Utjecaj turizma na gospodarski rast Repulike Hrvatske

Živković, Tamara

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:129:276484

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications





VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Preddiplomski stručni studij
Poslovanje i upravljanje

TAMARA ŽIVKOVIĆ

UTJECAJ TURIZMA NA GOSPODARSKI RAST REPUBLIKE HRVATSKE

STRUČNI ZAVRŠNI RAD

Zaprešić, 2019. godine

VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Preddiplomski stručni studij
Poslovanje i upravljanje

STRUČNI ZAVRŠNI RAD

UTJECAJ TURIZMA NA GOSPODARSKI RAST REPUBLIKE HRVATSKE

Mentorica:
Suzana Herman, mag. oec.

Studentica:
Tamara Živković

Naziv kolegija:
MAKROEKONOMIJA

JMBAG studenta:
0234053493

Sadržaj

SAŽETAK 1

ABSTRACT 2

1. UVOD 3

2. TEORIJSKI OKVIRI TURIZMA I GOSPODARSKOG RASTA 5

2.1. Teorijski okviri turizma 5

2.2. Uloga turizma 6

2.3. Prednosti 6

2.4. Nedostaci 7

3. GOSPODARSTVO 9

3.1. Teorijski okviri gospodarstva 9

3.2. Teorijski okviri rasta gospodarstva 11

4. UTJECAJ TURIZMA NA GOSPODARSKI RAST 16

4.1. Turizam i gospodarstvo 16

4.2. Utjecaj turizma na BDP 17

4.3. Utjecaj turizma na potrošnju 19

4.4. Utjecaj turizma na element multiplikatora 20

4.5. Utjecaj turizma na zaposlenost 22

5. ANALIZA UTJECAJA TURIZMA NA GOSPODARSTVO RH 24

5.1. Turizam u Republici Hrvatskoj 2005-2019. 24

5.2. Gospodarstvo u Republici Hrvatskoj 2005-2019. 27

5.3. UTJECAJ TURIZMA NA GOSPODARSTVO 29

6. ZAKLJUČAK 31

7. LITERATURA 32

POPIS TABLICA 34

POPIS SLIKA 34

POPIS GRAFIKONA 34

UTJECAJ TURIZMA NA GOSPODARSKI RAST REPUBLIKE HRVATSKE

SAŽETAK

Visoka razina zaposlenosti je preduvjet za gospodarski rast. Da bi zaposlenost rasla, potrebno je osigurati kupovnu moć stanovništva, efikasnost proizvodnje i održati stabilnost gospodarstva. Povećanje razine zaposlenosti nije moguće bez povećanja efikasnosti proizvodnje. Isto tako, bez povećanja osobnog dohotka stanovništva nije moguće povećanje proizvodnje jer jedino povećana potražnja (platežna sposobnost stanovništva) stvara potrebu za povećanom proizvodnjom. Turizam je gospodarska grana koja u državama u kojima je turizam razvijen, a stopa zaposlenosti nedovoljno visoka, može pomoći u porastu stope zaposlenih. Potrošnja inozemnih turista direktno utječe na rast stope BDP-a, stoga su ulaganja u razvoj turizma itekako potrebna za zemlju u razvoju kao što je Hrvatske. Razvoj turizma utječe na lokalni i regionalni razvoj a to u dugom roku pridonosi rastu stope BDP-a. Stručni završni rad se bavi utjecajem turizma na gospodarski rast Republike Hrvatske.

Ključne riječi: turizam i gospodarstvo, BDP, gospodarski rast

THE IMPACT OF TOURISM ON THE ECONOMIC GROWTH OF THE REPUBLIC OF CROATIA

ABSTRACT

A high level of employment is a prerequisite for economic growth. In order for employment to grow, it is necessary to ensure the purchasing power of the population, the efficiency of production and to maintain the stability of the economy. Increasing employment levels is not possible without increasing production efficiency. Similarly, without an increase in the personal income of the population, it is not possible to increase production, because only increased demand (solvency of the population) creates the need for increased production. Tourism is an industry that, in countries where tourism is developed and the employment rate is not high enough can help increase the employment rate. If tourism is developed, it can affect GDP, most notably the consumption of foreign tourists, as it directly affects GDP. Tourism development affects local and regional development and in the long run it contributes to GDP growth. Professional paper deals with the impact of tourism on the economic growth of the Republic of Croatia.

Keywords: tourism and economy, GDP, economic growth

1. UVOD

Svaka zemlja pa tako i Hrvatska ima svoje karakteristike i atraktivnosti koje nudi kako bi izgradila turističku ponudu, a samim time kako bi se zadovoljila turistička potražnja. Turizam u svijetu iz godine u godinu nameće nove trendove, koje je poželjno realizirati u što kraćem vremenu kako bi opstali i zadržali se na turističkom tržištu. Mnoge su zemlje svojim turizmom u samom vrhu svjetske ljestvice, odnosno turizam im je glavni identitet i izvor prihoda. Stoga si možemo postaviti pitanje: „ Može li turizam Republike Hrvatske konkurirati drugim svjetskim zemljama i koliko on utječe na ekonomski i gospodarski razvitak države?“. S obzirom da svaka gospodarska grana ima svoje prednosti i mane, tako i turizam ima, a one su detaljnije objašnjene u radu.

Problem istraživanja

Problem istraživanja je percepcija važnosti turizma kao aktivnosti odnosno njegovog utjecaja na gospodarski rast Republike Hrvatske. Odnosno, koliko je turizam bitan u razvitku gospodarstva, promjenama u broju zaposlenih, potrošnji, te generalno koliki utjecaj ima turizam na kompletan ekonomski sustav države.

Predmet istraživanja

Ovaj završni rad prikazuje utjecaj turizma na gospodarski rast Republike Hrvatske, te primjere na zemljama članicama Europske unije. To je ujedno predmet istraživanja, pa se uz njega istražuje njegov utjecaj na BDP, potrošnju, multiplikator i zaposlenost. Rast turističke potražnje rezultira obogaćenom ponudom i samim time uvelike utječe na cjelokupan rast gospodarstva, razvitak turizma i kompletne države. Analizirajući broj noćenja možemo zaključiti kakvu ulogu turizam ima za razvitak gospodarstva Hrvatske.

Cilj istraživanja

Cilj istraživanja je utvrditi vezu između turizma i gospodarskog rasta u Hrvatskoj, te analiza i grafičko prikazivanje kretanja BDP-a, odnosno utjecaj turizma na BDP Hrvatske. Turizam je jedna od najjačih gospodarskih grana u Republici Hrvatskoj, pa se osim pitanja da li turizam utječe na gospodarski rast želi vidjeti i kako utječe na njega. Ciljevi istraživanja se mogu pregledati kroz hipoteze.

Hipoteze istraživanja

Hipoteze istraživanja koje će se u ovom radu prihvatiti ili odbaciti su:

H1: Turizam ima značajan utjecaj na gospodarski rast RH.

H2: Razvoj turizma značajno doprinosi povećanju zaposlenosti u RH.

H3: Turizam ima utjecaj zaposlenost, potrošnju, multiplikaciju i BDP kao elemente gospodarskog rasta u RH.

Metode istraživanja

Metode istraživanja koje se u ovom radu koriste su: metoda analize, metoda sinteze, usporedbe, dedukcije i indukcije. Razlog korištenja tih metoda je lakše donošenje konačnih zaključaka i predočavanje utjecaja turizma na BDP Hrvatske, zaposlenost, potrošnju, te multiplikaciju. Podaci za istraživanje su sekundarni prikupljeni od strane Državnog zavoda za statistiku, Hrvatske narodne banke. Vremenski obuhvat promatranog razdoblja bio je od 2005. do 2018. godine.

Koristi se literatura domaćih i stranih autora.

Struktura istraživanja

Završni rad obrađuje temu utjecaja turizma na gospodarski rast Republike Hrvatske. U prvom poglavlju razmatra se teorijski dio turizma, uloga turizma, te njegove prednosti i nedostaci. U drugom poglavlju se govori o teorijskim okvirima gospodarstva i teorijskim okvirima rasta gospodarstva. Treće poglavlje se bavi utjecajem turizma na gospodarski rast. Obrađuje se tema utjecaja turizma na BDP, potrošnju, multiplikator i zaposlenost. U četvrtom poglavlju se radi analiza utjecaja turizma na gospodarstvo RH. Prvo se obrađuje turizam u RH u periodu 2005-2019., a potom gospodarstvo u RH u istom periodu. Nakon toga slijedi analiza utjecaja turizma na gospodarstvo RH, te zaključak, popis literature, slika, tablica i životopis.

2. TEORIJSKI OKVIRI TURIZMA I GOSPODARSKOG RASTA

2.1. Teorijski okviri turizma

Turizam je zbroj svih pojava i odnosa koji proizlaze iz interakcije turista, poslovnih dobavljača, domaćina i zajednica u procesu privlačenja i smještaja turista i drugih posjetitelja (UNWTO, 2010). Prema istom izvoru, turizam je skup aktivnosti, usluga i industrija, sa ciljem pružanja iskustva putovanja, uključujući prijevoz, smještaj, prehranu i piće, prodavaonice, zabavne djelatnosti i druge ugostiteljske usluge za pojedince ili grupe koji putuju izvan svojih domova.

Turizam je kretanje putnika po svijetu sa ciljem posjećivanja različitih mjesta koja su njima zanimljiva iz različitih razloga. Također, turizam nije samo putovanje odnosno kretanje putnika nego više od toga. Prema UNWTO (2010), turizam obuhvaća aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan svog uobičajenog okruženja ne više od jedne uzastopne godine u slobodno vrijeme, i to u poslovne i druge svrhe.

Turizam se razlikuje od putovanja. Da bi se dogodio turizam, mora postojati raseljavanje: pojedinac mora putovati bilo kojim vrstama prijevoznih sredstava (možda bi i putovao pješice: danas se to često događa u siromašnijim društvima, a događa se čak i u više razvijenim društvima, a primjer su hodočasnici i planinari). Ali sva putovanja nisu turizam. Turizam osim putovanja uključuje tri kriterija. Prema UNWTO (2010), to su kriteriji:

- putovanje i selidba izvan uobičajenog okruženja (taj je kriterij najvažniji jer turizam nije unajmljivanje apartmana u vlastitom gradu),
- svrha i cilj putovanja: prije je turizam uključivao posjećivanje rodbine i prijatelja u druga mjesta gdje pojedinac ne stanuje, ali zbog razvoja društva u smislu prijevoza i dostupnosti svih mjesta u svijetu, danas turizam znači nešto drugo, ima šire značenje,
- maksimalno trajanje putovanja: putovanje od jednog dana je također turizam, ali ako pojedinac otputuje u neko drugo mjesto i tamo se zadrži dulji period, npr. dvije godine, onda to nije turizam. Sve dulje od jedne godine ne ulazi u turizam.

Glavne karakteristike turizma su: (Kaul, 2002:102)

- Turističko kretanje uključuje dva elementa: putovanje i ostanak. Oba elementa mora biti izvan stalnog mjesta prebivanja pojedinca.
- Turističko putovanje je privremene prirode i kratkotrajno je, što ga čini različitim od migracije.

- Na turističkom putovanju pojedinci rade aktivnosti koje ne mogu obavljati u mjestu u kojem žive.
- Glavna svrha turističkog kretanja je rekreacija, a ne potraga za mjestom u kojem će se pojedinac trajno nastaniti.
- Turističko putovanje se radi iz zadovoljstva i užitka u vrijeme dokolice (slobodnog vremena).

