

## I. TOURISM MANAGEMENT

Dr. BRANKO BLAŽEVIĆ, docent  
Fakultet za turistički i hotelski menadžment,  
Sveučilište u Rijeci, Hrvatska  
Faculty of Tourism and Hospitality Management,  
University of Rijeka, Croatia

UDK 338.486:338(497.5)  
Primljeno: 28.05.1999.  
Izlaganje sa znanstvenog skupa

### TURIZAM U FUNKCIJI STRATEGIJE GOSPODARSKOG RAZVOJA HRVATSKE

*Hrvatska nema gospodarske strategije, pa stoga niti izvoznu. Makroekonomska politika više otežava nego potiče izvoz. Kako Hrvatska nije stvorila pa čak niti definirala svoje strateške nacionalne proizvode, autor pokušava prezentirati i argumentirati što znači izvoz, a posebno turistički nacionalni proizvod kao strateški proizvod Hrvatske.*

*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.*

*Osnovni instrumenti u vođenju takve ekonomske politike su politika realnog deviznog tečaja i vođenja odgovarajuće politike izvoznih poticaja. Politika tečaja i politika izvoznih poticaja je suštinska za provođenje izvozne orijentirane strategije razvoja.*

*Autor vidi hrvatski turizam kao dobar model za otvorenu privredu, te pokušava taj model promatrati kao gospodarsku lokomotivu, o kojoj u Hrvatskoj, nažalost i nemamo prave predodžbe. To traži pokretanje mnogih mehanizama turističke politike, koji će konačno opravdati epitet "prioritetne djelatnosti" i tako toj odabranoj djelatnosti "dozvoliti" razvitak prema mogućnostima svih resursa. To traži znatno ambicioznije ciljeve i planove razvitka turizma, znatno sofisticiranije marketing aktivnosti, a posebno "državni intervencionizam" u poticajne mjere, jer bez implementacije ovih postavki turizam neće imati šanse za brži razvitak, što posebno na europska kretanja znači ogromno zaostajanje.*

9

*Ključne riječi: turizam, strategija gospodarskog razvoja, Hrvatska.*

#### 1. UVOD

Osnovni cilj antiinflacijskog programa - obaranje inflacije i stabiliziranje deviznog tečaja ostvaren je vrlo brzo pomoću fiksiranja deviznog tečaja, plaća zaposlenih te stope monetarnog rasta. Te mjere donijele su kratkoročno pozitivne učinke, koje su se ogledale u stabilizaciji gospodarstva promatrane stabilnošću cijena i

tečaja, te vanjske likvidnosti, dok je na drugom kraju stvorena neravnoteža promatrana kroz nekonkurentnost hrvatskog gospodarstva na stranom tržištu, deficit vanjskotrgovinske bilance i tekućeg računa u bilanci plaćanja, visoki porast inozemne zaduženosti, nagomilane gubitke i porast nelikvidnosti, porast nezaposlenosti, pad investicija, visoku javnu potrošnju, probleme u funkcioniranju bankarskog 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 dugoročno promijenjene 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 moramo doći do izvoznih strateških proizvoda i usluga koji će nas otvoriti prema svijetu i otvorenom tržištu te izrazito negativne trendove okrenuti u pozitivnom smjeru. Zato i *cilj ovoga rada* je povezivanje izvoza kao temeljne pretpostavke ukupne stabilnosti budućeg razvoja hrvatskog gospodarstva i turizma kao strateškog proizvoda u funkciji strategije gospodarskog razvoja Hrvatske. *Predmet istraživanja* je utvrđivanje uvjeta za izvoznju strategiju u kojoj politika tečaja kao i politika izvoznih poticaja zauzimaju centralno mjesto. Predmet istraživanja je analiza otvorenosti privrede Hrvatske u kojoj turizam čini važnu polugu. Posebno se analizira inozemna turistička potrošnja u odnosu na bruto domaći proizvod Hrvatske, te se kroz taj pokazatelj uočava značaj otvorenosti hrvatskog gospodarstva putem turizma. *Zadatak rada* je dokazati tezu o turizmu kao prihvatljivom modelu za otvoreno gospodarstvo.

Rad je strukturiran tako da osim uvoda sadrži dva poglavlja. U prvom dijelu riječ je o izvozno orijentiranoj strategiji razvoja Hrvatske u kojoj je izvoz a time i izvoz turističkih usluga promatran kao uvjet ukupne stabilnosti i budućeg razvoja hrvatskog gospodarstva. Da bi se takva orijentacija i realizirala, osnovni instrumenti u vođenju takve ekonomske politike bile bi odgovarajuća politika deviznog tečaja i politika izvoznih poticaja. Drugi dio promatra turizam kao dobar model za otvorenu privredu, gdje se posebno analizira utjecaj izvoza turističkih usluga na razinu bruto domaćeg proizvoda. U zaključnim razmatranjima sugerira se da nosioci makroekonomske politike definiraju 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.

## 2. IZVOZNO ORIJENTIRANA STRATEGIJA RAZVOJA HRVATSKE I TURIZAM

Vrlo nepovoljna struktura agregatne potražnje posebno od 1994. do 1998. godine, izražava se u odnosu ukupne potrošnje (BNP, bruto nacionalna potrošnja) i bruto domaćeg proizvoda, koji je 1994. godine bio uravnotežen, dok je 1995. godine potrošnja veća od BDP-a za 9,4%, a 1997. za 9,7%. To je najdirektnije povezano s promjenama udjela izvoza i uvoza roba i usluga u bruto domaćem proizvodu. To znači da je pao udio izvoza a povećao se udio uvoza. (Sirotković, Družić, 1999, pp. 32-33). Ta vanjska i unutarnja neravnoteža svoj opći izraz imaju u ukupnoj neravnoteži hrvatskog gospodarstva i konačno u velikoj financijskoj nestabilnosti čitavog društva. Ekonomska teorija je dokazala a praksa potvrdila da uključivanje sektora inozemstvo utječe na veličinu domaćeg proizvoda. Razmjena među zemljama rezultira u promjeni

