U formiranoj tabeli tekućih transakcija numerički podaci za svaki sektor prikazani su u tri dijela i to kao:

- d) reprodukciona potrošnja ( $x_{ij}$ )
- e) finalna potrošnja ( $y_i$ )
- f) ukupna potrošnja (proizvodnja)  $x_i$

S time je ujedno izvršena priprema za izračunavanja tehničkih koeficijenata i formiranje odgovarajućih matrica. Osnovne relacije koje se kod toga dobiju su bilančne i tehničke relacije, iz čega se uočavaju ovisnosti između i unutar sektora. Primjenjene bilančne relacije pretpostavljaju stalnu ravnotežu između proizvodnje i potrošnje, što se za potrebe ovih razmatranja može prihvatiti.

Tehnička relacija aproksimirana je kao linearna funkcija oblika

$$x_{ij} = a_{ij} x_j + c_{ij}$$

Pri čemu je:

$a_{ij}$  = tehnički koeficijent

$c_{ij}$  = fiksni trošak proizvoda sektora  $i$  u proizvodnji sektora  $j$ .

---

<sup>687</sup> Montana, M., op.cit.str. 118.

Međutim, može se utvrditi da se u turističkoj privredi ( $c_{ij}$ ) gotovo može zanemariti i da je proporcionalnost nivoa proizvodnje (odnosno troškova) s kretanjem turističkog prometa veoma naglašen. To znači da parametar  $a_{ij}$  postaje osnovni element ove tehničke relacije i da se ona može izraziti u obliku.

$$x_{ij} = a_{ij}x_j$$

6. Prikazivanje transakcija turističke potrošnje u okviru jedne godine dobiva se statički model u kojem je moguće izvršiti komparativnu analizu njegove strukture koja u datom momentu egzistira. Kod toga se ne vide dinamički procesi koji se u praksi javljaju, što je sigurno izvjesan nedostatak pristupa. Međutim, da bi se obuhvatili i proučili i dinamički procesi potrebno je znatno više informacija koje u praksi nije moguće dobiti bez dugotrajnih izvornih istraživanja.

7. Nakon definiranja sektora koji ulaze u turizam kao složeni ekonomski sustav, formira se najprije sektorska tabela. Analizom međusektorskih odnosa unutar nje utvrđuje se tzv. rang važnosti pojedinih sektora, a iz toga se može dalje formirati reducirana međusektorska tabela sa svega tri sektora. Pri tome treba i sektore turističkog ugostiteljstva kao izraziti «potrošni» sektor prebaciti u finalnu potrošnju ( $y$ ), što zapravo predstavlja novinu u metodološkom pristupu i tretiranju ove vrste specifične potrošnje.

8. Treba ponovno naglasiti da ovako dobiveni strukturni model ne predstavlja ukupne međusektorske odnose obuhvaćenih sektora u prikazanoj tabeli, nego samo jedan njihov dio koji je najuže povezan s turističkim privređivanjem, odnosno turističkom potrošnjom. Svaki sektor proizvodi još i za druge oblike potrošnje (npr. za stanovništvo), ali se oni ovdje samo usputno dodaju izvan reprodukcione potrošnje.

To znači da se svaki sektor i njegovi odnosi raščlanimo po kriteriju «pretežnog tržišta», tj. za koje se tržište proizvodi (u modelu prikazano kao finalna potrošnja  $Y$ ) i kolika je reprodukciona potrošnja pojedinih sektora za taj dio ukupne potrošnje.

Navedeni sektori u međusektorskoj tabeli definirani su kao grupe pripadajućih proizvoda i usluga. To znači da je uzet proizvod kao jedinica klasifikacije, a ne organizaciona jedinica (pogon, poduzeće i sl., prema tome, ako poduzeće u svom satavu ima više djelatnosti (npr. ugostiteljstvo, trgovinu, turističku agenciju, poljoprivredu i sl.), svaka od tih djelatnosti se odvaja i svrstava u pripadajući sektor.

Takav metodološki pristup u definiranju i komponiranju sektora ne daje mogućnost usporedbe sa zvaničnim izvorima i podacima koje daje gospodarska statistika, jer se oni temelje uglavnom na organizacionom principu.

Iz outputa se formiraju inputi koji predstavljaju sadržaj i pokazuju utroške u pojedinim sektorima, te daju strukturu njihove reprodukcione potrošnje.

Za proizvodnju za potrebe turističke potrošnje ti outputi koji iz pojedinih sektora idu u ostale sektore i u njih ulaze kao inputi, sažeto se mogu prikazati ovako:<sup>688</sup>

### ***Poljoprivreda***

a) poljoprivreda daje:

- ratarstvu : sjeme za proizvodnju žitarica, prirodna gnojiva,

---

<sup>688</sup> Vidi detaljnije: Montana, M., op. cit.str. 123-129.



- voćarstvu i vinogradarstvu : nasade i sjeme za novu proizvodnju, prirodna gnojiva,
- stočarstvu : za peradarstvo (jaja za priplod, žitarice i ostale poljoprivredne proizvode za prehranu peradi), za svinjogojstvo (rasplod, prehrana poljoprivrednim proizvodima), za govedarstvo i ovčarstvo (rasplod, mlijeko, travu i druge poljoprivredne proizvode za prehranu),
- cvjećarstvu : sjeme, kaleme, prirodna gnojiva, rasade
- ribarstvu : mlađ, poljoprivredne proizvode za uzgoj.

b) industriji daje : žitarice za mljevenje, (za proizvodnju kruha, peciva, tjestenine, slastica), stoku razne vrste za klanje i preradu mesa, razne sirovine odnosno proizvode za preradu kao što su voće, povrće, mlijeko, koža, šećerna repa, riba, šumski plodovi, razno industrijsko bilje, razni koncentрати, razno cvijeće za proizvodnju ulja i masnoća i dr.

c) trgovini daje : razne poljoprivredne proizvode (svježe voće i povrće, cvijeće, ribu, meso i dr.) radi trgovine na veliko i malo,

d) saobraćaju (unutar regije) daje : -

e) turističkom ugostiteljstvu daje : sirovine i gotove proizvode za pripremu hrane (svježe meso, ribu, mlijeko, voće, povrće, školjke i rakove, vino i dr), cvijeće i ukrasno bilje, vosak, med,

f) turističkim agencijama daje : -

g) zanatstvu daje : sirovine za izradu suvenira, korpi, torbica i dr.

h) Komunalnoj privredi daje : sjeme, nasade i prirodna gnojiva za uređenje parkova i zelenih površina u turističkim zonama.

## **Industrija**

a) poljoprivredi daje: umjetna gnojiva, zaštitna sredstva, gorivo i mazivo, električnu, energiju, razne rezervne dijelove, gume, ostale razne kemijske proizvode, krmiva za stoku, koncentrate, raznu ambalažu,

b) industriji daje: električnu energiju, razne rezervne dijelove, gorivo i mazivo, plin, papir, sredstva za čišćenje i dr, razne kemijske proizvode, staklo, plastične mase, tkanine, raznu ambalažu,

c) trgovini daje: električnu energiju, plin, gorivo i mazivo, rezervne dijelove, papir, tkanine, sredstva za čišćenje,

d) saobraćaju (unutar regije) daje: gorivo i mazivo, rezervne dijelove, gume, sredstva za čišćenje,

e) turističkom ugostiteljstvu daje: razne prehrambene proizvode za daljnju doradu (meso, brašno, kruh, tjestenina, masnoća, šećer, prerađevine voća i povrća, koncentrate i ekstrate, razne mliječne proizvode, alkoholna i bezalkoholna pića i dr), zatim električnu energiju, gorivo i mazivo, plin, sredstva za čišćenje, rezervne dijelove, razne tkanine (plahte, stolnjake, salvete i dr), papir i proizvode od papira, staklo, predmete od plastičnih masa, gumu, filmove i ostali propagandni materijal, raznu ambalažu, rezervne dijelove,

f) turističkim agencijama daje: gorivo i mazivo, gume, rezervne dijelove, sredstva za čišćenje, tkanine, filmove i ostali propagandni materijal, raznu ambalažu,

g) zanatstvu daje: kozmetiku, sredstva za čišćenje i druge proizvode kemijske industrije, električnu energiju, plin, drvo, plastične mase, keramiku, za izradu suvenira, tkanine, kožu i dr

h) komunalnoj privredi daje: električnu energiju, gorivo i mazivo, rezervne dijelove, plin, sredstva za čišćenje, umjetna gnojiva i sredstva za zaštitu parkova i nasada.

## ***Trgovina***

Trgovina je ovim međusektorskim odnosima tretirana na poseban način. Polazilo se od toga da ovaj sektor služi uglavnom kao posrednik između proizvodnje i potrošnje, a ne kao proizvođač onih proizvoda koje prodaje. Zbog toga je vrijednost tih proizvoda i usluga ušla u sektore kojima pripadaju, a u outputima trgovine samo pripadajuća marža.

To dalje znači da se vrijednost proizvoda i usluga pojedinih sektora koji su plasirani kroz trgovinu iskazuju u finalnoj potrošnji tih sektora, ali po «cijeni proizvođača», tj. bez marže u trgovini tim proizvodima.

To je u turističkoj potrošnji dosta značajno jer najvažniji sektori poljoprivreda i industrija svoje proizvode uglavnom plasiraju preko trgovine.

Osim toga, treba naglasiti da u našoj sadašnjoj praksi u trgovini postoji nenormalna pojava a to je da u toj sferi posredovanja posluje više posrednika od kojih svaki zaračunava svoju maržu i tako konačno korisniku nepotrebno povećava nabavnu cijenu. To se vidi i u relativno visokim outputima trgovine u nekim sektorima (posebno u samoj trgovini) u međusektorskoj tabeli.

### ***Sobraćaj (unutar regije)***

Ovaj sektor daje svim ostalim sektorima usluge prijevoza robe, a naročito putnika sa svojim voznim parkom. Pri tome nisu obuhvaćene vrijednosti prevezenih proizvoda (koje su ušle u pripadajući sektor), nego samo prijevozni troškovi.

### ***Turističko ugostiteljstvo***

Za ovaj sektor treba istaći jednu specifičnost koja ima svojeg odraza i u formiranju međusektorske tabele. Naime, jedan veliki dio «proizvodnje» ugostiteljstva općenito, a pogotovo turističkog, predstavlja priprema gotovih i polugotovih jela te raznih napitaka putem kuhanja i drugih načina pripreme. To zahtijeva posebne normative, recepture, tehnološki postupak i organizaciju, te traži i svojevrsnu reprodukciju potrošnju. Da bi se to podmirilo potrebni su i odgovarajući outputi iz drugih sektora koji zatim formiraju inpute u ovom sektoru. Prema tome, to je svojevrsna proizvodnja s karakteristikama pravih «proizvodnih» sektora, a ne samo posrednika između proizvodnje i potrošnje.

Međutim, drugi dio koji je manji u ukupnom prometu ugostiteljstva, čini prodaju raznih gotovih proizvoda industrije, poljoprivrede i zanatstva, kao što su cigarete, razglednice, razni suveniri, galanterija, flaširana pića, filmovi i dr. Ova vrsta prometa ima karakteristike trgovine i tako ga treba i tretirati u međusektorskim odnosima. Zbog toga je za ovaj dio uzeta u obzir samo marža koja ostaje u turističkom ugostiteljstvu, a vrijednost dotičnih proizvoda prikazuje se u pripadajućim sektorima.

Prema tome, u inputima u turističko ugostiteljstvo zastupljeni su sektori koji podmiruju reprodukciju potrošnju, odnosno proizvodnju u ovom specifičnim sektoru, a njegovi outputi predstavljaju jednim dijelom maržu od prodaje raznih gotovih proizvoda (tj. od bavljenja trgovinskom djelatnošću), te drugim dijelom od davanja ugostiteljskih usluga ostalim sektorima (npr. turističkim agencijama za «njihove turiste», razni poslovni sastanci, ručkovi i sl.), što također spada u njihove materijalne troškove, odnosno reprodukciju potrošnju.

## ***Turističke agencije***

Ovaj sektor ima relativno male outpute u druge sektore, a odnose se uglavnom na provizije od raznih vrsta usluga (mjenjačnice, informacije, organizacije putovanja i sl.)

S druge strane inputi u ovaj sektor su znatno intezivniji, naročito iz industrije ( gorivo, mazivo, rezervni dijelovi, propagandni materijal, sredstva za čišćenje i dr.), turističkog ugostiteljstva (za pružanje ugostiteljskih usluga za vrijeme transfera turista u organizaciji turističkih agencija), zatim komunalne privrede, saobraćaja unutar regije i trgovine.

## ***Zanatstvo***

Za potrebe prikazivanja turističke potrošnje i njenih međusektorskih odnosa, u sektoru zanatstva obuhvaćeno je uslužno zanatstvo te proizvodnja suvenira. Iz toga proizlaze i outputi ovog sektora koji su najznačajniji za turističko ugostiteljstvo u kojem zanatstvo daje najviše usluga održavanja i servisiranja razne opreme. Slične usluge daje i drugim sektorima, ali u znatno manjoj mjeri. U okviru svojih inputa zanatstvo najviše prima od industrije (razni potrošni materijal, alate, električnu energiju, gorivo i dr.)

## ***Komunalna privreda***

U okviru ovog sektora najznačajnije stavke koje se daju drugim sektorima su potrošnja vode, troškovi odvoza smeća, održavanje čistoće ulica, parkova i plaža, korištenja kupališta (koji nisu u sastavu turističkih objekata), parkirališta i garažiranja i sl.

### **11.4.1. Primjer jednog izračuna**

Kvantitativno utvrđivanje utjecaja sektora turizma na čitavo nacionalno gospodarstvo i na pojedine njegove sektore i kategorije finalne potrošnje od osobitog je značaja kod utvrđivanja uloge ovog sektora u gospodarstvu. Putem input-output metode i njezinih tablica, omogućava se izvođenje vrlo kompleksnih makroekonomskih analiza primjenom metoda međusektorske analize, kao što su direktne i indirektno zavisnosti proizvodnje i finalne potrošnje, zatim efekti vanjskotrgovinske razmijene, analiza cijena, poreza, carina, zaposlenosti, tehnološkog napretka, itd.<sup>689</sup>

U nastavku dajemo rezultat jednog istraživanja primjene input – output metoda za procjenu multiplikativnih efekata sektora turizma na proizvodnju ostalih sektora hrvatskog gospodarstva.<sup>690</sup>

Input-output tablica predstavlja detaljno rasčlanjen račun proizvodnje na pojedine proizvodne sektore i pokazuje njihovu međusobnu ovisnost. Da bi se proizvela jedna jedinica proizvodnje bilo kojeg sektora, potrebno je da taj sektor utroši proizvodne faktore u tehnološki uvjetovanim količinama (prema tehničkim normativima) predodređenim tehničkim koeficijentima. Tako npr. da bi se ostvarila jedinica realizacije u sektoru turizam, potrebno je da on u svom poslovanju utroši određene količine proizvoda sektora proizvodnja hrane, sektora poljoprivreda i ribarstvo, energetika, promet i veze, trgovina, komunalne djelatnosti i dr., u veličinama određenim tehničkim koeficijentima (normativima utroška). Svi tehnički

---

<sup>689</sup> Detaljnije o primjeni input-output analize vidi: Sekulić, M.,(1993), Najnoviji razvoj u primjeni input – output analize, Ekonomski institut Zagreb.

<sup>690</sup> Dajemo primjer izračuna multiplikativnih efekata hrvatskog turizma koje je izračunao dr. Lj. Jurčić te koji svojim izračunom daje čitavu seriju indirektnih efekata, koji su često i veći od direktnih. Detaljnije vidi: Jurčić, Lj.,(1998), Multiplikativni efekti hrvatskog turizma, Acta turistica, Zagreb, str.128-149.

koeficijenti mogu se prikazati u obliku matrice tehničkih koeficijenata koja se najčešće naziva i tehnološka matrica, jer njeni elementi, tehnički koeficijenti, u stvari pokazuju tehnološku međuzavisnost proizvodnih sektora, uz napomenu, da se u input – output analizi svi sektori nazivaju proizvodni bez obzira da li je njihov proizvod roba ili usluga.

Input-output tablice za hrvatsko gospodarstvo izrađene su za 1983. godinu i za 1987. godinu u bivšem sustavu, kao i rad prof. Jurčića 1998. u novom sustavu Hrvatske kao samostalne države,<sup>691</sup> kada u nedostatku novih input-output tablica ova analiza može korisno poslužiti kao polazna osnova za daljnje analize strukture turističkog proizvoda i uloge turističkog sektora u današnjoj hrvatskoj privredi.

U tablicama za 1987. godinu, u ukupnoj realizaciji sektora turizam (100%), reproduksijska potrošnja sudjeluje s 40,76%, amortizacija s 5,63%, plaće 23,34%, porezi i doprinosi s 27,14% i akumulacija s 3,22%.<sup>692</sup>

Što se tiče sektorskog podrijetla i udjela reproduksijskih proizvoda potrebnih u poslovanju sektora turizam, najveći udio imaju proizvodi sektora «proizvodnja prehrane i duhana» i to 20,79%, usluge trgovine u uslugama turizma sudjeluju s 6,25%, a proizvodi sektora energetike s 4,13%. Od sektora koji značajnije sudjeluju u realizaciji turističkih usluga su: poljoprivreda i ribarstvo s 2,47%, promet i veze 1,41% i obrtničke usluge s 1,34%. Proizvodi i usluge ostalih sektora sudjeluju s manje od jedan posto. Među njima najznačajnije su komunalne djelatnosti s 0,88%.<sup>693</sup>

Od ukupno prikazane reproduksijske potrošnje od 40,76%, domaći reproduksijski proizvodi su sudjelovali s 27,36%, a iz republika bivše države Jugoslavije s 12,98%, a iz ostalog inozemstva samo s 0,42%.<sup>694</sup> Kod analize današnjeg položaja sektora turizam potrebno je agregiranjem dobiti ukupnu direktnu uvoznju zavisnost hrvatskog gospodarstva.

