

Dr. BRANKO BLAŽEVIĆ, docent
Hotelijski fakultet Opatija, Sveučilište u Rijeci, Hrvatska
Faculty of Hotel Management, University of Rijeka, Croatia

INVESTICIJSKA POLITIKA I KONKURENTNOST HRVATSKOGA TURIZMA

UDK 330.32:64.024(497.5)

Primljeno: 10.11.1997.

Pregledni rad

Svaki je privredni i, šire uzeto, društveni razvitak nezamisliv bez neprekidna procesa investiranja, no hrvatsko se hotelijerstvo i čitavo gospodarstvo u posljednjih šest godina nalazi u fazi dezinvestiranja, dok je čitavo razdoblje u bivšem sustavu vezano na neefikasno investiranje. Predmet su autorove analize zbivanja u tom razdoblju.

Konkurentnost je hrvatskoga hotelijerstva na svjetskom tržištu posebno ugrožena ako problem dezinvestiranja i efikasnosti investicija proširimo na krupnu prometnu infrastrukturu koja bi pravilnim investiranjem morala povećati ukupnu produktivnost i smanjiti troškove ukupne narodne privrede. Autor pridaje važnost činjenici da samo efikasne investicije pridonose gospodarskom razvoju, ali posebno naglašava nužnost spoznaje novoga, održivoga razvoja, kao bitne razvojne koncepcije suvremenih razvijenih zemalja, koja je za Hrvatsku i njezin turizam od iznimne važnosti.

Ključne riječi: investicije, konkurentnost, dezinvestiranje, održivi razvoj

UVOD

Kada je riječ o investicijama i njihovoj funkciji, bez obzira radi li se o poduzeću ili nacionalnoj privredi, uvijek se nameće pitanje o politici investicija, tj. o definiranju ciljeva koje želimo postići određenim investicijama za određenom vremenskom razdoblju. Predmet je investicijske politike izabrati najprikladniju politiku investiranja na temelju svestrano ispitanih činitelja ekonomskoga razvoja, poštujući pritom 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, i izbor najpovoljnije varijante konkretna investicijskoga projekta, s druge strane.

Investicijsko-razvojna politika, s jedne strane, koncentrirala svoju pozornost 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, ona se odnosi na rješavanje

razvojne problematike na razinu poduzeća. Osnovna je preokupacija na ovoj razini izbor investicija između mogućih investicijskih varijanti. I jedna i druga su strana ispunjene brojnim teorijsko-metodološkim problemima u rješavanju strateških aspekata izbora strukture investicija, kao i operativnoga rješavanja niza konkretnih praktičnih problema investicija.

Osnovni problem razvoja hrvatskoga hotelijerstva u razdoblju od trideset godina nije bila visina investicija, već njihova efikasnost.¹ Isto tako, u posljednjih se šest godina, ne samo hrvatsko hotelijerstvo, već i čitavo gospodarstvo, nalazi u fazi dezinvestiranja. Učinak je jednoga i drugoga opterećenje za hotelijersku privredu koja nije u stanju generirati profite i stope rasta domaće proizvodnje, već gubitke i stope pada. Zbog ovih su dvaju razloga poslovni rezultati čitave grupacije hotelijerstva u bitnom raskoraku, te je stoga nužna temeljita rekonstrukcija čitave hotelijerske grupacije.

Radi gospodarskoga razvoja Hrvatske i povećanja njezinih gospodarskih potencijala, nužno je poticati ukupan razvoj kroz tržišnu alokaciju raspoloživih resursa, u čemu turizam i hotelijerstvo zauzimaju značajno mjesto. Međutim, hrvatska je hotelijerska privreda u razdoblju od trideset godina (1960.-1990.) bila opterećena neefikasnošću uloženi sredstava koja realno ne generiraju profite, a u devedesetim godinama (1990.-1996.) ušla u tzv. tranzicijsku krizu koja je još pogoršana ratnim zbivanjima. U dosadašnjem je razvoju hrvatskoga hotelijerstva plaćena previsoka cijena, koja se ogleda u visokoj neefikasnosti i neučinkovitosti uložena kapitala u hotelijersku privredu.

Razdoblje od 1991.-1996. godine atipično je za normalno poslovanje, opterećeno ratnim zbivanjima i tranzicijskom krizom, koju dobrim dijelom karakterizira proces dezinvestiranja, ne samo u hotelijerstvo, već i u čitavo gospodarstvo Hrvatske. Te dvije činjenice, jedna u svezi s neefikasno uloženi sredstvima u hotelijersku privredu, a druga u svezi sa zaustavljanjem procesa investiranja, postaju preobiljne i preopasne za budućnost hrvatskoga hotelijerstva. Ukupni su poslovni rezultati čitave grupacije hotelijerstva u velikom raskoraku s visinom uložena kapitala i ukupnom naslijeđenom hotelskom ponudom, a takvu naslijeđenu hipoteku neće biti lako promijeniti i rekonstruirati. Ključ je za tu promjenu ujedno i ključ za ukupnu valorizaciju turizma Hrvatske koja 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.