njihovog domaćeg proizvoda i svih ostalih makroekonomskih agregata koji se iz njega izvode. Neophodno je stalno ponavljati, da specijalizacija u proizvodnji dobara i usluga u kojima imamo komparativne prednosti i razmijenjujući ih za dobra i usluge u kojima nemamo komparativne prednosti, svaka zemlja ostvaruje maksimalnu proizvodnju i potrošnju. Makroekonomska politika otvorene privrede bitno se razlikuje od makroekonomske politike zatvorene privrede. Otvorenost privrede nameće posebna ograničenja svim mjerama ekonomske politike a naročito monetarne. Otvorenost neke privrede mjeri se udjelom vanjske trgovine robom i uslugama u domaćem proizvodu. Što je privreda otvorenija to su i veće njezine koristi od međunarodne razmjene, ali je i veća izloženost te privrede poremećajima koji nastaju u svjetskoj privredi i veća su i ograničenja njezinoj ekonomskoj politici. Međunarodna razmjena roba i usluga, povezuje cijene i troškove pojedinih zemalja koje u njoj sudjeluju. Razlika u stupnju inflacije u zemlji i inozemstvu utječe na promjenu tečaja, a to uvjetuje dodatno ograničenje monetarnoj politici. Međunarodna mobilnost kapitala povezuje ne samo kamatne stope na različitim sredstvima financijske aktive, već i omogućuje zemlji da financira neravnotežu u tekućoj bilanci plaćanja.

Gdje leže stvarni razlozi stagnacije hrvatskog izvoza, te kako unaprijediti i povećati izvoz, kao temeljnu pretpostavku bržega rasta i tranzicije našega gospodarstva, u osnovi čini najveći problem nekonkurentnosti hrvatskog izvoza, tako da je orijentacija na izvoz hrvatska gospodarska sudbina. O sposobnosti razrješavanja tog pitanja najviše ovisi i naš 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. Hrvatsko gospodarstvo nije osposobljeno da se ravnopravno nosi s gospodarstvima niti zemalja CEFTA-e, što rječito govori o dubini i složenosti problema. Sve se češće u raspravama navodi, kako je pokazala i provedena anketa Privrednog vjesnika (ocjene i prognoze 46 vodećih hrvatskih izvoznika), da Hrvatska naprosto nema dostatno proizvoda za izvoz (Hrvatska - izvoz, zamke i mogućnosti, 1998, pp. 5). Hrvatskoj je 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 izvozno orijentiranim sektorima privrede. Osnovni instrumenti u vođenju takve ekonomske politike su politika realnog deviznog tečaja i vođenja odgovarajuće politike izvoznih poticaja. (Nikić, 1997, pp. 323-343 kao i Radošević, 1991, pp. 100-117). Politika tečaja i politika izvoznih poticaja je suštinska za provođenje izvozno orijentirane strategije razvoja. Na efekte koji proizlaze iz potrošnje inozemnih turista upravo će spomenute dvije politike imati posebno važan utjecaj. 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.

## 2.1. Politika tečaja - od fiksnog prema plivajućem tečaju kune

Bitna komponenta ekonomske politike je i devizna politika, u čemu izuzetno značenje ima politika deviznog tečaja. U okviru provođenja politike tečaja treba poštovati slijedeće osnovne principe (Radošević, 1991, pp. 100).

- princip jedinstvenog tečaja;
- princip realnog tečaja;
- princip "pravilno ukrštenih" tečajeve;
- princip stabilnog realnog tečaja.

Princip jedinstvenog tečaja podrazumijeva utvrđivanje jednog deviznog tečaja za sve subjekte i devizne transakcije u određenoj zemlji. Prema Statutu Međunarodnog monetarnog fonda, u principu, zabranjeno je uvođenje višestrukih (multiplih) tečajeve, kao mjere diskriminatornog karaktera, izuzev uz posebno odobrenje Fonda. Primjena prakse carinskih i fiskalnih povrata, koji su legalizirani pravilima GATT-a, ne smatraju se odstupanjem od principa jedinstvenih deviznih tečajeve.

Princip realnog tečaja označava takav nominalni devizni tečaj koji doprinosi uspješnom ostvarivanju određenog cilja makroekonomske politike (npr. ostvarivanju suficita platne bilance, itd.). Poznato je da se ocjena realnosti tečaja nacionalne valute analizira temeljem teorije kupovne moći ("purchasing power parity" - PPP) pariteta kupovnih snaga, tj. promjena relativnih cijena i troškova u pojedinim zemljama i usklađenosti promjene vanjske vrijednosti nacionalne valute s promjenama relativnih cijena (putem "indeksa realnog efektivnog tečaja").

Princip "pravilno ukrštenih" realnih tečajeve podrazumijeva dosljedno poštivanje međuvalutnih odnosa koji se formiraju na inozemnim deviznim tržištima, pri utvrđivanju tečajeve na domaćem deviznom tržištu. Odstupanje od ovog principa dopušta se samo izuzetno i privremeno i to u slučaju većih i nekontroliranih fluktuacija tečajeve na inozemnim deviznim tržištima.

Princip stabilnog deviznog tečaja znači promjene nominalnih deviznih tečajeve sa što manjim fluktuacijama oko dugoročnog trenda realnog tečaja.

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 sistem upravljanog fluktuiranja tečaja (Sirotković, Družić, 1999, pp. 66), 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 (Sirotković,

Družić, 1999, pp. 66) 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 proturječni (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. Tržište nam je premalo za bilo kakav ozbiljniji vlastiti razvoj bez izvoza. 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 nezaposlenosti.

Studije koje su rađene tijekom 1995. godine (Zdunić, Grgić, 1996.) govore o precijenjenosti kune u odnosu na bazno razdoblje 1992. godine, s time da su se te tendencije aprecijacije zadržale do danas, što je za rezultat imalo stimuliranje uvoza i destimulaciju izvoza.

Kao pozitivan primjer našem gospodarstvu 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. (Štoković, Škuflić, 1998, pp. 97).