Postoji više vrsta turizma. Turizam se prema vrstama dijeli prema tome sa kojim ciljevima netko putuje. Može se putovati u poslovne svrhe ili sa ciljem da se posjeti neko ruralno mjesto ili neki sportski događaj, i prema tome se turizam dijeli na vrste i podvrste. Cilj putovanja je način na koji se određuju vrste turizma, pa postoji kulturni turizam, sportski turizam, urbani turizam, ruralni turizam, medicinski i zdravstveni turizam, vodeni turizam, eko turizam, pa čak i svemirski turizam.

2.2. Uloga turizma

Turizam je skup aktivnosti koje su uključene u proces putovanja ljudi u različita mjesta u svijetu. Kad se turizam promatra na taj način vidi se da je njegova uloga organizacija ugodnog putovanja i pružanje maksimalnog zadovoljstva putnicima. To se odnosi na način putovanja, usluge i proizvode koji se nude putnicima (turistima), i na cjelokupno iskustvo koje doživljavaju turisti. (Krajnović, Buškulić, Bosna, 2016) O kojem god turizmu da se radi, svaki od njih ima zajedničko to što ljudi putuju i posjećuju različita turistički razvijena mjesta. Turizam ima svoje prednosti i nedostatke. Neke prednosti i neki nedostaci su u nekim turističkim mjestima izraženi više, a neki manje.

2.3. Prednosti

Najveća prednost koja se ostvaruje od turizma je ekonomske prirode. Kada se povećava broj posjetitelja u turističkom mjestu dolazi do većih prihoda od turizma. Povećana potražnja za turističkom ponudom rezultira povećanjem turističke ponude. Da bi se posjetitelji zadržali u destinaciji, pošto svi ostvaruju ekonomsku korist od turizma, ulažu u kvalitetu proizvoda i usluga koje nude turistima. Rezultat je još veće povećanje prihoda od turizma zbog većeg turističkog uspjeha. Dakle ekonomska dobit je prva najvažnija prednost turizma.[1]

[1] Advantages and disadvantages of tourism, dostupno na: https://soapboxie.com/economy/Advantages-and-disadvantages-of-tourism (01.10.2019.)

Druga prednost je razvoj turističkog mjesta u kojem se razvija turizam, a to se događa na način koji je gore opisan. Sve prednosti proizlaze iz želje da se poveća korist koja se ostvaruje od povećanja dolazaka, kao što je više mogućnosti za zapošljavanje lokalnog stanovništva, mogućnost zarađivanja od iznajmljivanja vlastitih smještajnih jedinica, izgradnja boljih cesta i unapređenje turističkih mjesta za turiste, a to ide u korist i lokalnom stanovništvu. Dolazi i do interesa za ulaganje od strane inozemnih investitora, a to unaprjeđuje ukupnu ponudu, otvara nova radna mjesta i često vodi prema povećanju kvalitete usluge, a to privlači i one turiste kojima nije problem cijena nego kvaliteta usluge.

Nakon ekonomskih prednosti od turizma, prednosti su i infrastrukturne, kulturne, te prednosti vezane za infrastrukturu i promociju turističkog mjesta. Infrastrukturne prednosti su u tome što se izgrađuju ceste, željeznice, bolja je povezanost zračnih linija sa drugim dijelovima kontinenta i svijeta, i tome slično. Bolja infrastruktura znači i bolje medicinske i obrazovne ustanove. Ako je turizam jako razvijen, tokom nekoliko godina se radna snaga na tržištu rada usavršava za pružanje usluga u turizmu. [2]

Kulturne prednosti od turizma su u tome što se uspostavljaju bolji odnosi sa drugim zemljama, a to se posebno odnosi na zemlje koje najčešće dolaze u neko turističko mjesto. Na primjer, ako u Hrvatsku dolazi jako puno turista iz Slovenije i Austrije, tada se poštuje i prihvaća njihova kultura, navike i način provođenja odmora dok su u Hrvatskoj. Kako Hrvatska ovisi o uspješnom turizmu, na političkoj sceni ne bi trebalo biti neslaganja u toj mjeri da dovede do problema sa turizmom. Kulturne prednosti su također u tome što se različite kulture svijeta sve više zbližavaju, a neko malo turističko mjesto (npr. neki mali otok) prima utjecaj iz drugih kultura i na taj način 'širi vidike.

Briga o okolišu je zbog turizma sve veća zbog toga što se želi ostaviti dobar dojam turistima, a lokalno stanovništvo istovremeno želi da se očuva okoliš i da turizam nema negativnih utjecaja na taj isti okoliš. Zbog toga se ulaže u očuvanje, održavanje i obnovu okoliša, čak i veću nego kada turizam ne bi bio prisutan. Na kraju, prednost od turizma je u promociji turističkog mjesta. Što je turizam razvijeniji, time je to mjesto više prepoznatljivo u svijetu i tako se opet ostvaruju ekonomske ali i druge prednosti. Treba manje ulagati u marketing i izgrađuje se reputacija.

2.4. Nedostaci

Nedostaci se jako često nadovezuju na prednosti. Nadovezano za prednosti, privlačenje inozemnih investitora može biti dvosjekli mač. Istina je da se u poslovnom smislu mogu ostvariti koristi od takvih ulaganja, ali to sa sobom donosi i neke nedostatke. Od stranih

[2] Advantages and disadvantages of tourism, dostupno na: https://soapboxie.com/economy/Advantages-and-disadvantages-of-tourism (01.10.2019.)

investitora se u početku vide mnoge prednosti, ali ako se stalno povećava broj takvih investitorskih projekata, tada lokalno stanovništvo ne može koristiti turizam za pružanje usluga i proizvoda kako bi ostvarili ekonomsku korist. Znači da sva ekonomska korist od turizma ide strancima, a ne lokalnom stanovništvu.[3]

Isto tako, više novih radnih mjesta je poželjno i to je prednost od turizma ali istovremeno predstavlja nedostatak jer više radnih mjesta u turizmu znači više konobara, čistačica, taksista i sličnih poslova. To su sve stresni poslovi koji vrlo često nisu dovoljno plaćeni. Ako je turizam u nekom mjestu razvijeniji, sve veći broj učenika se obrazuje za takve poslove i to najčešće za strane investitore unutar vlastite zemlje. Novac koji strani investitori zarađuju ide ili izvan zemlje ili se opet ulaže unutar iste zemlje ali opet u turizam, a to znači da dijelovi zemlje koji nisu turistički razvijeni nemaju korist od turizma. Drugim riječima, mjesta u kojima postoji turizam se razvijaju, a mjesta u kojima nema turizma ili je malo razvijen propadaju. Primjer je obala Hrvatske te Slavonija. [4]

Postoje nedostaci i za okoliš. Zbog turizma se više ulaže u očuvanje okoliša i to vodi prema boljoj brizi za taj okoliš, ali bitno je zašto turizam ako utječe na okoliš. Puno turista uzrokuje štetu za okoliš, i to ne nužno namjerno. Često dolazi do rušenja ili paljenja šuma kako bi se stvorio prostor za izgradnju novih hotela, zgrada i drugih objekata u turističke svrhe, te do zagađenja zraka zbog povećanog prometa, a to nije loše samo za turističko mjesto nego i za cijelu planetu zbog zagađenja atmosfere tj. stakleničkih plinova.

Kada je u pitanju kultura, ona može obogatiti turističko mjesto ali isto tako mu može naškoditi. Što se više turizam razvija, to je kultura više komercijalizirana i prodaje se za novac. Isto tako gospodarstvo u nekom trenutku može početi ovisiti samo o turizmu, što je jako riskantno s obzirom na to da male promjene mogu uništiti reputaciju turizma u nekoj zemlji i tako dovesti zemlju u krizu (npr. pojava terorističkih napada).

[3] Advantages and disadvantages of tourism, dostupno na: https://soapboxie.com/economy/Advantages-and-disadvantages-of-tourism (01.10.2019.)

[4] Advantages and disadvantages of tourism, dostupno na: https://soapboxie.com/economy/Advantages-and-disadvantages-of-tourism (01.10.2019.)

3. GOSPODARSTVO

3.1. Teorijski okviri gospodarstva

Gospodarski sustav uključuje mnoštvo elemenata. Svi oni funkcioniraju zajedno u sklopu šire slike, i nikada se ne događa da ako se jedan od elemenata promjeni da to nema nikakvog utjecaja na barem jedan element, ako ne i više njih. Svi su zavisni jedni o drugima. Upravljanje gospodarstvom je upravljanje elementima i to tako da se ostvari rast gospodarstva. Gospodarstvo svake zemlje je drugačije i ne može se kopirati, tj. 'prepisati'.

Gospodarski sustav se sastoji od postojanja sljedećeg: potrošači, ponuđači, element potražnje, element ponude, novac, krediti i zajmovi, kamate, središnja banka, inflacija, regulatori, informacije, ograničenost resursa, i pretpostavka racionalnosti. Potrošači su fizičke i pravne osobe koji trebaju neki proizvod, ponuđači su pravne osobe koje te proizvode stavljaju na raspolaganje, element potražnje je ukupna potreba i želja potrošača za nabavkom proizvoda, a element ponude je ukupnost proizvedenih proizvoda koji su dostupni potrošaču u nekom trenutku u vremenu. Novac je sredstvo razmjene koje se koristi radi univerzalne razmjene vrijednosti između proizvoda, a krediti i zajmovi koncept posuđivanja novca po dogovorenoj cijeni koja će biti naplaćena zajedno sa vraćenim zajmom, tzv. kamata. (Ivančević i Perec, 2017)

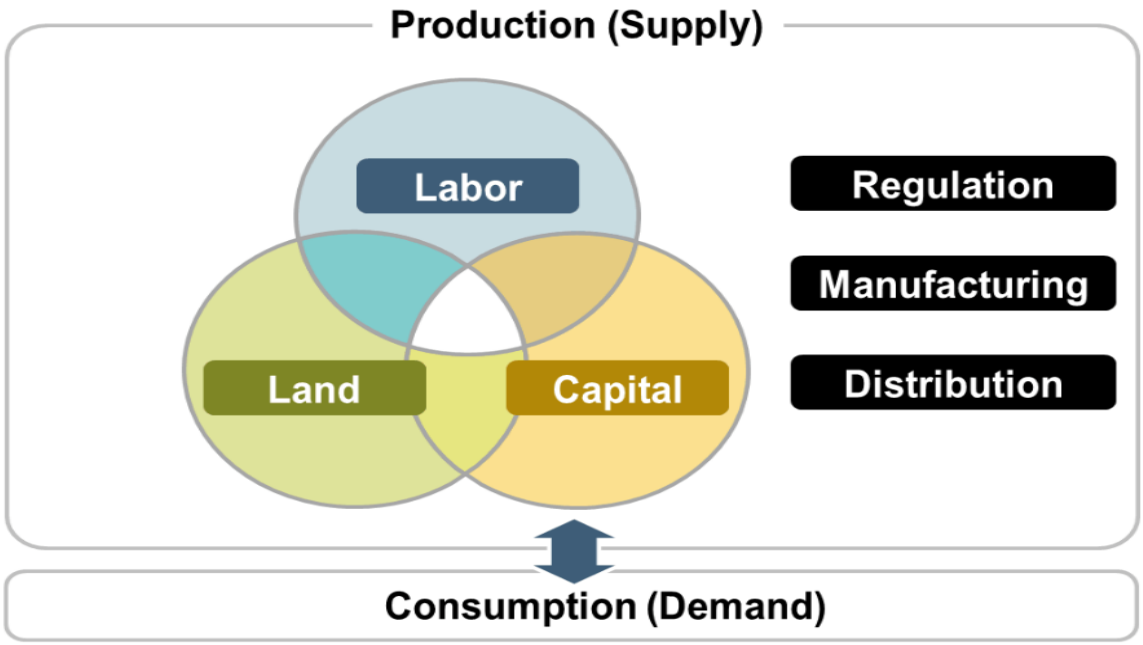
Središnja banka kontrolira ponudu novca te kontrolira trošak tj. cijenu novca reguliranjem kamatnih stopa. Inflacija je proces smanjivanja vrijednosti novca tokom vremena. Regulacija je sustav prema kojem svi elementi gospodarskog sustava podliježu određenoj kontroli i regulaciji od strane središnje države. Regulatori osiguravaju da se primjenjuju 'pravila igre'. Informacije se odnose na putovanje informacija kroz sustav i to često na nesavršen način, a ograničenost resursa znači da nijedan resurs nije moguće imati u neograničenim količinama. Nastavno na to, ograničenost resursa (ponuda) i element potražnje za tim resursima, određuje njegovu cijenu (cijenu utroška nekog resursa). Pretpostavka racionalnosti je preduvjet za predviđanje i razumijevanje gospodarskog sustava. Znači da se pretpostavlja da pojedinac donosi odluke na temelju razuma, a ne emocije, sa ciljem povećanja svoje koristi. (Ivančević i Perec, 2017)