Prema prof. Jurčiću, jedinica finalnih usluga turističkog sektora uzrokuje ukupnu proizvodnju svih sektora hrvatskog gospodarstva u iznosu 1,42260 jedinica, što je ujedno i multiplikativni efekt sektora turizam. Za jedinicu finalne turističke usluge (1,0000) nužna je dodatna ukupna proizvodnja (reproduksijskih proizvoda) svih ostalih sektora od 0,4226 jedinica. Budući da je direktan utjecaj jedinice finalnog turističkog proizvoda na sve sektore hrvatskog gospodarstva 0,2736 jedinica proizvoda, proizlazi da je njegov indirektan utjecaj 0,149 jedinica.

*Tablica 11. 2. Ukupni (direktni i indirektni) utjecaj jedinice proizvodnje turističkog sektora na proizvodnju ostalih sektora hrvatskog gospodarstva*

<b>SEKTOR</b>	<b>Multiplikator</b>	<b>SEKTOR</b>	<b>Multiplikator</b>
1	2	3	4
Energetika	0,05581	Šumarstvo	0,00074
Metalurgija	0,00105	Vodoprivreda	0,00301
Proiz. i prer. nemetala	0,00211	Građevinarstvo	0,01010
Prerada metala	0,00836	Promet i veze	0,01781
Proiz. kem. proizvoda	0,01008	Trgovina	0,05750
Prerada drva	0,00128	Ugost. i turizam	1,00000

<sup>691</sup> Vidi: Međusobni odnosi privrednih djelatnosti SR Hrvatske u 1983. godini, Državni zavod za statistiku Hrvatske, Zagreb, 1989.; Međusobni odnosi privrednih djelatnosti SR Hrvatske u 1987. godini, Državni zavod za statistiku Hrvatske, Zagreb, 1990., prema Jurčić, Lj., op.cit. str.138.

<sup>692</sup> Jurčić, Lj., op.cit.str. 140-141.

<sup>693</sup> Ibid., str.141.

<sup>694</sup> Ibid., str.143.

Proiz. tekst. kože	0,00465	Obrtničke usluge	0,01957
Proiz. prehrane i duhana	0,13412	Komunal. djelatnost	0,01073
Ostala industrija	0,00394	Ostale proiz. usluge	0,00759
Poljoprivreda i ribarstvo	0,07398	Stari materijal i otpaci	0,00017
<b>UKUPNO</b>	-	-	<b>1,42260</b>

*Izvor: Jurčić, L.J. Multiplikativni efekti hrvatskog turizma, Acta turistica, Zagreb, 1998., str.146.*

Analizirajući podatke prof. Jurčića u novčanom izrazu, može se reći da 1 milijun US\$ turističkih usluga inicira ukupnu dodatnu proizvodnju u hrvatskoj privredi od US\$ 422.600,00. Zbog toga je ukupni efekt sektora turizma na bruto nacionalni proizvod Hrvatske za 42,26% veći od onog koji se iskazuje u računima domaćeg proizvoda.<sup>695</sup>

---

<sup>695</sup> Analiza multiplikativnih učinaka turizam u radu prof. Jurčića izvršena je na temelju input-output tablica za 1987. godinu. Kako i sam Profesor kaže da valjanost svake input-output analize ovisi od stabilnosti (valjanosti) tehničkih koeficijenata koji ovise od brojnih faktora pa i od promjene relativnih cijena, a isto tako nedostatak analize je i nepostojanje podataka koliki je udio uvoznih proizvoda iz ostalih republika bivše države supstituiran proizvodnjom domaćeg sektora a, koji se dio i dalje uvozi.

## PITANJA ZA PROVIJERU ZNANJA I VJEŽBE

1. Objasnite u čemu se sastoji multiplikativna funkcija turističke potrošnje i zašto je ona induktivna? Što je to induktivni efekat?
2. Što podrazumijevamo pod pojmom konverzijske funkcije turističke potrošnje?
3. Koji su razlozi da su multiplikativni učinci turizma znatno manji od mogućih?
4. Kako biste objasnili složenost turističkog multiproizvoda?
5. Koje tri vrste turističkog multiplikatora poznajete te objasnite svakog od njih?
6. Zašto se multiplikator potrošnje u turizmu uglavnom utvrđuje na temelju potrošnje inozemnih turista, te kada završava multiplikativni efekat?
7. Kako glasi opća formula turističkog multiplikatora?
8. Na što se odnose kritike Clementovog izračuna turističkog multiplikatora?
9. Kakva je funkcionalna veza između reprodukcione potrošnje nekog sektora s utrošcima njegove proizvodnje?
10. Za proizvodnju za potrebe turističke potrošnje outputi koji iz pojedinih sektora npr. poljoprivrede i industrije idu u ostale sektore i u njih ulaze kao inputi. Prikažite sažeto kojim sektorima daje poljoprivreda a kojim industrija?
11. Što su to input-output tablice i kada su one izrađene za hrvatsko gospodarstvo?
12. Koliku ukupnu proizvodnju svih sektora hrvatskog gospodarstva uzrokuje jedinica finalnih usluga turističkog sektora prema izračunima koji su vršeni 1998. godine.?

# **ZAKLJUČNA RAZMATRANJA**

## ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Turističko tržište sa svojim rafiniranim potrošačkim zahtjevima veliki je potencijal za povećanje proizvodnje u gospodarskom području industrije, posebice obrta, zatim poljoprivrede, graditeljstva, prometnih djelatnosti, trgovine, raznih vrsta usluga i dr. Sadašnja niska razina prosječne turističke potrošnje te gotovo prepolovljeni neto devizni učinak inozemnog turizma, zbog visokog udjela uvozne supstance, velikim su dijelom posljedica strukturne neusklađenosti domaće proizvodnje s potrebama turističkog tržišta.

Turizam sa svojim potencijalima za povećanje iskorištenosti kapaciteta te prosječne i ukupne potrošnje zaista nudi široke mogućnosti za otvaranje novih radnih mjesta i povećanje zaposlenosti. Najveća razvojna ograničenja po pitanju održivog razvoja nalaze se na području neadekvatnih kadrovskih rješenja menadžmenta prirodnih resursa, u neizgrađenoj društvenoj funkciji javnosti, u agresivnim zahtjevima za trošenjem prostora i konačno u suprotnosti između (brze) zarade i čistog okoliša.

Na mnogim područjima Hrvatske turizam je jedan od najvažnijih razvojnih oslonaca. Brojne djelatnosti u funkciji turizma (direktno ili indirektno) mnogima su mjesto zapošljavanja i na taj način izvor sredstava za život. Osim toga, u brojnim kućanstvima na turističkim područjima turizam već dugi niz godina osigurava značajne dopunske prihode. Viša prosječna razina uređenosti i komunalne opremljenosti turističkog mjesta te uredno funkcioniranje svih važnijih javnih uslužnih institucija, kao preduvjet uspješnosti pozicioniranja na turističkom tržištu, istodobno je i značajan doprinos boljem životnom standardu građana.

S obzirom na višestruku direktnu i/ili indirektnu povezanost, odnosno konkretne učinke i utjecaje turizma i turističke potrošnje u gospodarskom i ukupnom društvenom sustavu, posebna se pozornost mora poklanjati u rješavanju strateški najvažnijih globalnih razvojnih pitanja kao što su povećanje izvoza, proizvodnje, zaposlenosti putem turizma, uvažavajući održivi razvoj gospodarstva i konačno sve u cilju porasta životnog standarda građana.

Izvoz je temeljna pretpostavka ukupne stabilnosti i budućeg razvoja hrvatskog gospodarstva. Tržište nam je premalo za bilo kakvu ozbiljniju proizvodnju, bez izvoza. Kako izaći iz postojeće neravnoteže, a posebno vanjskotrgovinske, koja već traje duže vremena, ne može se jednostavno niti jednoznačno odgovoriti. U svakom slučaju odgovor se mora usmjeriti u pravcu promjena ciljeva makroekonomske politike prema formiranju i mijenjanju postojeće strukture i veličine agregatne potražnje. Najprije će se to postići kroz povećanu i promijenjenu potražnju, posebno investicijsku, što će dugoročno stvarati i novu ponudu. To je odgovor u pravcu novog razvoja i nove zaposlenosti. Prema tome, u traženju i nalaženju pravog odgovora mora se doći do izvoznih strateških proizvoda i usluga koji će nas otvoriti prema svijetu i otvorenom tržištu te izrazito negativne trendove okrenuti u pozitivnom smjeru.

Politika tečaja i politika izvoznih poticaja je suštinska za provođenje izvozno orijentirane strategije razvoja. Na potrošnju inozemnih turista upravo će spomenute dvije politike, imati posebno važan utjecaj. Upravo je kompleksnost turizma ta koja traži i uvjetuje aktivnosti i koordinaciju brojnih faktora. Ako je turizam za Hrvatsku strateški sektor njezinog gospodarstva to traži i aktivnu turističku politiku. Razvojno orijentirana turistička politika zahtijeva aktivnu ulogu države, a to se posebno odnosi na adekvatnu politiku i tečaja i izvoznih poticaja, kojima bi se konkretizirao turizam kao strateški (izvozni) sektor gospodarstva.

Hrvatski je turizam uzorni model otvorene privrede, o čemu u Hrvatskoj još nažalost nemamo prave predodžbe. On traži pokretanje mnogih mehanizama turističke politike, koji bi konačno



opravdali epitet "prioritetne djelatnosti" i tako tom odabranom sektoru "dozvolili" razvitak prema mogućnostima resursa. To nalaže da se znatno ambicioznije postavbe ciljevi i planovi razvitka turizma i koriste sofisticiranije marketing aktivnosti. Neophodan je "državni intervencionizam" poticajnih mjera kao i politika tečaja, jer bez implementacije istih turizam neće imati šanse za brži razvitak, što za europska kretanja znači zaostajanje. Uz pravilnu stratešku orijentaciju na realni potencijal turizma multiplicira se agregatna potrošnja i neto izvoz što dovodi do bržeg rasta domaćeg proizvoda i zaposlenosti.

Odgovor u traženju ravnoteže hrvatskog gospodarstva usmjeren je u promjenu ciljeva makroekonomske politike prema formiranju i mijenjenju postojeće strukture i veličine agregatne potražnje odnosno potrošnje. U traženju i nalaženju pravog odgovora dolazi se do inozemne turističke potrošnje koju se može isključivo promatrati kao dio agregatne potrošnje Hrvatske. Analizirati turističku potrošnju kao i devizni priljev od turizma znači kvantificirati taj utjecaj izvoza turističkih usluga na razinu bruto domaćeg proizvoda, a posebno na platnu bilancu i pokrivanje negativnog salda. Na taj način se Hrvatska više otvara prema svijetu i otvorenom tržištu te svoje dosadašnje izrazito negativne trendove okreće u pozitivnom smjeru. Upravo je turizam jak čimbenik za povećanje agregatne potrošnje i stvaranje otvorenog gospodarstva. Prepoznavanje turističkog nacionalnog proizvoda kao strateškog proizvoda, te turističke potrošnje kao važnog dijela agregatne potrošnje, vodi Hrvatsku i njezino gospodarstvo iz začaranog kruga siromaštva.

Posebno valja upozoriti na činjenicu da sadašnji stalni broj zaposlenih u hrvatskom hotelijerstvu predstavlja preveliko troškovno opterećenje. Naime, iako je kod većine hotelskih poduzeća kao važnog turističkog „infrastrukturnog“ podsustava, bitno smanjen opseg poslovnih aktivnosti (nakon gubitka tržišne pozicije, posebice na kvalitetnijem zapadnoeuropskom turističkom tržištu), iz objektivnih se razloga (socijalne prilike) zaposlenost nije mogla smanjivati u istom omjeru. Jedan je to od najvećih problema ukupnog poslovanja hotelijerstva koji bitno ograničava proces njegove restrukturacije, tržišnog oporavka, a u tome je svakako dio uzroka usporenog procesa privatizacije.

Razumijevanje turizma posebno olakšava poznavanje teorije sustava. Dijelovi se mogu u odgovarajućem stupnju spoznati tek njihovim proučavanjem u međusobnoj povezanosti i interaktivnosti s cjelinom. Zato sustavni mislilac i istraživač «zna» što je cjelina, klasični analitičar to može tek dokučiti. Možda se u ovim postulatima i kriju problemi i nesporazumi oko poimanja i definiranja turizma kao složene društveno ekonomske pojave koja je upravo dobar primjer za razumijevanje i same teorije sustava.

Hrvatskoj je potrebna ofenzivna politika gospodarskog razvoja kojoj je potrebna i nova teorija, nova politika gospodarskog razvoja, novi sustav funkcioniranja, kao i novi pristup upravljanju, a to znači potreba za novom kulturom razvoja. Ta kultura u najširem smislu obuhvaća i ekonomske djelatnosti i podrazumijeva sektorsko povezivanje i uspostavljanje odnosa između različitih područja, te komunikaciju među različitim vrstama ljudskog stvaralaštva, kao i među različitim društvima, zemljama, grupama i pojedincima. Novi razvojni modeli moraju voditi računa o svim aspektima ljudskog života. Turizam je upravo model, gdje možemo pronaći to sektorsko ili cehovsko povezivanje između različitih područja.

Očito je da se sustavnim mišljenjem i pristupom mora polemizirati sa tradicionalnim shvaćanjima i ekonomskim teorijama koje je potrebno preispitivati, davati kompleksne ocjene društvenog trenutka i projekciju i anticipaciju budućih kretanja i oblikovanja društva koje dolazi. Zalaganje za sustavni pristup problematici gospodarskog razvoja, za ofanzivnu

politiku uz ograničenja i stalna prilagođavanja u odnosima dijelova i cjeline, te kratkog i dugog roka, je zapravo jedan novi pristup i potreba za novom kulturom razvoja.

Država svojim djelovanjem na ekonomski proces, pridonosi općoj ravnoteži ekonomskog sustava, ali prema ciljevima koje promiče. Osnovni ekonomski cilj države je ravnoteža i efikasnost ekonomskog procesa. Promičući načelo efikasnosti država djeluje u istom smjeru kao i tržište, nastojeći ispraviti ograničenja tržišnog mehanizma, tj. anticipirajući privremene tržišne neravnoteže na parcijalnim tržištima.

Intervencije države radi ispravljanja alokativne neefikasnosti usmjerene su na korigiranje ponašanja ekonomskih subjekata i to u pogledu njihove težnje da monopoliziraju tržište ili da nekontrolirano koriste prirodne resurse i javna dobra i na toj osnovi ostvaruju eksterne efekte. Osim toga država intervenira u sustav raspodjele da bi se ostvarili socijalni ciljevi suvremene države i načelo jednakosti i solidarnosti. Država intervenira u ekonomski proces da bi se potaknuli zastoji u razvoju i unaprijedila kvaliteta rasta. To se odnosi na realokaciju faktora radi poticanja ukupne proizvodnosti te na aktiviranje poduzetništva, tehnološkog progressa i komparativnih prednosti nacionalnog gospodarstva.

Turizam kao podsustav gospodarskog sustava je vrlo složena društvena i ekonomska pojava. Struktura te pojave zahtijeva i složenu organizaciju koja čini turistički sustav. Ovaj sustav ne zadire samo u turističke probleme u užem smislu, nego i u mnoga izvanturistička područja.

Turizam je i specifično parcijalno tržište jer su odnosi ponude i potražnje na tom tržištu specifični. Osnovni model tih odnosa na turističkom tržištu isti je kao i na svakom drugom tržištu. Specifičnost se javlja u ponašanju subjekata ponude i potražnje na tom tržištu, te u međuodnosu parcijalnog i općeg tržišta.

Ekonomska analiza koristi brojne metode i postupke za mjerenje utjecaja i međuzavisnosti ekonomskih pojava i procesa. Turizam, kao i druge ekonomske pojave, direktno i indirektno utječu na proces gospodarskog i ukupnog društvenog razvoja. Mjerenje tog utjecaja i međuovisnosti nije lako i jednostavno.

U literaturi se susreću različiti analitički postupci koji se koriste za objašnjenje i mjerenje utjecaja turizma na gospodarski razvoj.

Odnos turizma, kao specifičnog segmenta finalne potrošnje, s gospodarskim sustavom moguće je objašnjavati na isti način na koji se objašnjava odnos svakog standardnog segmenta finalne potrošnje ( to su: investicije, osobna potrošnja, javna ili proračunska- nekadašnja opća i zajednička-potrošnja, izvoz te saldo povećanja/smanjenja zaliha) s gospodarskim sustavom.

Svako tržišno gospodarstvo, dakle, u turizmu prije svega prepoznaje specifičan i istodobno veliki tržišni potencijal za plasman svojih proizvoda i usluga, i to usprkos svim njegovim brojnim i neprijepornim manjkavostima, koje su najčešće vezane uz jake sezonske oscilacije u aktiviranju potražnje, relativno ograničeno vremensko trajanje najvećeg dijela turističkih aktivnosti, s jedne strane, uz istodobno neodgodive velike početne izdatke za izgradnju infrastrukture i suprastrukture. Bez obzira na sve te teškoće i ograničenja nije mali broj država u Europi i u svijetu koje su turizam izabrale kao koncepcijski dugoročno najpovoljnije gospodarsko- razvojno usmjerenje, temeljeći takav izbor prije svega na ocjenama visoke razine usklađenosti s globalnim strateškim nacionalnim interesima.

