

Mjerenje izravnih ekonomskih učinaka turizma TSA metodom: statistička analiza rezultata za Hrvatsku i odabrane zemlje EU

Kristijan Čović¹, Alisa Bilal Zorić², Maja Buljat³

¹ Veleučilište Baltazar Zaprešić, Vladimira Novaka 23, Zaprešić, Hrvatska, kcovic@bak.hr

² Veleučilište Baltazar Zaprešić, Vladimira Novaka 23, Zaprešić, Hrvatska, abilal@bak.hr

³ Veleučilište Baltazar Zaprešić, Vladimira Novaka 23, Zaprešić, Hrvatska, mbuljat@bak.hr

Sažetak

Analiza učinaka turizma na gospodarstvo neke zemlje predmet je interesa brojnih istraživanja. Navedeno proizlazi iz činjenice da je turizam kompleksna ekonomska kategorija čiji obuhvat u strukturi nacionalnog gospodarstva nije moguće metodološki potpuno definirati. Ekonomski učinci turizma uvjetovani su ne samo razinom turističke aktivnosti koja se odvija, već i specifičnostima gospodarstva koje se analizira. Na globalnoj je razini usuglašen osnovni paket klasifikacija i definicija potrebnih za sastavljanje uniformiranog i metodološki konzistentnog statističkog sustava za potrebe turizma, pod nazivom Satelitski račun turizma (TSA). Razvijen je od strane Svjetske turističke organizacije (UNWTO), Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD), Statističkog ureda Europske unije (Eurostat) te Statističkog odjela Ujedinjenih naroda. Osnovna mu je zadaća procijeniti ekonomske učinke turizma, dok istovremeno služi kao svojevrsni alat i okvir za kvantificiranje veličine i obuhvata turizma u okviru nacionalnog računovodstva. Cilj rada je pružiti opći uvid u ovaj međunarodno prepoznati pristup za mjerenje ekonomskih učinaka turizma te analizirati i usporediti rezultate iz relevantnih izvještaja u odnosu na učinke turizma na gospodarstva Hrvatske i odabranih EU zemalja. Za potrebe empirijskog dijela istraživanja, koriste se metode statističke analize uz komparativnu analizu sekundarnih podataka prikupljenih iz renomiranih baza podataka poput Eurostata, Svjetske banke te OECD-a. Zaključci koji će proizaći iz ovog rada mogu poslužiti kao temelj za raspravu i daljnja istraživanja.

Ključne riječi

multiplikator, nacionalna ekonomija, statistika, turistička satelitska bilanca

Abstract

The analysis of the effects of tourism on the economy of a country is the subject of interest of numerous studies. This stems from the fact that tourism is a complex economic category whose scope in the structure of the national economy cannot be methodologically fully defined. The economic effects of tourism are conditioned not only by the level of tourism activity that takes place, but also by the specifics of the economy being analyzed. The basic package of classifications and definitions needed to compile a uniform and methodologically consistent statistical system for tourism, called the Tourism Satellite Account (TSA), has been harmonized globally. It has been developed by the World Tourism Organization (UNWTO), the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), the Statistical Office of the European Communities (Eurostat) and the United Nations Statistics Division. Its main task is to assess the economic impacts of tourism, while at the same time serving as a kind of tool and framework for quantifying the size and scope of tourism within national accounting. The aim of this paper is to provide a general insight into this internationally recognized approach for measuring impacts of tourism and to analyze and compare the results from relevant reports in relation to the impacts of tourism on the economies of Croatia and selected EU countries. For the purposes of the empirical part of the research, statistical analysis methods are used with comparative analysis of secondary data collected from reputable databases such as Eurostat, the World Bank and the OECD. The conclusions that will emerge from this paper can serve as a basis for discussion and further research.

Keywords

multiplier, national economy, statistics, tourism satellite account (TSA)