Gospodarstvo kao sustav podrazumijeva odnose između proizvodnje (ponude) i potrošnje (potražnje). Ono što se proizvodi mora se konzumirati, a ono što se konzumira mora se proizvesti. Proizvodnju definiraju tri elementa, i to:[5]

[5]Transport geography, Elements of Economic System, dostupno na: https://transportgeography.org/?page_id=4224 (18.09.2019.)

- Regulaciju: način kontroliranja i reguliranja proizvodnog sustava, oporezivanja, standarda (npr. Zakon o radu). Kod regulacije važnu ulogu ima Vlada, a u svijetu se sve češće sklapaju međunarodni multilateralni sporazumi.
- Proizvodnju: način transformacije sirovina i poluproizvoda u poluproizvode ili gotove proizvode koji su namijenjeni prodaji drugim poduzećima za daljnju obradu ili krajnjim kupcima.
- Distribuciju: odnosi se na maloprodaju ali uključuje i prijevoz proizvoda do poslovnog kupca. Distribucija povezuje proizvođača sa krajnjim potrošačem.

Postoje tri elementa gospodarskog sustava koji čine njegovu okosnicu i bez kojih gospodarski sustav ne može funkcionirati. Prikazani su slikom 1.



Slika 1 Elementi gospodarskog sustav

Izvor: Transportgeography, ElementsofEconomic System, dostupno na: https://transportgeography.org/?page_id=4224 (18.09.2019.)

Glavni elementi su zemlja, kapital i rad i oni čine okosnicu gospodarskog sustava jer on bez njih ne bi mogao poslovati. Zemlja, kapital i rad su ovisni o potražnji, a potražnja dolazi od stanovništva koje ujedno čini jedan element gospodarskog sustava, a to je 'rad' (tržište radne snage). Da bi zemlja, kapital i rad mogli funkcionirati gospodarski sustav zahtjeva postojanje regulacije, proizvodnje i distribucije proizvoda. Dakle na jednoj strani je ponuda, a na drugoj strani je potražnja.

3.2. Teorijski okviri rasta gospodarstva

Od elemenata gospodarskog sustava koji su navedeni su najvažniji BDP, potrošnja, multiplikator i zaposlenost. Rast gospodarskog sustava je vezan za financijski rast. Šonje (1999:241) navodi da je „uloga financijskih instrumenata, ne-bankovnih posrednika i tržišta dioničkog kapitala važna za Hrvatsku jer igraju važnu ulogu na financijskom tržištu".

Neki autori, kao što su Buterin, Olgić i Jakovac (2018), smatraju da su institucije jedan od važnih čimbenika za rast gospodarstva zbog toga što je „kvaliteta institucija gotovo neodvojiva od ekonomskog rasta suvremenih ekonomija te da razvijenost institucija ima zapažen utjecaj na rast. Pritom se ne smije zanemariti ni bitan utjecaj ostalih formalnih institucija, poput stupnja otvorenosti, vladavine prava, ali ni važnost poticanja promjene neformalnih institucija jer je značaj neformalnih institucija u Hrvatskoj relativno visok".

Ovi autori se pozivaju na Chong i Calderon (2000) te objašnjavaju da su uočili „kauzalnost za koju su utvrdili da je dvosmjerna te da institucije potiču rast, ali i da rast dovodi do nastanka novih, boljih institucija. Autori su dokazali da je utjecaj institucija na ekonomski rast veći u siromašnim zemljama. Većina se takvih istraživanja utjecaja institucija na ekonomski rast i razvoj temelji na analizama vremenskih presjeka, što znači da su korišteni podatci mnogih zemalja za samo jedan period. Ekonomska znanost neprestano se bavi modelima ekonomskog rasta, kao i čimbenicima koji ga manje ili više pospješuju." (Buterin i sur., 2018:2019)

Neki autori osim financijskog tržišta i kvalitete institucija najvažnijim za rast gospodarstva smatraju jeftinu i brojnu radnu snagu. Na primjer Brkić (1994:115) drži da su „Njemačka, Švicarska, Švedska napredovale unatoč visokim najamninama i dugim razdobljima manjka radne snage. Japanska su poduzeća postigla međunarodni uspjeh u mnogim industrijskim granama tek pošto je automatizacija zamijenila veliki dio radne snage. Sposobnost da se bude konkurentan unatoč plaćanju visokih najamnina čini se mnogo poželjnijim ciljem za jednu zemlju." S druge strane, Brkić također navodi da nije potrebno da neka zemlja bude bogata sirovinama (npr. plodno tlo) da bi bila gospodarski razvijena, kao što su Njemačka, Japan, Švicarska, Italija i Koreja nego da je moguće fokusirati se na uvoz sirovina. Autor navodi da u takvim zemljama napreduju područja koja su siromašna sirovinama. (Brkić 1994:115)

Prema Brkiću (1994:116) postoje četiri razloga zašto je neka zemlja uspješna u nekoj industriji na nacionalnoj i međunarodnoj razini:

1. Faktor uvjeta podrazumijeva položaj zemlje glede proizvodnih faktora kao što su kvalificirana radna snaga ili infrastruktura, nužnih za konkurenciju u danoj industriji.
2. Potražnja podrazumijeva postojanje domaćeg tržišta koje je dovoljno razvijeno i zahtjevno da svojim pritiskom postavlja zahtjeve više od okruženja.
3. Srodne i prateće industrijske grane, što znači postojanje domaće baze dobavljača i povezanih industrija koje su međunarodno kompetitivne.

4. Strategija, struktura i suparništvo poduzeća uvjeti su pod kojima se u zemlji određuje način stvaranja poduzeća, njihova organizacija i način kako se njima upravlja, kao i priroda domaće konkurencije.

Dakle Brkić (1994.)33 smatra da se razvoj može postići uz pomoć radne snage i infrastrukture, postojanja potražnje, povezane industrije sa domaćom bazom dobavljača, i priroda domaće konkurencije u kojoj postoji suparništvo poduzeća. To bi trebalo poduzeća međusobno poticati na to da budu bolja na nacionalnoj razini, a onda ima veće šanse da budu dobra i na međunarodnoj.

Za svaki element gospodarskog sustava se može reći da je iz nekog razloga važan za gospodarski rast. Istina je da je svaki element važan jer je povezan sa svim drugim elementima gospodarskog sustava, i zbog toga je neizostavno da se svakim elementom upravlja pravilno. Ali BDP, potrošnja, multiplikator i zaposlenost su ipak elementi kroz koje se može mjeriti gospodarski rast i najvažniji elementi jer kada se utječe na primjer na potrošnju i zaposlenost, ostvaruje se rast BDP-a, a to znači rast gospodarstva.

BDP ili bruto domaći proizvod je „temeljni pokazatelj ekonomskog razvitka i rasta i dio je sustava nacionalnih računa (SNA 1993, ESA 1995) te predstavlja međunarodno usuglašen okvir za izradu i prikaz ekonomskih podataka. BDP prema svojoj definiciji ne obuhvaća ukupne učinke ekonomskih transakcija na okoliš i ne mjeri blagostanje pojedinaca budući da bi konstrukcija takvog pokazatelja zahtijevala rješavanje složenih metodoloških problema i uključivanje brojnih dodatnih varijabli u obračun. BDP također ne objašnjava ukupne razlike u zadovoljstvu građana i njihovu percepciju o kvaliteti života i blagostanju“ (Lovrinčević, Mikulić, Galić 2013:474). Ovi autori spominju Daly i Cobb (1989) koji su dali prijedlog za način na koji bi se mogao mjeriti gospodarski rast.

Daly i Cobb (1989) su osmislili BDP i „konstrukciju indeksa ekonomskog blagostanja (ISEW), koji bi osim konvencionalnih pokazatelja vezanih uz nacionalne račune obuhvaćao i određeni skup indikatora vezanih uz stanje okoliša i raspodjelu dohotka.“ Lovrinčević i suradnici (2013:474) su mjerili rast gospodarstva sa ISEW indeksom i došli do zaključka da se rezultati nisu puno razlikovali od BDP-a za isto razdoblje koje su promatrali, a to je 2000-2010. godina. Ipak, dogodilo se to da u razdoblju krize ISEW nije pokazao smanjivanje, a BDP je tu pokazivao ispravan trend (pad). ISEW nije dao iste rezultate kao BDP jer je „pad monetarnih transakcija bio djelomice kompenziran kretanjem nemonetarnih aktivnosti koje pozitivno doprinose blagostanju kućanstava“. (Lovrinčević i autori 2013:474)

Prema istim autorima, BDP se definira kao tržišna vrijednost svih finalnih proizvoda i usluga koji su proizvedeni unutar neke zemlje u određenom razdoblju. S obzirom na temeljne makroekonomske identitete, mogu se mjeriti proizvodnjom, prihodom ili prema troškovima. U svrhu usporedivosti, međunarodna organizacija poput Ujedinjenih naroda i Eurostata razvila je niz koncepata, definicija i tablica koje su objavljene u Sustavu nacionalnih računa

(SNA 1993 i ESA 1995), a koriste se u statističkom sustavu država članica EU. (Lovrinčević i suradnici, 2013:475)

ESA (1995) BDP po tržišnim cijenama definira kao ukupni rezultat proizvodne aktivnosti stanovništva u određenom vremenskom razdoblju. Prema tome se BDP može izračunati na tri načina: (ESA 1995)

1. Kao zbroj bruto dodate vrijednosti (vrijednost proizvodnje minus intermedijarna potrošnja) različitih institucionalnih sektora ili različitih industrija plus porezi, od čega se oduzima subvencija na proizvode.
2. Kao zbroj konačne upotrebe proizvoda i usluga od strane domaćih institucionalnih jedinica, plus izvoz, od čega se oduzima uvoz proizvoda i usluga.
3. Kao zbroj transakcija na računu dohotka (naknade zaposlenih, porezi na proizvodnju i uvoz umanjeni za subvencije, bruto operativni višak i kombinirani dohodak ukupne ekonomije).