Angažiranjem i aktiviranjem velikog resursnog potencijala koji je na mnogim područjima zauzeo najatraktivniji dio prostora rezultat je odsustva čvrstih razvojnih koncepcija, a još više nedovoljne opredjeljenosti da se prihvaćene koncepcije o zaštiti prostora dosljedno provedu. Zato je potrebno spriječiti razvojno usmjerenje koje nastavlja rasipnički koncept neograničene prostorne ekspanzije s preorijentacijom na kvalitativne pomake te postizanjem većih efekata boljim korištenjem kapaciteta i većim cijenama. U tako željenoj promjeni turističke destinacije moraju doći do optimalnog scenarija i konkretnog izračuna prihvatnog potencijala, prema kojima će biti usmjerene sve mjere urbanističke, komunalne, fiskalne i kadrovske politike u funkciji očuvanog okoliša kao temeljnog turističkog resursa. Očuvati taj temeljni resurs, zadatak je cijelog društva, vladinih i nevladinih institucija, stručnjaka i znanstvenika

Da bi se otklonile ili umanjile nepredvidivosti, konfliktnosti, proturiječnosti, nedosljednosti i entropija u razvoju, potrebno je imati koncepciju i strategiju razvoja i znati s njima upravljati. Turizam kao vrlo složeni sustav pojava i odnosa, u definiranju i određivanju gospodarskog i društvenog razvoja je izuzetno važan. Mogli bi reći da je on metoda gospodarskog i društvenog razvoja.

Od države se očekuje da stvori svojom makroekonomskom politikom ono okruženje koje će maksimalno stimulirati i poticati sve potencijalne domaće i strane investitore da ulažu svoj kapital u hrvatsko gospodarstvo u cilju profitabilnog i djelotvornog razvoja. Da bi se kapital uložio i oplodio, mora prethodno postojati jasna razvojna koncepcija i strategija kao i definirani kriteriji za provođenje takve željene strategije razvoja. Turizam jedino u definiranim uvjetima razvoja može postati nacionalni strateški proizvod unutar kojeg će svaka turistička destinacija imati i svoju razvojnu strategiju kao podsustav viših razvojnih ciljeva.

Upravo je kompleksnost turizma ta koja traži i uvjetuje aktivnosti i koordinaciju brojnih faktora što znači da ako je turizam za Hrvatsku strateški sektor njezinog gospodarstva, to traži i aktivnu turističku politiku. Opcija razvojno orijentirane turističke politike traži vrlo aktivnu ulogu države, a to se posebno odnosi na adekvatnu politiku tečaja i politiku izvoznih poticaja koje upravo konkretiziraju turizam kao strateški (izvozni) sektor gospodarstva.

Opredjeljenje da je prostor jadranskog priobalja i otoka jedinstven, između ostalog i po sposobnosti formiranja turističke rente i pristup da država ima, zbog ukupnih interesa – uključivo rentu, obvezu ulaganja, ali i pravo poduzimanja mjera ciljem zaštite interesa od opće koristi daje mogućnost da se istraže određena obilježja odnosa privatizacije jadranskog prostora i turističke rente, naročito njenog prisvajanja. Za Republiku Hrvatsku odnos privatizacije priobalja i otoka i prisvajanja turističke rente ima značaj koji se ne može usporediti s nekim sličnim odnosom u drugim zemljama.

Kod zemalja koje karakterizira razvoj oblika vlasništva, i tom osnovom prisvajanja, sukladan povijesno-logičnom razvoju društva i društvenih odnosa, povijesno su uspostavljeni primjereni odnosi prisvajanja rente između vlasnika i društva (države).

Kod zemalja tranzicije u pravilu nema srazmjerno velikih dijelova unutar države koji su po svojim obilježjima atrakcije za turističku potražnju i turizam nema značaj za gospodarstvo kao što je slučaj s Hrvatskom, pa stoga ni dohoci od turizma, uključivo turističku rentu nemaju utemeljenje za ozbiljna istraživanja. Ukoliko je riječ o povijesno – kulturnoj baštini tih zemalja, ona je, kao i kod drugih zemalja, u pravilu u vlasništvu države i renta se realizira kroz naplatu cijene (ulaznice) koja se plaća za zadovoljenje takvih, specifičnih potreba turista.

Istodobno, negativno nasljeđe odnosa prema priobalju i otocima kao jedinstvenoj atrakciji i određeni procesi u tijeku nameću potrebu promišljanja mjera zaštite vitalnog interesa za očuvanje atraktivnosti prostora i za raspolaganje ekonomskim učincima, uključivo rentu, koje taj prostor proizvodi. Kod toga je od najvećeg značaja razumijevanje da se radi o prirodnoj ograničenosti i činjenici da svaki prijenos vlasništva znači trajno (zauvijek) odricanje od dijela atraktivnosti i učinaka (u ozbiljnoj mjeri) koje ono donosi društvu u cjelini.

Hrvatski prostor jadranskog priobalja i otoka predstavlja izuzetno vrijedan dio nacionalnog prirodnog bogatstva. Zbog svojih obilježja, u cjelini promatran, taj je prostor ishodište (izvor) turističke rente kao dohotka koji proizlazi iz turističke potražnje.

Očekivani dugoročni rast turističke potražnje za jadranskim priobaljem i otocima te ozbiljna ulaganja javnog sektora ukazuju na rastuću vrijednost tog područja i sa motrišta formiranja i prisvajanja rente.

U proteklom razdoblju dominira odnos potpunog zanemarivanja pitanja rente koja se ostvaruje neovisno od njenog uočavanja i ekonomskog valoriziranja od strane države. U procesu privatizacije jadranskog prostora taj je odnos rezultirao negativnim učincima od kojih je najneugodnija spoznaja da se odvija proces trajnog odricanja dijela nacionalnog prirodnog bogatstva i učinaka koji ono proizvodi, uključivo rentu.

Obzirom na zatečeno stanje (ukupnu očuvanost) jadranskog prostora kao atrakcije koja može dugoročno (trajno) zadovoljavati turističku potražnju i formirati rentu tom osnovom, moguće je poduzeti odgovarajuće mjere ciljem zaštite nacionalnog interesa.

Da bi se postigao zadovoljavajući stupanj blagostanja na teritoriju cijele Hrvatske u nadolazećim godinama 21. stoljeća, neophodno je pristupiti istraživanju preduvjeta koje treba ispuniti kako bi turizam doista postao jedan od vodećih činitelja sveukupnog razvoja Hrvatske, a turističke destinacije Hrvatske prepoznatljive turističke destinacije u Hrvatskoj i širem okruženju.

U novijem razdoblju, od kraja osamdesetih godina prošloga stoljeća do danas, na turizam u Hrvatskoj značajno su utjecali procesi iz okruženja, ali se istodobno bilježe i učinci oporavka koji se u kvantitativnom smislu mogu statistički uočiti poravnanjem s najboljim godinama prošloga stoljeća. Upravo takav iskorak turizma u Hrvatskoj zadnjih godina, dodatno nameće promišljanje njegova budućeg pravca razvoja i potrebu da se usporedno teži ostvarenju najviših ekonomskih, ekoloških i socijalnih ciljeva. Žele li se slijediti suvremeni trendovi te potrebe lokalnog stanovništva i tržišta, nameće se obveza definiranja pravca i strategije razvoja na novim polazištima. To je nedvojbeno prekretnica sveukupnog razvoja Hrvatske, kojoj turizam treba postati značajna pokretačka snaga ako se slijedi kao metoda gospodarskog razvoja.

U okviru modela razvoja hrvatskog turizma, naglasak mora biti stavljen na komparativne prednosti i izbor modaliteta koji će osigurati njihovo pretvaranje u prepoznatljive konkurentske prednosti. To znači da Hrvatska kao turistička destinacija, svoj razvoj treba temeljiti na profitabilnom turističkom proizvodu, ponuđenom u okvirima maksimalno očuvanog okoliša, što bi uz poštovanje standarda i stalno poboljšanje kvalitete, dugoročno trebalo pridonijeti ukupnome gospodarskom razvoju i blagostanju domaćeg stanovništva.

Uz globalna opredjeljenja sagledana s polazišta Hrvatske kao turističke destinacije kao cjeline, neophodno je tražiti odgovore vezane za prepoznatljive specifične interese svake pojedine destinacije unutar turističkih regija. Naglasak mora biti na tome da se njihov razvoj sagledava cjelovito, uz uvažavanje hijerarhije ciljeva i posebnosti uvjetovanih heterogenošću raspoloživih turističkih resursa i atrakcija koje turističke regije nude u jedinstvenom i neponovljivom spoju priobalja, otoka i kontinentalne Hrvatske

To nameće potrebu da se i turističkom organiziranju pristupi na nov način, da se spoznaju i prihvate nove metode rada, što je pretpostavka da se ponuda na lokalnoj razini uspješnije prilagodi zahtjevima platežno sposobne potražnje, inicirane promjenama na globalnom planu. Sve je naglašeniji i pritisak konkurentskog okruženja, pa samo objedinjeni poslovni i drugi subjekti mogu primjereno odgovoriti tim izazovima. Treba istaknuti da turistima nije dovoljna samo osnovna ponuda turističkog mjesta, već zahtijevaju organiziranu ponudu i izvan njegovih užih granica, što još više ističe potrebu integriranja ponude. To nalaže da se istraže svi specifični zahtjevi potražnje te da se pravodobno spoznaju novi izazovi koji će moći podržati i održati konkurentnost destinacije na novim polazištima. Nametnuti se kao konkurentna destinacija znači udovoljiti potrebama turista, toj posebnoj kategoriji kupaca koja je sve istančanija, a to postaje dio globalnog procesa i potrebe za ponudom diferenciranoga "turističkog proizvoda" koji mora biti ustrojen prema načelima održivog razvoja .

Globalna utakmica na turističkom tržištu i strukturne promjene onemogućavaju ravnomjeran rast različitih turističkih destinacija, a od gospodarskih i drugih subjekata u turizmu zahtijeva se sustavno prilagođavanje novim odnosima na globalnome turističkom tržištu. Koncipiranje turističke destinacije mora se temeljiti na uvažavanju tih odnosa, uz isticanje vlastitih komparativnih prednosti, povijesnog naslijeđa i kulturne baštine, i ne smije biti u suprotnosti sa započetim procesima industrijalizacije i globalizacije turističke ponude na svjetskoj razini . Turistička destinacija mora biti prepoznatljiva po svojoj ponudi koju treba prilagoditi potrebama ciljnog tržišta, pri čemu treba osigurati preduvjete za upravljanje raznolikom ponudom i posebnostima koje nude pojedina turistička mjesta, razni poslovni i drugi subjekti i organizacije.

Koncipiranje konkurentske ponude pojedine turističke destinacije u Hrvatskoj treba zasnivati na spoznaji da je riječ o strateški definiranoj poslovnoj cjelini koja mora postati prepoznatljiva po svim relevantnim elementima, promatrano s polazišta da svaka turistička destinacija mora biti prepoznatljiva, mora imati jasan imidž i mora osigurati uvjete kako bi polučila pozitivan poslovni učinak. Stoga turističku destinaciju treba koncipirati kao cjelinu koja će uvažavati sve relevantne zahtjeve prisutne u sustavu globalizacije, ali istodobno treba biti prepoznatljiva po specifičnostima svoje ponude. Upravo na tim polazištima treba temeljiti zahtjeve da se Hrvatska definira kao turistička destinacija koja postaje i poslovna jedinica turističke ponude kojom treba upravljati na novim osnovama i time stvoriti temeljne pretpostavke za pretvaranje komparativnih u konkurentske prednosti, kao polazišta njezina boljeg pozicioniranja na svjetskom turističkom tržištu.

Turizam u Hrvatskoj nedvojbeno ima veliko značenje u usporedbi s drugim granama gospodarstva i po učincima koje ima, ili može imati, na gospodarstvo i na kvalitetu života građana. U budućnosti će turizam još više utjecati na ukupan gospodarski razvoj i stabilnost, na životni standard i druge činitelje kvalitete života.

Upravo važnost koju turizam ima u ukupnom gospodarskom razvoju Hrvatske, izrazito naglašene promjene koje nameće suvremeno turističko tržište te sve značajniji utjecaj koji turizam ima na domicilno stanovništvo, nameću potrebu da se sve to istraži kako bi se definirale smjernice daljnjeg razvoja turizma na ovim prostorima i osigurali dokumenti kao podloga na kojoj treba temeljiti suvremeni pristup upravljanju turizmom na razini destinacije.

Turistička saturacija uvjetovana nekontroliranim razvojem masovnog turizma u prošlosti dovela je danas do nazadovanja mnogih turističkih destinacija, koje postaju gospodarski neuspješne zbog sve veće ekološke senzibilnosti turista i neatraktivnosti takvog ambijenta.

Nerazumna gradnja koja se odvija na samoj morskoj obali iscrpljuje i uništava prirodne i antropogene vrijednosti prostora i tako smanjuje ovaj vrijedan turistički resurs u pejzažnom, ekološkom i ekonomskom smislu.

Metodologijom utvrđivanja prihvatnog potencijala analiziraju se promjene prirodnog i društvenog okruženja izazvane korištenjem određenog područja u turističke svrhe.

Utvrđivanjem prihvatnog potencijala nekog područja na temelju utvrđenih parametara i odgovarajućih standarda vezanih uz pojedine parametre stvara se podloga za izradu scenarija mogućeg turističkog razvoja, nakon čega se vrši odabir najpovoljnijeg razvojnog scenarija.

Izračun prihvatnog potencijala turističkog područja (Carrying Capacity Assessment) u okviru turističkih razvojnih planova i njegovih limita razvoja omogućava uz primjenu zaštite okoliša i dugoročni razvoj turizma.

“ Problematika prihvatnog potencijala je osnova na kojoj se bazira koncept održivog razvoja turizma. Prihvatni potencijal turističke destinacije predstavlja njenu sposobnost da prihvati turiste i razvoj turizma, a da se pri tome u većoj mjeri ne narušava ukupno okruženje : prirodno, izgrađeno i socio - kulturološko. Ono podrazumijeva prisutnost turista, koje svakako ima utjecaja na okruženje, ali koje je prihvatljivo za lokalno stanovništvo i turiste, te koje je održivo i u budućnosti.

Turistički saturirani prostori uvjetovani nekontroliranim razvojem doveli su pod znak pitanja mnoge turističke destinacije, posebno na Sredozemlju, te takvi prostori postaju sve više neatraktivni za sve veću ekološku senzibilnost turista.

Mnogobrojni problemi se javljaju kada se dođe na polje kvantifikacije posebno iz razloga teško mjerljivih elemenata vezanih za socio-kulturnu i socio-demografsku problematiku. Danas postaje sve više važna političko-ekonomska problematika i parametri koji se odnose na donošenje raznih stimulativnih ili destimulativnih gospodarskih mjera

Obalni prostor Hrvatske predstavlja dio mediteranskog prostora, koji je i pored regionalnih i nacionalnih razlika jedinstven po svojim temeljnim fizičkim osobinama, kao što su more, reljef i klima i ljudskim osobinama, kao što su kultura i civilizacijska matrica. Ove osobine mu daju pečat čineći ga izuzetno vrijednim od ranih povijesnih dana sve do danas

Prostor uz obalu je vrijedan, ali zato količinski ograničen, nedostatan. Sklad i ljepota koju je taložila povijest radi toga se želi narušiti pretjeranom izgradnjom. Kako su ljudi poticali materijalnim probitkom sve manje obazrivi, more i obala, ono što je najvrjednije, postaju nemilosrdno ugroženi.

Litoralizacija predstavlja proces ekonomskog aktiviranja priobalja uz obaveznu selidbu stanovništva iz zaleđa na obalu

Prostorna i razvojna ravnoteža preduvjet je održivog razvitka. Ugroženost te ravnoteže dolazi od često prenaplašenih razvojnih ciljeva, koji stavljaju u prvi plan materijalno

bogatstvo, ne shvaćajući da je svaka neravnoteža najjači atak na prirodne resurse, a time i na bogatstvo naroda.

Veliko značenje turizma u stvaranju zaposlenosti leži u tome što turistička aktivnost ne stvara samo zaposlenje u turističkoj grani, već vrlo intenzivno utječe na stvaranje radnih mjesta u drugim ekonomskim granama koje su vezane za turističku aktivnost. U turizmu se radi o velikom broju mogućih kombinacija proizvoda i usluga za prijevoz, smještaj, prehranu, ulaznice, suvenire, itd. Kupnja turističkog proizvoda (odnosno usluga) se odvija prije, za vrijeme i poslije putovanja, te na različitim mjestima. Stoga su efekti turističke potražnje vidljivi ne samo u turističkoj grani već i u drugim granama tzv. "Flow through effect".

Očigledno je da turizam ima značajan potencijal u pogledu rješavanja problema na tržištima rada. Preostalo je kreirati takvo okruženje i poduzeti takve mjere koje će omogućiti potpuno iskorištenje tog potencijala europskog turizma.

U zemljama koje nemaju izražene probleme s nezaposlenošću, turizam predstavlja dodatni izvoz. (Portugal, Austrija, Irska) kao izrazite turističke destinacije. Nažalost, u većini mediteranskih zemalja, gdje je turizam često jedna od najvažnijih grana, to nije učinjeno i one još uvijek bilježe visoke stope nezaposlenosti.

Turizam je u Hrvatskoj onaj dio gospodarskog sustava koji može dati značajan doprinos bržem gospodarskom razvoju. U našoj zemlji postoje veliki potencijali za povećanje turističkih aktivnosti što će samim time generirati i veći broj radnih mjesta u turizmu kao i u povezanim gospodarskim granama. Hrvatskoj za uspješno rješavanje problema nezaposlenosti putem turizma, kao primjer mogu poslužiti pozitivna iskustva zemalja Europske unije.