Prilagođavanje tečaja domaće valute se vrši za razliku između domaće kupovne snage i kupovne snage zemalja glavnih trgovačkih partnera. To znači da bi i za Hrvatsku bilo poželjno da se opredijeli za politiku učestalih promjena deviznog tečaja ("crawling peg" politiku tečaja). Time bi se realni devizni tečaj, na duži rok, održavao konstantnim. Politiku tečaja trebalo bi voditi uz uvažavanje osnovnih principa politike tečaja i to, prije svega principa jedinstvenog tečaja, a osnovni tečaj domicilne valute utvrđivao bi se prema tzv. "košari" valuta. (Štoković, Škuflić, 1998, pp. 116).

Hrvatska preko Narodne banke, koja je odgovorna za provođenje tečajne politike, već pet godina vodi politiku tečaja kune "vezanu" i fiksiranu za njemačku marku uz uske granice dozvoljenog plivanja. Takva politika tečaja je glavni instrument provedene dezinflacije. Kako Narodna banka nije objavila donju i gornju granicu dozvoljenog plivanja kune, nije nikada poznato do koje će mjere HNB stvarno htjeti ili moći braniti tečaj kune prema DEM. Trenutno se javljaju deprecijacijski pritisci, koji bi po svim indicijama mogli imati dugoročni karakter. Razlozi leže u poremećajima i stvorenoj vanjskotrgovinskoj neravnoteži tj. nedovoljnom izvozu, prevelikom uvozu za takav mali izvoz, nedostatnosti stranih ulaganja, ograničenim mogućnostima daljnjeg zaduživanja u inozemstvu, pritisku dospjelih financijskih obaveza kako unutarnjeg javnog duga tako i vanjskog duga. Zaštita "fiksno"

deviznog tečaja isključivo putem prodaje deviza iz deviznih rezervi Narodne banke nije više prihvatljiva jer je to skupi način stabilizacije u situaciji nedovoljnog priliva deviza u zemlju. Na problem visine deviznih rezervi HNB i poslovnih banaka upozoravaju ekonomisti (Radošević, 1999, pp. 3) i kažu da zbog "kolateralizacije" deviznih rezervi kod hrvatskih banaka (davanje rezervi u zalog, u depozit, radi dobivanja inozemnih kredita) i kod središnje hrvatske banke (jamstva za uzimanje kredita u inozemstvu od strane javnih poduzeća), ne postoje javno objavljeni statistički podaci. Očito je da je u cilju suzbijanja inflacije (1993. i 1994. godina) bila potrebna politika tečaja zasnovana na vezanom deviznom tečaju. Porasla inflacijska očekivanja i dugoročni deprecijacijski pritisci traže i novu politiku. Usvajanje fleksibilnijeg sistema deviznih tečajeva postaje nužnost, jer je uključivanje Hrvatske u međunarodne ekonomske odnose i potreba za jačanjem međunarodne konkurentnosti više nego očita. Stanje u bilanci plaćanja, deficit tekućeg dijela bilance plaćanja traži drukčije ponašanje i u svakom slučaju napuštanje dosadašnje politike "upravljanog plivanja" i prijelaz na politiku "slobodnog plivanja".

Prijelaz iz postojećeg sustava vezivanja deviznog tečaja uz njemačku marku, u neki drugi fleksibilniji sustav nije jednostavan, uz pretpostavku da se ta promjena ne odrazi negativno na inflaciju. Kako upozoravaju neki autori, to će se teško moći izbjeći na srednji rok. (Radošević, 1998, pp. 1342). Skup takvih mjera makroekonomske politike definira se u modernoj literaturi iz oblasti ekonomike deviznih tečajeva kao "strategija izlaza". (Radošević, 1998, pp. 1344.) Vrlo su interesantni i poučni zaključci i iskustva 29 slučajeva "izlaza" odnosno prijelaza sa sustava vezanog deviznog tečaja na sustav fleksibilnijeg određivanja deviznog tečaja promatranih u razdoblju 1977.-1995., koje je sačinio MMF iz 1997. godine (Radošević, 1998, pp. 1342-1343).

Osnovni cilj antiinflacijskog programa - obaranje inflacije i stabiliziranje deviznog tečaja ostvaren je vrlo brzo pomoću fiksiranja deviznog tečaja, plaća zaposlenih te stope monetarnog rasta. Te mjere donijele su kratkoročno pozitivne učinke, koje su se ogledale u stabilizaciji gospodarstva promatrane stabilnošću cijena i tečaja, te vanjske likvidnosti, dok je na drugom kraju stvorena neravnoteža promatrana kroz nekonkurentnost hrvatskog gospodarstva na stranom tržištu, deficit vanjskotrgovinske bilance i tekućeg računa u bilanci plaćanja, visoki porast inozemne zaduženosti, nagomilane gubitke, porast nelikvidnosti, porast nezaposlenosti, pad investicija, visoku javnu potrošnju, probleme u funkcioniranju bankarskog sustava i sl. 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 dugoročno promijenjene 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 moramo doći do izvoznih strateških proizvoda i usluga koji će nas otvoriti prema svijetu i otvorenom tržištu te izrazito negativne trendove okrenuti u pozitivnom smjeru. Bez podizanja cjenovne i necjenovne konkurentnosti, te pokretanja dugoročnog izvoznog ciklusa, razvoj Hrvatske postaje upitan i sve više opterećen nerješivim problemima. Iz tog razloga potrebno je voditi takvu politiku deviznog tečaja, da realni devizni tečaj konvergira ravnotežnom tečaju, ali izbjegavajući precjenjenost, a tolerirajući izvjesni

stupanj podcjenjenosti. Takva bi politika u kombinaciji s ostalim mjerama ekonomske politike, a posebno politike poticanja izvoza, okrenula negativne trendove.

## 2.2. Politika izvoznih poticaja (subvencija)

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 izvozno orijentiranog gospodarstva, gdje je rast i razvoj generiran izvoznim rezultatima, a ne temelji se na vanjskom zaduživanju i domaćoj apsorpciji. Izvozno orijentirane države ostvarile su bolje rezultate u domeni izvoza, zaposlenosti i ekonomskog 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. (Štoković, Škuflić, 1998, pp. 83-102).