BDP se bavi mjerenjem trenutnih transakcija koje se sastoje od proizvodnje i potrošnje proizvoda i usluga. Pozitivan odnos može se očekivati između količine robe i usluga koje se konzumiraju, te dobrobiti stanovništva na nacionalnoj razini. Unatoč tome, ne postoje stopostotni dokazi o tome da imaju funkcionalan odnos jer jedna dodatna jedinica potrošnje ne mora nužno rezultirati usporedivim rastom dobrobiti stanovništva (mjereno u BDP-u). Zbog toga je BDP prije svega mjera dodane vrijednosti koja je definirana kao vrijednost proizvodnje umanjena za intermedijarnu proizvodnju koja je identična samo domaćoj konzumaciji (Lovrinčević i suradnici, 2013:476).

Osim BDP-a kao elementa gospodarskog rasta, tu je potrošnja, zaposlenost i multiplikator. Postoji potrošnja koja se odnosi na korištenje proizvoda u daljnjoj proizvodnji ili preradi (engl. *intermediate)*, te ukupna potrošnja (engl. *final*) koja se odnosi na potrošnju gotovih proizvoda. Potrošnja je jedan od procesa toka proizvoda u gospodarstvu, a proizvod je usko vezan za zaposlenost (ljudskog rada i zaposlenost drugi resursa).

Prema ESA (1995:48) Prosječna potrošnja se sastoji od vrijednosti proizvoda i usluga koje su korišteni kao inputi u procesu proizvodnje. Uključuje samo proizvode i usluge koji su prerađeni i/ili korišteni u procesu proizvodnje, a pritom se isključuje dugotrajna imovina. Ukupna potrošnja se sastoji od rashoda koje stvara stanovništvo kupnjom i korištenjem proizvoda i usluga za vlastite potrebe i vlastito zadovoljstvo.

Ovdje je najvažnija osobna potrošnja jer je najznačajnija za kretanje BDP-a. Pozivajući se na Borozan (2006), Buretin, Lenz i Mihaljević (2019:272) navode da se „osobna potrošnja može definirati kao ukupna vrijednost trošenja namijenjena tekućoj uporabi kućanstava za potrošnu robu i usluge“. Buretin i suradnici se pozivaju na Bonsu i Muzindutsi (2017) te objašnjavaju da osobna potrošnja predstavlja zbroj dobara i usluga koje su kupili rezidenti neke zemlje,

odnosno domaći potrošači, a često se smatra jednom od najvažnijih mjera ekonomskog uspjeha i jednom od ključnih determinanti životnog standarda

Niska vrijednost osobne potrošnje po stanovniku, s njenim relativno većim udjelom u ostvarenom BDP-u, ukazuje na niži stupanj gospodarske razvijenosti zemlje. Prema Bogović (2002) „na visokom stupnju gospodarske razvijenosti udio osobne potrošnje kreće se na razini od oko 60% BDP-a, a vrijednost osobne potrošnje po stanovniku značajno raste.

Buretin i suradnici (2019) su se bavili analizom kretanja osobne potrošnje na primjeru odabranih članica Europske unije, među kojima je i Hrvatska. Navode da je „osobna potrošnja najveći makroekonomski agregat s velikim utjecajem na ekonomska kretanja i udjelom u BDP-u od oko 60%“. (Buretin i suradnici 2019:271) Analiza koju su autori proveli je pokazala da postoji snažna povezanost između osobne potrošnje i BDP-a, te zaključili da kod donošenja makroekonomskih politika treba voditi računa o osobnoj potrošnji kao vrlo važnoj kategoriji.

Buretin i suradnici (2019:271) zaključuju da „oslanjanje gospodarskog rasta na osobnu potrošnju kao generator agregatne potražnje nije model koji može osigurati održiv rast BDP-a u Hrvatskoj, pogotovo u uvjetima smanjenja broja stanovnika. Stoga je nužno osigurati poticajan institucijski okvir za rast domaćih i inozemnih investicija te veću izvoznu orijentaciju.“

Zaposlenost podrazumijeva zaposlenost svih resursa ali se prvenstveno misli na zaposlenost stanovništva na tržištu rada jer je to pokazatelj zaposlenosti drugih resursa u proizvodnji. Zaposlenost obuhvaća sve stanovnike koji su zaposleni kod drugog poslodavca, stanovnike koji su samozaposleni, te one koji su nezaposleni. Cilj je da stopa nezaposlenosti bude što manja jer se jedino tako može povećati kupovna moć stanovništva i proizvodnja. [6]

Zaposlenost se zbog toga odnosi na proizvodnu aktivnost u državi. U svakoj državi postoji dio radno sposobnih stanovnika i dio stanovnika koji nisu i ne mogu biti radno aktivni (djeca, invalidi, stanovništvo treće životne dobi i slično), a njih se ne ubraja pod 'nezaposlene' nego oni spadaju u kategoriju radno neaktivnog stanovništva. U kategoriju radno aktivnog stanovništva ulaze spomenuti zaposleni kod poslodavca i samozaposleni te nezaposleni stanovnici koji su sposobni za rad.[7]

Prema ESA (1995:246) zaposleni se definiraju kao pojedinci koji po dogovoru rade kod druge domaće ili strane institucije i za to primaju naknadu. Samozaposleni se definiraju kao pojedinci koji su zaposleni u vlastitom poduzeću (kojem su vlasnici), a da pritom nisu istovremeno zaposleni kod nekog drugog poslodavca. Nezaposleni se definiraju kao pojedinci koji trenutno nisi zaposleni kod poslodavca i nisu samozaposleni, ali žele se zaposliti i za to primati naknadu, te su u potrazi za zaposlenjem.

[6] Državni zavod za statistiku, dostupno na: https://dzs.hr/ (15.09.2019.)
[7] Državni zavod za statistiku, dostupno na: https://dzs.hr/ (15.09.2019.)

Multiplikator je načelo djelovanja na razinu nacionalnog dohotka i zaposlenosti u situacijama kada je proizvodnja manja od potencijalne proizvodnje (Benić, 2011:581). Načelo multiplikatora govori da agregatna potražnja utječe na obujam proizvodnje u kratkom roku, pa se može promatrati kao varijabla unutar jedne kalendarske godine za koju se računa BDP. Multiplikator pokazuje promjenu BDP-a s obzirom na promjenu agregatne potražnje. Može se računati osnovni model multiplikatora, keynesov model, multiplikator investicija, porezni multiplikator, multiplikator otvorene i zatvorene privrede. Odnosi se na odnos potražnje, proizvodnje i BDP-a.

Prema Čičin-Šain (2014) agregatna potražnja je ukupna količina proizvoda i usluga koja se kupuje pri danoj razini cijena uz pretpostavku da ostali čimbenici ostanu isti, a sastoji se od:

- osobne potrošnje određene raspoloživim tekućim dohotkom, permanentnim dohotkom, bogatstvom i općom razinom cijena
- investicija koje čine proizvodna potrošnja ekonomskih subjekata, a određena je prinosima od investicija, troškovima investicija i očekivanjima budućih događaja
- državne potrošnje koju čine materijalna i nematerijalna potrošnja države, a određena je ekonomskom politikom
- neto izvoza koji predstavlja razliku između izvoza i uvoza a odre izvoza i uvoza, a određen je domaćim i inozemnim dohotkom, relativnim cijenama i valutnim tečajevima.

Navedene komponente potražnje i njihova promjena djeluju multiplikativno na obujam proizvodnje i na kretanje BDP-a. Teorija multiplikatora objašnjava kako odrednice agregatne potražnje djeluju u kratkom roku na obujam proizvodnje (Čičin-Šain, 2014).

4. UTJECAJ TURIZMA NA GOSPODARSKI RAST

4.1. Turizam i gospodarstvo

U državama u kojima je turizam razvijen vrlo često on ima veliku važnost za gospodarstvo. Ako je turizam kao gospodarska grana jako razvijen, ostvaruju se značajni prihodi od njega. Da bi se započelo sa njegovim razvojem, dovoljan je interes turista da posjećuju destinacije u nekoj državi, a zatim se turistička ponuda može razvijati od prihoda od turizma. U tome je glavna razlika između važnosti turizma kao gospodarske grane te drugih gospodarskih grana. Da bi se razvila proizvodnja i povećala zaposlenost potrebno je da država ili vanjski investitori investiraju u proizvodnju, što je kompleksniji proces od pružanja jednostavnih (ugostiteljskih, putničkih i smještajnih) usluga turistima.

Babić (2017:1) navodi da „turizam utječe na ostale gospodarske grane i potiče njihov razvoj, a umrežavanjem domaćih gospodarskih djelatnosti dobrobit je obostrana. Osim doprinosa gospodarstvu i utjecaju na rast BDP-a, turizam utječe i na smanjivanje nezaposlenosti čime se osnažuje cijelo društvo i zajednica“. Babić (2017) se bavila ulogom turizma na gospodarski rast i razvoj Republike Hrvatske te je došla do zaključka da je u Republici Hrvatskoj turizam „grana na koju se oslanja gospodarstvo ali su ostale gospodarske grane zanemarene, nerazvijene ili nestaju što dugoročno ne daje dobru prognozu razvoja same države. Smatra da bi se turizam trebao promatrati kao nusproizvod, a ne osnovna gospodarska djelatnost koja generira najviše profita“. Babić (2017:1) u svom zaključku navodi da „Republika Hrvatska ima dobre preduvjete za postizanje uspjeha na turističkom tržištu te ostvarenju gospodarskog razvitka te da strateški planovi, nacionalni i lokalni, služe za što bolji i kvalitetniji razvoj“.

Turizam je važan za sve elemente gospodarskog sustava. Važan je za BDP, potrošnju, zaposlenost i načelo multiplikatora. Vojković (2017) navodi da je najveći doprinos turizma za gospodarski rast u tome što utječe na ukupni dohodak, rast stope zaposlenosti, i generalno na ekonomski rast i razvoj. Po pitanju teorije multiplikatora, turistička potrošnja ima izravne, neizravne i inducirane učinke na gospodarstvo. Turizam utječe na zapošljavanje, poticanje međunarodne razmjene dobara, na platnu bilancu, regionalni razvoj i tome slično (Vojković 2017).

Šutalo, Ivandić i Marušić (2011:268) su se bavili ukupnim doprinosom turizma gospodarstvu Hrvatske. U svom radu navode da „postojeća statistika turizma ne može sagledati njegovu punu ekonomsku važnost i utjecaje. Nedostatak odgovarajućeg ekonomskog mjerenja turizma često vodi i podcjenjivanju koristi od turizma, posebice u usporedbi s ostalim gospodarskim sektorima te da su teškoće u mjerenju turizma, kao skupa aktivnosti kojeg određuje potražnja, u velikoj mjeri odraz toga što se turizam u nacionalnim računima ne iskazuje kao zaseban

sektor“. U Hrvatskoj ne postoji taj problem jer se turizam promatra kao zasebna industrija, a pošto je među najvažnijim industrijama Hrvatske, pridaje mu se posebna pozornost.