Rješavanje problema na tržištu rada jedan je od najvećih izazova s kojim se susreće Europska Unija. Najveći stvaratelj novih radnih mjesta jest uslužni sektor, koji će u 21. stoljeću postati dominirajući sektor u industrijaliziranim zemljama svijeta. Uslužni sektor već sada je najbrži rastući sektor u svjetskom gospodarstvu pa u većini razvijenih zemalja generira više radnih mjesta nego bilo koja druga ekonomska grana.

Turistički sektor ima velik potencijal u rješavanju problema zaposlenosti u EU. Sektor je radno intenzivan i zato se povećanjem turističkih aktivnosti direktno stvaraju nova radna mjesta. Osim toga ovaj sektor potiče stvaranje radnih mjesta i u drugim sektorima.

Turizam može igrati važnu socijalnu ulogu u pružanju zaposlenja mladima koji po prvi puta ulaze na tržište rada, te u ponovnom uključivanju nezaposlenih (posebice dugoročno nezaposlenih) i žena na tržište rada.

Turizam nudi velik broj radnih mjesta s fleksibilnim radnim vremenom kao što su part-time i privremena zaposlenja

Problem regionalizacije Hrvatske ima svoju veoma dugu povijest, a promjene i korekcije teritorijalnog ustroja bile su veoma česte, no nažalost, radilo se više o političkim, a manje o ekonomskim kriterijima regionalizacije, a to znači o ponudi koja bi morala biti utemeljena na načelima tržišta, novih vrijednosti i novih proizvoda, komplementarnosti obale i njenog zaleđa, te o činjenici da na regionalnim razvojnim nivoima treba voditi računa o njenim subregijama u okviru kojih će dominirati destinacijski proizvod kao rezultat optimalne kombinacije različitih elemenata ponude bez obzira na administrativne granice. Prostorne različitosti kao ishodište regionalnog razvoja pokazuju kroz neophodan proces delokalizacije prostornih sadržaja, da regije ne obilježavaju čvrste granice, već da ta granična linija mora biti što mekša. Isto tako na tom principu, uz naglasak na puno većoj senzibilnosti, funkcioniraju turističke regije kao podsustava regionalne ekonomike. To podrazumijeva neophodne i nužne interregionalne odnose i delokalizacijske procese, i svaku turističku regiju čine samo podsustavom hrvatskog gospodarskog sustava. Turistička regionalna politika traži u sklopu

ekonomske politike specifičan pristup, a što čini, prema teoriji sustava, samo podsustav hrvatske turističke politike, odnosno podsustav regionalne ekonomske politike.

Multiplikativna funkcija turizma tumači se tezom da se sredstva turističke potrošnje nakon svoje osnovne cirkulacije, od mjesta gdje su nastala do mjesta potrošnje, ne zaustavljaju nego da njihov najveći dio nastavlja cirkulirati i time dalje utječe na gospodarska zbivanja.

Ako se sumiraju različita mišljenja vodećih stručnjaka na području proučavanja turizma, tada se može dobiti opći zaključak da multiplikativni efekti u turizmu postoje, da ih treba stalno proučavati i pratiti, samo što u izračunavanju i interpretaciji dobivenih multiplikatora treba ipak biti oprezan.



## **PRILOZI**

- Prilog 1. Osnovne informacije o Hrvatskoj 1996.-2005.**
- Prilog 2. Struktura BDP-a po djelatnostima 1997.-2005.**
- Prilog 3. Platna bilanca Hrvatske 2000.-2005.**
- Prilog 4. Devizni prihod od turizma 1997.-2005.**
- Prilog 5. Dolasci i noćenja turista 2000.2005.**

## PRILOG 1.

### SNOVNE INFORMACIJE O HRVATSKOJ – EKONOMSKI INDIKATORI

#### Površina (u km<sup>2</sup>)

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
56.538	56.538	56.538	56.538	56.538	56.538	56.538	56.538	56.538	56.538

#### Broj stanovnika (u mil.)

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
4,494	4,572	4,501	4,554	4,381	4,437	4,443	4,442	4,439	4,442*

#### BDP (u mil. HRK, tekuće cijene)

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
107.981	123.811	137.604	141.579	152.519	165.639	179.390	193.067	207.082	229.031

#### BDP (u mil. EUR, tekuće cijene) <sup>a</sup>

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
15.869	17.790	19.281	18.679	19.976	22.177	24.220	25.526	27.629	30.949

#### BDP po stanovniku (u EUR)

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
3.531	3.891	4.284	4.102	4.560	4.998	5.451	5.747	6.224	6.968*

#### BDP - godišnja stopa rasta (u %, stalne cijene)

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
5,9	6,8	2,5	-0,9	2,9	4,4	5,2	4,3	3,8	4,3

#### Prosječna godišnja stopa inflacije <sup>b</sup>

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
3,5	3,6	5,7	4	4,6	3,8	1,7	1,8	2,1	3,3

#### Tekući račun platne bilance (u mil EUR) <sup>c</sup>

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
-755	-2.192	-1.305	-1.313	-490	-818	-2.097	-1.866	-1.445	-1.960

#### Tekući račun platne bilance (u % BDP-a)

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
-4,8	-12,3	-6,8	-7	-2,5	-3,7	-8,7	-7,3	-5,2	-6,3

#### Izvoz robe i usluga (u % BDP-a) <sup>c</sup>

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
38,7	40,3	39,8	40,9	47,1	48,7	45,9	51,5	51,5	49,4

#### Uvoz robe i usluga (u % BDP-a) <sup>c</sup>

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
48	56,8	49,1	49,3	52,3	54,6	57	59,5	58,8	56,4

## PRILOG 1. (nastavak)

### OSNOVNE INFORMACIJE O HRVATSKOJ – EKONOMSKI INDIKATORI

#### Inozemni dug (u mil. EUR, na kraju razdoblja) <sup>d</sup>

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
4.284	6.761	9.173	10.101	12.109	13.458	15.055	19.811	22.781	25.541

#### Inozemni dug (u % BDP-a)

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
27	38	47,6	54,1	60,6	60,7	61,5	75,5	80,2	82,5

#### Inozemni dug (u % izvoza robe i usluge)

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
69,8	94,4	119,4	132,2	128,7	124,6	135,3	150,8	160,0	167,0

#### Otplaćeni inozemni dug (u % izvoza robe i usluga) <sup>d, e</sup>

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
9	9,8	12,3	21,1	23,6	26,2	27,4	20,1	21,3	24,0

#### Bruto međunarodne pričuve (u mil. EUR, na kraju razdoblja)

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
1.868	2.304	2.400	3.013	3.783	5.334	5.651	6.554	6.436	7.438

#### Bruto međunarodne pričuve (u mjesecima uvoza robe i usluga, na kraju razdoblja)

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
2,9	2,7	3	3,9	4,3	5,3	4,9	5,2	4,8	5,1

#### Nacionalna valuta: hrvatska kuna (HRK)

##### Devizni tečaj za 31. prosinac (HRK : 1 EUR)

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
6,8636	6,9472	7,3291	7,679	7,5983	7,37	7,4423	7,6469	7,6712	7,3756

##### Devizni tečaj za 31. prosinac (HRK : 1 USD)

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
5,5396	6,3031	6,2475	7,6477	8,1553	8,356	7,1457	6,1185	5,6369	6,2336

##### Prosječni devizni tečaj (HRK : 1 EUR)

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
6,8047	6,9597	7,1366	7,5796	7,635	7,469	7,4068	7,5634	7,4952	7,4002

##### Prosječni devizni tečaj (HRK : 1 USD)

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
5,4338	6,1571	6,3623	7,1124	8,2768	8,3391	7,8637	6,7014	6,0355	5,9480

## PRILOG 1. (nastavak)

### OSNOVNE INFORMACIJE O HRVATSKOJ – EKONOMSKI INDIKATORI

#### Saldo konsolidirane središnje države (u % BDP-a) <sup>f</sup>

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
-	-	-	-6,5	-7,1	-6,7	-4,5	-4,6	-4,6	-3,4

#### Stopa nezaposlenosti (prema definiciji ILO-a, stanovništvo starije od 15 godina) <sup>g</sup>

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
10	9,9	11,4	13,6	16,1	15,8	14,8	14,3	13,8	12,7

#### Stopa zaposlenosti (prema definiciji ILO-a, stanovništvo starije od 15 godina) <sup>g</sup>

1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
50,6	49,3	47	44,8	42,6	41,8	43,3	43,1	43,5	43,3

a. Izveden iz kunske vrijednosti uz pomoć prosječnoga godišnjega deviznog tečaja HRK/1 EUR.

b. Stopa inflacije mjerena je od 1994. do 1998. indeksom cijena na malo, a od 1999. nadalje mjeri se indeksom potrošačkih cijena.

c. Preliminarni podaci.

d. Pokazatelji inozemne zaduženosti u razdoblju od 1998. do 2004. godine izvedeni su na bruto načelu, dok pokazatelji za razdoblje do 1997. ne obuhvaćaju: nepodmirene dospjele i obračunate nedospjele kamate, hibridne i podređene instrumente, repo poslove banaka i HNB-a, depozite međunarodnih financijskih institucija u HNB-u te jednostrane učinke sekundarnog tržišta obveznica.

e. Uključuje otplatu glavnice po dugoročnom dugu, bez otplate glavnice s osnove trgovinskih kredita i izravnih ulaganja, i ukupnu otplatu kamata, bez otplate kamata s osnove izravnih ulaganja.

f. GFS 1986, na gotovinskom načelu.

g. Stope zaposlenosti i nezaposlenosti za 1996. godinu odnose se na studeni, a za 1997. godinu na lipanj.

Izvori: DZS; MF; HNB ( ažurirano 4. travnja 2006)

## PRILOG 2. Struktura BDP-a po djelatnostima

### STRUKTURA BRUTO DOMAĆEG PROIZVODA Gross Domestic Product Structure

Godina	Pojgoprivreda, lov, šumarstvo i ribarstvo	Rudarstvo, vađenje, preradivačka industrija, opskrba električnom energijom, plinom i vodom	Gradvinarstvo	Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikla te predmeta za osobnu uporabu i kućanstvo	Hoteli i restorani	Prijevoz, skladištenje i veze	Financijsko posredovanje, poslovanje nekretninama, iznajmljivanje i poslovne usluge	Javno uprava i obrana, socijalno osiguranje, obrazovanje, zdravstv. zaštita i soc. skrb, ostale društvene, soc. i osobne uslužne djelatnosti i privatna kućanstva	Usluge financijskog posredovanja indirektno mjerene (UFPIM)	Bruto dodana vrijednost	Porezi na proizvode minus subvencije na proizvode	BDP (tržišne cijene)
Year	Agriculture, hunting, forestry and Fishing	Mining, quarrying, Manufacturing, Electricity, gas and water supply	Construction	Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles, motorcycles and personal and household goods	Hotels and restaurants	Transport, storage and communication	Financial intermediation, Real estate, renting and business activities	Public administration and defence; Compulsory social security, Education, health and social work, Other community, social and personal services and Private households	Financial Intermediation Services Indirectly Measured (FISIM)	Gross Value Added (basic prices)	Taxes on products less subsidies od products	Gross Domestic Product (market prices)
1997.	7,8	21,9	6,0	10,5	2,6	7,3	11,9	16,5	-3,1	81,5	18,5	100,0
1998.	7,9	21,1	5,6	10,0	2,6	7,1	11,9	18,2	-3,8	80,7	19,3	100,0
1999.	8,1	20,7	4,5	8,4	2,6	7,3	12,6	20,1	-3,0	81,2	18,8	100,0
2000.	7,4	20,7	3,9	8,6	2,8	8,1	12,4	19,9	-2,6	81,1	18,9	100,0
2001.	7,5	20,4	4,1	9,6	2,9	8,3	12,8	18,2	-2,9	81,1	18,9	100,0
2002.	7,3	19,4	4,5	10,9	3,1	8,3	13,4	17,7	-3,0	81,5	18,5	100,0
2003.	6,0	19,5	5,4	11,8	3,2	8,2	14,5	16,9	-3,3	82,1	17,9	100,0
2004.	5,9	19,4	5,5	11,6	3,2	8,4	14,6	16,9	-3,3	82,2	17,8	100,0
2005.	5,8	19,9	5,5	11,7	3,3	8,4	14,9	16,5	-3,5	82,4	17,6	100,0
2002. Q1	7,9	21,1	4,9	10,1	1,5	7,7	14,3	18,9	-3,0	83,5	16,5	100,0
2002. Q2	8,1	18,8	4,6	11,1	3,4	7,8	14,1	17,1	-3,1	81,8	18,2	100,0
2002. Q3	6,6	18,7	4,2	10,8	4,9	9,5	11,7	16,4	-2,7	80,2	19,8	100,0
2002. Q4	7,0	19,3	4,3	11,6	2,1	7,9	13,9	18,4	-3,4	81,0	19,0	100,0
2003. Q1	6,5	21,3	5,5	11,4	1,5	7,4	15,2	18,5	-3,0	84,2	15,8	100,0
2003. Q2	6,3	19,3	5,6	12,0	3,6	7,7	15,2	16,2	-3,4	82,4	17,6	100,0
2003. Q3	5,4	19,0	5,2	11,7	5,3	9,4	12,6	15,8	-2,9	81,5	18,5	100,0
2003. Q4	5,9	18,5	5,1	12,0	2,1	8,0	15,1	17,5	-3,7	80,4	19,6	100,0
2004. Q1	6,2	20,7	6,1	11,3	1,6	7,7	15,2	18,2	-3,1	83,9	16,1	100,0
2004. Q2	6,4	18,9	6,0	11,8	3,6	7,9	15,0	16,3	-3,5	82,3	17,7	100,0
2004. Q3	5,4	19,2	5,3	11,6	5,2	9,5	12,7	15,9	-3,0	81,9	18,1	100,0
2004. Q4	5,8	19,0	4,8	11,8	2,0	8,1	15,7	17,3	-3,7	80,9	19,1	100,0
2005. Q1	5,9	21,3	5,9	11,3	1,6	7,8	15,8	18,2	-3,3	84,6	15,4	100,0
2005. Q2	6,1	19,7	5,7	12,0	3,5	7,9	15,3	15,9	-3,7	82,5	17,5	100,0
2005. Q3	5,3	19,4	5,2	11,7	5,4	9,3	12,7	15,5	-3,2	81,3	18,7	100,0
2005. Q4	5,8	19,4	5,1	11,6	2,1	8,3	16,2	16,9	-3,9	81,4	18,6	100,0
2006. Q1	5,9	21,0	6,2	11,0	1,6	7,9	16,4	17,7	-3,5	84,2	15,8	100,0
2006. Q2	6,1	19,3	6,0	12,0	3,7	8,0	16,0	15,8	-3,9	83,0	17,0	100,0