Uvod

Turizam u suvremeno doba karakteriziraju novi organizacijski, gospodarski i brojni drugi procesi u okruženju globalnih i regionalnih tijekova. Riječ je o dinamičnim procesima koji su neizostavni izazov turizmu 21. stoljeća, i to ne samo kao sastavnica svjetskog gospodarstva, nego i kao jedan od ključnih čimbenika njegova razvoja. Globalno, turizam je 3. po redu izvozna industrija u svijetu prema ostvarenom prometu od 1.742 milijarde USD-a u 2019. godini (UNWTO, 2021). Od toga se 51% odnosi na Europu (mjereno u turističkim dolascima), koja je u današnje vrijeme vodeća turistička destinacija među svjetskim kontinentima. U razdoblju od 2010. do 2019. Europa ostvaruje prosječan godišnji rast međunarodnih turističkih dolazaka od 4,7%. Zbog snažnog gospodarskog značaja, potencijala za zapošljavanje, kao i zbog utjecaja na društvo i okoliš, turizam ima iznimno važnu ulogu u razvoju i koheziji brojnih europskih regija, posebno onih manje razvijenih. Europski turizam kroz noviju povijest uglavnom pokazuje visoku otpornost te stabilan rast čak i uslijed svjetske gospodarske krize i recesije iz 2009. godine, te drugih povremenih globalnih poremećaja, kao i relativno brz oporavak nakon snažnog pada turističkog prometa u 2020. godini uslijed pandemije virusa COVID-19 i svih ograničenja koja su proizašla uslijed te krize. U kontekstu Europske unije, treba naglasiti golemu važnost koju ova integracija država ima u dinamici svjetskih turističkih kretanja. U međunarodnom turizmu, u receptivnom smislu, prostor EU sudjeluje s oko 38% u svjetskom i 73% u europskom turizmu, te je istovremeno u turističkom gospodarstvu EU i bliskim djelatnostima zaposleno oko 12,3 milijuna osoba. U kontekstu istraživanja uloge u izravnih učinaka turizma u gospodarstvu EU treba nadalje napomenuti da je svako deseto poduzeće u nefinancijskom poslovnom gospodarstvu EU pripadalo turističkom sektoru pa tako poduzeća u industrijama s djelatnostima koje su povezane s turizmom zapošljavaju 9,2% osoba zaposlenih u ukupnom nefinancijskom segmentu gospodarstva, dok je značajnih 21,9% osoba zaposleno u segmentu usluga.

Generalno razmatrajući, globalna pa tako i europska turistička potražnja odraz je svakako širih društvenih promjena – ekonomskih, demografskih, socijalo-kulturnih i političkih s jedne strane, te unutarnjih psiholoških faktora poput životnog stila, sustava vrijednosti i navika pojedinaca. Ove promjene, koje su sve brže i učestalije, imaju nesumnjivo određene implikacije ili posljedice i na turistički sektor. Na primjer, demografska slika populacije se mijenja sa sve većim udjelom starijeg stanovništva koje karakterizira

relativno dobro zdravlje – ovaj trend uvjetuje porast potražnje za kvalitetnim i udobnim putovanjem te putovanjima izvan ljetnih mjeseci. Također, rapidno povećanje korištenja novih tehnologija u širokom spektru turističkih i povezanih djelatnosti omogućuje i potencijalnim turistima kvalitetniju i bržu informaciju o najrazličitijim vrstama usluga i ponuda. Time mogućnost za kombiniranje različitih vidova usluga dolazi do punog izražaja, što opet dovodi do daljnjeg povećanja razine ispunjenja očekivanja turista. Sve ove promjene izrazito djeluju i na sam obuhvat turizma u nacionalnom gospodarstvu neke zemlje obzirom da je i splet proizvoda i usluga koji su uključeni u modernu turističku ponudu sve širi i kompleksniji. Navedeno može donekle i otežati procjenu uloge turizma u nacionalnoj ekonomiji.

1. Teorijski okvir istraživanja i metodologija

Nužno istraživanje i procjena učinaka turizma na gospodarstvo pojedine zemlje predmet je interesa brojnih istraživača, gdje su često i stajališta u odnosu na to pitanje prilično suprotstavljena. Međutim, to i ne treba previše čuditi ako se uzme u obzir da je turizam iznimno složena ekonomska kategorija čiji obuhvat u strukturi nacionalnog gospodarstva nije zapravo moguće metodološki potpuno definirati. Čavlek et al. (2011) navode kako još uvijek nije postignut jedinstveni globalni konsenzus oko metodoloških postupaka po kojima bi, na unificiran način, u svakome nacionalnom gospodarstvu bilo moguće utvrditi cjeloviti obuhvat turizma, odnosno kako nema jedinstvene metodologije za odabir kriterija prema kojima će se voditi statistika turizma i mjeriti njegovi ekonomski učinci. Kao opravdani razlozi tomu ističu se gospodarske, društvene i političke razlike među pojedinim zemljama. Gospodarski značaj turizma određen je ne samo razinom turističke aktivnosti koja se odvija, već i tipom i prirodom gospodarstva koje se razmatra. Tako primjerice uloga turističkih aktivnosti za zemlju u razvoju može biti iznimno značajna u smislu da generira dotok (priljev) deviza, ili da omoguću veću fleksibilnost cijena u izvoznim industrijama. S druge strane, u nekom razvijenom gospodarstvu ta će se uloga, među ostalim, ogledati u sposobnosti turizma da pomaže strategijama diverzifikacije proizvoda te da suzbija regionalne razvojne neravnoteže.

Prema Čavlek, Bartoluci i Kesar (2011), za potrebe makroekonomske analize utjecaja turizma na gospodarstvo najčešće se koriste sljedeći pristupi u podjeli ekonomskih učinaka turizma:

- Podjela na fizičke i financijske - fizički se učinci odnose na kvantitativne pokazatelje kao što su primjerice broj ostvarenih noćenja, struktura potražnje prema zemljama iz kojih turisti dolaze, broj i struktura zaposlene radne snage, dok se financijski učinci odnose na vrijednosti kao što su udio turizma u BDP-u, prihodi od boravišne pristojbe, veličina i struktura turističke potrošnje i dr.