1. RAZDOBLJE NEEFIKASNOG INVESTIRANJA U HRVATSKOM HOTELIJERSTVU

Prateći prosječne proizvodne koeficijente ostvarene u društvenoj privredi i sektoru ugostiteljstva i turizma Hrvatske, a koristeći proizvodne fondove prethodne godine,

¹ Vidi: B. Blažević (1995.), *Ekonomski računi plasmana kapitala u hrvatskom hotelijerstvu 1960-1990.*, Hotelijerski fakultet, Opatija.

Iako uočavamo osnovni pravac kretanja efikasnosti uloženog kapitala, kroz visoki pad proizvodnog koeficijenta, a to znači i pad efikasnosti uloženog kapitala i to kroz brži pad u sektoru ugostiteljstva u turizmu nego u ukupnoj privredi Hrvatske. Proizvodni koeficijent se definira kao odnos društvenog proizvoda i proizvodnih fondova ili osnovnih sredstava u odnosnoj godini. On pokazuje koliko se jedinica društvenog proizvoda ostvaruje na jedinicu proizvodnih fondova (ili investicija). Pad prosječnog proizvodnog koeficijenta u društvenoj privredi Hrvatske za razdoblje 1961-1990. Za 53,3%, te pad istog koeficijenta u ugostiteljsko turističkoj privredi za 81% u istom razdoblju ukazuju na krupne neusklađenosti kod ulaganja društvene akumulacije i efikasnosti tog ulaganja. Izuzetno nizak nivo efikasnosti društvene privrede koja 1961. Godine starta na istoj razini efikasnosti sa ugostiteljsko-turističkom privredom, da bi do 1990. Godine padala efikasnost uloženog kapitala u ugostiteljstvo i turizam mnogo bržim tempom od ukupne privrede, što ukazuje na svu složenost problema razvoja našeg ugostiteljstva i turizma u posljednjih 30 godina. tj. u razdoblju 1960-1990. godine.

Tablica 1. Kretanje prosječnog proizvodnog koeficijenta društvenoga ugostiteljstva i turizma i privrede Hrvatske 1961-1990.

Godina	Društvena privreda	Ugostiteljstvo i turizam	Omjer efikasnosti
1	2	3	3:2
1961.	0,674	0,711	1,05
1965.	0,639	0,538	0,84
1970.	0,589	0,364	0,62
1975.	0,526	0,230	0,44
1980.	0,385	0,205	0,43
1985.	0,385	0,221	0,51
1990.	0,315	0,136	0,43

Izvor: B. Blažević, op.cit., str. 21.

Iz Tablice 1. vidljiv je katastrofalna dinamika pada prosječne efikasnosti fondova ukupne privrede a posebno ugostiteljstva i turizma.

Kako investicije izazivaju cijeli splet efekata kako ekonomskih tako i neekonomskih, za meritornu ocjenu efikasnosti uloženog kapitala koriste se kapitalni koeficijenti (prosječni i granični). Prosječni kapitalni koeficijent pokazuje odnos između vrijednosti fiksnih fondova i proizvodnje koja se ostvaruje tim sredstvima izražene društvenim proizvodom. On praktično pokazuje koliko treba angažirati jedinica fiksnih fondova (u nekom vremenskom razdoblju, obično jednoj godini) da bi se proizvela jedinica društvenoga proizvoda.

Tablica 2. Prosječni kapitalni koeficijenti za privredu Hrvatske i za ugostiteljsko-turističku privredu za razdoblje 1960-1989. (trogodišnji pomični prosjeci-stalne cijene 1972.)

Godina	1960.	1963.	1966.	1969.	1972.	1975.	1978.	1981.	1984.	1987.
	1962.	1965.	1968.	1971.	1975.	1977.	1980.	1983.	1986.	1989.
Privreda Hrvatske	2,52	1,66	1,77	1,84	1,97	2,11	2,16	2,45	2,61	2,80
Ugostiteljstvo i turizam	1,55	2,07	2,93	3,46	4,23	5,18	5,07	5,15	4,77	5,64

Izvor: B. Blažević, op.cit., str. 30.

Efikasnost uloženih fiksnih fondova (osnovnih sredstava) mjerena prosječnim kapitalnim koeficijentom prema Tablici 2. Pokazuje tendencije pogoršanja, dok izrazito pogoršanje slijedi poslije 1968. godine. Kretanje prosječnog kapitalnog koeficijenta za djelatnost ugostiteljstva i turizma pokazuje visoki koeficijent neefikasnosti uloženi sredstava u odnosu na iste koeficijente za privredu Hrvatske i to u svim razdobljima.

Da bi kapitalni koeficijent bio što realniji potrebno je računati "time lage" kako bi se usklađivale investicije određenog perioda i efekti upravo tih investicija. Marginalni kapitalni koeficijent (granični, dodatni) je odnos između vrijednosti investicija i prirasta proizvodnje izražene društvenim proizvodom (nacionalnim dohotkom ili bruto domaćim proizvodom). On pokazuje koliko sredstava treba investirati u promatranom razdoblju da bi se ostvarila jedinica prirasta proizvodnje, tj. jedinica društvenog proizvoda (ND; BDP).