Izvor: DZS; obrada HGK

Source: CBS; Edit CCE

**PRILOG 3.**

**PLATNA BILANCA**  
Balance of payments

	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.	INDEKSI/INDICES		
							I=I 2006.*	I=I 2005.*	
A. TEKUĆE TRANSAKCIJE (u milijunima USD)	-457,8	-724,4	-1.913,6	-2.141,9	-1.841,5	-2.543,2	-	-	A. CURRENT ACCOUNT (mil. USD)
A. TEKUĆE TRANSAKCIJE (u milijunima EUR)	-489,9	-817,7	-2.097,2	-1.866,2	-1.458,0	-1.963,6	-3.286,9	20,9	A. CURRENT ACCOUNT (mil. EUR)
1. ROBE	-3.499,4	-4.603,8	-5.960,3	-6.974,2	-6.727,8	-7.482,9	-4.204,8	14,3	1. Goods
1.1. Prihodi	4.969,3	5.318,8	5.293,1	5.571,7	6.603,1	7.244,3	3.973,3	17,2	1.1. Credit
1.2. Rashodi	-8.468,6	-9.922,6	-11.253,5	-12.545,9	-13.330,9	-14.727,1	-8.178,1	15,7	1.2. Debit
2. USLUGE	2.470,5	3.302,8	3.284,8	4.933,0	4.715,0	5.317,1	1.266,1	11,8	2. Services
2.1. Prihodi - izvoz usluga	4.442,0	5.481,3	5.832,3	7.565,9	7.636,7	8.051,8	2.662,9	9,0	2.1. Credit-exports of services
2.1.1. Prijevoz	606,3	658,6	622,8	696,3	791,3	880,3	454,8	10,8	2.1.1. Transport
2.1.2. Putovanja-turizam	3.011,8	3.749,3	3.960,8	5.572,7	5.505,6	5.998,9	1.616,5	8,6	2.1.2. Travel
2.1.3. Ostale usluge	824,0	1.073,4	1.248,6	1.296,9	1.339,8	1.172,6	591,5	8,6	2.1.3. Other
2.2. Rashodi - uvoz usluga	-1.971,5	-2.178,5	-2.547,5	-2.632,8	-2.921,7	-2.734,7	-1.396,8	6,5	2.2. Debit-imports of services
2.2.1. Putovanja-turizam	-411,1	-472,5	-450,8	-444,1	-545,8	-504,0	-260,7	12,3	2.2.1. Tourism
2.2.2. Prijevoz	-612,3	-676,5	-822,2	-596,1	-683,3	-604,1	-261,8	-14,7	2.2.2. Transport
2.2.3. Ostale usluge	-948,1	-1.029,5	-1.274,5	-1.592,7	-1.692,5	-1.626,6	-874,3	13,2	2.2.3. Other
3. DOHODAK	-419,8	-616,2	-573,8	-1.069,5	-637,0	-974,2	-923,2	16,1	3. INCOME
3.1. Prihodi	377,3	472,4	458,3	449,6	657,4	651,4	357,7	10,4	3.1. Credit
3.2. Rashodi	-797,2	-1.088,6	-1.032,1	-1.519,1	-1.294,4	-1.625,6	-1.280,8	14,4	3.2. Debit
4. TEKUĆI TRANSFERI	958,9	1.099,5	1.152,2	1.244,5	1.191,8	1.176,3	574,9	-7,8	4. CURRENT TRANSFERS
4.1. Prihodi	1.195,5	1.333,3	1.453,2	1.538,7	1.584,6	1.624,6	827,7	-0,4	4.1. Credit
4.2. Rashodi	-236,6	-233,8	-301,1	-294,2	-392,8	-448,3	-252,7	21,8	4.2. Debit
B. KAPITALNE I FINANCIJSKE TRANSAKCIJE	1.244,5	1.050,9	2.731,9	2.996,5	2.342,3	2.896,0	2.808,8	13,5	B. CAPITAL AND FINANCIAL ACCOUNT
B1. KAPITALNE TRANSAKCIJE	22,2	154,1	501,2	72,4	23,1	50,9	1,8	-57,4	B1. CAPITAL ACCOUNT
B2. FINAN. TRANSAKCIJE isključujući dev. prič.	1.899,5	2.445,8	2.972,6	4.159,5	2.362,3	3.666,9	4.176,7	42,0	B2. FINANCIAL ACCOUNT, EXCL. RES.
1. IZRAVNA ULAGANJA	1.140,6	1.326,9	597,2	1.695,4	709,0	1.184,9	1.101,6	33,6	1. DIRECT INVESTMENT
1.1. U inozemstvo	-1,5	-175,6	-597,8	-93,0	-280,3	-142,9	-23,1	-79,5	1.1. Abroad
1.2. U Hrvatsku	1.142,1	1.502,5	1.195,1	1.788,4	989,3	1.327,8	1.124,7	20,0	1.2. In Croatia
2. PORTFOLIO ULAGANJA	728,0	666,0	-440,2	868,8	244,5	-1.049,0	-406,1	-32,3	2. PORTFOLIO INVESTMENT
2.1. Sredstva	-25,0	-143,2	-650,6	121,3	-752,5	-475,4	-28,0	-81,4	2.1. Assets
2.2. Obveze	753,0	809,2	210,4	747,5	997,1	-573,5	-378,1	-15,9	2.2. Liabilities
3. FINANCIJSKI DERIVATI	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-88,4	0,0	-	3. FINANCIAL DERIVATES
4. OSTALA ULAGANJA	30,9	453,0	2.815,5	1.595,3	1.408,7	3.619,4	3.481,2	24,1	4. OTHER INVESTMENT
4.1. Sredstva	-1.040,4	394,3	451,9	-2.151,8	-420,8	971,4	1.151,1	-11,8	4.1. Assets
4.2. Obveze	1.071,3	58,7	2.363,6	3.747,1	1.829,5	2.647,9	2.330,1	55,3	4.2. Liabilities
B3. DEVIZNE PRIČUVE (HNB)	-677,3	-1.549,0	-741,9	-1.235,5	-43,0	-821,8	-1.369,7	191,1	B3. RESERVE ASSETS (HNB)
C. NETO GREŠKE I PROPUSTI	-754,6	-233,3	-634,7	-1.130,3	-884,3	-932,5	478,2	96,1	C. NET ERRORS AND OMISSIONS

Izvor: HNB, obrada: HGK  
\*preliminarni podaci

Source: CNB, Edit: CCE  
\*preliminary data

**PRILOG 4.**

**DEVIZNI PRIHOD OD TURIZMA, u mil. USD**  
Balance of Payments - Travel

	UKUPNO TOTAL			Stope rasta u % (prema istom tromjesečju prethodne godine) Growth rates in % (with corresponding quarter of the previous year)		
	Prihod Credit	Rashod Debit	Neto prihod Net credit	Prihod Credit	Rashod Debit	Neto prihod Net credit
1997.	2.523,1	-530,1	1.993,0	25,3	3,9	32,5
1998.	2.733,4	-600,3	2.133,2	8,3	13,2	7,0
1999.	2.493,4	-751,4	1.742,0	-8,8	25,2	-18,3
2000.	2.758,0	-568,1	2.189,9	10,6	-24,4	25,7
2001.	3.335,0	-606,4	2.728,6	20,9	6,7	24,6
2002.	3.811,4	-781,3	3.030,2	14,3	28,8	11,1
2003.	6.310,5	-672,4	5.638,1	65,6	-13,9	86,1
2004.	6.726,7	-847,9	5.878,7	6,6	26,1	4,3
2005.**	7.370,1	-753,9	6.616,2	9,6	-11,1	12,5
I-III 2000.	234,8	-154,8	79,9	-24,0	-35,8	17,5
IV-VI	548,8	-127,8	421,0	4,5	-6,4	8,3
VII-IX	1.652,3	-165,5	1.486,8	26,7	-11,7	33,1
X-XII	322,1	-120,0	202,1	-9,3	-35,6	19,8
I-III 2001.	237,5	-156,6	80,9	1,2	1,2	1,2
IV-VI	533,2	-141,4	391,8	-2,8	10,6	-6,9
VII-IX	2.151,2	-170,2	1.981,0	30,2	2,8	33,2
X-XII	413,1	-138,2	274,9	28,2	15,2	36,0
I-III 2002.	236,7	-141,7	95,0	-0,3	-9,5	17,4
IV-VI	756,9	-205,2	551,7	41,9	45,1	40,8
VII-IX	2.350,0	-254,0	2.096,0	9,2	49,3	5,8
X-XII	467,9	-180,4	287,4	13,3	30,5	4,6
I-III 2003.	139,0	-127,1	11,9	-41,3	-10,3	-87,5
IV-VI	1.608,0	-147,6	1.460,4	112,5	-28,1	164,7
VII-IX	4.153,4	-223,0	3.930,4	76,7	-12,2	87,5
X-XII	410,1	-174,7	235,4	-12,3	-3,2	-18,1
I-III 2004.	219,9	-203,1	16,9	58,2	59,7	42,3
IV-VI	1.600,5	-198,7	1.401,9	-0,5	34,6	-4,0
VII-IX	4.429,6	-250,8	4.178,8	6,7	12,4	6,3
X-XII	476,6	-195,4	281,2	16,2	11,9	19,4
I-III 2005.**	282,0	-210,5	71,4	28,2	3,7	323,3
IV-VI**	1.590,8	-183,9	1.406,9	-0,6	-7,4	0,4
VII-IX**	4.978,4	-226,7	4.751,7	12,4	-9,6	13,7
X-XII**	518,9	-132,7	386,1	8,9	-32,1	37,3
I-III 2006.*	225,1	-135,9	89,1	-20,2	-35,4	24,8

Izvor: HNB, obrada: HGK

\* preliminarni podaci

\*\* revidirani podaci

Source: CNB, edit: CCE

\* preliminary data

\*\* revised data

## PRILOG 5. Dolasci i noćenja turista

### DOLASCI I NOĆENJA TURISTA

Tourist arrivals and nights

	DOLASCI TURISTA (u tisućama) TOURIST ARRIVALS (000)				NOĆENJA TURISTA (u tisućama) TOURIST NIGHTS (000)				INDEKSI INDICES		Struktura noćenja Composition nights	Prosječan broj noćenja po dolasku Average number of tourist nights by tourists, arrivals					
	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.	I-VIII 2006./ I-VIII 2005.	I-VIII 2006./ I-VIII 2005.								
UKUPNO	7.137	7.860	8.320	8.878	9.412	9.995,0	8.314,3	39.183	43.404	44.692	46.635	47.797	51.420,9	44.651,8	102	100,0	TOTAL
DOMAĆI	1.305	1.316	1.376	1.469	1.500	1.528,2	1.241,8	5.138	5.021	4.981	5.312	5.281	5.434,4	4.833,5	109	10,8	DOMESTIC
STRANI	5.831	6.544	6.944	7.409	7.912	8.466,8	7.072,5	34.045	38.384	39.711	41.323	42.516	45.985,5	39.818,3	102	89,2	FOREIGN
Austrija	640	687	690	709	741	742,5	627,8	3.358	3.601	3.543	3.585	3.638	3.756,5	3.344,2	108	7,5	Austria
Bosna i Hercegovina	182	172	173	178	163	170,5	158,7	890	801	787	848	755	829,1	842,9	117	1,9	Bosnia and Herzegovina
Češka	711	742	698	699	664	615,5	502,6	4.734	4.921	4.560	4.554	4.173	4.051,7	3.350,5	95	7,5	Czech Republic
Italija	1.012	1.060	1.099	1.206	1.232	1.252,6	1.077,3	4.526	4.724	4.883	5.323	5.375	5.698,8	5.009,4	95	11,2	Italy
Mađarska	250	280	318	356	403	453,4	350,4	1.418	1.554	1.733	1.905	2.092	2.405,1	1.972,5	91	4,4	Hungary
Nizozemska	104	125	148	179	212	243,6	212,3	901	1.059	1.204	1.497	1.690	1.910,0	1.787,3	101	4,0	Netherlands
Njemačka	1.048	1.300	1.482	1.552	1.580	1.572,0	1.203,1	7.804	9.686	10.789	11.056	10.888	11.001,1	8.657,2	99	19,4	Germany
Poljska	285	392	358	238	241	241,8	229,2	1.818	2.514	2.185	1.331	1.286	1.374,6	1.400,9	117	3,1	Poland
Slovačka	187	203	191	188	176	184,9	195,9	1.249	1.335	1.223	1.205	1.101	1.183,5	1.300,0	122	2,9	Slovakia
Slovenija	849	877	870	918	884	878,8	799,2	5.016	5.119	4.993	5.208	5.032	5.099,1	4.795,9	102	10,7	Slovenia
Švicarska	36	46	61	83	104	113,9	95,1	154	202	252	340	412	473,3	422,6	112	0,9	Switzerland
Velika Britanija	85	107	132	153	208	255,5	190,4	410	542	661	721	1.015	1.348,5	982,4	102	2,2	Great Britain
Kanada	14	15	16	19	22	24,7	21,3	40	40	45	55	63	66,8	61,8	125	0,1	Canada
SDA	53	52	59	65	98	115,8	100,5	147	144	160	177	254	291,7	261,0	128	0,6	USA

Izvor: DZS, obrada HGK

Source: Central Bureau of Statistics, editi CCE



# LITERATURA

## KNJIGE

1. Aćimović, M. (1995),: Svjetsko gospodarstvo i međunarodna trgovina, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, Sveučilišta u Rijeci, Rijeka.
2. Afrić, K. et all., (2002), Znanje – temeljni ekonomski resurs, Ekonomski fakultet
3. Alfier D.,(1994): Turizam, izbor radova, Institut za turizam, Zagreb
4. Andrić N., (1980): Turizam i regionalni razvoj, Informator Zagreb,
5. Antić, V., (1953), „Turizam Istre, Hrv. Primorja i Gorski kotar, Rijeka;
6. Antunac, I./2001/, «Turizam teorijsko-znanstvene rasprave», Institut za turizam Zagreb, Zagreb
7. Ascher, F., i Schecht, J.,(1978),: La production du tourisme, Institut d'urbanisme – Université Paris VIII, Paris,
8. Avelini-Holjevac, I., (1998), «Kontroling-Upravljanje poslovnim rezultatom», Hotelijerski fakultet Opatija,
9. Avelini-Holjevac, I., (2002), «Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji» Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija,
10. Babić, M.,(1995), Makroekonomija, VIII izdanje, Mate d.o.o. Zagreb
11. Babić, M.(1993), Međunarodna ekonomija, III izdanje, Mate, Zagreb,
12. Bahtijarević Šiber, F.,(1999), Management ljudskih potencijala, Golden marketing, Zagreb
13. Barac A., (1968), Književnost Istre i Hrvatskog primorja, , Tipograf Rijeka,
14. Barić, V. et. all.(1998), Hrvatsko gospodarstvo, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Politička kultura, Zagreb,
15. Baretje, R., Pierre P.,(1972), Defert, Aspects économiques du tourisme, Paris,
16. Bartoluci, M. i suradnici,/2004/, Menadžment u sportu i turizmu, Kineziološki i ekonomski fakultet, Zagreb
17. Bartoluci, M.,(2003), Ekonomika i menadžment sporta, 2., izmjenjeno i dopunjeno izdanje, Zagreb, Informator, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb
19. Bartoluci, M.,(1999), Ekonomski aspekti sporta i turizma, Fakultet za fizičku kulturu, Zagreb
20. Bendeković, J., i koautori /1993/ Planiranje investicijskih projekata, knjige I-IV, Ekonomski institut Zagreb
21. Bienayme, A.,(1966), Politique de l innovation et repartition des revenus, Cujas,
22. Blanchard, O., (2005), „Makroekonomija“, treće izdanje, biblioteka „Gospodarska misao“ Mate.d.o.o Zagreb, str.437-459.
23. Blažević, B., Systema approach to Sustainable Tourism Development, Tourism & Hospitality Industry 2006., Zbornik radova –CD- New Trends in Tourism and Hospitality management, Faculty of Tourism and Hospitality Management, Opatija, str. 1026-1045.
24. Blažević, B., /1995/, Ekonomski računi plasmana kapitala u hrvatskom hotelijerstvu, Hotelijerski fakultet Opatija
25. Blažević, B./1998/: "Gospodarstvo Novog Vinodolskog u XX. stoljeću", Adamić d.o.o. Rijeka
26. Borković, V., Kobašić, A. (1993),: Poslovanje ugostiteljskih poduzeća, Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu Sveučilišta u Splitu, Dubrovnik,
27. Borman, /1931/, Die Lehre vom Fremdenverkehr, Berlin

28. Brajdić, I., /2003/, Specifičnosti odlučivanja u hrvatskome turizmu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija
29. Brajdić, I.,(1998), Modeli odlučivanja, Hotelijerski fakultet Opatija, hotelski menadžment, Opatija,
30. Brekić, J. (1990), Razvoj i promocija kadrova, Globus, Zagreb,
31. Bogunović, A., Crkvenac, M., Sharma, S., /1991/: Osnove ekonomike narodne privrede, Narodne novine, Zagreb
32. Bogunović, A., Sharma, S., /1995/: Narodno gospodarstvo, Art studio Azinović, Zagreb
33. Cerović, Z.,/2003/, Hotelski menadžment, Fakultet za turistički i hotelski menadžment
34. Castells, M., (2000), Informacijsko doba, svezak I., II. i III. Golden marketing, Zagreb,
35. Checkland, P., » System Thinking, Sustems Practice: Includes a 30-Year Retrospective, John Wiley and Sons Ltd.
36. Cicvarić, A., (1984), Turizam i privredni razvoj Jugoslavije, "Zagreb"-Samobor, Zagreb.
37. Cicvarić, A., (1990), Ekonomika turizma, Zagreb, Zagreb
38. Cicvarić, A.,(1990), Ekonomika turizma, Poduzeće za grafičku djelatnost, Samobor, Zagreb,
39. Clement, H., (1961),The Future of Tourism in the Pacific and Far East, Washington,
40. Clement, H.G. (1961), The Future of Tourism in Pacific and Far East, Washington 1961,
41. Črnjar, M., /1997/, Ekonomija i zaštita okoliša, Školska knjiga-Zagreb, Glosa-Rijeka.
42. Delort, R.,-Walter, F.,(2002), Povijest europskog okoliša,Ministarstvo zaštite okoliša i prostornog uređenja, Zagreb
43. Deželjin, J.,/1987/,Teorija sistema i informatizacija privrede i društva, Narodne novine, Zagreb,
44. Deželjin, J., /1984/, Teorija ekonomskih sistema udruženog rada, SCEOZ Rijeka.
45. Donnelly,Gibson,Ivancevich,/1990/»Fundamentals of Management« ,BPI IRWIN,Boston,USA,Seventh Edition,
46. Dragičević, A., (2005), »Svjetski izazov Hrvatskoj« Dom & svijet, Zagreb.
47. Dragičević, A., i Dragičević, D.,/2003/, Doba kiberkomunizma – visoke tehnologije i društvene promjene”,Golden marketing, Zagreb,
48. Dragičević, A.,: /1987/, »Vizija i zbilja« , August Cesarec , Zagreb,
49. Dragičević, A. /1984/,: »Kritika političke ekonomije«, »Globus«, Zagreb
50. Dragičević Mirjana, (1996), «Ekonomija i novi razvoj«, Alinea, Zagreb, Politička kultura Zagreb,
51. Družić, I. et all., (2002),: «Hrvatski gospodarski razvoj», Ekonomski fakultet
52. Družić, I., et-all., /1998/, «Hrvatsko gospodarstvo», Ekonomski fakultet Zagreb, Politička kultura Zagreb.
53. Dragojević, R.,/1977/, Informatika, Školska knjiga, Zagreb, Sveučilišta u Zagrebu, Politička kultura, Zagreb,
54. Družić, I., Sirotković, J.,/2002/, "Uvod u hrvatsko gospodarstvo" Ekonomski fakultet Zagreb, Politička kultura, Zagreb,:
55. Dulčić, A., /2001/, «Upravljanje razvojem turizma», Mate d.o.o. Zagreb,
56. Dulčić, A., /1991/, Turizam, načela razvoja i praksa, Institut za turizam Zagreb i Ekonomski fakultet Split
57. Đukić,A., /1999/, Menedžment prirodnih resursa i ekologije u turizmu-metode i modeli, Veleučilište u Dubrovniku, Dubrovnik.

