

Analiza ekonomskih koristi i troškova od turizma na primjeru gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije

Vukan, Maja

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:958969>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-19**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET



DIPLOMSKI RAD

**Analiza ekonomskih koristi i troškova od turizma na primjeru
gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije**

Mentor:

doc.dr.sc Blanka Šimundić

Student:

Maja Vukan, 2160730

Split, kolovoz 2018.

1 Sadržaj

1. Uvod	4
1.1. Problem istraživanja	4
1.2. Predmet istraživanja	8
1.3. Istraživačka pitanja	9
1.4. Ciljevi i svrha istraživanja	9
1.5. Metode istraživanja	9
1.6. Doprinos istraživanja	10
1.7. Struktura diplomskog rada	11
2. Uloga turizma u gospodarskom rastu i razvoju	12
2.1. Pojam gospodarskog rasta i razvoja	12
2.1.1. Pregled ekonomske misli o gospodarskom rastu i razvoju	13
2.2. Turizam i njegova uloga u gospodarstvu	18
2.2.1. Pojam turizma i turističkog sustava	18
2.2.2. Ekonomske funkcije turizma	22
2.2.3. Turizam i gospodarski rast i razvoj	25
2.2.4. Ekonomske koristi i troškovi od turizma	28
2.2.4.1. Ekonomske koristi turizma	28
2.2.4.2. Ekonomski troškovi od turizma	31
3. Splitsko-dalmatinska županija – turizam i struktura gospodarstva	37
3.1. Geografske i demografske karakteristike Splitsko-dalmatinske županije	37
3.2. Struktura gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije	40
3.3. Turizam u Splitsko-dalmatinskoj županiji	46
4. Analiza ekonomskih koristi i troškova od turizma na primjeru gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije	52
4.1. Analiza ekonomskih koristi od turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji	53

4.1.1. Doprinos platnoj bilanci	53
4.1.2. Generiranje prihoda	54
4.1.3. Generiranje zaposlenosti	56
4.1.4. Poticanje poduzetničkih aktivnosti	61
4.2. Analiza ekonomskih troškova od turizma na primjeru gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije	62
4.2.1. Sklonost uvozu	62
4.2.2. Prevelika ovisnost o turizmu	63
4.2.3. Inflacija	65
4.2.4. Oportunitetni trošak	67
4.2.5. Eksternalije	72
5. Zaključna razmatranja	73
LITERATURA	76
TABLICE	81
GRAFIČKI PRIKAZI	82
SLIKE	82
SAŽETAK	84
SUMMARY	85

1. Uvod

1.1. Problem istraživanja

Turizam je jedna od najmasovnijih, najdinamičnijih i najsloženijih društveno-ekonomskih pojava novijeg doba i jedna od najbrže rastućih grana svjetske ekonomije, a predstavlja atraktivnu razvojnu opciju zemalja u razvoju. On obuhvaća široki splet pojava i odnosa koji nastaju za vrijeme turističkog putovanja te zadire u ekonomski, ekološki, socijalni i kulturni aspekt života. Upravo iz tog razloga je i teško definirati turizam i turista i postoji nekoliko definicija. Neke od njih su:

“Turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne duže od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju.” (UNWTO, 2008)

“Turizam je privremeno kretanje u destinacije izvan uobičajenog mjesta stalnog boravka i rada te uključuje aktivnosti za vrijeme boravka u destinaciji i usluge kojima se zadovoljavaju potrebe turista”. (Cooper i suradnici, 2008).

“Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost” (Hunziker i Kraft, 1941.).

S obzirom na tok kretanja turista, turizam možemo podijeliti na:

- Unutarnji turizam - turizam u granicama neke zemlje, na primjer unutarnji turizam Hrvatske obuhvaća putovanja Hrvata i stranaca unutar zemlje.
- Nacionalni turizam - obuhvaća turistička kretanja stanovnika pojedine nacije, unutar zemlje ili izvan nje, odnosno domaći i izlazni turizam.
- Međunarodni turizam - odvija se među pojedinim zemljama, što znači da obuhvaća i ulazni i izlazni turizam (stanovnici zemlje A u zemlju B i obratno).

Prema Kasparu (1975.) sustav turizma se sastoji od podsustava turističke ponude (turistička destinacija u okviru koje djeluju gospodarski subjekti) te podsustava turističke potražnje (turisti). Geić (2008.) također smatra da izvore nastanka turizma treba tražiti u turističkim potrebama nasuprot kojih se nalaze turistička dobra u svom materijalnom i nematerijalnom obliku. Prema tome turizam se može promatrati sa strane turističke ponude te turističke potražnje.