Tablica 3. Marginalni kapitalni koeficijent s pomakom od 4 godine za privredu Hrvatske i ugostiteljsko-turističku privredu u razdoblju od 1963-1986. godine (stalne cijene 1972)

Godina	1963. - 1965.	1966. - 1970.	1971. - 1974.	1975. - 1978.	1979. - 1982.	1983. - 1986.
Privreda Hrvatske	2,37	2,49	2,80	3,22	3,97	25,4
Ugostiteljstvo i turizam	5,84	6,69	15,3	4,55	3,5	-4,19

Izvor: B. Blažević, op.cit., str. 30.

Marginalni kapitalni koeficijent pomaknut za 4 godine računat je kao odnos između prirasta fiksnih fondova (osnovnih sredstava) i prirasta društvenog proizvoda. To znači da je prirastom od 2,37 jedinica (kapitala) u razdoblju 1963-1966. godine

privreda povećala društveni proizvod za jednu jedinicu (u aktivizacijskom periodu investicije od 4 godine tj. 1967-1970.). U ugostiteljsko-turističkoj privredi trebalo je za isti učinak čak 5,84 jedinice investicija, odnosno 2,5 puta više kapitala. Marginalni kapitalni koeficijent pogoršava se za ukupnu privredu Hrvatske u svim razdobljima, dok je za ugostiteljsko-turističku privredu lošiji od ukupne privrede u svim razdobljima izuzev 1972-1982. godine. Za razdoblje 1983-1986. godine marginalni pomaknuti kapitalni koeficijent je čak negativan, što govori da se smanjio društveni proizvod u razdoblju 1987-1990. unatoč povećanju kapitala u razdoblju 1983-1986. godine.

Iz iznijetih pokazatelja prosječnih proizvodnih, prosječnih kapitalnih i marginalnih pomaknutih kapitalnih koeficijenta proizlazi izuzetno visoka neefikasnost uloženog kapitala u ugostiteljsko turističku privredu kao i ukupna neefikasnost kapitala uloženog u privredu Hrvatske.

2. RAZDOBLJE DEZINVESTIRANJA U HRVATSKOM HOTELIJERSTVU

U razdoblju od 1990.-1996. godine ukupnu privredu, kao ugostiteljstvo i turizam karakterizira proces dezinvestiranja (tj. investicije su manje od amortizacije), što se ogleda u realnom padu ukupnih investicija u hrvatsko gospodarstvo, a isto tako i u ugostiteljstvo i turizam, što je praćeno padom bruto domaćega proizvoda.

Tablica 4. Stope promjene bruto domaćeg proizvoda u odnosu na prethodnu godinu (u stalnim cijenama iz 1990. godine)

	UGOSTITELJSTVO I TURIZAM	UKUPNO
1990.	- 10,3	- 7,1
1991.	- 60,6	- 20,6
1992.	- 2,1	- 11,7
1993.	11,1	- 0,9
1994.	31,9	0,6
1995.	- 10,2	1,7
1996.	31,9	4,3
1990.-96.	- 6,44	- 4,86
1992.-96.	14,80	1,41

Izvor: SLJH-97, str. 167. i izračunate stope prema SLJH-97, str. 167.

Tablica 5. Odnos amortizacije i investicija u Hrvatskoj i u djelatnosti ugostiteljstva i turizma 1990.-1995.

Godina	Udio amortizacije u investicijama (invest. =100)		Udio amortizacije u zamjeni, proširenju, rekonstrukciji i modernizaciji (invest.=100)	
	Ukupno	Ugostiteljstvo i turizam	Ukupno	Ugostiteljstvo i turizam
1990.	91	84	255	1.023
1991.	101	429,8	259	367
1992.	142	238,9	268	728
1993.	18	49,4	349	939
1994.	13	37,2	257	467
1995.	14	34,5	268	397

Izvor: Izračunato na osnovi podataka iz SLJH 1992., str. 175.; SLJH 1993., str.184, SLJH 1995., str. 168 i SLJH 1996., str. 137, 152 i 160.;

Napomena: Za spomenute godine statistika je pratila koncepciju društvenoga proizvoda, dok su podaci za 1993., 1994. i 1995. godinu procijenjeni interni podaci Državnoga zavoda za statistiku dobiveni na temelju izvještaja Zavoda za platni promet i isti su rađeni prema koncepciji "bruto domaći proizvod" koji osim segmenta proizvodnje (proizvodne djelatnosti), uključuje još i segment usluga koje tvore prema metodologiji materijalne proizvodnje neproizvodne djelatnosti (financijske i druge usluge, obrazovanje, zdravstvo, tijela uprave i dr.).

Podaci se ne odnose na okupirane dijelove Hrvatske.

Ako izuzmемо 1990. godinu, druge dvije promatrane godine, 1991. i 1992., karakterizira proces dezinvestiranja u kojem je amortizacija veća od ukupnih investicija, posebno ako se uzme u obzir već spomenuta koncepcija obračuna društvenoga proizvoda, te kada nam već i sami statistički podaci i procjene pokazuju malu nelogičnost, jer usprkos padu bruto domaćega proizvoda amortizacija kao fiksni trošak lagano pada, iako bi realno trebala biti veća, što još više ide u prilog tezi o postojanju opasnoga procesa dezinvestiranja. U čitavu su promatranom razdoblju (1990.-1995.) investicije u zamjenu, proširenje, rekonstrukcije i modernizacije bile mnogo niže od izdvajanja za amortizaciju, kako u ukupnoj privredi, tako još više u ugostiteljstvu i turizmu, što je očiti dokaz ovoga izuzetno opasnoga procesa (Tablica 2). Više je nego očito da ne samo što nije bilo dostatnih izvora za investicije u promatranu razdoblju, već je obračunata amortizacija bila premala da bi pokrila ukupni nedostatak novčanih sredstava za namjensko trošenje u zamjene, rekonstrukcije, modernizacije, proširenja i ulaganja u nove kapacitete.