58. Erbes, R., (1973), Le tourisme international et l'economie des pays en voie de développement, OCDE, Paris,
59. Eschenbach, R., i dr., /1995/, „Controlling“, Schaeffer/Poeschel, Stuttgart,
60. Fishwick, P.A., /1991/, „Qualitative Simulation Modeling and Analysis, New York.
61. Gašparović, V., 1996, Teorija rasta i upravljanje rastom poduzeća, Školska knjiga, Zagreb,
62. Gerhard, M., /1966/, „Kybernetik und Unterrichtsprozess“, Berlin
63. Gautier, M., /1932/, L'hotellerie, Paris
64. Giersch, H., 1977., Konjunktur- und Wachstumspolitik in der offenen Wirtschaft, II. Dio, Gabler Verlag.
65. Glücksman, R., /1935/, Fremdenverkehrskunde, Bern
66. Glücksman, R., /1927/, Das Gaststättewesen, Stuttgart
67. Gautier, M., /1932/, L'hotellerie, Paris
68. Goodstein, S., E., (2003), Ekonomika i okoliš, Biblioteka gospodarska misao, Mate, Zagreb
69. Gros, D., i Thygesen, N., (1998), „European Monetary Integration: From the European Monetary System to Economic and Monetary Union“, 2. izd., Addison-Wesley, Longman, New York.
70. Grčić, B., /1995/, „Simulacijski model upravljanja razvojem regije“, doktorska disertacija,
71. Häberlin, P., (1969), Die staatlichen Interventionen im Fremdenverkehr, Bern,
72. Habermas, J., (1988), „Filozofski diskurs moderne“ Globus Zagreb, Zagreb,
73. Habermas, J., (1985), „Der philosophische Diskurs der Moderne“, Zwölf Vorlesungen, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main,
74. Habermas, J., (1990), The Philosophical Discourse of Modernity, Polity Press-
75. Hatibović, Dž., (1986) Teorije privrednog napretka, Institut za međunarodnu politiku i privredu, (1986), Beograd,
76. Haulot, A., (1973),: Du tourisme aristocratique au tourisme social, AIEST, Edition Gurten,
77. Heertje, A. i Kanning, W., De kern van de Economie, Stenfert Kroese, Leinden  
1993. implication économiques, financier et sociales, Centre d'etudes du tourisme, Aix – en
78. Heytens, J., (1974), Les effets du tourisme dans les pays en voie de développement – Provence
79. Horne, J., C., /1993/, "Financijsko upravljanje i politika", deveto izdanje, Mate d.o.o., Zagreb,
80. Horvat, B., (1962), „Međusektorska analiza“, Narodne novine, Zagreb,
81. Huber, H., /1991/, Rechnungswesen, FVV, Manz Verlag und Universitätsbuchhandlung, Wien,
82. Hunziker, W., - Krapf, K., /1942/, Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre, Zürich
83. Hunziker, W., /1959/, Betriebswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs, Bern
84. Ivanović, Z., Financijski menadžment, Hotelijerski fakultet Opatija
85. Jere Lazanski, T., (2006), „System Dynamic and Modelling in Tourism“ 18. Biennial International Congress Tourism & Hospitality Industri 2006., New Trends in Tourism and Hospitality Management, Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija, pp. 337-346.
86. Jere Lazanski, T., 2002., Qualitative Modeling of Complex System in a Frame of System Dynamics“, Masters Thesis, University of maribor, Faculty of Organizational Sciences, Kranj

87. Jovanović, M., (1993), *Kapitalizam iznutra*, Pravni fakultet, Rijeka.
88. Kabalin, S.,(1985), “ Novi Vinodolski - prvo stoljeće turizma, Tipograf, Rijeka;
89. Kaiser, C. Jr. i Larry, E., H., (1978), *Tourism, planning and development*, CBI Publishing Company, Boston,
90. Kaspar, C./1975/ ,«Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss«, Verlag Paul Haupt, Bern und Stuttgart
91. Keynes, J.M., /1987/, "Opća teorija zaposlenosti kamate i novca", Ekonomska biblioteka, Zagreb.
92. Keynes,J., M., *General Theory of Employment, Interest and Money*, knjiga III,
93. Kljusev, N., (1979)Teorija i politika ekonomskog razvoja, Književne novine, Beograd.
94. Kobašić, A.: *Politika razvoja turizma*, Institut za turizam, Zagreb, 1990.
95. Kornai, J., (1983) - *Antiequilibrium*, Ekonomska biblioteka, Centar za kulturnu djelatnost, Zagreb
96. Kovačević, B., (1999), *Osnove ekonomije*, Mikrorad d.o.o., Zagreb.
97. Krištafor, V., Jurdana, S., Uremović, V., (1988), *Turistička Crikvenica 1888-1988.*” Turističko društvo Crikvenica ; 7.
98. Krapf, K./1954/, *Der touristische Konsum*, Bern
99. Krapf, K., /1963/, *Tourism as a Factor in Economic Development*, Roma
100. Krapf, K., /1953/, *Von der Empirix zur Theori des Fremdenverkehrs*, München
101. Krapf:, K., (1963), *Le rôle et l'importance du tourisme international*, Nations Unies, Rome,
102. Krippendorf, J.,(1971), *Marketing et tourisme*, Herbert Lang Berne et Peter Lang Francfort/M,
103. Kubović, B., /1974/: *Regionalna ekonomika*, Informator, Zagreb
104. Lang, R./1986/, " *Koncepcija i strategija razvoja* ", Ekonomski institut Zagreb,
105. Lange, O., /1965/, “*Wholes and Parts A General Theory of System Behaviour*”, Oxford-Warszawa
106. Lokin, B., (200), *Hrvatska 2015, Golden marketing*, Zagreb, 2000.
107. Lokin, B., »Pristup koncepciji dugoročnog razvoja«, »Naprijed« Zagreb
108. Madžar, Lj., 1973.,*Optimalizacija u teoriji proizvodnje i privrednog rasta*, Savremena administracija, Beograd,
109. Magaš, D., /2003/:*Management turističke organizacije i destinacije*, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Adamić, Rijeka
110. Magaš, D., /1997/: *Turistička destinacija*, Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet Opatija
111. Mandarić, A., i Antunac, I., *Utjecaj turizma na nacionalnu privredu*, Beograd 1965,
112. Marković,S.,i Marković, Z., (1972),*Ekonomika turizma*, Školska knjiga , Zagreb,
113. Mariotti, A., /1925/, *Lezioni di Economia turistica*, Roma
114. Marković, S., i Z., (1970), *Osnove turizma*, Školska knjiga, Zagreb,
115. Marshall, A., (1987), "Načela ekonomike", Ekonomska biblioteka, Zagreb.
116. Martinus, K.,(1980), «*Holland and Tourism in the Next Decade*», *Tourism Planing and Development Issues*,
117. McConnell C.R. and Brue S., (1989), «*Contemporary Labor Economics*», McGraw-Hill, USA,
118. „*MC Invest Bau und Finanzierungsberatung*“, dokumentacija Ges.M.B.H.Wien
119. Mesarić, M., 1970., *Uvod u analizu tehničkog napretka*, Ekonomski institute, Zagreb,
120. Michele, T., (1940), *Prime linee d'una teoria della turistica*, Casa editrice dott. Antonio Milani, Padova,
121. Mikić, M./1987/, *Turizam u međunarodnoj razmjeni*, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb

122. Morgenroth, W., (1927), Handwörterbuch der Staatswissenschaften, Jena
123. Mrnjavac, E., (2002), "Promet u turizmu", Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija
124. Müch, T., (1930), Das Hotelunternehmen im Lichte betriebswirtschaftlicher Lehre und Praxis, Zürich
125. Norval, I., /1936/, The Tourist Industry, London
126. Novačevski, D., /1979/, »Metodi izbora strateških odluka«, »Savremena administracija, Beograd
127. Obradović, S. (1962), Uvod u analizu spoljne trgovine, Nučna knjiga. Beograd,
128. Ogilvie, F., W., /1936/, The Tourist Movement, London
129. Olfert, K., /1995/, „Investition“, Kiehl Verlag GmbH, Ludwigshafen,
130. Parkin, M., "Makroekonomics" /1990/, Addison Wesley Publishing Company, University of Western Ontario USA,
131. Pascale, R.T./1990/, Managing on the Edge: How Successful Companies Use Conflict to Stay Ahead, London: Viking Penguin.,
132. Pavlić, I., /1970/: " Statistička teorija i promjena ", " Tehnička knjiga " Zagreb,
133. Pertot, V., /1967/, Ekonomika međunarodne razmjene u uslovima intervencionizma», Informator, Zagreb
134. Peter S. R.: /1986/, *The Financial System in the Economy* Dow Jones Irwin
135. Pirjevec, B., (1998), Ekonomska obilježja turizma, Golden marketing, Zagreb
136. Planina, J., (1974), Ekonomika turizma, Univerza v Ljubljani, Ljubljana,
137. Polascia, F., (1969), *Economia del Turismo*, Edizioni le Opera, Roma Popper, K., (2002), »The Logic of Scientific Discovery«, Routledge, an imprint of Taylor & Francis Books Ltd.
138. Pulić, A., Sundać, D.: Intelektualni kapital, I.B.C.C., 1998.
139. Porter, M., /1990/, »The Competetive Advantage of Nations«, London: Macmillan Press.
140. Potočnik, V., (2002), Obnovljivi izvori energije i zaštita okoliša u Hrvatskoj, Ministarstvo zaštite okoliša i prostornog uređenja, Zagreb
141. Radišić, F.,: (1981), Turizam i turistička politika, Istarska naklada, Pula 1981,
142. Radošević, D., (1991), Tržišno ekonomska politika Hrvatske, knjiga 1, Katedra za makroekonomiku i ekonomsku politiku, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb
143. Radošević, D., /1978/, Teorija sistema I teorija informacija, Fakultet organizacije i informatike, Varaždin.
144. Rajkov, M., /1977/, Teorija sistema, Univerzitet u Beogradu, Beograd
145. Relac, M., /1979/, Sportska rekreacija u turizmu, Zagreb
146. Relac, M., Bartoluci, M., Čavlek, N., /1988/, Fakultet za fizički kulturu i Ekonomski fakultet, Zagreb.
147. Robinson, J., 1981., Uvod u suvremenu ekonomiku, Ekonomska biblioteka, Zagreb.
148. Sadler, P., – Archer, B. (1974), The economic impact of tourism in developing countries,
149. Samuelson, W.P., Nordhaus, W.D., (1995), *Economics*, McGraw-Hill, Inc., New York.
150. Samuelson, P., A., Nordhaus, W. (1992): *Ekonomija*, 14. izdanje, Mate d.o.o., Zagreb,
151. Samuelson, P., A., (1967), *Economic and Introductory Analyiss – Seventh Edition*, New York,
152. Schiller, Bradley, R., /1991/, *The Economy Today*, Fufth Edition, McGraw-Hill, Inc.
153. Schneider, D., /1992/, "Investition, Finanzierung und Besteuerung", /. Auflage, Gabler, Wiesbaden, Germany.
154. Schultz, T. W., (1985): Ulaganje u ljude, CEKADE, Zagreb, 1985

155. Seicht, G., /1997/, " Investition und Finanzierung", 9. Auflage, Linde Verlag, Wien.
156. Sekulić, M.,(1993), Najnoviji razvoj u primjeni input – output analize, Ekonomski institut Zagreb.
157. Sekulić, M., (1968), Primjena strukturnih modela u planiranju privrednog razvoja, Ekonomski fakultet Zagreb,
158. Serdar, V., /1970/, Udžbenik statistike, " Školska knjiga " Zagreb,
159. Sessa, A.,(1988), Il sustavo turistico nazionale, Roma
160. Sessa, A.,/1984/, La scienza dei sistemi per lo sviluppo del turismo, Editrice Agnesotti, Roma
161. Sessa, A.,(1988), Il sustavo turistico nazionale, Roma
162. Sessa, A., (1985), La scienza dei sistemi per lo sviluppo del turismo, Agnesotti Collane del corso di specializzazione in turismo, 16, Roma.
163. Silovbrčić, V.: Strategija razvoja znanosti, Hrvatska u 21. stoljeću, 1996. HAZU, Zagreb
164. Sigaux, /1966/, History of Tourism, London
165. Sirotković, J., - Družić, G., ( 1999), Utjecaj ekonomske politike na hrvatsko gospodarstvo,
166. Sirotković, J.,(1996), Hrvatsko gospodarstvo, Golden marketing, Zagreb,
167. Soros, G., (1996) - Alkemija financija, Misl, Zagreb.
168. Srića, V.,/1988/,: »Uvod u sustavski inženjering«, »Informator«, Zagreb
169. Stacey,R., D.,/1993/, "Strateški menadžment i organizacijska dinamika", Mate, d.o.o., Zagreb
170. Stipetić, V., Cicvarić, A., Grahovac, P., /1991/: Ekonomika narodnog gospodarstva, Foto Soft, Zagreb
171. Stojanović D., Model s prosječnim kapitalnim koeficijentom-Ekonomika Beograd,
172. Stojanović, R., /1979/, »Planiranje u samoupravnom društvu«, Savremena administracija
173. Stojanović, R.,: /1983/,»Veliki ekonomski sistemi«, Savremena administracija, Beograd, Beograd,
174. Stojanović, R.,(1979),: »Optimalna strategija privrednog razvoja« - »Savremena administracija« Beograd
175. Stojanović, R., (1984), »Na putu ka visokoindustrijaliziranom socijalizmu« , »Savremena administracija« Beograd
176. Stojanović, R.,: " Upravljanje razvojem ...
177. Stradner, J., 1905, Der Fremdenverkehr , Graz
178. Sweezy,P.,T 1959., Teorije kapitalističkog razvitka, ,Naprijed, Zagreb,
179. Šandor, Š., (1981), "Uvod u teoriju sistema i kibernetiku", Ekonomski fakultet Subotica, Institut za organizaciju poslovanja, Subotica.
180. Šoškić, B.,(1972), Proizvodnja, zaposlenost i stabilizacija, Suvremene makroekonomske analize, Suvremena administracija, Beograd,
181. Thurow, C., L., (1997) - Budućnost kapitalizma, Gospodarska misao, Mate d.o.o, Zagreb,
182. Tonković, K., (1981), " Promet u više razina", Školska knjiga, Zagreb
183. Turk, H., (1994), "Povijest turizma i ugostiteljstva otoka Raba, Rijeka
184. Vanhove, N.,(1972),»Application of the Cost-Benefit Analysis of Tourism", Edition Gurten Gurtenverlag, Berne
185. Vinski I., (1967),»Uvod u analizu nacionalnog dohotka i bogatstva; Naprijed, Zagreb,
186. Vujić, V., (2005),: Menadžment ljudskog kapitala, drugo izdanje, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Veleučilište u Rijeci, CROMA – Hrvatsko udruženje menadžera, Rijeka,

187. Weber, S., Mikačić, V.: *Osnove turizma*, Školska knjiga, Zagreb, 1994.
188. Vasović, M., i Jovičić, Ž., (1974), *Važnije turističko – geografske regije Evrope*, Rad, Beograd,
189. Vinski I., (1967),: *Uvod u analizu nacionalnog dohotka i bogatstva*, Naprijed, Zagreb,
190. Von Horne, J.C., (1993),: *Financijsko upravljanje i politika – IX izdanje – Mate d.o.o.* Zagreb,
191. Vujković, T., /1976/, : " *Ekonometrijske metode i tehnike* ", Informator , Zagreb,
192. Vujković, T., /1988/, : " *Upotreba mikrokomputora u ekonomskim istraživanjima* ", Informator, Zagreb,
193. Vuković, B., i Čavlek, N., (2001), *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb.
194. Vuković, I., (1995),. *Financiranje visokoškolskog obrazovanja u Europi – ulaganje u ljudsku inteligenciju*, Menora, Zagreb,

## RADOVI U ČASOPISIMA, ZBORNICIMA I U I OSTALIM IZVORIMA

1. Adamović, M., Mežnarić, S., (2003): „Potencijalni i stvarni “odljev” znanstvenog podmlatka iz Hrvatske”: empirijsko istraživanje, Revija za sociologiju, Zagreb, 34, 2003., 3–4.
2. Aguirre, M., I.,(1978): »Saturation touristique et distribution des flux touristiques«, Conference internationale sur le tourisme et le transport aérien. Organisation mondial du tourisme (OMT) et Association du transport aérien international (IATA), Mexiko, 17 – 21. IV 1978, Madrid – Geneve 1978,
3. Alfier, D., (1972): “Oblici i posljedice turističkog pritiska na obalu i more”, Turizmologija, br. 2, Beograd,
4. Amalfi Tourisme et Finances publiques, (1064), Edition Gurten, Berne
5. Andrić, N., /1980/, Separat iz " Proširena reprodukcija i problemi ekologije ", Zbornik radova, " Samoupravni sistemi proširena reprodukcija u socijalističkoj Jugoslaviji ", Informator Zagreb,
6. Antić, V., (1986), “Počeci turizma u Primorju od Opatije do Novog Vinodolskog” , predgovor u knjizi “Selce-turistički razvitak 1894-1985.”, Turističko društvo Selce, 1986.
7. Antunac, I., (2002), «Mit o deviznoj potrošnji inozemnih turista”, poseban otisak iz Ekonomskog pregleda broj 3-4/2002., Zagreb,
8. ”Apartmana skoro koliko i stanova”, NOVI LIST, Rijeka, 07. svibnja 2003.
9. ”Apartmanizacija zločin prema prostoru”, Novi list, Rijeka, 22. veljače 2003.
10. Bacheri, E., i Manante, M.,(1998), Međunarodno gospodarstvo i turizam- sedmo izdanje o talijanskom turizmu 1997., Roma,
11. Avelini-Holjevac,I.,(1995),-"Controlling u hotelskom poduzeću", Tourism and Hospitality Management, WIFI Wien/Opatija
12. “Balance of Payments Manual”, 5. izdanje, MMF, Wasington, 1993.
13. Baletić, Z., /2000/: «Regionalna politika u uvjetima globalizacije”, Uvjeti i izgledi ekonomskog razvoja Hrvatske početkom 21. stoljeća, Zbornik radova znanstvenog skupa održanog 25. svibnja 2000. u Zagrebu, HAZU, Zagreb
14. Barre, H.,(1970.), «Eléments pour une politique de financement des investissements touristiques dans les pays en voie de développement”, World Travel – Tourisme mondial, No 93, Geneve,
15. Barre, H., (1964), «Le rôle des finances publiques dans financement des investissement touristiques”, Congrès de l’AIEST du 9 au 14 octobre 1963. á Ischia et Amalfi Tourisme et Finances publiques, Edition Gurten, Berne,
16. Behrens R. – Havranek P.M., (1991),– «Manual for the Preparation of Industrial Feasibility Studies”, Newy revised and expanded edition-UNIDO- Vienna
17. Bejaković, P.: ”Konkurentnost radne snage u Hrvatskoj - Stanje i problemi”, <http://www.ijf.hr> (10.04.2005.)
18. Bejaković, P., (2006.), “Uloga obrazovnog sustava u postizanju zapošljivosti i konkurentnosti radne snage u Hrvatskoj”, Društvena istraživanja broj 83. – Društvo temeljeno naznanju, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, str.401-425.
19. Bernard, A., (1980): «Les migration touristique: Criminalité et impact des migrations touristiques sur mission et l’exemple des Alpes - ;aritimes, Centre des Hautes Etudes Touristiques, Aix – en – Provence,
20. Bernecker, P.,(1954),“ Materielle und immaterielle Funktionen des Fremdenverkehrs“
21. Bertalanffy, L.,/1972/,»General Systems Theory – a Critical Rewiev« u zborniku čiji su editori John Blashon i Geoff Peters »System Behaviure«, London
22. Bertalanffy, L.,/1956/, “General Systemy Theory” u “General Systems”, Vol. I.