- Podjela na izravne i neizravne – izravni učinci nastaju u inicijalnoj fazi gospodarski kretanja kao posljedica turističke potrošnje dok neizravni učinci nastaju kao lančana reakcija na ostvarene izravne učinke.

- Podjela na pozitivne i negativne učinke turizma. Pozitivni ekonomski učinci mogu biti: rast dohotka subjekata turističke ponude, rast bruto domaćeg proizvoda, rast javnih prihoda, rast kapitalnih ulaganja; Negativni ekonomski učinci turizma su: prekomjerna gospodarska ovisnost o turizmu, sezonalnost, rast cijena nekretnina na turistički receptivnim prostorima, odljev sredstava iz destinacije zbog uvoza roba i/ili plaćanja inozemne radne snage, rast društvenih troškova zbog razvoja turizma i dr.

Upravo zbog brojnih različitosti, na globalnoj razini usuglašen je samo osnovni paket klasifikacija i definicija potrebnih za sastavljanje uniformiranog i metodološki konzistentnog statističkog sustava za potrebe turizma pod nazivom Satelitski račun turizma (TSA).

Satelitski račun turizma ima zadaću procijeniti izravni ekonomski doprinos turizma nacionalnom gospodarstvu te je svojevrsni alat i okvir za kvantificiranje veličine i obuhvata turizma u okviru nacionalnog računovodstva. Međunarodno je prepoznat kao najprikladniji pristup za mjerenje ekonomskog značaja turizma, te istovremeno i kao važna informacijska podloga za analizu turizma (Dwyer, Forsyth i Spurr, 2007). Ova metodologija ustanovljena je od strane Ujedinjenih naroda (UN) i Svjetske turističke organizacije (WTO). Cooper et al. (2008) naglašava kako se ova metoda razlikuje od uobičajenih modela ekonomskog utjecaja (*economic impacts models*), koji pokušavaju procijeniti neto ekonomske koristi povezane s ekonomskom aktivnošću, no da bi bio upotrebljiv, turistički satelitski račun mora biti izgrađen na input-output modelu, a temelji se na konceptu potražne strane ekonomskih aktivnosti iz razloga što ta industrija ne proizvodi i ne pruža homogeni proizvod ili uslugu kao što to čine tradicionalne industrije. Turizam je industrijska aktivnost definirana raznovrsnom paletom proizvoda

(trajnih i netrajnih) i usluga (prijevoz, smještaj, hrana, piće, zabava, državne usluge itd.). U tom smislu, ključna kategorija satelitskog izračuna je Bruto dodana vrijednost (BDV), iskazana u domaćoj valuti ili eurima, koju turizam generira u djelatnostima kao što su hotelijerstvo, ugostiteljstvo, putnički promet i proizvodnja roba i usluga široke potrošnje. Samo taj pokazatelj pruža precizan uvid u utjecaj turizma na BDP. Blažević (2007) ističe dva osnovna agregata potražnje u satelitskom računu turizma:

- 1) Ukupna turistička potrošnja predstavlja vrijednost dobara i usluga koje konzumiraju turisti. Taj osnovni agregat potražnje koristi se za konstruiranje eksplicitno definiranog industrijskog ekvivalenta na strani ponude, u svrhu usporedbe sa svim ostalim industrijama. Ukupna turistička potrošnja uključuje domaću turističku potrošnju, turističku potrošnju za poslovna putovanja od strane vlade i industrije, zatim individualnu turističku potrošnju javnih usluga agencija i ministarstava koja, te stranu turističku potrošnju, koja obuhvaća potrošnju inozemnih turista na dobra i usluge.

- 2) Sveukupna turistička potrošnja koja se nastavlja na ukupnu turističku potrošnju kako bi obuhvatila turistička dobra i usluge povezane s rezidualnim komponentama finalne potražnje. Koristi se u prikazivanju šireg učinka turizma na cijelo gospodarstvo. Među rezidualne elemente sveukupne turističke potrošnje pripadaju: kolektivna turistička potrošnja javnih usluga agencija i ministarstava povezanih s turizmom, ali koja generalno koristi cjelokupnoj zajednici (npr. turistička promocija i sl.), zatim kapitalne investicije u turističke usluge od strane turističkih investitora (privatni sektor) i vladinih agencija (javni sektor) kako bi se turistima ponudili objekti, oprema i infrastruktura, te na kraju izvoz specifičnih turističkih dobara i usluga koja uključuju potrošačka dobra poslana u inozemstvo za finalnu prodaju turistima (npr. odjeća, elektronika, gorivo i sl.)

Među bitnim koristima satelitskog računa turizma Šutalo, Ivandić i Marušić (2011) ističu tri posebno važna momenta. Prvi je unapređenje pretpostavki za vođenje nacionalne turističke politike i definiranje marketinške strategije. Drugi je vezan uz usklađivanje sustava statistike turizma, a treći proizlazi iz povećanja primjene turističkih istraživanja u turističkom sektoru. Dodatno se može istaknuti i prednost vezano za povezivanje s računovodstvom zaštite okoliša, kao i jačanje uloge turističke administracije. Međutim, naglašavaju i nedostatak input-output analize jer omogućuje sagledavanje samo pozitivnih učinaka turizma na ekonomsku aktivnost, uz zanemarivanje negativnih učinaka.