Problem razvoja Hrvatske i hrvatskoga turizma u razdoblju 1960.-1990. nije bio u visini investicija, već u njihovoj efikasnosti, a u razdoblju 1990.-1995. u njihovu potpunom izostanku. Bez efikasnih investicija nije moguće pokrenuti nov razvojni ciklus i izići iz "začaranoga kruga siromaštva" u kojem se nalazi hrvatsko gospodarstvo i hrvatsko društvo. Da bi se uopće mogao financirati razvoj i obnova hrvatskih poduzeća i ukupnoga gospodarstva, a posebno ugostiteljsko-turističke privrede, nužno je razviti sustav upravljanja investicijama, odnosno, kontroling

investicija,² a to znači znati upravljati poslovnim rezultatom koji najviše učvršćuje ili destabilizira dugoročne pozicije poduzeća.

Iz kretanja ukupne agregatne potražnje promatrane kroz realne izdatke stanovništva, realne materijalne rashode države i izdatke za investicije, proizlazi da je prosječno više od 65% ukupne potražnje otpadalo na osobnu potrošnju, oko 30% na državno trošenje, a manje od 5% na investicijsko trošenje. U razdoblju od 1990. do 1996. godine smanjuje se ukupan bruto domaći proizvod po godišnjoj stopi od -4,86%, odnosno, ako izuzmemo atipičnu (ratnu) 1991. godinu, tada je godišnja stopa rasta minimalnih 1,41%, dok ugostiteljsko-turistička privreda bilježi pad domaćega proizvoda po godišnjoj stopi od -6,44% za razdoblje 1990.-1996., odnosno, ako isključimo ratnu 1991. godinu, rast od 14,80% godišnje (ali uz niske apsolutne iznose) za razdoblje 1992.-1996. (Tablica 4.). O investicijskoj je aktivnosti na mjesečnoj razini zasad jedino moguće govoriti kroz pokazatelje kapitalnih izdataka državnoga proračuna i kroz podatke o uvozu investicijske opreme i direktnim investicijama iz inozemstva, a svi oni trenutno, uz narastajuću štednju privatnoga sektora, upućuju na oživljavanje ulaganja u dugotrajnu imovinu.³ Iz Tablice 2. uočljivo je zaostajanje ulaganja u ugostiteljstvo i turizam u odnosu na i tako niska ukupna ulaganja kada amortizacija daleko prelazi iznos investiranja u zamjenu, proširenje, rekonstrukcije i modernizacije, što je samo pokazatelj ulaska u opasnu zonu dezinvestiranja u hrvatskom turizmu. Hrvatskoj je i hrvatskom turizmu nužno povećanje kvalitete privređivanja na postojećoj materijalnoj osnovi, stvarajući promjenom poslovne filozofije i ukupnoga razvojnoga koncepta poslovanja, novu, temeljito restrukturiranu vizuru čitave grupacije. Ovakvo je naslijeđeno stanje postalo najozbiljnijom preprekom za buduće procese restrukturiranja u hrvatskom hotelijerstvu, stoga će stvaranje prihvatljive i konkurentne strukture tražiti mnogo više financijskih, marketiških i ukupnih organizacijskih napora.

3. KONKURENTNOST HRVATSKOGA TURIZMA NA EUROPSKOM TRŽIŠTU

Polazeći od rezultata najnovijih istraživanja naručenih od strane Ministarstva turizma, Hrvatska predstavlja jedno od najskupljih turističkih odredišta, usprkos tomu što je opterećena brojnim ograničenjima, kao što su:

- nizak stupanj kvalitete proizvoda
- nedovoljno razvijena infrastruktura
- djelomično nepovoljni elementi imidža
- nepovoljna razina cijena i troškova.

Hrvatska je danas manje uspješna i u korištenju ukupnoga i hotelskoga smještaja, a u inferiornoj je poziciji prema svim promatranim konkurentskim destinacijama na Mediteranu (Italija, Španjolska, Grčka i Turska).⁴

² Vidi: B. Blažević (1996), Kontroling investicija u hotelijerstvu, Hotelska kuća '96, Opatija, str. 193-203.

³ Vidi: Bilten Narodne banke Hrvatske, br. 8, 1996.

⁴ Steigenberger Consulting GmbH (1997), Konkurentnost hrvatskog turizma na europskom tržištu, Nalazi, zaključci i preporuke, Frankfurt, str. 1.