Ovi autori navode da se „u procjeni ekonomskog doprinosa turizma gospodarstvu gotovo isključivo koriste kvantitativne metode u rasponu od stohastičkih do determinističkih. Od stohastičkih metoda najčešće se koriste ekonometrijske metode zasnovane na analizi vremenskih serija, presječnih (cross sectional) i panel podataka. Deterministične metode obuhvaćaju modele gravitacije (koji dijelom mogu biti i stohastički modeli), input-output analizu (Input-output, IO) i matrice nacionalnih računa (Social Accounting Matrix, SAM), satelitski račun turizma (Tourism Satellite Accounts, TSA) te izračunljivi model opće ravnoteže (Computable General Equilibrium, CGE)“. (Šutalo i autori, 2011:269)

4.2. Utjecaj turizma na BDP

Turizam je gospodarska grana, a kao takva je dio gospodarskog sustava i ima utjecaj na sve elemente gospodarskog sustava. Turizam na gospodarstvo utječe putem postojeće ponude i potražnje, na zaposlenost, proizvodnju, multiplikaciju, i tako dalje. Zbog toga što razvijeniji turizam znači i veću potrošnju, to znači veće prihode za sve one koji pružaju turističke usluge. To vodi prema većoj zaposlenosti i većoj kupovnoj moći stanovništva, što opet povećava potražnju za proizvodima i uslugama pa se povećava i proizvodnja. Dolazi do povećanja stranih investicija, a to otvara nova radna mjesta i unaprjeđuje kvalitetu turističke ponude i time se privlače turisti sa većom platežnom moći. Turizam utječe na sve elemente gospodarskog sustava, pa to znači da turizam može utjecati i na gospodarski razvoj, a on se ogleda u BDP-u. Dakle turizam ima velik utjecaj na BDP i rast turizma rezultira rastom BDP-a odnosno gospodarskim rastom.

Kada se promatra šira slika vidi se da turizam uključuje različite gospodarske grane i djelatnosti jer turistička potrošnja uključuje različite proizvode i usluge. Prema Vojković (2017:2) „turizam predstavlja visokosofisticiran integriran sustav u okviru nacionalnog gospodarstva. Područje djelovanja turizma nadilazi ekonomske kategorije djelatnosti, grane, industrije i sektora,a čine ga povezani i međuovisni fragmenti različitih gospodarskih grana i djelatnosti koji zajedno čine jednu funkcionalnu, logičku i uravnoteženu cjelinu“. Autorica zaključuje da „razvoj turizma predstavlja osnovu za razvoj svih gospodarskih djelatnosti i uključivanje Hrvatske u europske i svjetske turističke tijekove.

Turizam se može promatrati kroz njegove ekonomske koristi kao i ekonomske troškove razvoja“ (Vojković 2017:3). Isto tako navodi da lokalno stanovništvo ima najviše koristi od turizma jer može ostvariti svoje gospodarske interese time što se zapošljavaju u turizmu. Ako se ne gleda lokalna razina nego nacionalna, utjecaj turizma se ogleda u sljedećem (a to sve utječe na BDP): (Čavlek, Bartoluci, Prebežac i Kesar 2010:254):

- brža izgradnja infrastrukture i drugih objekata,
- brža realizacija projekata,
- manji ukupni troškovi,
- ravnomjerna alokacija rizika,
- kvalitetnija usluga,
- stvaranje dodatnih prihoda na štetu subvencija,
- učinkovitije upravljanje resursima i dr.

Prema Čavlek, Bartoluci, Prebežac i Kesar (2010:253) „rastom turističke potražnje, dohotka i životnog standarda lokalnog stanovništva, privlačenjem investitora i realizacijom investicija te zapošljavanjem na svim razinama stvara se rastuća osnovica za prikupljanje svih oblika poreza, doprinosa i drugih pristojbi koje prikuplja javni sektor i koristi ih u svrhu financiranja infrastrukturnih i drugih projekata“. Također i privatni sektor ima koristi od turizma a ujedno je i najvažniji za razvoj turizma.

Kako je u Hrvatskoj turizam najjača industrijska grana, ima velik utjecaj na gospodarski rast (BDP). Prema Šćurla (2018:25), a u vezi utjecaja turizma na BDP, na njega utječe kroz sljedeće funkcije: multiplikativna, indukativna, akceleratorska, konverzijska funkcija, funkcija poticanja razvoja nerazvijenih područja, povećavanja zapošljavanja, usklađenja robno-novčanih odnosa, i apsorpcijska funkcija turizma. Iz toga je vidljivo koje sve ekonomske funkcije turizma utječu na BDP. Ista autorica navodi da je „ovisnost o učincima turizma i o turističkom prihodu puno veća kod manje razvijenih zemalja čiji BDP ovisi o njegovim pozitivnim učincima“. Pošto turizam ima značajan udio u BDP-u Hrvatske, turizam ima značajan utjecaj na BDP.

4.3. Utjecaj turizma na potrošnju

Vojković (2017:10) objašnjava razliku između osobne i turističke potrošnje i pritom navodi da je razlika u mjestu u kojem se potrošnja odvija. Turistička potrošnja podrazumijeva potrošnju na privremenoj promjeni mjesta boravka i tada turisti ulaze u fazu iracionalnog i hedonističkog ponašanja. Turističku potrošnju najviše primjećuju ugostitelji i turistički posrednici koji su na tržištu da bi zadovoljili potrebe i želje turista. Antunac (2001:152) navodi da „turist-potrošač troši veću količinu novca, a za taj novac očekuje kvalitetnije usluge u turističkoj destinaciji od usluga kojima se koristi u mjestu stalnog boravka". Turizam na potrošnju utječe onoliko koliko je turizam razvijen u nekoj državi, što je veća razvijenost turizma to je veća potrošnja. U ukupnu osobnu potrošnju ulazi i potrošnja turista jer se promatra sva potrošnja gotovih proizvoda za osobne potrebe, a ne proizvodnju ili preradu.

Prema Vojković (2017:10) „motivi putovanja turista i trošenje njihovog novca dakle poprimaju potpuno druge dimenzije i obilježja od onih koji vrijede u mjestu stalnog boravka. Međutim primarni cilj sudionika turističke ponude nije zadovoljenje potreba turističkih potrošača, već ostvarivanje maksimalnog ekonomskog učinka iz zadovoljenja turističkih potreba na obostrano zadovoljstvo. Visina i struktura turističke potrošnje ovisi o brojnim unutrašnjim i vanjskim čimbenicima." (Tablica 1.)

Tablica 1Unutrašnji i vanjski čimbenici turističke potrošnje

UNUTRAŠNJI ČIMBENICI	VANJSKI ČIMBENICI
Socioekonomski profil pojedinca	Utjecaji na pojedinca iz okruženja
Visina osobnog dohotka pojedinca	Cjenovna pozicioniranost destinacije na međunarodnom tržištu
Imovinsko stanje	Razvijenost ponude i imidž destinacije
Stupanj obrazovanja i radno mjesto turista	Trendovi u strukturi putovanja
Razvijenost percepcije turista o društvu	Kvaliteta i raspoloživost ljudskih resursa za potrebe turizma
Motivacija	Razvijenost marketinških aktivnosti turističkih destinacija
Navike	Sigurnost putovanja

Izvor: Vojković, E. (2017) Turistički prihodi u funkciji razvoja Republike Hrvatske, Sveučilište u Splitu, dostupno na: https://repozitorij.pfst.unist.hr/islandora/object/pfst:325/preview (23.09.2019.) i Antunac, I. (2001) Turizam: Teorijsko-znanstvene rasprave, Zagreb, str. 152.

Turistička potrošnja se dijeli na domaću i inozemnu, a za gospodarski rast države koja je destinacija za turiste je važna potrošnja koja se odvija u toj državi. Domaća turistička potrošnja se odnosi na potrošnju turista u državi koja je njegovo stalno mjesto boravka, a

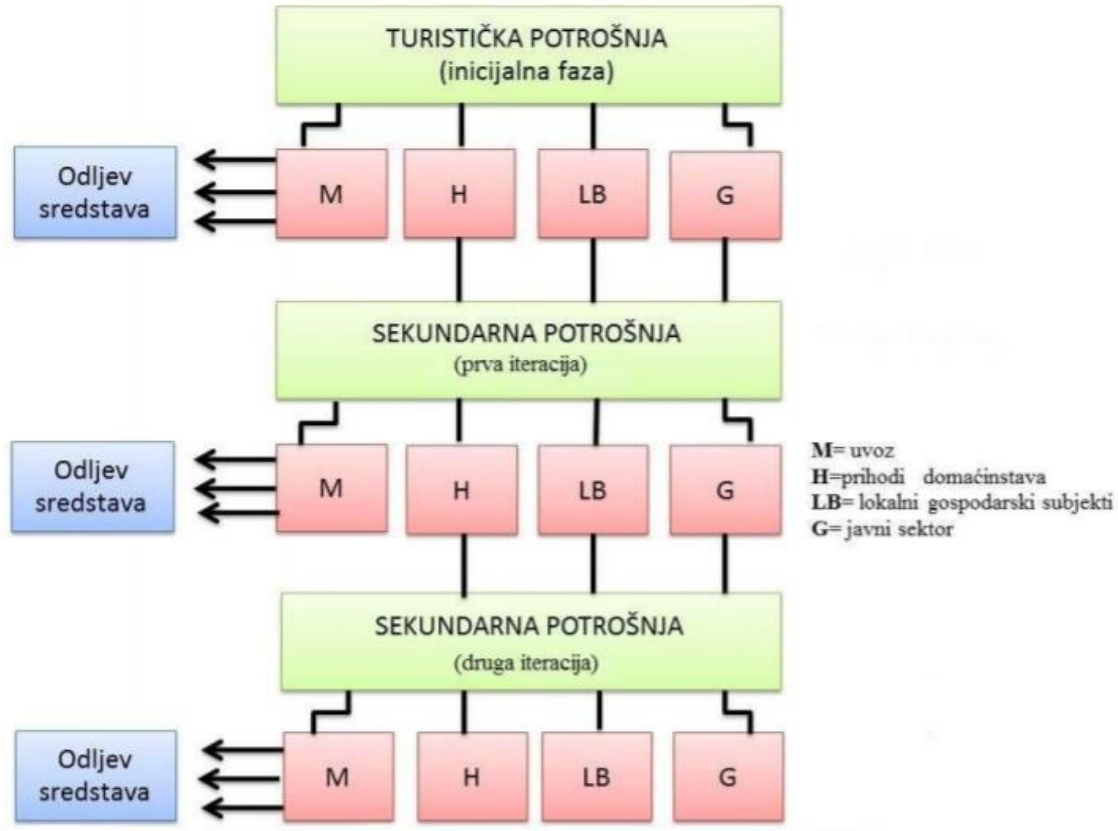
inozemna turistička potrošnja je ona koja se odvija u drugim mjestima izvan te države, dakle u stranoj turističkoj državi. Prema tome, domaći turisti također sudjeluju u turističkoj potrošnji, jednako kao i inozemni. Inozemna turistička potrošnja ima utjecaj na BDP, za razliku od domaće turističke potrošnje koja ima vrlo mali utjecaj jer novac domaćih turista dolazi iz iste zemlje i ostaje u istoj zemlji.

Šutalo i autori (2011:272) navode da je „turistička industrija potražno determinirana, a to znači da agregatna potrošnja koju su realizirali turisti povlači za sobom proizvodnju svih roba i usluga koje završavaju u turističkoj potrošnji. Kojim intenzitetom će turistička potrošnja povući domaći BDP isključivo ovisi o mogućnosti domaće agregatne ponude da zadovolji domaću turističku potrošnju“. Također objašnjavaju da je kod razvijenih privreda i zamršenih mreža tehnoloških međuovisnosti uvozna ukupnost agregatne potrošnje (zajedno sa turističkom) manja, a ukupni multiplikativni učinci turističke potrošnje na BDP i zaposlenost veći.