Fretchling (2010) naglašava kako je TSA, koji se kao metoda strogo vezuje uz Sustav nacionalnih računa, definira kao službeni statistički instrument koji može:

- predviđati obujam turizma, njegov izravan gospodarski doprinos BDP-u i stopi zaposlenosti u jednoj godini te
- omogućiti usporedivost podataka ne samo između zemalja, već i između pojedinih gospodarskih djelatnosti.

Kao što ime turističke satelitske bilance/računa (TSA) upućuje, radi se o skupu bilanci koje mogu biti korištene za određivanje opsega ili značenja turizma unutar gospodarstva, međutim ne i za određivanje utjecaja turizma. Sustav TSA po prvi je puta primijenjen 1994. godine za procjenu ekonomskih učinaka turizma u Kanadi. Temelji se na nacionalnim bilančnim podacima (nacionalnim računima) te drugim statističkim izvorima, ali ove se informacije preuređuju tako da se posebno izdvaja turistička aktivnost unutar određene nacionalne aktivnosti. Kao i input-output modeli, one također pružaju način pomoću kojeg se turizam može promatrati analogno s drugim industrijama i izvan međunarodnih utjecaja. Temeljna filozofija TSA je povećanje kredibiliteta turizma, koji „trpi“ jer se ne uklapa u jedinstvenu klasifikaciju gospodarskih djelatnosti, a njegov društveno-ekonomski utjecaj je često teško izmjeriti. Svakako, satelitski račun turizma danas predstavlja najsuvremeniji pristup prikupljanju, prezentiranju i uspoređivanju nacionalnih statistika turizma pružajući značajne prednosti za one koji iz perspektive ekonomike turizma žele utvrditi, analizirati i opisati potražnju za robama i uslugama koju generiraju posjetitelji te povezati tu potražnju s njihovom ponudom u okviru gospodarstva. Buccellato, Webber i White (2010) posebno ističu vjerodostojnost, integritet i usporedivost podataka s turizmom po državama i godinama. Sublimirajući dakle prethodno iznesene ključne pretpostavke i odrednice TSA metode, može se utvrditi kako velika većina autora upravo ističe i afirmira ključne prednosti i koristi ove metodologije praćenja turizma i njegovih učinaka jer omogućuje široku i preglednu demonstraciju stvarnih učinaka turizma, kao i usporedbe s ostalim zemljama. Upravo u kontekstu usporedbi, u nastavku rada pristupa se analizi i komparaciji rezultata iz relevantnih izvještaja u odnosu na učinke turizma na gospodarstva Hrvatske i odabranih zemalja EU (Španjolska, Italija, Portugal i Malta).

2. Rezultati i rasprava

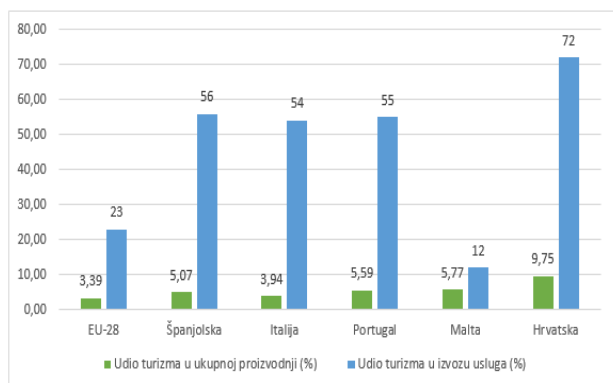
Za potrebe empirijskog dijela rada, primijenilo se kvantitativno istraživanje, odnosno metode statističke analize uz komparativnu analizu sekundarnih podataka prikupljenih iz renomiranih baza podataka poput Eurostata, Svjetske banke te OECD-a. Odabrane su određene zemlje EU (Španjolska, Italija, Portugal, Malta i Hrvatska) iz razloga jer su to svakako ključne zemlje iz konkurentskog kruga mediteranskih turističkih zemalja. Primarno je bila ideja uključiti Grčku u analizu, međutim zbog nedostajućih podataka za većinu varijabli od interesa, odabrana je Malta umjesto Grčke. Analiza koja obuhvaća varijable sa strane ponude temelji se na makroekonomskim varijablama kao što su bruto dodana vrijednost, bruto domaći proizvod i unutarnja potrošnja vezana uz turizam te njihova usporedba s tim veličinama za cjelokupno gospodarstvo. Ove varijable su bitne za mjerenje važnosti turizma u gospodarstvu u cjelini, kao i radi usporedbe s ostalim gospodarskim djelatnostima.