Prema ukupnoj ocjeni resursnih obilježja pojedinih promatranih mikrodestinacija, a koja se sastoje od klimatskih, pejzažnih, ekoloških i urbanističko-arhitektonskih oblika, Hrvatska je konkurentna. Visoke se ocjene kvalitete pejzaža, ekološke očuvanosti i obilježja gradske arhitekture mogu smatrati "jakim stranama" hrvatske turističke ponude te njezinom prednošću u usporedbi s konkurencijom.⁵

Tablica 6. Procjena hrvatskog turističkog proizvoda

JAKE STRANE	SLABE STRANE	MOGUĆNOSTI	OPASNOSTI
Atraktivna obala, brojnost otoka	Dostupnost automobila, građevinska neprimjerenost objekata	Rast potražnje	Ratni imidž
Organiziran turistički sektor	Problemi vezani uz ratni imidž	Trend prema sunce/pjesak/more	Imidž masovne destinacije
Niska stopa kriminaliteta	Nedostatak paket aranžmana	Dobar glas /ranija slava/	Regionalna nestabilnost
Gostoljubivost	Turističke informacije	Sadržaji od posebnog zanimanja	Proces gospodarskog preustrojavanja
Grad Dubrovnik	Noćni sadržaji	Vikend odredište	Infrastruktura
Povijesni gradovi	Kvaliteta smještaja	Kongresno odredište	
Sportska infrastruktura	Raznolikost restorana	Vladine/mjere/aktivnosti	
Atraktivnost zaleđa kontinentalnih područja	Javno mišljenje		
Lječilišta /toplice/	Sezonalnost		
	Razina cijena		

Izvor: Competition of Croatia's Tourism in the European Markets, Steigenberger Consulting GmbH, Frankfurt, 1997., str. 4.

Iako su prirodne ljepote, očuvanje okolice i restauracija kulturne baštine postali ključni elementi opstanka na turističkom tržištu, oni sami po sebi nemaju dovoljnu težinu kojom bi Hrvatska sebi osigurala potrebnu prednost pred konkurentima, jer su i njihova obilježja ocijenjena relativno sličnim ocjenama.⁶

Sve su analizirane hrvatske mikrodestinacije ocijenjene lošije od promatranih konkurenata. Ekspertne ocjene pokazuju da Hrvatska nudi manje kvalitetnu i manje diverzificiranu turističko-ugostiteljsku ponudu i usluge od Italije, Španjolske, Grčke i

⁵ Institut za turizam (1997.), Konkurentnost hrvatskog turizma, Nalazi, zaključci i preporuke, Zagreb, str. 7.

⁶ Ibid, str. 7.

Turske, što je jedan od ključnih problema hrvatskoga turističkoga sektora danas.⁷

Prema spomenutim je istraživanjima više nego očito da je Hrvatska u usporedbi s ostalim promatranim mediteranskim destinacijama konkurentna na turističkom tržištu samo prema kvaliteti resursne osnove, ali je zato njezina ukupna konkurentnost umanjena zaostajanjem u kvaliteti turističko-ugostiteljskih usluga.

Hrvatske se destinacije nalaze u području ispodprosječne kvalitete i ispodprosječne razine cijena, tj. ravnoteža je uspostavljena na razini na kojoj su i kvaliteta i cijene osjetno ispod prosjeka kvalitete i cijena konkurentnih destinacija poput Italije, Španjolske, Grčke i Turske.⁸

Dakle, Hrvatska je danas makrodestinacija nekonkurentna kvalitetom, u njoj je odnos "vrijednost za novac" uspostavljen na ispodprosječnoj razini i kvalitete i cijena, pa nije dugoročno prihvatljiva niti za destinacije niti za poduzeća.

Kako bi se to prevladalo temeljni pravci djelovanja moraju biti usmjereni na investicijsku politiku koja će za cilj imati modernizaciju i poboljšanje hotelske suprastrukture i infrastrukture te obogaćivanje i diversifikaciju postojeće ponude novim uslugama i novom kvalitetom.

Generalni bi se ciljevi takve investicijske politike i novoga investicijskoga ciklusa u hrvatsko hotelijerstvo i turizam mogli sistematizirati u sljedeće:⁹

- podizanje kvalitete smještajne ponude
- unapređenje izvansmještajne ugostiteljske ponudu, odnosno, njezine raznolikosti
- povećanje kvalitete i obogaćivanje strukture sadržaja zabave, sporta i trgovine.

Stoga je nužno pristupiti odabiru projekata koji zadovoljavaju gore postavljene ciljeve i koji moraju biti utemeljeni na pouzdanim "predfeasibility" i "feasibility" studijama koje moraju izraditi kompetentne institucije i u kojima se mora strogo poštivati razvojna procedura investiranja.¹⁰

To će svakako pridonijeti bržem i kvalitetnijem pronalaženju potencijalnih investitora i financijera. Neophodno je za primjer spomenuti krupnu prometnu infrastrukturu, jer bez pravilnog investiranja u nju nije moguće očekivati kvalitetniji pomak u ukupnom turističkom proizvodu Hrvatske, kao i u povećanju ukupne produktivnosti i smanjenju troškova ukupne narodne privrede.

⁷ Ibid, str. 7.

⁸ Ibid, str. 10.

⁹ Ibid, str. 11.

¹⁰ Vidi: B. Blažević (1996.), Efikasno investiranje - uvjet gospodarskog razvoja Hrvatske, Zbornik radova, Susreti na dragom kamenu, Pula, str. 485-489.