4.4. Utjecaj turizma na element multiplikatora

Prema Vojković (2017:7) „potrošnja domicilnog stanovništva kroz multiplikativne učinke se odražava na pojačanu aktivnost onih područja i gospodarskih djelatnosti u kojima je potrošnja realizirana“. Ova autorica se bavi nazivom inicijalne faze realizacije turističke potrošnje te navodi da „multiplikativna funkcija turizma opisuje snagu turizma u multipliciranju dohotka ostvarenog u trenutku kada privremeni posjetitelj podmiri račun za bilo koju uslugu ili proizvod koji je konzumirao tijekom svog turističkog putovanja i boravka u turističkoj destinaciji“. (Vojković 2017:12) Dalje navodi da je to „posljedica usluga na koje turisti najviše troše, a one se nazivaju složene turističke usluge. Iz toga se može zaključiti da svaki oblik novca stečen izvan turistički receptivnog prostora koji se troši na različite usluge i proizvode koji su dio turističke ponude potiče niz gospodarskih aktivnosti.“

Na donjoj slici je prikazan proces multiplikacije turističke potrošnje. Utjecaj turizma na gospodarstvo proizlazi iz kretanja potrošnje kroz više faza i ciklusa. Postoji izravna, neizravna i inducirana potrošnja turista, pa iz toga proizlaze izravni, neizravni i inducirani učinci turizma na gospodarski rast.



Slika 2 Proces multiplikacije turističke potrošnje

Izvor: Vojković, E. (2017) Turistički prihodi u funkciji razvoja Republike Hrvatske, Sveučilište u Splitu, dostupno na: https://repozitorij.pfst.unist.hr/islandora/object/pfst:325/preview (24.09.2019.)

Slika pokazuje multiplikaciju potrošnje turista kroz kretanje inicijalne potrošnje kroz tri razine. Zbog takvog kretanja potrošnje dolazi do regionalnog i lokalnog razvoja i do više gospodarske aktivnosti.

Kao što je već navedeno, turizam ima multiplikativnu funkciju. Prema Šćurla (2018:24), „kroz turističku potrošnju troše se dobra proizvedena izvan turističke gospodarske djelatnosti, te se pokreću novi gospodarski ciklusi različitih gospodarskih grana“. „Multiplikativna ekonomska funkcija turizma upućuje na višestruki pozitivni efekt ove grane na gospodarstvo ostvarivanjem potrošnje inozemnih turista. Sam razvoj turizma utječe i na potražnju za radnom snagom što može omogućiti zadržavanje radno sposobnog stanovništva i bolji životni standard.“ (Šćurla 2018:36)

Huzjak (2018:25) objašnjava da ekonomski učinci od turizma koji su nastali na temelju multiplikacije mogu biti izravni, neizravni i inducirani. „Svaka jedinica potrošnje tijekom svog cirkuliranja potiče gospodarske procese, prije nego li izađe iz gospodarstva, a kojima se

stvara veći dohodak nego što iznosi početna potrošnja. Izravni ekonomski učinci turističke potrošnje podrazumijevaju direktnu turističku potrošnju, onu koja se primarno slijeva u ugostiteljstvo, turističko posredništvo, promet i trgovinu na malo. Neizravni ekonomski učinci turističke potrošnje odnose se na podmirivanje troškova od strane pružatelja turističkih usluga prema svojim dobavljačima, tj. onih troškova koji su nastali u procesu formiranja turističke usluge. Inducirani ekonomski učinci turističke potrošnje nastaju kao rezultat potrošnje lokalnog stanovništva i privremeno zaposlene nerezidentne radne snage, koji su prethodno omogućili direktni i indirektni učinak turističke potrošnje.“

„Multiplikator potrošnje utvrđuje se na temelju potrošnje inozemnih turista, s obzirom na to da to predstavlja novi dodatni impuls domaćem gospodarstvu i kao takav ulazi u cirkulaciju, što zapravo čini svojevrstan izvoz i kao takav ima pozitivan učinak na dohodak.“ (Huzjak 2018:25)

4.5. Utjecaj turizma na zaposlenost

Mnogo autora ukazuje na važnost i ulogu koju ima turizam za povećanje stope zaposlenosti. To je posebno izraženo u državama u kojima je turizam razvijen, a stopa zaposlenosti niska. Na primjer, Blažević i Vuković (2001:21) se bave analizom mogućnosti turizma u rješavanju problema nezaposlenosti te navode da „turizam nije u svim zemljama EU od iste važnosti ali gotovo u svim zemljama može pospješiti zaposlenost osjetljivih grupa kao što su žene, mladi, dugoročno nezaposleni, etničke manjine i si. Part -time i privremeni poslovi, kao česti oblici u turizmu mogu imati posebno značenje u stimuliranju zaposlenosti žena i mladih. Poticanjem turizma u određenim regijama može se povoljno utjecati na zaposlenost u tim područjima“. Autori posebno ističu da turizam tu ima posebnu važnost za zapošljavanje zbog privremenih poslova jer je najčešće riječ o sezonalnom turizmu. Navode i da poticanjem turizma u određenim regijama može doći do povećanja zaposlenosti u tim područjima, a za zemlje koje nemaju probleme sa nezaposlenosti, turizam se može koristiti za poboljšanje izvoza. Također objašnjavaju da su neke razvijene zemlje prepoznale utjecaj turizma na zaposlenost i da ga koriste za te svrhe, ali da mnoge zemlje mediterana još uvijek to nisu shvatile, iako je turizam često najrazvijenija gospodarska grana.

„Turizam je u Hrvatskoj sektor koji može dati značajan doprinos bržem gospodarskom razvoju. U RH postoje veliki potencijali za povećanje turističkih aktivnosti što će samim time generirati i veći broj radnih mjesta u turizmu kao i u povezanim gospodarskim granama. Za uspješno rješavanje problema nezaposlenosti u Hrvatskoj putem turizma, kao primjer mogu poslužiti pozitivna iskustva zemalja EU.“ (Blažević i Vuković 2001:21). Zaposlenost i BDP su veći kada je gospodarstvo razvijenije, ovisnost o uvozu (turizam) je manja, pa su ukupni multiplikativni učinci turističke potrošnje manji. (Šutalo i autori, 2011:272) U Hrvatskoj

gospodarstvo nije na visokom stupnju razvijenosti, a ovisnost o turizmu je velika. Zbog toga zaposlenost izravno ovisi o turizmu.

Prema Šćurla (2018:30) razvoj turizma pozitivno utječe na rast zaposlenosti. Razvoj sam po sebi teži uključivanju dodatne radne snage zbog povećanog obujma poslova koje donosi. S obzirom na složenost turizma, zaposlenost se može povećati i u neturističkim djelatnostima, odnosno ekonomskim granama koje su samo u vezi s turističkim aktivnostima. Mogućnost zapošljavanja jedan je od glavnih razloga ostanka ili iseljavanja autohtonog stanovništva, naročito u slabo naseljenim područjima. Dalje navodi da veliki broj radno sposobnih stanovnika Hrvatske jedinu mogućnost zapošljavanja vidi upravo u sezonskim turističkim poslovima pa nije rijetkost da statistički podatci pokazuju poveći pad broja nezaposlenih upravo u ljetnim mjesecima. (Šćurla 2018:31)

„Turizam je u Hrvatskoj sektor koji može dati značajan doprinos bržem gospodarskom razvoju. U našoj zemlji postoje veliki potencijali za povećanje turističkih aktivnosti što će samim time generirati i veći broj radnih mjesta u turizmu kao i u povezanim gospodarskim granama. Za uspješno rješavanje problema nezaposlenosti u Hrvatskoj putem turizma, kao primjer mogu poslužiti pozitivna iskustva zemalja EU. Kako bi poboljšale svoju konkurentnu poziciju, zemlje članice Europske Unije su se na svom Summitu održanom u Lisabonu dogovorile da će do kraja zadnjeg desetljeća, sada već prošlog stoljeća, težiti da postignu stopu zaposlenosti od 70% ili više.“ (Blažević i Vuković, 2001:21)

„Turizam je uslužna djelatnost koja zadnjih desetljeća uslijed otvaranja granica, globalizacije tržišta, povećanja slobodnog vremena, razvoja tehnologije i si. bilježi značajan rast. Očigledno je da turizam ima značajan potencijal u pogledu rješavanja problema na tržištima rada.“ (Blažević i Vuković, 2001:22)

Prema Mandura (2018) „sektor turizma zapošljava najveći dio radno sposobnog stanovništva, što u konačnici utječe na životni standard stanovništva. Privlačenjem izravnih inozemnih investicija turizam dugoročno doprinosi gospodarskom rastu, a kratkoročno kroz uravnoteženje platne bilance i poticanje dodatnog zapošljavanja u usko povezanim turističkim djelatnostima“.

Prema istoj autorici, jedna od glavnih funkcija turizma je funkcija zapošljavanja. Mandura smatra da „funkcija zapošljavanja čini jednu od najvažnijih ekonomskih funkcija turizma, točnije otvaranje novih radnih mjesta u sklopu temeljnih gospodarskih djelatnosti u turizma, ali i u ostalim gospodarskim djelatnostima“. (Mandura, 2018:24) Zapošljavanje u turizmu može biti izravno i neizravno, te se broj zaposlenih u turizmu u Hrvatskoj povećava. Četiri temeljna obilježja zaposlenih u turizmu su: dominira ženska radna snaga, dominiraju zaposlenici s nižim stupnjem obrazovanja, dominira radna snaga više dobne granice, dominira sezonska radna snaga. (Mandura, 2018:25) To su karakteristike zaposlenosti u turizmu u Hrvatskoj.

5. ANALIZA UTJECAJA TURIZMA NA GOSPODARSTVO RH

Prije prikaza podataka turizma i gospodarstva Republike Hrvatske i njihove analize je važno istaknuti ograničenje istraživanja. Za neke godine ne postoje točni podaci, kao npr. za 2018. godinu i ukupni promet od usluga u turizmu i neke druge godine. Također, Hrvatski državni zavod za statistiku (DZS) ne objavljuje sve podatke koji bi bili od značaja za ovo istraživanje, ili objavljeni podaci ne obuhvaćaju cijeli period za koji se radi istraživanje, a to je 2005-2019. godina. Također, podaci za 2019. godinu ne mogu biti prikazani, nego će biti prikupljeni, obrađeni i objavljeni tek 2020. odnosno 2021. godine. Analiza turizma i gospodarstva u prvih devet mjeseci 2019. godine bi značile potrebu da se analizira prvih 9 mjeseci svake godine od 2005 do 2018. Zbog svega navedenog, podaci za pojedine tablice su prikupljeni iz različitih (ali relevantnih i vjerodostojnih) izvora, kao što je DZS, STATISTA i EUROSTAT.

5.1. Turizam u Republici Hrvatskoj 2005-2019.

Kako bi se bolje razumio turizam u RH prikazat će se SWOT analiza Hrvatskog turizma u posljednjih 15 godina. Turizam RH ima mnogo karakteristika, te su one najviše utjecale na razvoj turizma. Kao što će kasnije podaci pokazati, turizam u Hrvatskoj ima trend rasta, promatrano kroz porast broja smještajnih jedinica te dolazaka i noćenja turista.