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. Pružanje pomoći ima i negativne učinke, koji se ogledaju u narušavanju slobodne trgovine. Poticanje izvoza ili uvozne supstitucije smatra se diskriminatorskim, pa je vođenje te politike ovisno o svakoj nacionalnoj ekonomiji, ali posebno i o uvjetima koje propisuju međunarodne institucije i organizacije. Kako su ukupna nastojanja Svjetske trgovinske organizacije usmjerena prema snižavanju i potpunom ukidanju subvencija, koje imaju direktne utjecaje na trgovinu, u velikom je broju država politika poticanja izvoza sastavni dio industrijske i tehnološke strategije ili politike regionalnog razvoja, koji imaju indirektan utjecaj na vanjsku trgovinu. To znači da 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 danas 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. Mjere za poticanje izvoza mogu se klasificirati na razne načine.

Tako se prema klasifikaciji izvoznih poticaja prema Općem sporazumu o carinama i trgovini (GATT) subvencije ili izvozni poticaji klasificiraju (Radošević, 1991, pp. 104):

- fiskalni poticaji,
- 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 odobravanjem carinskih olakšica i oslobađanja pri uvozu za izvoznju proizvodnju u koju svakako treba uključiti i pružanje usluga (posebno turističkih usluga kao nevidljivog izvoza).

U cilju stimuliranja izvoznika dobara i usluga odobravaju se olakšice u obliku niže stope poreza, povraćaji već plaćenog ili oslobađanja od obveze plaćanja poreza. To se odnosi na porez na dobit ostvaren izvozom i na porez na dodanu vrijednost.

Kad je riječ o *djelomičnom ili potpunom oslobađanju poreza na dobit*, tada ovaj instrumenat ima efekat samo onda ukoliko se očekuje značajna dobit od izvoznog posla. Kad je riječ o potpunom oslobađanju ovog poreza, mnoge zemlje to oslobađanje limitiraju na određeno vrijeme (3-10 godina) ili se protekom određenog razdoblja, iznos te pune olakšice smanjuje (npr. sa 100% na 50%). (Radošević, 1991, pp. 104).

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 privredne infrastrukture.

Mnoge zemlje koriste, kao instrument poticaja 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.

**Carinske olakšice** uglavnom se primjenjuju kod uvoza reprodukcijskog materijala i opreme koji se koriste u proizvodnji za izvoz i predstavljaju važan instrumenat politike poticaja izvoza posebno u uvjetima sve više uvezno zavisnog hrvatskog gospodarstva.

**Kreditiranje izvoza** je bitan element izvožno orijentirane razvojne strategije. Treba razlikovati kratkoročno kreditiranje izvozne privrede od srednjoročnog i dugoročnog. (vidi detaljnije o kreditiranju izvoznih poslova: Radošević, 1991, pp. 106-112). Ovakvo kreditiranje izvoznih poslova mora biti usaglašeno s razvojnom strategijom, 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 platno-bilančnih problema, povećanje izvoznih prihoda, veće zaposlenosti i drugi.



Osiguranje izvoza podrazumijeva osiguranje od komercijalnih i nekomercijalnih izvoznih rizika i vrlo su 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 koja se osiguravaju, te njihov obujam;
- 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 taksu 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 za plaćanja u okviru djelatnosti u zoni. Cijene u zoni mogu se iskazivati i naplaćivati u stranoj valuti;
- pojednostavljena je administrativna procedura, na način da se primjenjuje samo najnužnije kontrola roba i evidencija (u postupku carinskog nadzora).

Limitirajući faktor razvoja slobodnih zona u Hrvatskoj je još uvijek politička nestabilnost i nedovoljno razvijena infrastruktura.

Od mjera koje provodi Hrvatska država u gospodarstvu, ona su se ograničila na subvencije poljoprivredi, transfere i potpore, te na carinsku zaštitu. Sredstva proračuna namijenjena subvencioniranju uglavnom se koriste za transfere Hrvatskim željeznicama (preko 50% ili 1,2% BDP-a) i subvencioniranje poljoprivrede (0,6% BDP-a), i izdatke za poticaj i restrukturiranje industrije i brodogradnje (0,3% BDP-a). Njihov ukupni udio u BDP-u kreće se na razini od 2,3% u 1998. godini (1,9% u 1997.), a u ukupnim rashodima proračuna na razini 6,8% (6,4% u 1997.).

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. TURIZAM - MODEL ZA OTVORENU PRIVREDU

Republika Hrvatska svoj će daljnji razvoj morati temeljiti na jakim izvoznim sektorima i bržem povezivanju i uključivanju u europske i svjetske integracijske procese, te na taj način proširiti svoje usko unutarnje tržište. Uloga turizma u tom procesu je golema. Što 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 ekonomske efekte, nalazi se u centru pažnje već duži niz godina stručne i znanstvene javnosti. (Cicvarić, 1984, pp. 104-108, kao i Pirjevec, 1998, pp. 107-127). Da je jednostavno izvagati i ocijeniti taj doprinos, očito da ne bi bilo nikakvih nesporednosti 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. Osnovna zabluda pa i elementarno nepoznavanje suštine turizma proizlazi već iz same pogrešne definicije turizma kao privredne grane (Pirjevec, 1998, pp. 108), a turizam upravo to nije. Nije gospodarska grana, već skup različitih gospodarskih djelatnosti i grana, ali i ne samo gospodarskih već u najširem smislu svih aktivnosti i djelatnosti koje na direktan ili indirektan način stoje na raspolaganju turističkoj potrošnji. U tom smislu navodimo samo neka od sagledavanja pojedinih autora:

Pirjevec osim četiri gospodarske aktivnosti (ugostiteljstvo, promet, trgovina, putničke agencije), koje direktno kontaktiraju s turistima, govori o poljoprivredi, šumarstvu, prehrambenoj industriji, građevinarstvu, metaloprerađivačkoj industriji, školstvu, zdravstvu itd., i kaže da je vrlo teško naći neku ljudsku aktivnost, koja se na neki način ne može naći u vezi s turističkim aktivnostima. (Pirjevec, 1998, pp. 100).