Infrastruktura čini kotač privrednoga razvoja pa razvijene zemlje investiraju u njezinu izgradnju 200 milijardi USD godišnje što čini oko 4% njihova BDP-a, a oko 20% njihovih ukupnih investicija i 40-60 % javnih investicija.¹¹

Samo efikasne investicije uključujući i investicije u infrastrukturu pridonose privrednomu rastu. Dakle, za optimalan je privredni razvoj nužna i optimalna infrastrukturna mreža, dobro planiranje, projektiranje i pravilan izbor investicijske varijante. Do ispravnih zaključaka dolazi skupina eksperata koja razvoj cestovne infrastrukture i turističkoga proizvoda vidi:¹²

- u brzom obnavljanju magistralnih cesta i povezivanju s Austrijom i Italijom autocestom, kao i cestama duž same obale
- u modernizaciji i proširenju najvažnijih zrakoplovnih luka kako bi se tuoperatorima omogućilo organiziranje čarter-letova.

Upravo realizacija ovih dvaju zaključaka iz spomenutih studija mora dati značajan poticaj sveukupnom, a posebno regionalnom razvoju nacionalne privrede.

4. DUGOROČNA RAZVOJNA STRATEGIJA I INVESTICIJSKA POLITIKA

Problematika koju proučava ekonomika investicija predmet je konkretna proučavanja i analiziranja, bilo da se radi o poduzeću ili nacionalnoj privredi. Kada je riječ o investicijama i njihovoj funkciji, prethodno se uvijek nameće pitanje o politici investiranja^{13a} odnosno, o utvrđivanju i definiranju ciljeva koje želimo postići danim investicijama u određenom vremenskom razdoblju.

Na makroplanu se predmet investicijske politike svodi na rješavanje pitanja koja su od iznimne važnosti za razvitak zemlje i to:

- Kamo investirati, odnosno, u koju privrednu djelatnost (industriju, poljoprivredu, turizam, šumarstvo, promet, građevinarstvo i sl.)? Ni u kojem se slučaju ne smije razvitak temeljiti na politici sektorskih prioriteta u alokaciji investicija, već isključivo na kriterijima efikasnosti i profitabilnosti.
- Koji su načini investiranja, odnosno, treba li usvojiti gradnju novih investicijskih kapaciteta ili rekonstruirati postojeće, tj. ekstenzivno ili intenzivno investirati?
- Koje privredne djelatnosti u određenom razdoblju daju privrednom razvoju najveće poticajne efekte i u kojima se postiže najracionalnije iskorištavanje proizvodnih čimbenika i drugih prednosti kojima jedna zemlja raspolaže?

¹¹ M.Babić, Prometnice kao razvojni adut, Privredni vjesnik-Hrvatska 2000, 23. lipnja 1997., str. 3.

¹² Institut za turizam (1997), Konkurentnost hrvatskog turizma, Nalazi, zaključci i preporuke, Zagreb, str. 6.

^{13a} Vidi: I. Teodorović, Investicijska politika, Ekonomija br. 4., Rifin, Zagreb, 1996., str. 681-710.

- Strategija razvitka svakoga pojedinačnoga gospodarskoga sektora mora početi od argumentiranih spoznaja i hijerarhije prioriteta u procesu razvitka, te uputiti na moguća rješenja i konzekvencije. Turistički se sektor Hrvatske, od samih početaka svoga razvitka, implicitno zasniva na tržišnoj orijentaciji i bio je promotorom strategije otvorena razvoja. Stereotipni razvojni ciljevi, kao što su kvantitativni rast proizvodnje i pružanja usluga (broj noćenja), zapošljavanje, devizni priljev itd.,¹³ prestaju biti bitnim ciljevima, jer u globalnoj ekonomiji ekonomija obujma dobiva marginalno značenje, a na njezino mjesto dolazi proizvodnja i pružanje usluga visoke vrijednosti i kvalitete.

Stoga zapreke ulasku novih tvrtki više nisu u obujmu, nego u proizvodnji visoke vrijednosti i kvalitete.¹⁴