Tablica 2 SWOT analiza Hrvatskog turizma

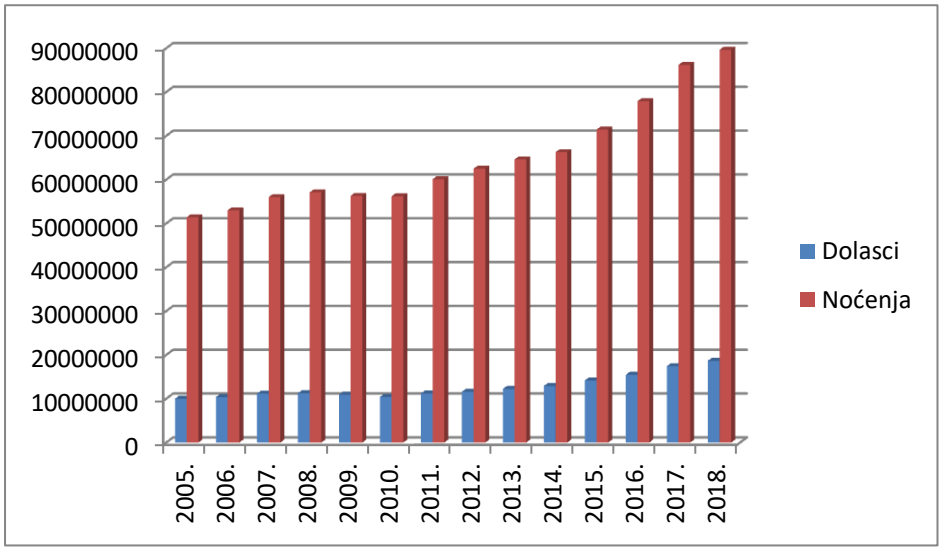
HRVATSKI TURIZAM	
SNAGE	**SLABOSTI**
• Prirodne atraktivnosti • Klima • Gostoljubivost stanovništva • Poduzetnička aktivnost u stvaranju bogatstva novih sadržaja • Afirmacija malih obiteljskih hotela *Geoprometni položaj s obzirom na glavna emitivna tržišta: najbliži izlaz na toplo more za veliki dio srednje Europe* • Kulturno bogatstvo • Turistička razvijenost • Stogodišnja turistička tradicija nekih turističkih mjesta (npr. Opatija) • Ekološki očuvana okolina • Okretanje tržišnoj ekonomiji • Preferencije stranog kapitala • Uvođenje europskih standarda	• Nedostatak identiteta • Pomanjkanje jasne strategije • Nedovoljna informiranost javnosti o kvaliteti turističkih resursa i bogatstvu kulturno-povijesne baštine • Nedovoljno jak marketing • Ovisnost o turoperatorima • Loša turistička infrastruktura • Nedovoljna raznovrsnost izvanpansionske ponude • Uređenost okoliša • Loša prometna povezanost s Europom, te ostalim zemljama • Loša prometna povezanost priobalja sa zaleđem te kopna i otoka • Zaostajanje u informacijskim tehnologijama • Vrijednost za novac • Nizak stupanj kvalitete proizvoda • Nemotiviranost i nestručnost ljudskog potencijala • Sezonalnost

	• Nepovoljna razina cijena i troškova
OKOLINA	
PRILIKE • Daljnji razvoj turističke potražnje • Repozicioniranje hrvatskog turizma, prepoznatljiv image • Povećanje kvalitete usluga • Povećan interes individualnih gostiju • Obrada novih: istočnoeuropskih, SAD i dalekoistočnih tržišta • Okretanje odgovornijim oblicima turizma (eko turizam) • Konkurentnost novih proizvoda • Razvoj telekomunikacijske tehnologije	**PRIJETNJE** • Oštra konkurencija • Geografska koncentracija tržišta • Posljedice rata • Uspostavljanje jedinstvenog tržišta Europe zbog zadržavanja turističkog prometa unutar granica zajednice • Nemogućnost brze prilagodbe promjenjivim turističkim potrebama • Spora izgradnja turističke infrastrukture zbog nedostatka financijskih sredstava • Spora privatizacija

Izvor: Gračan, D. (2003) Karakteristike turističkog tržišta Hrvatske, dostupno na: https://bib.irb.hr/datoteka/178692.Split.doc (02.09.2019.)

Sve slabosti koje su navedene u SWOT analizi su razlog zbog kojeg turizam u Hrvatskoj u posljednjih nekoliko godina nije više najpoželjnija destinacija, što se ogleda i u sve manjoj popunjenosti smještajnih turističkih kapaciteta u posljednjih nekoliko godina.

Tablica 3 prikazuje turizam u RH i dolaske i noćenja u komercijalnim smještajnim jedinicama. Možemo vidjeti da su dolasci i broj noćenja u razdoblju od 2005. do 2008.godine u laganom porastu, dok se 2009.i 2010. godine bilježi pad broja dolazaka i noćenja. Već 2011.godine taj broj se povećava sve do 2018.godine



Grafikon 1Turizam u RH – komercijalne smještajne jedinice 2005-2018

Izvor: izradila autorica prema izvorima sa DZS

Najveća promjena se vidi u broju objekata i kreveta u 2012. godini. Tada je broj spavaćih soba bilježio rast od 82,5% u usporedbi sa prethodnim razdobljem. Pad je bilježen 2010.godine, točnije pad od 10,98%, a nakon 2012. godine je nastavljen rast broja ovog tipa

smještaja ali znatno manje i sporije. Unatoč tome, bilježi se trend porasta ponuđenog smještaja za turiste. To govori i rastu i razvoju turizma u RH u promatranom periodu. Isto vrijedi za porast ukupnog broja smještajnih objekata u RH u tom periodu. Za razliku od broja spavaćih soba, 2010. godine nije bio zabilježen pad (nego 1,39% porasta) u usporedbi sa prethodnom godinom, dok je 2012. godine zabilježen porast od 2.540,84%. Suprotno tome, dolasci i noćenja ne bilježe tolike skokove ni 2012., 2013. ni narednih godina. I dolasci i noćenja imaju rastući trend. Od 2005. do 2018. godine je broj dolazaka narastao za 8,67 milijuna, a broj noćenja za 38,23 milijuna.

Tablica 3 Smještajni kapaciteti: broj objekata i kreveta u RH u periodu 2009-2018

	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
Smještajni objekti	2 088	2 117	2 189	57 808	57 808	62 026	73 439	83 233	98 341	108 212
Spavaće sobe	439 850	439 613	437 758	798 928	867 110	893 827	938 613	987 272	1 059 992	1 115 659

Izvor: Eurostat, dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/home? (24.10.2019.)

Tablica 4 Satelitski račun turizma u RH u 2016. godini

	2016.
Bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti	69 948
Udio bruto dodane vrijednosti turističkih djelatnosti u ukupnom BDP-u (%)	24,01
Izravna bruto dodana vrijednost turizma	31 734
Udio izravne bruto dodane vrijednosti turizma u ukupnom BDP-u (%)	10,89
Izravni BDP turizma	40 040
Udio izravnog BDP-a turizma u ukupnom BDP-u (%)	11,40

Izvor: DZS, dostupno na: https://www.dzs.hr/ (24.10.2019.)

Turizam čini oko 11% BDP-a u RH u 2016. godini. Satelitski račun turizma u RH je državni zavod za statistiku izradio samo za 2016.godinu (neplanirano), što nije učinjeno za ranije i kasnije periode. Udio bruto dodane vrijednosti turističkih djelatnosti u ukupnom BDP-u je oko 24% u istoj godini.

Tablica 5 Promet od turističkih usluga u periodu 2006-2016. (u mil. eur)

2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
87,9	99,5	106,5	100	100	108,9	117,3	122,4	120,7	127,3	134,9

Izvor: Eurostat, dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/home? (24.10.2019.)

Promet od turističkih usluga je stalnom u porastu, osim 2009. i 2010. godine kada je ne samo Hrvatska nego i druge zemlje, osjetila posljedice gospodarske krize.

5.2. Gospodarstvo u Republici Hrvatskoj 2005-2019.

Sljedeće tablice prikazuju stanje gospodarstva u RH u periodu od 2005. do 2019. godine. Promatra se zaposlenost, potrošnja, multiplikator i BDP.

Tablica 6 Zaposleni u pravnim osobama i prosječne mjesečne neto plaće u periodu 2005-2013.

	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.
Zaposleni	1.113.208	1.160.320	1.212.221	1.252.089	1.211.085	1.168.179	1.159.657	1.153.497	1.132.246
Neto (mjesečno)	4.376	4.603	4.841	5.178	5.311	5.343	5.441	5.478	5.515

Izvor: DZS, dostupno na: https://www.dzs.hr/ (24.10.2019.)

Od 2005. do 2013. godine je primijećeno da je ukupan broj zaposlenih rastao do 2008. godine, a nakon toga počevši sa 2009. godinom je uslijedio trend pada broja zaposlenih. Suprotno tome, plaće su stalno rasle, a zadnjih godina se bilježi značajno iseljavanje stanovništva. Godine 2010., 2011., 2012. i 2013. je padao broj zaposlenih, a rasla prosječna mjesečna neto plaća, a u istom periodu je stopa rizika od siromaštva promatrano kroz potrošnju, padala. Od 2010.do 2013.godine je stopa rizika od siromaštva padala, osim 2011. godine. Trend pada stope rizika je u padu, osim povremeno kada se (od 2010.do 2018.) za nekoliko postotaka rizik poveća (2011., 2015., 2017.).

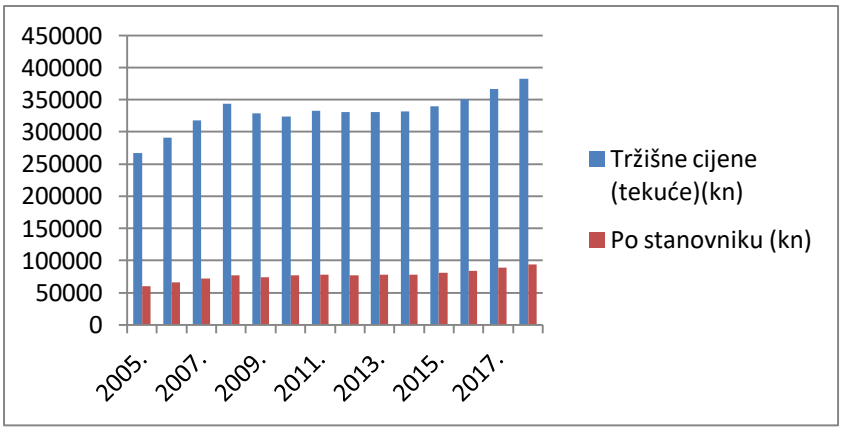
Prag rizika od siromaštva je do 2013. godine padao. Do 2018. godine se značajno povećao, a rastao je brže nego što je padao do 2013. godine. Po svim drugim parametrima, promatrano kroz osobnu potrošnju stanovništva, bilježi se povoljni pad: osobe u riziku od siromaštva ili socijalne isključenosti, osobe u teškoj materijalnoj deprivaciji, osobe koje žive u kućanstvima s vrlo niskim intenzitetom rada, nejednakost distribucije dohotka.

Tablica 7 Osobna potrošnja – pokazatelji siromaštva i socijalne isključenosti u periodu 2010-2018.

	2010.	**2011.**	**2012.**	**2013.**	**2014.**	**2015.**	**2016.**	**2017.**	**2018.**
Stopa rizika od siromaštva u %	20,6	20,9	20,4	19,5	19,4	20,0	19,5	20,0	19,3
Prag rizika od siromaštva (kn)	79.317	75.640	74.400	71.040	73.656	77.435	81.084	87.016	92.442
Osobe u riziku od siromaštva ili socijalne isključenosti u %	31,1	32,6	32,6	29,9	29,3	29,1	27,9	26,4	24,8
Osobe u teškoj materijalnoj deprivaciji u %	14,3	15,2	15,9	14,7	13,9	13,7	12,5	10,3	8,6
Osobe koje žive u kućanstvima s vrlo niskim intenzitetom rada u %	13,9	15,9	16,8	14,8	14,7	14,4	13,0	12,2	11,2
Nejednakost distribucije dohotka (kvintilni omjer)	5,5	5,6	5,4	5,3	5,1	5,2	5,0	5,0	5,0

Izvor: DZS, dostupno na: https://www.dzs.hr/ (24.10.2019.)