Iako su različite forme putovanja postojale i u najranijim civilizacijama, masovna turistička putovanja počinju tek u 19. i 20. stoljeću. Sve veću potražnju za turističkim putovanjima uzrokovao je napredak kulture i civilizacije, posebice u sferi prometa te ubrzani tehnički, tehnološki i gospodarski razvoj društva koji i dalje stvaraju sve povoljnije uvjete za ekspanziju turističkih putovanja. Razni čimbenici su kroz povijest utjecali na povećanje turističke potražnje, od napretka gospodarstva, povećanja zaposlenosti, većeg blagostanja društva, porasta životnog standarda te kupovne moći do životnog okruženja i obrazaca življenja suvremene civilizacije (Geić, 2007.). Naime, uz tehnološki i gospodarski razvitak društva tekao je i proces upravnog i političkog uređenja pa su tako uz porast demokracije i izborena prava na plaćeni godišnji odmor, ovi procesi rezultirali time da je danas znatna većina svjetske populacije uključena u turističke tijekove te se turistička potražnja sve više povećava.

Prema pokazateljima UNWTO (2016) međunarodni turizam raste iz godine u godinu. Turizam generira 10% svjetskog BDP-a te 7% svjetskog izvoza (UNWTO, 2016). Većina destinacija u svijetu postale su turistička odredišta i za mnoge je turizam postao element nacionalne razvojne politike. Danas je turizam bitan gospodarski i društveni čimbenik. Najbrže rastući gospodarski sektor većine industrijaliziranih zemalja u posljednjih nekoliko godina bio je sektor usluga, a jedan od najvećih segmenata uslužne industrije je turizam (Theobald, 2011). Međutim, jedan od glavnih problema turizma i mjerenja gospodarskih utjecaja turizma jest raznolikost samog sektora. Naime, turistička industrija uključuje hotele, hostele i druge vrste smještaja; restorane i ostale usluge pružanja hrane i pića; usluge prijevoza; usluge pružanja zabavnih sadržaja i atrakcija; darovne trgovine i velik broj drugih poduzeća na čije poslovanje utječe protok turista. Budući da usluge i robe koje kupuju ili koriste turisti, kupuje i koristi i lokalno stanovništvo, utjecaj i doprinos turizma se lako može precijeniti ili pak podcijeniti. Istovremeno upravo navedene raznolikosti sektora, čine turizam sredstvom za gospodarski razvoj u raznim zemljama, regijama ili zajednicama. Kao takav turizam generira pozitivne i negativne učinke na područje u kojem se odvija kao i na cjelokupno gospodarstvo. Prema Sharpley (2016) učinci turizma trebaju se promatrati u kontekstu same destinacije ili regije u kojoj se turizam razvija, u kojoj turisti dolaze u kontakt s lokalnim stanovništvom i okolišom i za koju se žele analizirati učinci, bilo pozitivni ili negativni.

S jedne strane turizam predstavlja potencijalno vrijedan izvor prihoda i zaposlenosti i pokretač je razvoja gospodarstva, infrastrukture, društva i kulture. S druge strane, takav brz

razvoj ne može se ostvariti bez troškova (Sharpley, 2016). Naime, turizam kao industrija iskorištava ljudske i prirodne resurse, ali aktivnosti turista mogu značajno utjecati na destinaciju, okoliš i na lokalnu zajednicu. Prema Sharpleyu (2016) pozitivni i negativni učinci turizma mogu se podijeliti u sljedeće skupine:

- **Ekonomski učinci** – pozadina razvoja turizma je potencijalni doprinos ekonomijama destinacija, posebice u manje razvijenim zemljama gdje je turizam promatran kao pokretač ekonomskog rasta i šireg socio-ekonomskog razvoja. Iako turizam nedvojbeno ima pozitivne učinke na ekonomsku aktivnost destinaciji, postoje i određeni troškovi odnosno negativni ekonomski učinci.