Alberto Sessa: (Sessa, 1988, pp. 154) pristupa turizmu sa stanovišta teorije sistema, i promatra turizam kao sistem najdirektnije povezan ne samo s ekonomskim sustavom, već i s političkim, znanstvenim, kulturnim, školskim i edukativnim, ekološkim, demografskim, sociološkim i tehnološkim. (Sessa, 1985). U drugoj knjizi Sessa također turizam promatra u okviru teorije sistema te u okviru znanstvenih sistema promatra turizmologiju kao znanost o turizmu (Sessa, 1988, pp. 45), pored ostalih znanstvenih disciplina kao što su ekonomija, biologija, ekologija, psihologija, psihoanaliza, politologija medicina, informatika, automatika i robotika, geografija.

Dragutin Alfier govori o gospodarskim aspektima turizma, (Alfier, 1994, pp. 129-175), dok Ljubo Jurčić izračunava multiplikativne efekte hrvatskog turizma. (Jurčić, 1998, pp. 128-149). Ante Cicvarić analizira turizam ne samo kao složenu društveno-ekonomsku pojavu, nego kao posljedicu i faktor privrednog razvoja. (Cicvarić, 1984, pp. 61-148).

### 3.1. Utjecaj turističke potrošnje na BDP

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. Turistička je potrošnja samo dio ukupne osobne potrošnje namijenjene putovanju i boravku izvan mjesta stalnog boravka radi odmora, oporavka, zabave i razonode, zdravlja, rekreacije, edukacije i sl. U svim gospodarstvima osobna potrošnja je najvažniji dio komponente agregatne potražnje. Tako je i u Hrvatskoj. Slijedeća tablica (tablica 1) pokazuje udio osobne potrošnje u BDP-u u Hrvatskoj u razdoblju 1989.-1998., kao i udio turističke potrošnje u BDP i osobnoj potrošnji u promatranom razdoblju.

**Tablica 1. Udio osobne potrošnje i turističke potrošnje u BDP-u Hrvatske 1989.-1998.**

u mil. USD, tekući tečaj

Godina	BDP	Osobna potrošnja (C)	Turistička potrošnja** (TP)	C/BDP	TP/BDP	TP/C
1	2	3	4	5 (3:2)	6 (4:2)	7 (4:3)
1989.	16.378	9.902	1.801	56,7	11,0	18,2
1990.	24.395	13.856	1.871	56,8	7,7	13,5
1991.	16.799	8.903	402	53,0	2,4	4,5
1992.	9.941	6.114	638	61,5	6,4*	10,4
1993.	11.659	6.879	927	59,0	8,0	13,5
1994.	14.234	7.587	1.560	53,3	10,9	20,5
1995.	18.081	11.120	1.715	61,5	9,5	15,4
1996.	19.738	11.645	2.176	59,0	11,0	18,7
1997.	19.321	12.868	2.714	66,6	14,0	21,1
1998.	20.918*	12.990	-	62,1	-	-

\* Procjena

\*\*Turistička potrošnja je iskazana kao devizni priliv od inozemnog turizma uvećan za potrošnju domaćih turista prema anketama Instituta za turizam Tomas 1994. str. 33. i Tomas 1997. str. 97. 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 \$. Na osnovu tih podataka i ostvarenih domaćih noćenja po godinama izračunata je domaća turistička potrošnja za promatrane godine.

Izvor: 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 s deviznim prilivom od inozemnog turizma, iako je to samo jedan dio ukupne inozemne turističke potrošnje. (Mladenović, 1982).

Prihodi od putovanja - turizma računaju se kao ukupna vrijednost otkupa efektivnog stranog novca i čekova od nerezidenata, otkupa stranih čekova od domaćih osoba, doznaka iz inozemstva na račune poduzeća koja se bave pružanjem turističkih usluga, prodaje domaće valute i putničkih čekova u inozemstvo, obavljenih zdravstvenih usluga nerezidentima, primitaka po osnovi stipendija i specijalizacija nerezidenata u Republici Hrvatskoj. Procjene turističke potrošnje nerezidenata u registriranim smještajnim kapacitetima koja se temelji na statističkom istraživanju Instituta za turizam Zagreb (Tomas, 1989., 1994., 1997.), a procjena ostalih oblika turističke potrošnje na ekonometrijskoj analizi Hrvatske narodne banke. Ostale navedene kategorije temelje se na podacima iz statistike platnog prometa s inozemstvom. (Bilten NBH br. 28, pp. 180).

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 RH i u našoj analizi poslužili smo se upravo tim anketama iz 1989., 1994., i 1997. godine, kao i egzaktnim podacima o kretanju turističkog prometa i deviznog priliva.

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. (Cicvarić, 1984, pp.185).

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.

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 podmirenja osobne potrošnje kao makroekonomske kategorije. To znači da se svaka isporuka pojedinog privrednog sektora za potrebe reprodukcije potrošnje ovog sektora može neposredno prenijeti u sferu finalne, a u okviru nje rasporediti u osobnu potrošnju. Međusektorska analiza 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. (Radnić, pp. 141-154).

Analizirajući kretanje BDP u jednom izrazito atipičnom razdoblju (neki autori ukazuju na namjerno pogrešne procjene Ministarstva financija, gdje su te procjene podređene interesima i potrebama tekuće politike prikazujući i ukazujući na veću razinu bruto domaćeg proizvoda nego što ga iskazuje Državni zavod za statistiku (Sirotković, Družić, 1999, pp. 43-47) vidimo da veličinu BDP iz 1990. godine još nismo ostvarili. Isto vrijedi i za dostizanje visine osobne potrošnje. Turistička potrošnja dostignuta je već 1996. godine tj. prije nego se je dostigla ukupna osobna potrošnja.