TABLICA 1: POKAZATELJI TURIZMA ZA EU-28 I ODABRANE ZEMLJE

Zemlja	Ukupna turistička potrošnja (milijuna EUR)	Bruto dodana vrijednost turizma (milijuna EUR)	Domaća ponuda ukupno (milijuna EUR)	Udio turizma (%)
EU-28	1.276.000	869.092	37.672.000	3,39
Španjolska	123.899	236.131	2.446.123	5,07
Italija	146.334	87.823	3.711.419	3,94
Portugal	23.321	11.147	417.076	5,59
Malta	1.150	331	19.947	5,77
Hrvatska	10.441	4.215	107.089	9,75

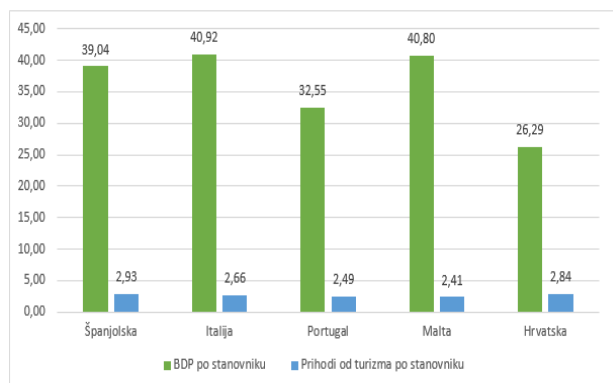
Izvor: izrada autora temeljem podataka iz baza Eurostata

TSA je kao što je ranije istaknuto, proširenje Sustava nacionalnih računa. Kao rezultat navedenog, sastavljaju se stoga informacije o ponudi i potražnji u turizmu. To znači da potencira gospodarsku aktivnost ostvarenu u djelatnostima povezanim s turizmom i prikazuje turizam u kontekstu cjelokupnog gospodarstva i uz druge sektore.

GRAFIKON 1: POKAZATELJI ULOGE TURIZMA U GOSPODARSTVU ZA ODABRANE ZEMLJE EU

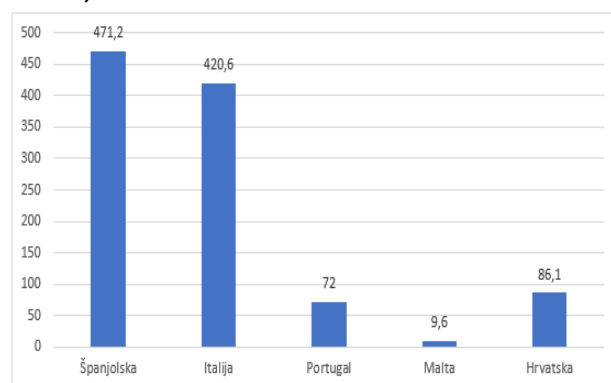
Izvor: izrada autora prema podacima Svjetske banke i Eurostata

Kao što se može uočiti u tabličnom i grafičkom prikazu (gore), u odnosu na promatrane zemlje, Hrvatska ima relativno visok udio turizma (blizu 10%) u ukupnoj proizvodnji roba i usluga, dok je prosjek svih zemalja EU na razini od 3,4%. Kod ostalih promatranih zemalja (Španjolska, Portugal, Malta) taj se udio kreće na razini od oko 5%, dok je kod Italije nešto niži od 4%. Ovi podaci samo potvrđuju dobro poznatu činjenicu da je u Hrvatskoj turizam iznimno intenzivna djelatnost koja u nacionalnoj ekonomiji zauzima bitnu ulogu i od koje neminovno ovise i mnoge druge grane gospodarstva. Što se tiče podataka o udjelu turizma u ukupnoj strukturi izvoza, Hrvatska također ima iznimno visok udio (72%), što upućuje na zaključak da je turizam još uvijek ključni hrvatski izvozni proizvod. Kod Španjolske, Italije i Portugala radi se o nešto nižem udjelu (oko 55%), te Malte 12%, dok je prosjek na razini svih zemalja EU 23%. Na grafikonu 2 prezentirani su podaci o BDP-u po glavi stanovnika za odabrane zemlje te prihodi od turizma po glavi stanovnika.

GRAFIKON 2: BDP PO STANOVNIKU I PRIHODI OD TURIZMA PO STANOVNIKU ZA 2019. (U 000 USD)