Ekonomski rast sam po sebi ne rješava probleme razvoja. "Ekonomski razvoj je nešto mnogo šire i dublje od ekonomike... Korijeni su mu izvan ekonomske sfere: u obrazovanju, organizaciji, disciplini i povrh toga u političkoj nezavisnosti i nacionalnoj svijesti o samopouzdanju."¹⁵ No, valja posebno odgovoriti na pitanja: što je to "novi razvoj", što je on u turizmu, te je li razvitak više moguće temeljiti samo na politici sektorskih prioriteta u alokaciji investicija, ili samo i isključivo na kriterijima efikasnosti i profitabilnosti, ili je pak taj okvir razvojnoga promišljanja mnogo širi i obogaćen novim kriterijima vrijednosti u kojima ekonomija igra važnu ulogu u subordinaciji svojih ekonomskih aktivnosti socijalnim ciljevima i vrijednostima. Srž paradigme novoga svjetskoga razvoja i osnovu novoga razvojnoga konsenzusa u kojemu je turizam jedan od podsustava čini tzv. koncepcija održivoga razvoja¹⁶ koja u svojoj biti predstavlja "proces promjene u kojemu su eksploatacija resursa, smjer investiranja, tehnološkog razvoja i institucionalne promjene u skladu s ciljem zadovoljavanja sadašnjih i budućih potencijalnih potreba."¹⁷ Cijelu je koncepciju održivoga razvoja nemoguće postaviti i razvijati unutar starih razvojnih paradigmi i nacionalnih država kao jedinih nositelja razvoja, isto ju je tako nemoguće sagledavati unutar sektorske fragmentacije: ekonomske, političke, socijalne i ostale odgovornosti.¹⁸ Kako razvoj, a time i turistički razvoj ne pogađa samo interese današnje, nego i budućih generacija, definirani razvojni smjer sukladan suvremenim, globalnim razvojnim trendovima postaje najosjetljivije pitanje, ne samo hrvatske ekonomije već i najširega socijalnoga okruženja. Iz spomenute je analize konkurentnosti hrvatske resursne osnove očito da se u politici nameće i razvojni smjer daljnje zaštite resursa na duži rok. Spoznaja novoga, održivoga razvoja, kao bitne razvojne koncepcije suvremenih razvijenih zemalja, postaje i za Hrvatsku i njezin turizam od iznimne važnosti. Drugi generalni razvojni smjer mora biti usmjeren u pravcu otklanjanja ograničenja turističkom razvoju upravo na onom području koje čini hrvatski turizam nekonkurentnim i nedostatnim prema svojoj konkurenciji, što

¹³ Vidi: Institut za turizam (1992), *Strategija razvitka turističkog sektora*, Zagreb, str. 19-34.

¹⁴ Mirjana Dragičević (1996), *Ekonomija i novi razvoj*, Alinea, Zagreb, str. 47.

¹⁵ Vidi: Schumacher, E. (1973), *Smail is Beautiful. Economics as is People Mattered*, Harper and Row, New York, str. 204.; prema M. Dragičević, op. cit., str. 83

¹⁶ Mirjana Dragičević, op. cit., str. 89-98.

¹⁷ Ibid, str. 92.

¹⁸ Ibid, str. 93.

proizlazi iz spomenute analize navedene u trećem poglavlju ovoga rada. On mora stvoriti i pretpostavke priključivanja novomu, održivomu razvoju - sukladno specifičnim gospodarskim, političkim, prirodnim, regionalnim, ekološkim specifičnostima. Ta dva smjera, koja su u biti jedan smjer i to je smjer održivoga razvoja, morali bi za hrvatsko društvo i ekonomiju biti polazištem ili smislom razvojnoga "smjera".

5. ILUZIJA EKONOMSKOGA RASTA I KONCEPCIJA ODRŽIVOGA RAZVOJA TURIZMA U HRVATSKOJ

Kvaliteta razvoja postaje danas značajno pitanje suvremenoga razvitka. Kako je ekonomski rast zasnovan na ekonomskom shvaćanju izrastao "... na etici efikasnosti i njenom podupiranju pod svaku cijenu"¹⁹ 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 koncipira kao početna pretpostavka u funkciji kvalitetnog razvoja, onoga koji će slijediti globalno socio-gospodarske trendove i uvažavati i poticati vlastite specifičnosti."²⁰ Upravo je spomenuta konstatacija razlogom što je turistička saturacija uvjetovana nekontroliranim razvojem masovnoga turizma u prošlosti dovela danas do nazadovanja mnogih turističkih destinacija. Dr. sc. Z. Klarić je upozoravao da je jedna od najvažnijih spoznaja o poimanju održivoga razvitka turizma sadržana u nužnosti fleksibilna 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, pritom se prihvaća kao osnova formuliranja koncepta održivoga turističkoga razvoja koji u cijelom svijetu, a osobito u prostoru Sredozemlja, postaje danas praktički jedinom mogućom razvojnom alternativom.²¹ Očito je riječ o suvremenim tijekovima globalnoga razvoja u kojima ekonomija čini samo jedan važan podsustav ili samo jedan njegov dio. Možda je prof. Muller²² u potrazi za kompleksnom savršenom formulom došao do spoznaje da bi sva ta traganja mogla biti i kontraproduktivna, te da je najbolje rješenje upravo ono najjednostavnije. Odgovor na složeno pitanje: kakav razvoj i za koga, otvara put novom razvoju i novom razvojnom identitetu koji otvara prostor većoj autonomiji u borbi za dostizanje generalnoga (konceptijskoga) cilja usmjerena prema visokoj kvaliteti života te očuvanju i razvoju kulturnoga identiteta.

¹⁹ Ibid, str. 79.

²⁰ Ibid, str. 80.

²¹ Z. Klarić (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.

²² H. Muller (1994), The Thorny Path to sustainable Tourism Development, Zbornik radova, Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, str. 9-16.

6. ZAKLJUČAK

U dosadašnjem je gospodarskom razvoju Hrvatske plaćena previsoka cijena koja se ogleda u visokoj neefikasnosti i neučinkovitosti uložena kapitala u hrvatsko gospodarstvo i još većoj neefikasnosti sredstava uložениh u ugostiteljstvo i turizam.