Udio osobne potrošnje u BDP-u u Hrvatskoj iznosio je u čitavom promatranom razdoblju između 53% i 67% i pokazuje diskontinuiranost u kretanju. Očito je da je osobna potrošnja u Hrvatskoj najvažnija komponenta finalne potrošnje. Turistička potrošnja pokazuje da čini između 4,5% (1991.) i 21,1% (1997.) ukupne potrošnje te da predstavlja između 2% i 14% udjela u BDP-u. Zbog poznatih razloga stanja u Hrvatskoj, 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. Prirastom odnosno padom BDP-a za jednu jedinicu, osobna potrošnja se kreće od pada za -0,652 jedinice (1991.) do prirasta od 2,933 jedinice (1997.). Prirastom odnosno smanjenjem BDP-a za jednu jedinicu, turistička potrošnja se kreće u rasponu od pada za -0,192 jedinice (1991.) do prirasta za 1,290 jedinica (1997.).

Odnos između granične i prosječne sklonosti osobnoj odnosno turističkoj potrošnji, u odnosu na bruto domaći proizvod pokazuje elastičnost jedne i druge potrošnje u odnosu na promjenu bruto domaćeg proizvoda. Taj nam koeficijent elastičnosti pokazuje za koliko postotaka će porasti osobna odnosno turistička potrošnja, ako bruto domaći proizvod poraste za 1%. To znači da se elastičnost osobne potrošnje kreće u rasponu od pada osobne potrošnje od -1,15% (1991.) do rasta od 4,4% (1997.) a turističke potrošnje od pada -0,339% (1991.) do rasta od 1,937% (1997.) na 1% rasta BDP-a.

**Tablica 2. Prosječna i granična turistička i ukupna potrošnja i elastičnost ukupne i turističke potrošnje u Hrvatskoj u razdoblju 1989.-1998.**

mil USA

Godina	Prirast BDP (Y) dY	Prirast C dC	Prirast TP dTP	C/Y	dC/dY	dTP/dY	EC,y	ETP,y
1989.	-	-	-	-	-	-	-	-
1990.	+ 8.017	+ 3.954	+ 70	0,568	0,493	0,009	0,868	0,016
1991.	- 7.596	- 4.953	- 1.456	0,567	- 0,652	- 0,192	- 1,150	- 0,339
1992.	- 6.858	- 2.789	+ 236	0,530	- 0,407	- 0,036	- 0,768	- 0,068
1993.	+ 1.718	+ 765	+ 289	0,590	0,445	0,168	0,754	0,285
1994.	+ 2.575	+ 708	+ 633	0,533	0,275	0,246	0,516	0,462
1995.	+ 3.847	+ 3.533	+ 155	0,615	0,918	0,040	1,490	0,065
1996.	+ 1.657	+ 525	+ 461	0,590	0,317	0,278	0,537	0,471
1997.	- 417	+ 1.223	+ 538	0,666	2,933	1,290	4,404	1,937
1998.	+ 1.598	+ 32	-	0,621	0,020	-	0,032	-

Izvor: Izračunato prema tablici 1.

### 3.2. Multiplikator vanjske trgovine i izvoz turističkih usluga

Domaći se proizvod u otvorenoj privredi 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 saldnom trgovine s inozemstvom E-U. Kako turizam djeluje uz izuzetno nisku uvoznu zavisnost, tj. ostvaruje visoki neto devizni efekat (Pirjevec, 1998, pp. 123) od oko 89% a svega oko 11% deviza troši na nabavke iz uvoza, to znači da utjecaj inozemne turističke potrošnje mnogo više povećava domaći proizvod upravo zbog manjeg turističkog uvoza, što rezultira i u manjem deficitu vanjskotrgovinske bilance. Za napomenuti je da je sada u Hrvatskoj upravo zbog preferiranja i poticanja uvoza, taj odnos uvozne zavisnosti turizma mnogo veći što traži puno detaljniju analizu. Međutim, stvaranjem strateških izvoznih proizvoda Hrvatske, te stimuliranjem izvoza.

Kako izvoz povećava vanjskotrgovinski multiplikator a uvoz ga smanjuje, iz prednjeg se može zaključiti da izvoz turističkih usluga uvijek djeluje 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 booma, ali i moguće opadanje domaćeg proizvoda uvjetovano smanjenjem bilo koje komponente autonomne potrošnje u recesiji. (Babić, 1995, pp. 388).

Autonomno povećanje izvoza djeluje na povećanje domaćeg proizvoda za:

$$dE / dY = \frac{1}{1 - b(1 - t) + m}$$

$dE$  = prirast izvoza;  $dY$  = prirast domaćeg proizvoda;  
 $b$  = granična sklonost potrošnji;  $t$  = vrijeme;  $m$  = granična sklonost uvozu.

U slučaju autonomnog i izvoza i uvoza, vanjskotrgovinska razmjena utjecat će na multiplikativno povećanje, odnosno smanjenje domaćeg proizvoda zavisno od odnosa između  $E$  i  $U$ :

$$dY / d(E - U) = \frac{1}{1 - b(1 - t)} (E - U)$$

Veličina autonomne potrošnje  $I + G + E$  jednaka je veličini domaće bruto štednje  $S + T$  ( $S$  = razlika između dohotka i osobne potrošnje;  $T$  = budžetski prihodi) i uvoza  $U$ .

Efekte utjecaja izvoza i uvoza, posebno turističkih usluga, na domaći proizvod analizirati ćemo u narednom poglavlju.

### 3.3. Inozemna turistička potrošnja i domaći bruto 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 podjelu rada u skladu sa svojim komparativnim prednostima. Udio vanjske trgovine robom i uslugama u domaćem proizvodu mjeri otvorenost neke privrede. Što je privreda otvorenija, to su veće njezine koristi od međunarodne razmjene, ali je i veće izloženost te privrede poremećajima koji nastaju u svjetskoj privredi i veća su ograničenja njezinoj ekonomskoj politici. (Babić, 1995, pp. 381). 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. (Pirjevec, 1998, pp. 112)

Turizam je znatan izvor deviznih sredstava i samim tim izvozna djelatnost, koja svoje prihode ostvaruje "nevidljivim izvozom" ili "izvozom na licu mjesta". (Pirjevec, 1998, pp. 112). 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 roba i usluge cijelog hrvatskog gospodarstva, koje je zainteresirano za prodaju svojih proizvoda na turističkom tržištu, da se njihovi proizvodi 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." (Pirjevec, 1998, pp. 115)

Problematika službenog iskazivanja turističkog gospodarstva nije samo specifikum Hrvatske, već i turistička Italija ima sličan problem (Becheri, Manente, 1998). 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 značaj koji su imale industrijske djelatnosti za industrijsko gospodarstvo. Ovaj značaj je vidljiv i u svakodnevnom životu kroz različite sociološke i psihološke karakteristike fenomena odmora. U Italiji turistička potrošnja 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. (Becheri, Manente, 1998).