Izvor: izrada autora prema podacima Svjetske banke i Eurostata

Nadalje, u grafikonu 3 prikazani su podaci o ostvarenim noćenjima za promatrane zemlje. Kao što se može uočiti, Španjolska s 471 milijun ostvarenih noćenja je među promatranim zemljama vodeća turistička zemlja u 2017. godini. Dobri turistički pokazatelji ove zemlje svakako se mogu objasniti bogatstvom prirodnih, kulturnih i ostalih resursa, međutim isto tako ne treba zanemariti da je Španjolska najkonkurentnija svjetska turistička zemlja.¹ Pritom dakako treba istaknuti i činjenicu o visokim vrijednostima indeksa konkurentnosti koje ostale zemlje EU kontinuirano ostvaruju u ovim mjerjenjima. Tako primjerice među 10 najbolje ocijenjenih zemalja u sklopu globalnog Izvješća za 2019. godinu, 5 zemalja su članice EU, dok među 3 najbolje ocijenjene zemlje, sve te 3 zemlje su članice EU (Španjolska, Francuska i Njemačka). To dodatno potvrđuje koliko je turizam u Europskoj uniji visoko razvijen i konkurentan. Italija je u sklopu navedenog izvješća pozicionirana na 8. mjestu, Portugal na 12. mjestu, Malta na 35. mjestu, dok je Hrvatska na 27. mjestu. Međutim, Hrvatska već u nekoliko posljednjih mjerenja ostvaruje sve bolju pozicioniranost pa je tako u odnosu na izvješće iz 2017. godine napredovala za 5 mjesta. To je svakako ohrabrujuće i upućuje na zaključak kako Hrvatska posljednjih godina podiže kvalitetu svog turizma uslijed novih javnih i privatnih investicija, napora za produljenje sezone, jačanja kontinentalnog turizma, značajnijeg korištenja sredstava EU fondova itd.

GRAFIKON 3: OSTVARENA NOĆENJA U 2017. GODINI (U MILIJUNIMA)

Izvor: izrada autora prema podacima Svjetske banke

Dakle, kao što je vidljivo iz prezentiranih podataka, Španjolska i Italija ostvaruju preko 400 milijuna noćenja turista godišnje, dok Hrvatska, Portugal i Malta ostvaruju manje od 100 milijuna noćenja. Zanimljivo je uočiti da Portugal ostvaruje 14,1 milijuna noćenja

¹ Prema izvještajima Svjetskog ekonomskog foruma, koji u suradnji sa Svjetskom turističkom organizacijom, za potrebe izrade indeksa konkurentnosti putovanja i turizma (The Travel & Tourism Competitiveness Indeks – TTCI) u sklopu opsežne studije - izvješća

koje se objavljuje svake dvije godine, daje podatke o mjeri konkurentnosti turizma za oko 130 zemalja iz cijeloga svijeta.

manje od Hrvatske u promatranoj godini, međutim ukupni prihodi koje Portugal ostvaruje od turističke potrošnje dvostruko su veći od onih koje ostvaruje Hrvatska. To upućuje na zaključak o još uvijek relativno niskoj kvaliteti hrvatske turističke ponude. Ključni problemi hrvatskog turizma svakako su i složeniji te mnogi od njih proizlaze i iz strukturnih problema hrvatskog gospodarstva, no svakako među temeljne probleme i izazove za budućnost pripadaju sezonski karakter poslovanja, nepovoljna struktura smještajnih objekata, neadekvatna destinacijska turistička infrastruktura, kao i relativno niska razina investicija u ovaj sektor.

U nastavku, prema uzoru na istraživanje koje su proveli Nerad, O'Rourke i Koščak (2021) u kojemu analiziraju izravne i neizravne učinke turizma na BDP metodom TSA, za Sloveniju i njena najveća turistička tržišta (Austrija, Italija i Njemačka) analizirat će se učinak turizma u ranije odabranim EU zemljama (Španjolska, Italija, Portugal, Grčka i Hrvatska). Kroz istraživanje, Nerad, O'Rourke i Koščak dokazuju kako je dodana vrijednost izračunata pomoću satelitskog računa turizma barem 2% viša u ove četiri zemlje od dodane vrijednosti izračunate tradicionalnim statističkim metodama. Kako bi potvrdili navedenu tvrdnju, provjerena je pretpostavka jednosmjerne analize varijance Levenovim testom te je proveden t-test za nezavisne uzorke.

TABLICA 2: UČINAK TURIZMA U ODABRANIM ZEMLJAMA ZA RAZDOBLJE 2007.-2010. I 2014.-2016.

	N	Aritmetička sredina (\bar{x})	Standardna devijacija (σ)	Razlika	t	p
Izravni učinak (u % BDP-a)	35	5,21	0,981	6,72	11,44	<0,001
Ukupni učinak (u % BDP-a)	35	11,93	0,787			

Izvor: izračun autora prema podacima Eurostata i Svjetske banke

TABLICA 3: UČINAK TURIZMA U ŠPANJOLSKOJ ZA RAZDOBLJE 2007.-2010. I 2014.-2016.

	N	Aritmetička sredina (\bar{x})	Standardna devijacija (σ)	Razlika	t	p
Izravni učinak (u % BDP-a)	7	5,56	0,334	3,42	3,55	<0,05
Ukupni učinak (u % BDP-a)	7	8,98	0,807			

Izvor: izračun autora prema podacima Eurostata i Svjetske banke

TABLICA 4: UČINAK TURIZMA U ITALIJI ZA RAZDOBLJE 2007.-2010. I 2014.-2016.