23. "Betonski «izvan zemaljci» sišli na more» - «Apartmanska gradnja na otoku Rabu izmakla kontroli», Otočki Novi list, Rijeka, 6. travnja 2003.
24. Bilteni NBH, No 46/2000., br. 74/2002., br. 112/2006.
25. Blalock, A.B./1959/, "Toward a Clasification of System Analysis in the Social Sciences" u "Philosophy of Science", Vol. 26.
26. Blažević, B., and Jelusic, A., (2006), "Modelling regional economic development", Kybernetes – The international journal of systems & cybernetics, Volumen 35, Number 7/8, str.1190-1202.
27. Blažević, B., i dr. (2006), „Turistička regionalizacija u globalnim procesima“ – Znanstveni projekt kojeg financira Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, u redakciji B. Blaževića, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, neobjavljeni rukopis.
28. Blažević, B. (1999),: «Kriteriji za strategiju gospodarskog razvoja Hrvatske», Ekonomija, br. 2, Zagreb,
29. Blažević, B.: (2004), «Ocjena turističke ponude Kvarnera», Glavni istraživač Blažević, B.: Tourism and Hospitality Management, Wien/Opatija, Vol. 10, No. 1,
30. Blažević, B., - Perić, J., (2005),„Ekonomska politika u 2006.“ „Zbornik radova- XIII tradicionalno savjetovanje ekonomista 16-18. studenog 2005. Opatija,
31. Blažević, B., (1998), „Strategija razvoja destinacije“ Hotelska kuća 98, Knjiga I, Hotelijerski fakultet, Opatija,
32. Blažević,B., (1999), «Turizam- nacionalni strateški proizvod», zbornik radova, znanstveni i stručni skup, "Hrvatski turizam na pragu XXI. Stoljeća", Poreč
33. Blažević, B., (1993): «Sustav parametara razvoja potrebnih za optimalizaciju odluka» (case study), Godišnjak Hotelijerskog fakulteta , Opatija.
34. Blažević, B.,, (1989), «Sistemski pristup gospodarskom razvoju općinskog sistema privrede», magistarski rad, Institut za ekonomiju i organizaciju, Rijeka
35. Blažević, B., (1994), «Mjerenje učinkovitosti plasmana kapitala u hotelske objekte», 1960-1990., Hotelska kuća 1994.,12.bienalni znanstveni susret , Hotelijerski fakultet Opatija,
36. Blažević, B., (1996), «Kontroling investicija u hotelijerstvu», Hotelska kuća 96, Hotelijerski fakultet - Opatija ,
37. Blažević,B., (1996), «Efikasno investiranje - uvjet gospodarskog razvoja Hrvatske», Zbornik radova, Susreti na dragom kamenu, Pula.
38. Blažević, B., (1997), "Efikasnost investicija i proces dezinvestiranja u hrvatskom turizmu“
39. Blažević, B., (1994), «Mjerenje učinkovitosti plasmana kapitala u hotelske objekte», Hotelijerski fakultet - Opatija ,
40. Blažević, B., (1997), "Efikasnost investicija i proces dezinvestiranja u hrvatskom hotelijerstvu", Turizam Vol.45.-No. 9-10.
41. Blažević, B., (1997), "Osnove dugoročne koncepcije razvoja grada Novi Vinodolski- Grad Novi Vinodolski,
42. Blažević, B (1998), «Strategija razvoja destinacije», Hotelska kuća '98, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija,
43. Blažević, B.- Jelušić, A., Platna bilanca RH i turizam
44. Bogunović,A.,(1996), «Restrukturiranje gospodarstva i regionalni razvoj», Ekonomija/Economics, br, 3/1996., Zagreb
45. Boulding ,K., (1935), "The Theory of a Single Investment" Quarterly Journal of Economics,
46. Boulding, K.,/1956/,. "General Systems Theory: The Skeleton of Science", u "General Systems, Vol. I, 19.
47. Car, K.,Cicvarić, A.,Radnić, A.,Sekulić, M.,(1975), «Neki ekonomski efekti inozemnog turizma u Jugoslaviji», Ekonomski pregled, br. 9-10., Zagreb

48. Chib, S.N., «Le tourisme dans les pays en voie de developpemen», IUOTO, Travel Research Journal, No 4
49. Cicvarić, A., (1968) «Turistička renta», Turizam, br. 3 – 4, Zagreb,
50. Cohen, E.,/ 1974//,»Who is Tourist?» A Conceptual Clarification, Sociological Review, Voll22, No 4,
51. Colley, G.,(1972), «Possibilités et limites de l'Action économique et financière des Pouvoirs publics en matière de tourisme», AIEST (l' Association internationale d' experts scientifiques du tourisme), Editions Gurten, Berne
52. «Compendium of Financial and Fiscal Schemes for Development», (1969), UIOTO, Geneve
53. Compendium of Tourism Statistics, (2004), Data1998-2002, 2004. Edition, WTO
54. Compendium of Tourism Statistics, (2005), Data 1999-2003, 2005. Edition, WTO
55. Crkvenac, M., (1996), »Konflikti ekonomske politike», Ekonomija, RifiN, Zagreb,
56. Crnjac-Karanović, B., (1994), «Utjecaj okružja na interes i ulaz stranih firmi i kapitala u Hrvatsku» zbornik radova Susreti na dragom kamenu, Pula.
57. Crnjak, M.:«Odljev mozgova» između istine i procjene, <http://www.novilist.hr> (9.07.2004.)
58. «Croatia, The Impact of Travel & Tourism on Jobs and the Economy», (2003), World Travel &
59. «Croatian Tourism in Figures», Ministarstvo turizma, edition 2000., Ministarstvo turizma,
60. Cvjetičanin, B., (1983),: »Kulturna dimenzija razvoja«, časopis »Naše teme« broj 10/83
61. Čavrak,V.,(2002), «Strategija i politika regionalnog razvoja Hrvatske«, Ekonomija/Economics, broj 3, Rifin, Zagreb
62. Dekanić, Z., (2003), «Prihvatni potencijal i turistički razvoj bašćanskog kraja«, magistarski rad,Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija.
63. Defert,P., (1973), «Le Tourisme – Reflexions et mise en oeuvre», in Recherche Sociale, n. 48, Paris,
64. Deželjin, J.,(1996), «Prilog razumijevanju i ostvarivanju potpune kvalitet usluga u turističko-ugostiteljskoj djelatnosti Hrvatske», Gospodarstvo Istre, Vol. 9, No.2, str. 121-133.
65. Dragičević, A., (2005), »Pretpostavke i zadaci proučavanja budućnosti koja je već počela»Ekonomija, godina 12, broj 2, Rifin, Zagreb, str. 474. – predstavlanje knjige »
66. Dragičević, A., (1990),: »Ekonomske leksikon», Informator, Zagreb,
67. Dragičević, A.,/1986/, »Budućnost ekonomskih znanosti«, časopis »Naše teme« broj 9/86izdanje, Tisak «Zagreb» RO za grafičku djelatnost, Samobor
68. Dragičević, M.,-Pogovor u knjizi Krippendorf, J.,
69. Dragičević, M.,(2001),: Utjecaj globalizacije na promjene na tržištu rada u malim zemljama, Zbornik radova «Ekonomska globalizacija i razvoj u malim zemljama Europe», Fakultet ekonomije i turizma «Dr. Mijo Mirković» Pula, Pula,
70. Dragomanović, S., (1938), «Naš turizam» Tipografija, Grafičko-nakladni zavod d.d. Zagreb
71. Društveni računi Hrvatske 1986-1988 i 1989-1990., RSZ, Statistički ljetopis 1996. str.146. kao i odgovarajući podaci Hrvatske narodne banke,
72. »Ekonomska enciklopedija« I i II /1984/ »Savremena administracija« Beograd,
73. «Ekonomske vrijednosti sporta u turizmu », (1972) Zagreb-Poreč
74. «Ekonomske leksikon», (1975),-Savremena administracija-Beograd,
75. Ekonomski pregled br 5-6, Zagreb, 1985. godine
76. «Employment Rates Report 1998-Employment performance in the member states», Commision of the European Communities, Brussels 1999.

77. European Commission, European Economy, The EU Economy: 1999 review, Brussels, 1999. Eurostat: Structural Indicators-Female employment rate, February 2001.
78. Eurostat, Euro-zone unemployment unchanged at 8,7%, Euro-indikators, No 16/2001, January 2001.
79. Ethan Frome, Joint Declaration for Promotion of Employment in the European Hotel and Restaurant Sector, Brussels, 1999.
80. "Franina krovna udruga", Feral Tribune broj 918, Split, 19. travnja 2003.
81. Fredotović M., /1994/: Gospodarenje prostorom i prirodnim resursima u kontekstu integralnog upravljanja obalnim područjima, - Mediteranski koncept razvojne strategije Hrvatske, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, god. IV, br. 11., Split
82. Fremdenverkehr – Jahres – bericht 1954, Bern,
83. Galetić, L./1996/, «Planiranje-temelj uspješnog managementa», Hrvatska gospodarska revija, br. 1., Inženjerski biro, Zagreb,
84. Gašparović, V., /1993/, «O gospodarskom razvitku Vinodolskog kraja» Vinodolski zbornik broj 7., str. 13-20., Crikvenica
85. Godišnje izvješće za 1998. godinu HBOR-a, HBOR, Zagreb, lipanj 1999.
86. Golub, B., (2000),: O(p)stanak ili bijeg mladih iz znanosti, Revija za sociologiju, Zagreb, 32, 2001., 1–2.
87. Grčić, B./1995/, "Simulacijski model upravljanja razvojem regije", doktorska disertacija, Split
88. Gvozdanić, N., (1967),: Mototurizam i problemi koje izaziva s posebnom obradom problematike auto-saobraćaja u većim naseljima i na otocima, Ekonomski institut, Split,
89. Hitrec, T., (1974), Prostorno planiranje turizma u jugoslavenskoj regiji, Turizam, br. 11, Zagreb,
90. "Hrvatski enciklopedijski riječnik", Novi liber, Zagreb, 2002.
91. «Hrvatska-izvoz, zamke i mogućnosti», (1998), Privredni vjesnik, - anketa - Kako unaprijediti i povećati hrvatski izvoz-ocjena i prognoza 46 vodećih hrvatskih izvoznika, Zagreb
92. «Hrvatski turizam u brojkama 2000.», Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, 2000.
93. "Hrvatski turizam u brojkama 2001", Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, 2001.
94. "Humani prostor i udruženi rad", (1985), IV knjiga o Sintezi - " Zamak kulture ", Vrnjačka Banja,
95. Hunziker, W., (1971), Wie Weit kann die öffentliche Hand den Fremdenverkehr fördern, Revue de tourisme, No 4, Berne,
96. Institut za turizam, (1997), Konkurentnost hrvatskog turizma, Nalazi, zaključci i preporuke, Zagreb. Institut za turizam, (1992), Strategija razvitka turističkog sektora, Zagreb,
97. Jadrešić, V./1994/, Uloga novih kadrova u promišljanju hrvatskog turizma, Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj, zbornik radova, Institut za turizam, Zagreb
98. Jafari, J./1983/, Razumijevanje strukture turizma, Naše teme, br. 9/83.
99. Jelusić, A., (2002), Magistarski rad, Ekonomski fakultet Ljubljana
100. Jorgenson, D. W., Griliches, I., 1967., The Explanation of Productivity Change, Review of Economic Studies
101. "Joint Employment Report 2000", Commission of the European Communities, Brussels, 2000. Compendium of Tourism Statistics, WTO, 2001.
102. Jovančević, R., i Stipetić, V./1996/, Deficit hrvatske tekuće platne bilance-stanje i implikacije za ekonomsku politiku, Ekonomija/Economics, 3.

103. Jurčić, Lj., (1998), Multiplikativni efekti hrvatskog turizma, Acta turistica, Ekonomski fakultet, Zagreb,
104. «Yearbook of tourism statistics»; (1999), Yearbook of Tourism Statistic Voll. 51,
105. Kahn, R., F., The Relation of Home Investment to Unemployment (Economic Journal, June 1931,
106. Kaspar, C., – Schmidhauser, H.P. (1970),,: Betrachtungen zur Cost-Benefit-Analyse und ihrer Anwendbarkeit im Fremdenverkehr, Revue de tourisme, No 4, Berne,
107. Keller, P., (2001), Sport tourism: Introductory report, World Conference on sport and Tourism, Sport Activities During the Outbound Holydays. Barcelona: International Olympic Committee, World Tourism Organization.
108. Kesner- Škreb, M., (1999), Porezna politika i gospodarski rast, Privredna kretanja i ekonomska politika, Ministarstvo financija- Ekonomski institut Zagreb, br. 73,
109. Klarić, Z.,(1994)Određivanje prihvatnog potencijala u Sredozemlju i njegov utjecaj na poimanje održivog razvitka turizma , Zbornik radova-Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam , Zagreb,
110. Klarić Z.,(1994): "Određivanje prihvatnog potencijala u sredozemlju i njegov utjecaj na poimanje održivog razvitka turizma" - prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj- Zbornikradova- Institut za turizam Zagreb
111. Klarić Z.,/1987/:Problemi razvoja mediteranskog turizma u skladu s okolinom, Zbornikradova «Turizam i prostor», Institut za turizam Zagreb, Zagreb.
112. Kobašić, A.,(2003), Od multiplikatora do turističke satelitske bilance /TSA/-Odmaci teorije od prakse, Tourism and Hospitality Management, Wifi Osterreich-Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija,
113. "Konceptija dugoročnog privrednog razvoja SHR "/1983/, – modelski pristup – Ekonomski institut Zagreb,
114. “Koordinacioni regionalni prostorni plan Gornjeg Jadrana” – Ujedinjene nacije – program za razvoj i vlada SFRJ- Turistička privreda, Rijeka 1972.
115. Kopal, M., (1998), Izvozna orijentacija Hrvatske u uvjetima globalizacije, zbornik radova ; Susreti na dragom kamenu, Pula.
116. Krapf, K., /1962/3 /, Le tourisme facteur de l'conomie moderne, Revue de Tourisme
117. Krapf,K.,)1963),Tourisme et Finance publiques, Congrès de l' AiestA du 9 au 14 octobre 1963.
118. Krapft, K.,(1963), Turizam kao faktor u ekonomskom razvoju, Konferencija OUN o međunarodnim putovanjima i turizmu, OUN- Ekonomski i socijalni savjet, Rim,
119. Krapf, K., (1953),Von der Empirie zur Theorie des Fremdenverkehrs, Jahrbuch für Fremdenverkehr, 1 Jahrgang, Heft 1, München 1953,
120. Krapff, K., (1958), *Lasst hören aus alter Zeit...*, Jahrbuch für Fremdenverkehr, Heft 1, Winterhalbjahr 1957/58, München,
121. «Kratak sažetak opisa modela i izlazne informacije i popularna interpretacija korištenja modela i njegovih rezultata«, Institut za ekonomiju i organizaciju Rijeka, lipanj 1988. godine,
122. Krippendorf, J.,(1979), «El turismo, transformador del paisaje», Turismo: Horizonte 1985, Editur, Ediciones Turisticas, Barcelona,
123. Krippendorf, J.,(1979), «El turismo, transformador del paisaje», Turismo: Horizonte 1985, Editur, Ediciones
124. Kušen E.,/1987/:Izgradnja koja devastira morsku obalu, Zbornik radova, Turizam i prostor, Institut za turizam Zagreb, Zagreb.
125. «L'home protagoniste de ses vacances»,(1980), Organisation Mondial de Tourisme, Conference mondiale sur le tourisme, Manila 27. sept. – 10. oct. 1980, Madrid,