Grafikon 1 prikazuje BDP po glavi stanovnika i po tržišnim cijenama ima trend rasta, jednako kao i broj dolazaka turista, turističkih smještajnih kapaciteta i porast neto plaća. Ukupan broj zaposlenih u turizmu je sve veći, a ukupna zaposlenost u RH je do nedavno padala, a nedavno se počela dizati.



Grafikon 2 BDP u RH u periodu 2005-2018.

Izvor: Izradila autorica prema podacima sa DZS-a

5.3. UTJECAJ TURIZMA NA GOSPODARSTVO

Udio turizma u BDP-u je svake godine sve veći. Izravan BDP od turizma koji je promatran preko satelitskog računa turizma se razlikuje od prihoda od turizma koji je prikazan u ovoj tablici. Razlika je u oko 7% udjela. U godini 2016. turizam ima udio od 18,9%. Udio turističkih prihoda u BDP-u je u porastu u cijelom promatranom periodu, što znači da rastu i BDP i prihodi od turizma.

Tablica 8 BDP i turizam u RH u periodu 2005-2018.

U mil. EUR	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.
BDP	45.894	44.223	43.478	43.060	43.845	45.659	48.462
Prihodi od turizma	6.598.6	6.843,3	7.202,8	7.402,3	7.961,9	8.635,0	9.493
Udjel turizma u BDP-u	14,4	15,5	16,6	17,2	18,2	18,9	19,6

Izvor: HTZ, dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-09/HTZ%20TUB%20HR_%202018.pdf (25.10.2019.)

Turizam ima sve veći udio u ukupnom BDP-u RH pa je nesumnjivo da turizam utječe na rast BDP-a. Dakako, nije jedini faktor koji utječe na njega ali je iznimno značajan i promjene u brojkama u turizmu utječu na BDP-u i uzrokuju promjene u brojkama BDP-a. Sve brojke vezane za turizam su u porastu, jednako kao i prosječne neto plaće i BDP. Zaposlenost u turizmu je sve veća. Veća je i potrošnja stanovništva, a rizik od siromaštva je sve manji. Ukupni turistički smještajni kapaciteti su porasli za 781.933, sto je rast od 63.89%, a promet od turističkih usluga je od 2006. do 2016. porastao za 47 mil. EUR. U periodu od 2006. do 2016. godine to je rast od 34.84%. BDP je porastao za 30% od 2005. do 2018. godine.

6. ZAKLJUČAK

Turizam je skup aktivnosti čija je uloga organizacija ugodnog putovanja i pružanje maksimalnog zadovoljstva putnicima. Najveće i najvažnije prednosti koje možemo ostvariti od turizma jesu ekonomska dobit, razvoj turističkog mjesta. Stoga u državama gdje je turizam vrlo razvijen često ima veliku važnost na gospodarstvo. Turizam utječe na sve elemente gospodarskog sustava, pa to znači da turizam može utjecati i na gospodarski razvoj, a on se ogleda u BDP-u. Dakle turizam ima velik utjecaj na BDP, a u Hrvatskoj je danas udio turizma u BDP-u čak oko 30%. Time je potvrđena prva hipoteza jer turizam ima značajan utjecaj na gospodarski rast RH.

Turizam je gospodarska grana, a samim time je i dio gospodarskog sustava, ima utjecaj na sve elemente gospodarskog sustava. Turizam na gospodarstvo utječe putem postojeće ponude i potražnje, a utječe na zaposlenost, potrošnju, multiplikator i BDP. Rezultat razvijenijeg turizma znači i veću potrošnju, to znači veće prihode za sve one koji pružaju turističke usluge. Sve to vodi prema većoj zaposlenosti i većoj kupovnoj moći stanovništva, što opet povećava potražnju za proizvodima i uslugama pa se povećava i BDP. Dolazi do povećanja stranih investicija, a to otvara nova radna mjesta i unaprjeđuje kvalitetu turističke ponude i time se privlače turisti sa većom platežnom moći. Kako u Hrvatskoj zajedno sa porastom prihoda od turizma raste i broj zaposlenih u turizmu, iako broj zaposlenih nije u porastu, razvoj turizma doprinosi povećanju zaposlenosti u RH. Time je potvrđena druga hipoteza.

Turizam na potrošnju utječe onoliko koliko je turizam razvijen u nekoj državi, što je veća razvijenost turizma to je veća potrošnja. U ukupnu osobnu potrošnju ulazi i potrošnja turista jer se promatra sva potrošnja gotovih proizvoda za osobne potrebe, a ne proizvodnju ili preradu. Turizam ne utječe na sve elemente gospodarskog rasta, ali na one najvažnije utječe, kao što je zaposlenost, potrošnja, multiplikator i BDP. Postoje i drugi elementi gospodarskog rasta, a turizam zasigurno utječe na elemente koji su ovdje istraženi. Treća hipoteza se također prihvaća.

7. LITERATURA

KNJIGE I ČLANCI

1. Antunac, I. (2001). Turizam: "Teorijsko-znanstvene rasprave", Zagreb
2. Babić, K. (2017). Uloga turizma na gospodarski rast i razvoj Republike Hrvatske, Veleučilište Lavoslav Ružička u Vukovaru, Vukovar, dostupno na: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:150:627027 (23. 09. 2019.)
3. Benić, Đ. (2011). Uvod u ekonomiju, Školska knjiga, Zagreb
4. Blažević, B., Vuković, T. (2001) Mogućnosti turizma u rješavanju problema nezaposlenosti, Tour.hosp.manag 7(1-2), str. 21-36.
5. Bogović, D. (2002). Dugoročna obilježja osobne potrošnje u RH, Ekonomski pregled 53(7-8), str. 622-639.
6. Bonsu, O., Muzindutsi, C. (2017). Macroeconomic Determinants of Household Consumption Expenditure in Ghana: A Multivariate Cointegration Approach, International Journal of Economicsand Financial Issues 7(4), str. 737-745.
7. Borozan, Đ. (2006). Makroekonomija, 2. Izdanje, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, Osijek
8. Brkić, L. (1994). Teorije rasta, konkurentna prednost zemalja i gospodarska politika, Društvena istraživanja Zagreb 9 (3), str. 107-120.
9. Buretin, V., Lenz, V.N., Mihaljević, N. (2019). Kretanje osobne potrošnje na primjeru odabranih članica EU-a, Zbornik Veleučilišta u Rijeci 7(1), str. 271-285.
10. Buterin, V., Olgić Draženović, B., Jakovac, P. (2018). Institucije kao determinanta ekonomskog rasta – primjer Hrvatske i odabranih članica EU-a, Zbornik Veleučilišta u Rijeci 6 (1), str. 217-234.
11. Chong, A., Calderon, C. (2000). Causality and Feedback Between Institutional Measuresand Economic Growth, Economics and Politics 12 (1), str. 69-81.
12. Daly, H., Cobb, J.J. (1989). For the Common Good. Redirecting the Economy toward Community, the Environment and a Sustainable Future, Beacon Press, Boston, Ma
13. Gračan, D. (2003) Karakteristike turističkog tržišta Hrvatske, dostupno na: https://bib.irb.hr/datoteka/178692.Split.doc (02.09.2019.)
14. Huzjak, B. (2018) Uloga turizma u gospodarstvu Hrvatske, Međimursko Veleučilište u Čakovcu, Stručni studij Menadžment turizma i sporta, Čakovec, dostupno na: https://repozitorij.mev.hr/islandora/object/mev%3A751/datastream/PDF/view (21.10.2019.)
15. Ivančević, T., Perec, K. (2017) Osnove ekonomije, Visoka poslovna škola Zagreb, Zagreb, dostupno na: https://pvzg.hr/wp-content/uploads/2018/08/Osnove_ekonomije.pdf (10.10.2019.)
16. Kaul, N.R. (2002). Dynamics ofTourism, Sterlingpublications, New Delhi, str. 102.

17. Krajnović, A., Buškulić, A., Bosna, J. (2016) The role of the tourist boards in the development of event tourism of Zadar county, Tourism&Hospitality Industry, Congress Proceedings, str. 174-187.
18. Lovrinčević, Ž., Mikulić, D., Galić, N.A. (2013). Je li BDP prikladan pokazatelj održivog ekonomskog razvitka, Ekonomski pregled 64 (5), str. 474-493.
19. Mandura, . (2018) Uloga i važnost turizma u gospodarstvu Republike Hrvatske, Veleučilište u Požegi, Požega, dostupno na: https://zir.nsk.hr/islandora/object/vup:1239/preview (23. 10. 2019.)
20. Šćurla, K. (2018) Turizam u fokusu gospodarskog razvoja, Sveučilište u Splitu, Pomorski fakultet u Splitu, Split, dostupno na: https://zir.nsk.hr/islandora/object/pfst:632/preview (20.10.2019.)
21. Šonje, V. (1999). Financijski razvitak i gospodarski rast, Privredna kretanja i ekonomska politika 9 (73), str. 241-280.
22. Šutalo, I., Ivandić, N., Marušić, Z. (2011) Ukupan doprinos turizma gospodarstvu Hrvatske: input-output model i satelitski račun turizma, Ekonomski pregled 62(5-6), str. 267-285.
23. Vojković, E. (2017). Turistički prihodi u funkciji razvoja Republike Hrvatske, Sveučilište u Splitu, dostupno na: https://repozitorij.pfst.unist.hr/islandora/object/pfst:325/preview (23. 09. 2019.)

INTERNETSKI IZVORI

24. Čičin-Šain, D. (2014) Agregatna potražnja i model multiplikatora, Nastavni materijali, dostupno na: http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/ekonomija/ekonomija_26.pdf (20.09.2019.)
25. DZS, dostupno na: https://www.dzs.hr/ (24.10.2019.)
26. ESA (1995). European System ofAccounts, Office for Official Publications of the European Communities: Luxemburg, Njemačka, dostupno na: http://aei.pitt.edu/52185/1/1995.pdf (01. rujna 2019.)
27. Eurostat, dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/home? (24.10.2019.)
28. HTZ, dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-09/HTZ%20TUB%20HR_%202018.pdf (25.10.2019.)
29. Transport geography, Elements of Economic System, dostupno na: https://transportgeography.org/?page_id=4224 (18. 09. 2019.)
30. UNWTO (2010). Definition of Tourism, dostupno na: http://www.tugberkugurlu.com/archive/definintion-of-tourism-unwto-definition-of-tourism-what-is-tourism (12. 09. 2019.

POPIS TABLICA

Tablica 1Unutrašnji i vanjski čimbenici turističke potrošnje 19
Tablica 2 SWOT analiza Hrvatskog turizma 24
Tablica 3 Smještajni kapaciteti: broj objekata i kreveta u RH u periodu 2009-2018 26
Tablica 4 Satelitski račun turizma u RH u 2016. godini 26
Tablica 5 Promet od turističkih usluga u periodu 2006-2016. (u mil. eur) 27
Tablica 6 Zaposleni u pravnim osobama i prosječne mjesečne neto plaće u periodu 2005-2013. 27
Tablica 7 Osobna potrošnja – pokazatelji siromaštva i socijalne isključenosti u periodu 2010-2018. 28
Tablica 8 BDP i turizam u RH u periodu 2005-2018. 29

POPIS SLIKA

Slika 1 Elementi gospodarskog sustav 10
Slika 2 Proces multiplikacije turističke potrošnje 21

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1Turizam u RH – komercijalne smještajne jedinice 2005-2018 25
Grafikon 2 BDP u RH u periodu 2005-2018. 29