	N	Aritmetička sredina (\bar{x})	Standardna devijacija (σ)	Razlika	t	p
Izravni učinak (u % BDP-a)	7	4,56	0,445	8,12	18,41	<0,001
Ukupni učinak (u % BDP-a)	7	12,68	1,38			

Izvor: izračun autora prema podacima Eurostata i Svjetske banke

TABLICA 5: UČINAK TURIZMA U PORTUGALU ZA RAZDOBLJE 2007.-2010. I 2014.-2016.

	N	Aritmetička sredina (\bar{x})	Standardna devijacija (σ)	Razlika	t	p
Izravni učinak (u % BDP-a)	7	6,62	0,863	6,55	15,47	<0,001
Ukupni učinak (u % BDP-a)	7	13,17	1,21			

Izvor: izračun autora prema podacima Eurostata i Svjetske banke

TABLICA 6: UČINAK TURIZMA U MALTI ZA RAZDOBLJE 2007.-2010. I 2014.-2016.

	N	Aritmetička sredina (\bar{x})	Standardna devijacija (σ)	Razlika	t	p
Izravni učinak (u % BDP-a)	7	5,04	0,450	6,94	9,77	<0,001
Ukupni učinak (u % BDP-a)	7	11,98	1,19			

Izvor: izračun autora prema podacima Eurostata i Svjetske banke

TABLICA 7: UČINAK TURIZMA U HRVATSKOJ ZA RAZDOBLJE 2007.-2010. I 2014.-2016.

	N	Aritmetička sredina (\bar{x})	Standardna devijacija (σ)	Razlika	t	p
Izravni učinak (u % BDP-a)	35	9,98	0,861	8,26	13,54	<0,001
Ukupni učinak (u % BDP-a)	35	18,24	1,92			

Izvor: izračun autora prema podacima Eurostata i Svjetske banke

Kao što ističu Nerad, O'Rourke i Koščak (2021), kroz ovakvu se analizu mogu potvrditi konstatacije brojnih autora koji naglašavaju kako TSA metoda pruža mogućnost preciznog mjerenja veličine i obuhvata turističkog sektora. Kao što sugeriraju Frent i Fretchling (2015), iznimno je važno da sve zemlje uzmu u obzir metodologiju Ujedinjenih naroda prilikom dizajniranja TSA računa, jer u protivnom, odnosno kod polovičnog pridržavanja ove metodologije, glavna ideja i svrha TSA metode će biti umanjena, a kao jedna

od primarnih svrsi je upravo usporedivost učinka mjera na turizam u svim zemljama. U odnosu na rezultate Satelitskog računa turizma za Hrvatsku, evidentna je višegodišnja relativno visoka razina ovisnosti hrvatskog gospodarstva o turizmu, posebice uzimajući u obzir usporedbe s ostalim promatranim zemljama. S obzirom na navedeno trebala bi postojati određena zabrinutost u smislu osjetljivosti na potencijalno moguće prijeteće čimbenike kojima nije moguće upravljati; poput aktivnosti konkurenata, slabe zaštite turističkih lokaliteta, prijetnji terorizma, novih zdravstvenih kriza i ograničenja putovanja, prirodnih nepogoda i sl. Procese planiranja treba stoga ubuduće pažljivo promišljati, kojima se turizam integrira u postojeći, odnosno planirani gospodarski rast.

3. Zaključak

Izravan i neizravan ekonomski utjecaj turizma na nacionalna gospodarstva diljem svijeta uglavnom je pozitivan, međutim sa sobom donosi i neke negativne aspekte. Cooper et al. (2008) naglašavaju kako izbor turizma kao razvojne opcije treba prihvatiti tek nakon što se uzmu u obzir svi čimbenici koji utječu na društveni razvoj i resursnu osnovu na kojoj se temelji turistički razvoj. Navedeno upućuje na to da je pri planiranju turizma potrebno uvažavati sve utjecaje, kako pozitivne, tako i negativne koje turizam može implicirati kako u ekološkom, sociološkom i kulturološkom, tako i u ekonomskom smislu. Uglavnom, kako u literaturi, tako i u stručnoj ekonomskoj javnosti, ipak je opće prisutno isticanje pozitivnih aspekata ekonomskih utjecaja. Zato je, putem i ovakvih metoda, bitno nastojati precizno utvrditi koliko je turistička potrošnja značajna za gospodarstvo da bi se kreatorima turističkih politika i donositeljima razvojnih strategija omogućilo donošenje kvalitetnijih odluka za budućnost. U odnosu na Hrvatsku i njeno gospodarstvo, analiza glavnih pokazatelja kretanja u hrvatskom turizmu te njihova usporedba s pokazateljima drugih zemalja s intenzivnom turističkom aktivnošću, uz dominaciju proizvoda „sunce i more“, upućuju na zaključak da hrvatski turizam ostvaruje relativno dobre rezultate u smislu fizičkog rasta prometa, rasta prihoda od turizma, produktivnosti rada i dr. Međutim, kao što je i ranije istaknuto, postoji još jako puno prostora za poboljšanja, posebno ako se turizam stavi u širi makrokontekst cjelokupnog hrvatskog gospodarstva, koje se još uvijek na određeni način „bori“ s tipičnim izazovima prelaska iz faze tranzicije u fazu konkurencije. Strukturni ekonomski pomaci se u budućnosti ne mogu zasigurno zasnivati primarno na