Sumarni iskaz svih transakcija privrednih subjekata neke zemlje s inozemstvom tijekom jedne godine čini njezinu bilancu međunarodnih plaćanja ili kraće, njezinu bilancu plaćanja. Kako sve transakcije koje se iskazuju u bilanci plaćanja mogu biti tekuće i kapitalne, to se i transakcije s osnova turističkih usluga iskazuju u bilanci usluga u okviru bilance tekućih transakcija.

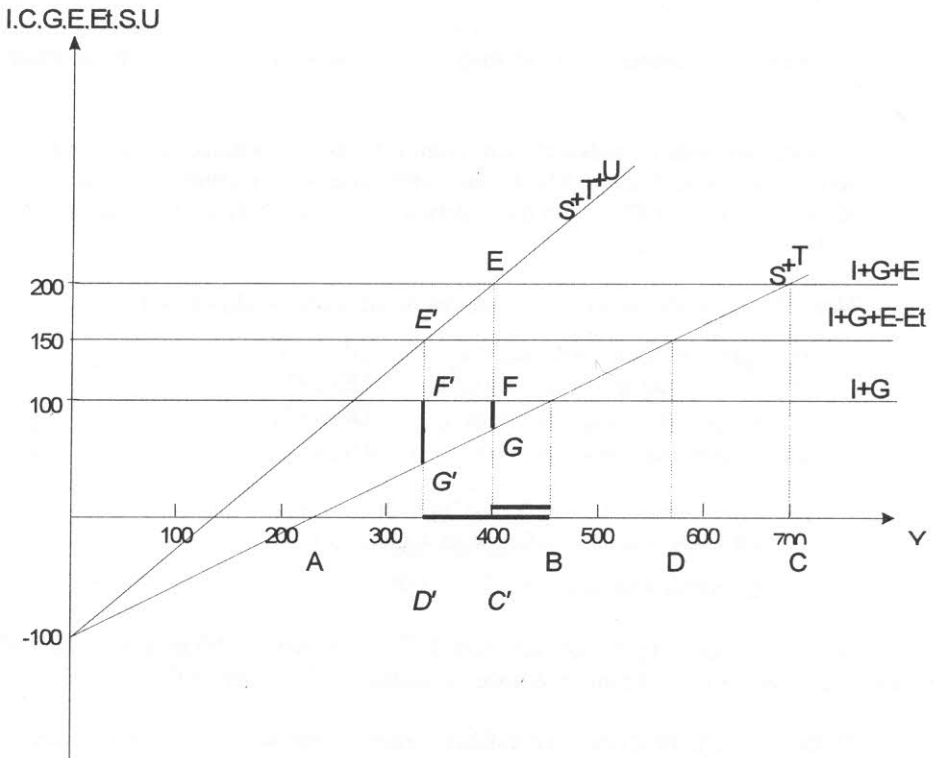
Sve zemlje u svijetu pa čak i one najrazvijenije shvatile su značaj deviznog priliva, a posebno priliva od turizma za ukupan razvoj privrede, preko utjecaja na platnu bilancu, poduzimajući odgovarajuće mjere i poticaje za što povoljniji razvoj inozemnog turizma. Turizam u Hrvatskoj ima značajan utjecaj 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 s  $C + I + G$  ( $C$ = osobna potrošnja,  $I$ = investicijska potrošnja,  $G$ = javna potrošnja) na  $C + I + G + E - E_t$  ( $E$ = izvoz,  $E_t$ = izvoz turističkih usluga) što pomiče i ravnotežni domaći proizvod kako je prikazano na grafikonu 1. 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.

### 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;  $E_t$ -izvoz turističkih usluga; S-domaća štednja; T-porez; U-uvoz

Izvor: Prema ideji Babić, M., 1996, str. 389. izradio autor.

Veličina autonomne potrošnje ( $I+G+E$ ) jednaka je veličini bruto štednje ( $S+T$ ) i uvoza ( $U$ ). 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 nepromijenjene veličine pojedinih komponenti autonomne potrošnje (I+G+E), drugačiju veličinu ravnotežnog domaćeg proizvoda. U okviru ukupnog uvoza sadržan je i uvoz radi izvoza turističkih usluga (11%- vidi: Pirjevec, 1998, pp. 123).

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'

$$OC - OB - (OC - OC') = -OB + OC' = -BC'$$

$$OD - OB - (OD - OD') = -OB + OD' = -BD$$

$$\text{Konačni efekat : } -BC' > -BD'$$

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.

## ZAKLJUČAK

Hrvatska nema gospodarske strategije, pa stoga niti izvoznju. Makroekonomska politika više otežava nego potiče izvoz. Kako Hrvatska nije stvorila pa čak niti definirala svoje strateške nacionalne proizvode, značenje izvoza, a posebno definiranje i prepoznavanje turističkog nacionalnog proizvoda kao strateškog

proizvoda Hrvatske, vodi Hrvatsku i njeno gospodarstvo iz "začaranog kruga siromaštva" u svijet blagostanja.

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.

Osnovni instrumenti u vođenju takve ekonomske politike su politika realnog deviznog tečaja i vođenja odgovarajuće politike izvoznih poticaja. Politika tečaja i politika izvoznih poticaja je suštinska za provođenje izvozno orijentirane strategije razvoja. 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, tj. dovela je do vanjske neravnoteže koja se ogleda u deficitu tekućeg računa u bilanci plaćanja, ali isto tako dovela je i do unutarnje neravnoteže, koja se ogleda u usporenom ekonomskom rastu zbog destimuliranja izvoza, kao i u porastu nezaposlenosti.