- Ekonomske koristi turizma ogledaju se u:
 - Doprinosu platnoj bilanci, odnosno u povećanju prihoda od međunarodne razmjene.
 - Generiranju prihoda - aktivnosti međunarodnog i domaćeg turizma generiraju prihode za poslovne subjekte i pojedince koji prodaju usluge i dobra turistima. Turizam ima multiplikativni efekt. Primarni izvor prihoda je turistička potrošnja na dobra i usluge koje uključuje smještaj, prijevoz, hranu i piće i kupovinu. Također, postoje i indirektni (sekundarni) izvori prihoda koju obuhvaćaju potrošnju turističkih poslovnih subjekata i usluge građevinske industrije te inducirani (tercijalni) izvori prihoda, odnosno prihodi od turizma koji se potroše u lokalnom gospodarstvu kao inducirana potrošnja. Turizam može biti i značajan izvor prihoda za državni proračun kroz različite poreze.
 - Generiranju zaposlenosti – turizam je radno-intezivna djelatnost i kao takva doprinosi stvaranju novih radnih mjesta, a pri tome donosi i specifičnosti zaposlenosti ovisno o poslovima i sezonskom karakteru turizma. Naime to su najčešće radno-intezivni poslovi koji ne zahtijevaju visoku razinu znanja i sposobnosti, a prilike za napredak su ograničene.
- Ekonomski troškovi ogledaju se u:
 - Sklonosti uvozu – podrazumijeva trošak uvoza robe i usluga ili propuste uvoza kako bi se zadovoljile potrebe turističke djelatnosti.
 - Prevelikoj ovisnosti o turizmu – opasnost da gospodarstvo postane ovisno o jednom sektoru, odnosno turizmu, čije su djelatnosti izrazito osjetljive. Ovisnost o turizmu može se mjeriti udjelom turizma u BDP-u.
 - Inflaciji – turizam može uzrokovati inflaciju posebno tijekom sezone. Također može uzrokovati rast cijena zemljišta i nekretnina u turističkim područjima.

- Oportunitetnom trošku – oportunitetni trošak uspoređuje koristi turizma sa koristima ravijanja nekog drugog sektora.
- Eksternalijama – razvoj turizma uzrokuje dodatne troškove lokalnim zajednicama kao što su troškovi za prikupljanje otpada, upravljanja prometom, uslugama zaštite stanovništva (policija, službe spašavanja, vatrogasci i sl.) te pružanja zdravstvenih usluga.
- **Fizički učinci** – razvojem turizma razvija se i turistička infrastruktura, objekti i atrakcije, a turisti i njihove aktivnosti trajno utječu na okoliš. Fizički učinci turizma obično se promatraju kao negativni, odnosno nazivaju se troškovima okoliša zbog onečišćenja i opterećenja prirodnih resursa. No, razvoj turizma može imati i pozitivne posljedice na okoliš kroz poticanje očuvanja okoliša i stvaranja parkova. Fizički učinci podrazumijevaju trajno restrukturiranje okoliša, generiranje otpada i onečišćenja, turističke aktivnosti te učinke na dinamiku populacije.
- **Socio-kulturološki učinci** – turizam se obično prikazuje kao generator gospodarskog i društvenog razvoja. Kao posljedicu razvoja turizma, destinacije doživljavaju društvene i kulturne promjene. Važno je napomenuti da su sva društva dinamična i da društvo nije imuno na vanjske utjecaje pa tako ni na turizam. Turizam se često promatra kao negativan uzrok nepoželjnih promjena u destinacijskim društvima pa se stoga trebaju precizno odrediti komponente socio-kulturnih promjena.
- **Učinci turizma na lokalnu zajednicu** – lokalne zajednice reagiraju na razvoj turizma i njegove povezane utjecaje na različite načine. Ti odgovori, zauzvrat, mogu odražavati lokalne kulture i vrijednosti, kao i niz specifičnih čimbenika, vezanih za specifičnosti destinacije i strukturu djelatnosti.
- **Učinci turizma na održiv razvoj** – turizam se mora učinkovito planirati i razvijati kako bi se optimizirao njegov razvojni potencijal. Pri razvoju turizma potrebno je paziti na održivost. Važno je mjeriti i nadzirati doprinose turizma lokalnim potrebama i ciljevima. Navedeno je moguće definiranjem pokazatelja održivosti. Pokazatelji održivosti predstavljaju osnovu za praćenje i mjerenje opsega održivosti razvoja turističke destinacije. Pokazatelji uključuju ekonomske i socijalne koristi uzimajući u obzir određene turističke ciljeve kao što su zadovoljstvo turista i ciljeve sezonalnosti. Pomažu identificirati i procijeniti utjecaje na okoliš radi mjerenja učinaka od turizma. Osim toga potrebno je voditi računa i o nosivim kapacitetima destinacije, odnosno broju turista koje destinacija može primiti bez stvaranja negativnih utjecaja na lokalnu zajednicu i na turističke aktivnosti.

Izazov turističkih destinacija je postići održiv turistički razvoj, odnosno uravnotežiti pozitivne i negativne učinke turizma u cilju razvoja cjelokupne destinacije. U ovom radu posebno će se promatrati navedeni ekonomski učinci turizma na primjeru gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije.