turizmu jer ta industrija trenutno nema dovoljan sadržaj inovacija, znanja i više dodane vrijednosti. Nadalje, uzimajući u obzir postojeće resurse kojima Hrvatska raspolaže, kako fizičke tako i prirodne, može se zaključiti kako su posljednjih godina dosegnuti prilično dobri rezultati u smislu fizičkih pokazatelja poslovanja turizma. Međutim, glavni naglasak u budućnosti trebalo bi staviti na dodatno povećanje kvalitete kao i na razvoj i kreiranje inovativnih prepoznatljivih turističkih proizvoda više dodane vrijednosti, sve s ciljem povećanja efikasnosti i profitabilnosti turističke industrije. Aktivnosti i principi u tom smjeru trebali bi podrazumijevati diferenciranje ponude, bolju standardizaciju, povećanje broja hotelskih kapaciteta i njihove kvalitete, promoviranje održivog turizma, produljenje sezone, a time i povećanje iskorištenosti svih kapaciteta. Ukoliko bi se ovakve aktivnosti provodile koordinirano i sustavno te u sinergiji sa stvaranjem boljih uvjeta za privlačenje investitora u turističke projekte, u srednjem i dužem roku moglo bi se očekivati i željene rezultate. U prilog svemu navedenom dodatno može ići i argument da ulazak u EU ipak još nije završio svoj cjelokupni strukturni utjecaj.

Literatura

- [1] Bartoluci, M. (2013). Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb
- [2] Blažević, B. (2007). Turizam u gospodarskom sustavu, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija
- [3] Buccellato, T., Webber, D., & White, S. (2010). The Experimental Tourism Satellite Account for the United Kingdom (E-UKTSA), Economic & Labour Market Review, 4(10), 39-61
- [4] Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S. (2005). Tourism: principles and practice, England
- [5] Crouch, G.I.; Ritchie, B. (2003). The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective, World Tourism Education and Research Centre, University of Calgary
- [6] Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar O. i suradnici (2011). Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb
- [7] Čorak, S., et al. (2011). Izazovi upravljanja turizmom, Institut za turizam, Zagreb
- [8] Dulčić, A.; Petrić, L. (2001). Upravljanje razvojem turizma. Mate, Zagreb
- [9] Dumičić et al. (2011). Poslovna statistika, Element d.o.o., Zagreb
- [10] Državni zavod za statistiku (DZS): <http://www.dzs.hr>
- [11] Dwyer, L., Forsyth, P., Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: New and old approaches, Tourism Management, 25, 307-317
- [12] Europska komisija (2019). Tourism Satellite Accounts in Europe: 2019 edition, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019
- [13] Eurostat: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
- [14] Eurostat: European commission (2009). Tourism Satellite Accounts in the European Union, Volume 1: Report on the implementation of TSA in 27 EU Member States

- [15] Frechtling, D. (2010). The Tourism Satellite Account: A primjer, *Annals of Tourism Research*, 37(1), 136-153
- [16] Frenč, C., Frechtling, D. C. (2015). Assessing a tourism satellite account: A programme for ascertaining conformance with United Nations standards, *Tourism Economics*, 21(3), 543-559
- [17] Gržinić, J. (2014). *Međunarodni turizam*. Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula
- [18] Hendija, Z. (2011). *Organizacijska struktura turizma, Turizam - ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb, str. 80-121.
- [19] Ivandić, N., Marušić, Z. (2017). Implementation of tourism satellite account: Assessing the Contribution of Tourism to the Croatian Economy, In *Evolution of Destination Planning and Strategy*, pp. 149-171. Palgrave Macmillan, Cham
- [20] Koszerek, D. (2018). *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA)*, Information Society and Tourism, Eurostat, Bruxelles
- [21] Mikić, M. i sur. (2011). *Ekonomski leksikon*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža i Masmedia, Zagreb
- [22] Montanari, A., Williams, A. (1995). *European tourism: regions, spaces and restructuring*. Chichester, New York
- [23] Moutinho, L. (2005). *Strateški menadžment u turizmu*. Masmedia, Zagreb
- [24] OECD (2010). *Tourism Satellite Accounts: Data for business and policy development*, In OECD (Ed.), *Tourism trends and policies 2010*, pp. 83-105, Paris
- [25] Papatheodorou, A., Song, H. (2005) *International Tourism Forecasts: A Time Series Analysis of World and Regional Data*. *Tourism Economics*, 11(1): 11-24.
- [26] UNWTO: <http://www2.unwto.org/content/data-0>
- [27] Vukonić, B., Čavlek, N. (2001). *Rječnik turizma*. Masmedia, Zagreb
- [28] Williams, A., Balaz, V. (2001). *Tourism in Transition: Economic Change in Central Europe*. Tauris, London
- [29] World Economic Forum (2020). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Geneva
- [30] World Bank: <http://data.worldbank.org/>