Kako bi se izbjeglo ponavljanje istih pogrešaka u jednom izuzetno značajnom dijelu gospodarske politike, kao što su to investicije u razvoj i obnovu Hrvatske i hrvatskoga hotelijerstva, nužno se je pridržavati kriterija ulaganja kapitala i standarda ulaganja u cilju stvaranja efikasnih i tržištu konkurentnih gospodarskih struktura. Bez ozbiljnijega ulaganja i investiranja nema odgovora na nagomilane probleme nastale u zadnjih sedam godina potpunoga dezinvestiranja u objekte i opremu. Isto tako, ekstenzivno ulaganje s niskom efikasnošću u dugom razdoblju od 1960. do 1990. godine ima izuzetno niske učinke i predstavlja hipoteku sadašnjoj generaciji hotelijera, što sve skupa rezultira padom kvalitete usluga u hotelijerstvu Hrvatske.

Kako razvoj, a time i turistički razvoj ne pogađa samo interese današnje, nego i budućih generacija, definirani razvojni smjer sukladan suvremenim, globalnim razvojnim trendovima postaje najosjetljivije pitanje, ne samo hrvatske ekonomije, već i najširega socijalnoga okruženja. Iz spomenute je analize konkurentnosti hrvatske resursne osnove očito da se u politici nameće i razvojni smjer daljnje zaštite tih resursa na duži rok. Spoznaja novoga održivoga razvoja, kao bitne razvojne koncepcije suvremenih razvijenih zemalja, postaje i za Hrvatsku i hrvatski turizam od ključne važnosti.

Ukupni su poslovni rezultati čitave grupacije hotelijerstva u velikom raskoraku s visinom uložena kapitala i ukupnom naslijedenom hotelskom ponudom, a takvu naslijedenu hipoteku neće biti lako promijeniti i rekonstruirati. Ključ je za tu promjenu ujedno i ključ za ukupnu valorizaciju turizma Hrvatske koja nije moguća 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.

LITERATURA

1. Avelini-Holjevac, I., Controlling u hotelskom poduzeću, Tourism and Hospitality Management, WIFI Osterreich, Wien/Opatija, 1995.
2. Babić, M., Prometnice kao razvojni adut, Privredni vjesnik-Hrvatska 2000, 23. lipnja 1997.
3. Blažević, B., Ekonomski računi plasmana kapitala u hrvatskom hotelijerstvu 1960-1990., Hotelijerski fakultet, Opatija, 1995.
4. Blažević, B., Mjerenje učinkovitosti plasmana kapitala u hotelske objekte, Hotelska kuća 1994., 12. bienalni znanstveni susret, Hotelijerski fakultet Opatija, 1994.

5. Blažević, B., Kontroling investicija u hotelijerstvu, Hotelska kuća 96, Hotelijerski fakultet - Opatija, 1996.
 6. Blažević, B., Efikasno investiranje - uvjet gospodarskog razvoja Hrvatske, Zbornik radova, Susreti na dragom kamenu, Pula, 1996.
 7. Crkvenac, M., Konflikti ekonomske politike, Ekonomija, RifiN, Zagreb, 1996.
 8. Dragičević, M., Ekonomija i novi razvoj, Alinea, Zagreb, 1996.
 9. Eschenbach, R. i dr., Controlling, Schaeffer/Poeschel, Stuttgart, 1995.
 10. Huber, H., Rechnungswesen, FVV, Manz Verlag und Universatsbuchhandlung, Wien, 1991.
 11. Klarić, Z., 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, 1994.
 12. Muller, H., The Thorny Path to sustainable Tourism Development, Zbornik radova, Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 1994.
 13. Stipetić, V., Ekonomska znanost i opadajuća efikasnost investicija od šesdesetih godina na ovamo, Ekonomski pregled, br. 5-6., Zagreb, 1985.
 14. Teodorović, I., Investicijska politika, Ekonomija br. 4., Rifin, Zagreb, 1996.
 15. Veselica, V., Hrvatska ekonomska rezonancija, Hrvatska gospodarska revija, br. 1.
 16. Inženjerski biro, Zagreb, 1996.
- Bilten Narodne banke Hrvatske, br. 8, listopad 1996.
 - Institut za turizam, Konkurentnost hrvatskog turizma, Nalazi, zaključci i preporuke, Zagreb, 1997.
 - Statistički ljetopis Hrvatske za 1992., 1993., 1995., i 1996. godinu.
 - Steigenberger Consulting GmbH, Konkurentnost hrvatskog turizma na europskom tržištu, Nalazi, zaključci i preporuke, Frankfurt, 1997.

Summary

INVESTMENT POLICY AND COMPETITIVENESS OF CROATIAN TOURISM

According to the fact that every economic and social development is unthinkable without the continuous investment process, the author analyses the activities inside croatian hotel industry and entirely economy in the last six years, paralleled with the phase of disinvestment.

The competitiveness of croatian hotel industry on the international market is jeopardized through the problem of disinvestment and investment effectiveness inside the infrastructural changes, which has to increase the entirely productivity by regularly investment, and also to cut the costs of the national economy. The author pays great attention to the fact that only effective investments contribute to the economy development.

Key words: investments, competitiveness, disinvestment, sustainable tourism