126. Lowter, J.: Kvaliteta hrvatskog formalnog obrazovanja, <http://www.ijf.hr> (22.04.2005.)
127. Lukšić, B./1992/: Etička dimenzija u gospodarstvu, O obalnom gospodarstvu u prilog obnovi Hrvatske, Zbornik radova br. 7 god. II, Ekonomski fakultet Split, Split.
128. Majminas, E.,Z./1965/ "Klasifikaci informaci v ekonomike", časopis "Ekonomika i matematičeskie metodi", br. 4, Moskva.
129. Malinska naselje bez fizionomije, Otočni Novi list, Rijeka, 6. travnja 2003.
130. Mandarić, A., (1967) Multiplikativni efekti turizma u Jugoslaviji, Savjetovanje o Turizmu, Dubrovnik
131. Marković, S.,(1970), Odnos kulturnog i ekonomskog doprinosa turizma u suvremenom društvenom razvitku, časopis Dubrovnik
132. Marković, Z., (1962), Kulturno-historijski spomenici i turizam, časopis Turizam 8/1962., Zagreb.Montana, M., doktorska disertacija
133. «Međusobni odnosi privrednih djelatnosti SR Hravtske u 1983. godini», Državni zavod za statistiku Hrvatske, Zagreb, 1989.
134. «Međusobni odnosi privrednih djelatnosti SR Hravtske u 1987. godini», Državni zavod za statistiku Hravtske, Zagreb, 1990.
135. Milovan, A.,(2006), "Europska Hrvatska imat će dvije regije", Privredni vjesnik – br. 3437/3438, str. 4-5.
136. Miščančuk, T., «Novi trendovi u turizmu»,CroTurizam, br.11.–12,Zagreb,2005., str. 8.
137. Mjesečno statističko izvješće br. 2/2000. DZS-Zagreb.
138. Mladenović, Č.,(1982), Turistička potrošnja u Jugoslaviji, doktorska disertacija, SZSS, Beograd
139. Mlinarević, M., Perić, J.(2004),: «I državno vlasništvo u turizmu“, (Adriatic Nature Hotels and Marinas), HDE, Kongres, Opatija
140. «Model ekonomske optimizacije“, (1988), ", Informacija I, kratak sažetak opisa modela i izlazne informacije i II popularna interpretacija korištenja modela i njegovih rezultata, Institut za ekonomiju i organizaciju Rijeka,
141. Montana, M., i suradnici,(1972),«Organizacija turističke ponude u SR Hrvatskoj”, Ekonomski institut Rijeka
142. Montana, M.,(1979), «Međusektorski odnosi i multiplikativni efekti turističke potrošnje u Istarsko-primorsko-goranskoj regiji», doktorska disertacija, Ekonomski fakultet, Zagreb
143. Muller, H.,(1994) The Thorny Path to sustainable Tourism Development, Zbornik radova, Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam , Zagreb,
144. Nair A., (1970), The role of the State in the field of Tourisme, Travel – Tourism, No 2
145. «Najviše Europljana ljetuje u domovini», Privredni vjesnik, 14.08. 2006.
146. Nikić, G.,1999, «Ravnoteža precijenjene kune», Privredni vjesnik, studeni, 1999., Zagreb
147. Nikić, G., (1974), "Infrastruktura i privredni rast", Stambena i komunalna privreda, br. 12, Zagreb,
148. Paar, V., /1988/: " Najbolji ( još ) nisu otišli ", intervju " Komunistu " Zagreb, 15. siječnja 1988.,
149. Paar, V.,/1987/, »Za optimalni scenarij«, časopis »Naše teme« br. 11/87, str. 1693-1698
150. Paar:/1986/, »Fundamentalna prirodno-znanstvena istraživanja i privredni razvoj«, časopis »Naše teme« broj 5 - 6/86.,

151. Perić, J., (2000), Uvodno izlaganje: Privatizacija hrvatskog hotelijerstva, 4. Kongres Hrvatske udruge hotelijera, Sheraton, Zagreb
152. Petrić I./1994/: Mediteranski koncept nacionalnog gospodarstva Hrvatske, Mediteranski konsept razvojne strategije Hrvatske, Zbornik radova br. 11, Ekonomski fakultet Split, Split
153. Petrić,./1992/: Obalni prostor u gospodarstvu Hrvatske, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Radovi, god.II broj 7, Split.
154. Pidd, M., (2003), Tools for Thinking: Modelling in Management Science«, John Wiley and Sons Ltd.
155. Piha, B., (1985), "Humani prostor i udruženi rad ", IV knjiga o Sintezi - " Zamak kulture, " Vrnjačka Banja,
156. Pirjevec, B., (1997), Analiza i ocjena realnih mogućnosti za razvitak turizma Hrvatske ; Acta Turistica, br. 1/97., Zagreb.
157. Popović, M.: Diplome (ne) donose konkurentnost, Privredni vjesnik, Zagreb, L, 13. listopada 2003.,
158. «Potrošnja inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu u 1998. godini», (1999),- Hrvatska narodna banka i Institut za turizam, Zagreb, 1999.
159. «Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj»(1994), Zbornok radova, Institut za turizam, Zagreb
160. Preporuka za povećanje konkurentnosti Hrvatske, Nacionalno vijeće za konkurentnosti, <http://www.vlada.hr> (2.05.2005.).
161. "Prilog izradi projekcije dugoročnog razvoja društvenog sektora SRH " (1974), Ekonomski institut Zagreb,
162. Primorac,Ž., (1996),»Business (poslovni) plan poduzeća«, Hrvatska gospodarska revija, br.1.Inženjerski biro, Zagreb,
163. Priručnik UNIDO
164. Privredna kretanja i ekonomska politika, (1999), Ministarstvo financija Republike Hrvatske i Ekonomski institut, Zagreb, broj 73., Zagreb
165. Privredni vjesnik, 04.11.2002., 20.01.2003., Zagreb
166. Puccia, CJ& Levins, R., (1986),«Qualitative Modelling of Complex Systems» Harvard University Press
167. Radnić Ante /2001/: "Turizam i razvoj Hrvatske" - sažeta verzija Strategije razvitka Hrvatske "Hrvatska u 21. stoljeću" Institut za turizam Zagreb.
168. Radnić, A., (1990), Strukturna analiza turističke potrošnje u Jugoslaviji, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Zagreb,Zagreb.
169. Radošević, D., Kratkoročne i dugoročne dileme tečajne politike, Ekonomski pregled 11-12. Zagreb,
170. Radošević, D., (1999), Novi list , 03.03. 1999. str.3., Rijeka
171. Randić, A., (2002), Turizam i energetika, XVII Međunarodni znanstveno stručni susret stručnjaka za plin, Opatija
172. Rapoport, A., /1966/,: »Mathematical Aspect of General Systems Analysis« u »General Systems Yearbook of the Society for General Research«. Vol XI
173. «Regionalni prostorni plan Južnog Jadrana» – Ujedinjene nacije – program za razvoj i vlada SFRJ- Završni izvještaj, Dubrovnik 1969.
174. Risch, P., (1965), Possibilités et limites de la planification etetique dans le tourisme, en tenant particulièrement –
175. Obradović, D., (1981), "Sinteza u tumačenju humanog prostora i samoupravnog grada,"(1981), III knjiga o sintezi- " Zamak kulture ", Vrnjačka Banja,
176. "Osnove dugoročnog razvoja grada Zagreba ", Ekonomski institut Zagreb, 1982.,

177. Rodriguez, J.L., (1964.), – Pomatta Martinez: El turismo como motor del desarrollo español, Estudios turisticos, No 3, Madrid,
178. Rozolos, H.N.:(1961) Le développement du tourisme en Grèce et l'aide de l'état, Revue de tourisme, No 3, Berne,
179. Schneider-Jacoby, M./2000/, Turizam zaštita prirode - Turizam br.4, Vol 48.
180. Senge, P., (2006), »The Fifth Discipline«, Random House Business Book
181. Sessa, A., (1971).: *Le rôle de l'Etat*, The Changing World of Travel Marketing, Vth International Travel Research Seminar, Nassau – Bahamas, UIOOT, Geneve
182. "Sinteza u tumačenju humanog prostora I samoupravnog grada", (1981), III knjiga o sintezi-Zamak kulture, Vrnjačka Banja
183. Skuttner, L., (1996), " General systems theory: origin and hallmarks", Kybernetes, Vol. 25. No. 6. pp. 16-22
184. Smjernice za procjenu prihvatnog kapaciteta sredozemnih obalnih područja za turizam UNEP / PPA / CRA , Split , 1997.
185. Smolčić - Jurdana , D./1998/: Održivost - značajna ekonomska kategorija razvoja
186. Stanje i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam Zagreb.
187. Starc, N.,(1994), Razvoj, održivost i ocjena ulagačkih pothvata, "Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj, Zbornik radova , Institut za turizam, Zagreb,
188. Statističke informacije 2004., Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Zagreb, 2005.
189. Statistički ljetopis 1995; 1996; 1999; 2003; 2004; DZS- Zagreb;
190. Statističko izvješće br. 107/1994.
191. Steigenberger Consulting GmbH, (1997), Konkurentnost hrvatskog turizma na europskom tržištu, Nalazi, zaključci i preporuke, Frankfurt,
192. Serman, D.J.,(2000), Bussiness Dynamics:Systems Thinking and Modeling for a Complex World«, McGraw Hill Higher Education
193. Stipetić V. , (1985), "Ekonomska znanost i opadajuća efikasnost investicija u Jugoslaviji od šezdesetih godina na ovamo"; Ekonomski pregled br 5-6, Zagreb,
194. Stipetić, V., (2005), "Laissez-faire kao ekonomska politika Hrvatske"-Ekonomska politika Hrvatske u 2006., Zbornik radova, Hrvatsko društvo ekonomista, Opatija, str.1-65.
195. "Strategija razvitka Republike Hrvatske", (2001), Turizam i razvoj Hrvatske- nedovršena verzija)- Hrvatska u 21. stoljeću. Institut za turizam Zagreb, 2001.
196. Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine, (2003), prijedlog finalne verzije, Ministarstvo turizma RH,
195. Grupa autora, Strategija razvitka turističkog sektora Hrvatske, Institut za turizam, Zagreb
197. Supek, I., "Kapitalizam treba zbaciti"- Novi list , 29.04.2006. – poseban prilog "Pogled" str. 4-5
198. Sušanji- Kapićeva, V., i Jurdana-Šepić, R., «Zvončar se ne prodava», Novi list, 1. ožujka 2003..
199. Šimović, I., " Moć i nemoć turizma u očuvanju prostora " u knjizi " Turizam i prostor ... ",
200. Šimunović I., /1994/:Znanstveni pristup otocima, Znanstveni skup- Mediteranski koncept turističke destinacije , Hotelska kuća '98 , Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija.
201. Šišul, N., (1997),
202. Škare, M., (1999), Tečaj kune-odraz stvarne ekonomske snage ili uspješne monetarne politike, Hrvatska gospodarska revija, broj 5

203. Šonje, V., (1999), Umorni od tranzicije, časopis Banka, listopad 1999., broj 10, Zagreb
204. Šošić, V.: Isplati li se u Hrvatskoj ulagati u obrazovanje: povrat ulaganja u ljudski kapital kao čimbenik konkurentnosti ljudskih resursa, <http://www.ijf.hr> (17.04.2005.)
205. Štambuk D.,/1994/: Gospodarski razvitak jadranskih otoka - Konceptijski pristupi i dileme
206. Štoković, I., - Škufić, L., (1998), Politika izvoznog poticaja u funkciji gospodarskog razvoja Republike Hrvatske, Ekonomija, Rifin br.1., Zagreb
207. SLJH–2001., Državni zavod za statistiku RH, Zagreb,
208. Mediteranski koncept razvojne strategije Hrvatske, Zbornik radova br. 11., Ekonomski fakultet Split; Split 1994.
209. Špirić, Z., “(2000), “Ekoturizam i biomonitoring”, Turizam br. 4., Vol.48.
210. Telišman–Košuta, N. (1994),: Glavni turistički plan Hrvatske: Pozicioniranje Hrvatske kao turističke destinacije, Turizam, br. 7–8/94.
211. Teodorović,I.,(1996), «Investicijska politika», Ekonomija br.4., Rifin, Zagreb,
212. Tepšić R, (1987),Financijska efikasnost investicijskih mogućnosti – Časopis Računovodstvo I financije – posebno izdanje Zagreb,
213. Tomas- (1989., 1994., 1997., 2001., 2004.,) , Stanje i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam Zagreb
214. Tourism 2020 Vision, A New Forecast, Executive Summary, (2000), World Tourism Organization.
215. Tourism Market Trends- 2004 Edition EUROPA, World Tourism Organization, Madrid, 2005.
216. Turizam u 2004. Statistička izvješća broj 1264., DZS, Zagreb, 2005.
217. Turizam u 2000., Statistička izvješća broj 1134, Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Zagreb, 2001.
218. Travis S. Anthony:/1994/: "Sustainable tourism concept & innovations in coastal areas and coastal city tourism prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj-Zbornik radova- Institut za turizam Zagreb.
219. Tribe, J.,(1999), The Economics of Leisure and Tourism, Butterworth Henimann, second edition, Oxford,
220. Troisi, M., (1940), La rendita turistica, Bari,
221. Troisi, M., (1942), *La rendita turistica – Teoria e fatti*, Istituto di statistica della R. Università di Bari, Casa editrice dott. Luigi Macri, Bari,
222. Troisi, M., (1955.),*Teoria economica del turismo e della rendita turistica*, Dott. Francesco Cacucci – Editore,
223. Trumbić I., Integralno upravljanje obalnim područjima i «Agenda 21»-neke smjernice za buduće akcije», Mediteranski koncept razvojne strategije Hrvatske, Zbornik radova br. 11, Ekonomski fakultet Split, Split
224. Turk, H., (1999). Začeci turizma na Kvarneru, Zbornik radova Sv. Vid, Rijeka str. 139-158.
225. Uzelac, J., (2000), “Sustav-pojam i analitička eksplikacija”, Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: časopis za ekonomsku teoriju i praksu, Ekonomski fakultet, Rijeka, str. 43-58.
226. Uzelac, J., (1985),. Sistemska-kibernetički pristup upravljanju u privrednim organizacijama, doktorska disertacija, SCEOZ u Rijeci,
227. Vehovec, M.,(1994), Uloga izvoznih kredita u financiranju razvoja i pozicija Hrvatske, zbornik radova Susreti na dragom kamenu, Pula,
228. Veselica, V., (1996), «Hrvatska ekonomska rezonancija», Hrvatska gospodarska revija,br.1.Inženjerski biro, Zagreb,



229. Vojnić, D., (1996), Ekonomija i politika tranzicije, Hrvatska gospodarska revija, br. 2., Inženjerski biro, Zagreb,
230. Vuković, I., /2001/, Financijsko-ekonomski multiplikativni efekti turizma na ekonomski razvoj Europe, Zbornik radova, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija i Fakultet turizma Ohrid,
231. World Travel and Tourism Council, European Union, Travel & Tourism, Creating Jobs, WTTC, Brussels 1997.
232. World Travel and Tourism Council, TSA Research Summary and Highlights: Austria, Belgium, Denmark, Finland, France, Germany, Greece, Ireland, Italy, Luxemburg, Netherlands, Portugal, Spain, Sweden i United Kingdom, Brussels, 2000
233. World Tourism Organization, /1997/, Tourism 2020 Vision, Madrid, Spain
234. World Tourism Organization, (2005), Compendium of Tourism Statistics – data 1999-2003., Edition 2005., Madrid, Spain
235. World Tourism Organization, Vol. 1-51 ed. Madrid, Espagne
236. Zdunić, S., (1999), Umorna od odgovornosti suvereniteta, časopis Banka, kolovoz 1999., broj 8, Zagreb
237. Zdunić, S., - Grgić, M., (1996), Monetarni faktori u politici razvoja, Privredna kretanja i ekonomska politika, Ekonomski institut - Miniostarstvo financija Zagreb, Zagreb
238. Žuvela, I. i dr., /1994/, Ekonomski aspekti zaštite okoliša u Primorsko-goranskoj županiji, Ekonomski fakultet, Rijeka-Znanstveno-istraživački centar Rijeka, str., 229-246.
239. Žuljić, S., /2001/: Regionalno i teritorijalno ustrojstvo Hrvatske u razdoblju između godina 1945-2000., Ekonomski pregled 52 (1-2) 3-28, Zagreb
240. <http://www.hgk.hr>
241. <http://www.amazon.co.uk> Sales Rank (31.03.2006)
242. <http://www.amazon.co.uk/exec/obidos/ASIN/> (31.03.2006)
243. <http://www.euro.ecb.int/>
244. <http://www.prenhall.com/blanchard>
245. <http://www.dsz.hr>
246. <http://www.europa.eu.int>
247. <http://www.mint.hr>
248. <http://www.wttc.org>
249. <http://www.mzopu.hr>
250. <http://www.mzopu.hr> (23.11.2004.)
251. <http://www.mzopu.hr> (23.11.2004.)
252. <http://www.dsz.hr>
253. <http://www.thr.es>
254. <http://www.mzopu.hr>
255. <http://www.pap-thecoastcentre.org>
256. <http://www.mmtpr.hr>
257. <http://www.hgk.hr>
258. <http://www.iztg.hr>
259. <http://www.mint.hr>
260. <http://www.dzs.hr> (21.04.2005.)
261. <http://www.mzio.hr> (1.05.2005.)
262. <http://www.mmtpr.hr> (22.01.2006.)
263. <http://www.hgk.hr> (18.01.2006.)
264. <http://www.hgk.hr> (18.01.2006.)
265. <http://www.bsn-gn.eku.edu/BEGLEY/GSThand1.htm> (06.04.2006.)
266. <http://artsandscience.concordia.ca/edtech/ETEC606/systems.html> (06.04.2006.)

267. <http://www.iss.org/quotelyb.htm> (06.04.2006.)
268. <http://www.geocities.com/-n4bz/gst/gst1.htm>
265. <http://www.wttc.org/publications/pdf/05finCroatia%202-03>



ISBN 978-953-6198-96-2



9 789536 198962