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 dugoročno promijenjene 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 moramo doći do izvoznih strateških proizvoda i usluga koji će nas otvoriti prema svijetu i otvorenom tržištu te izrazito negativne trendove okrenuti u pozitivnom smjeru. Bez podizanja cjenovne i necjenovne konkurentnosti, te pokretanja dugoročnog izvoznog ciklusa, razvoj Hrvatske postaje upitan i sve više opterećen nerješivim 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 podcjenjenosti. Takva bi politika u kombinaciji s ostalim mjerama ekonomske politike, a posebno politike poticanja izvoza, okrenula negativne trendove.

Politika tečaja i politika izvoznih poticaja je suštinska za provođenje izvozno orijentirane strategije razvoja. Na efekte koji proizlaze iz potrošnje inozemnih turista upravo će spomenute dvije politike imati posebno važan utjecaj. 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.

Upravo je hrvatski turizam dobar model za otvorenu privredu, o čemu u Hrvatskoj, nažalost i nemamo prave predodžbe. To traži pokretanje mnogih mehanizama turističke politike, koji će konačno opravdati epitet "prioritetne

djelatnosti" i tako toj odabranoj djelatnosti "dozvoliti" razvitak prema mogućnostima svih resursa. To traži znatno ambicioznije ciljeve i planove razvitka turizma, znatno sofisticiranije marketing aktivnosti, a posebno "državni intervencionizam" u poticajne mjere kao i politika tečaja, jer bez implementacije ovih postavki turizam neće imati šanse za brzi razvitak, što posebno na europska kretanja znači ogromno zaostajanje.

## LITERATURA

1. Alfier, D. (1994), Turizam, Institut za turizam, Zagreb
2. Babić, M. (1995), Makroekonomija, VIII izdanje, Mate d.o.o. Zagreb
3. Bacheri, E., Manante, M. (1998), Međunarodno gospodarstvo i turizam - sedmo izdanje o talijanskom turizmu 1997., Roma
4. Car, K., Cicvarić, A., Radnić, A., Sekulić, M. (1975), Neki ekonomski efekti inozemnog turizma u Jugoslaviji, Ekonomski pregled, br. 9-10, Zagreb
5. Cicvarić, A. (1984), Turizam i privredni razvoj Jugoslavije, "Zagreb"-Samobor, Zagreb
6. Jurčić, Lj. (1998), Multiplikativni efekti hrvatskog turizma, Acta turistica, Ekonomski fakultet, Zagreb
7. Mladenović, Č. (1982), Turistička potrošnja u Jugoslaviji, doktorska disertacija, SZZS, Beograd
8. Pirjevec, B. (1998), Ekonomska obilježja turizma, Golden marketing, Zagreb
9. Radnić, A. (1990), Strukturna analiza turističke potrošnje u Jugoslaviji, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb
10. Radošević, D. (1998), Kratkoročne i dugoročne dileme tečajne politike, Ekonomski pregled, br. 11-12, Zagreb
11. Radošević, D. (1991), Tržišno ekonomska politika Hrvatske, knjiga 1, Katedra za makroekonomiku i ekonomsku politiku, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb
12. Sessa, A. (1988), Il sistema turistico nazionale, Roma
13. Sessa, A. (1985), La scienza dei sistemi per lo sviluppo del turismo, Agnesotti Collane del corso di specializzazione in turismo, 16, Roma
14. Sirotković, J., Družić, G. (1999), Utjecaj ekonomske politike na hrvatsko gospodarstvo, HAZU, Zagreb
15. Štoković, I., Škuflić, L. (1998), Politika izvoznog poticaja u funkciji gospodarskog razvoja Republike Hrvatske, Ekonomija, Rifin br. 1., Zagreb
16. Zdunić, S., Grgić, M. (1996), Monetarni faktori u politici razvoja, Privredna kretanja i ekonomska politika, Ekonomski institut - Ministarstvo financija Zagreb, Zagreb
17. Bilteni NBH, odgovarajuće godine
18. Hrvatska - izvoz, zamke i mogućnosti (1998), Privredni vjesnik - anketa - Kako unaprijediti i povećati hrvatski izvoz - ocjena i prognoza 46 vodećih hrvatskih izvoznika, Zagreb
19. Statistički ljetopis 1996, DZS - Zagreb
20. Radošević, D. (1999), Novi list, 03. 03. 1999. str. 3., Rijeka
21. Tomas - (1989., 1994., 1997.), Stanje i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam Zagreb
22. Društveni računi Hrvatske 1986.-1988. i 1989.-1990., RSZ, Zagreb

## Summary

### **TOURISM AS FUNCTION OF STRATEGY OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN CROATIA**

*Since Croatia does not have an economic strategy it follows that it has no export strategy. It can be said that the macroeconomic policy does more to hinder than to inherece exports. Croatia has not managed to create nor define its strategic national products. The author is trying to present and argue the meaning of export and specially the national tourist product as the strategic product of Croatia.*

*Export is the basic supposition of total stability and future development of Croatian economy. Croatian market, without export, is too small for any serious development of one's own. Croatian economy should be adjusted for the global market, especially for the market of EU, CEFTA and CEI.*

*The basic instruments for such economic policy are real exchange rate and corresponding export stimulating policy. The exchange rate policy and the export promoting policy are essential for the enforcement of export oriented strategy.*

*The author is looking upon Croatian tourism as a good model for an open economy and is trying to contemplate this model as a economic locomotive, about which a considerable portion of croatian economists unfortunately have not a right imagination. It makes demands for moving many of tourist policy mechanism, which will finally vindicate the epithet of "priority activities" and allow, "to develop tourism resources". All this demands even more and ambitious goals and projects of tourism development, further sophisticated marketing activities and especially "state intervention" for stimulating measures. Without implementation of these propositions, tourism will never have any change for faster development. This will result in deeper lag from Europe and other developed countries.*

*Key words: tourism, Croatian economic development strategy.*