1.2. Predmet istraživanja

Splitsko-dalmatinska županija prostorno je najveća županija Hrvatske ukupne površine 14.106,40 km². Broj turističkih dolazaka, noćenja i prihoda u Splitsko-dalmatinskoj županiji raste iz godine u godinu. Tako je u 2016. Splitsko-dalmatinska županija ostvarila 19,2% udjela u ukupnom broju noćenja u Republici Hrvatskoj. Prema podacima DZS-a na području Splitsko-dalmatinske županije u prvih sedam mjeseci 2018. u komercijalnim smještajnim objektima ostvareno je 1,77 milijuna dolazaka turista koji su ostvarili 8,75 milijuna noćenja, što je porast od 8% u dolascima i 7% u noćenjima u odnosu na prethodnu godinu. Značajno je napomenuti da regija Srednja Dalmacija počinje sve više bilježiti porast udjela u ukupno ostvarenom turističkom prometu na razini Republike Hrvatske (Turistička Zajednica SDŽ, 2016). Promatrajući broj i udio prijavljenih potreba za zaposlenima po djelatnostima, prema podacima 26. izvješća o stanju u Splitsko-dalmatinskoj županiji (2017), dominiraju one djelatnosti koje određuju kretanja u gospodarstvu, a to su djelatnosti prije svega uslužnog i sezonskog karaktera, odnosno turističke djelatnosti. Tako udio potreba za zaposlenima u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane iznosi najviših 22,4% (u prethodnoj godini 19,9%). Od ukupnog broja prijavljenih potreba, potrebe za sezoncima iznose 7.330 (u 2015. godini – 5.641), što čini 29,6% svih ukupnih potreba. Prema Šimundić (2012) Prihodi od putovanja u Splitsko-dalmatinskoj županiji iznosili su 16,7% od ukupnih prihoda od putovanja u Republici Hrvatskoj. Također podaci pokazuju da u Splitsko-dalmatinskoj županiji priljev deviza od turizma ne samo da pokriva deficit robne razmjene već ga premašuje za 3 puta (Šimundić, 2011). Unatoč velikom potencijalu i rastu turizma, Splitsko-dalmatinska županija danas spada u drugu najgoru skupinu po indeksu razvijenosti i 12. je po indeksu gospodarske snage (HGK, 2016), a 15. po BDP-u po stanovniku (HGK, 2016).

Iako broj turističkih dolazaka, noćenja i prihoda od turizma raste iz godine u godinu, kada se županijski BDP podjeli po stanovniku, Splitsko-dalmatinska županija se nalazi u donjoj polovici svih županija. Zbog svega navedenog predmet istraživanja ovog rada bit će stanje

gospodarstva i analiza ekonomskih koristi i troškova od turizma na gospodarstvo Splitsko-dalmatinske županije.

1.3. Istraživačka pitanja

Na temelju definiranog problema istraživanja i predmeta istraživanja, definiraju se istraživačka pitanja:

P1: Može li turizam biti pokretač gospodarskog rasta Splitsko-dalmatinske županije?

P2: Može li turizam, kao dominantna djelatnost-sektor, donijeti Splitsko-dalmatinskoj županiji dugoročno održiv gospodarski rast i razvoj?

Navedena pitanja moći će se odgovoriti nakon analize stanja gospodarstva u Splitsko-dalmatinskoj županiji te povezivanja istog sa pozitivnim i negativnim učincima turizma.

1.4. Ciljevi i svrha istraživanja

Svrha ovog istraživanja je istražiti izazove i prilike s kojima se suočavaju regije kojima je turizam razvojna opcija, odnosno dominantna djelatnost. Ovaj rad suočit će pozitivne i negativne učinke turizma, odnosno analizirat će ekonomske koristi i troškove od turizma na gospodarstvo Splitsko-dalmatinske županije. Glavni istraživački ciljevi su:

- Definirati pozitivne i negativne učinke turizma.
- Analizirati stanje gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije s posebnim osvrtom na ulogu turizma.
- Definirati ekonomske koristi i troškove od turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji.
- Predložiti smjernice za daljni razvoj turističke ponude i gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije.

1.5. Metode istraživanja

Ovo istraživanje podrazumijeva deduktivan pristup, odnosno na temelju teorije prikupljaju se podatci i objašnjavaju se uzročni odnosi među varijablama. Kao takvo podrazumijeva korištenje:

- Metode analize, to jest postupka raščlanjivanja složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente.

- Metode sinteze, odnosno postupka objašnjavanja stvarnosti putem jednostavnih sudova u složenije. Metoda sinteze je način sistematiziranja znanja po zakonostima formalne logike.
- Metode apstrakcije, odnosno misaonog postupka bilo kakvog odvajanja bilo općeg i eliminiranje posebnog, bilo misaonog postupka odvajanja posebnog i individualnog, zanemarivanjem općeg.
- Metode konkretizacije koja podrazumijeva shvaćanje jedinstva apstraktno-općeg u posebnom i individualnom, shvaćanje jedinstva apstraktno-posebnog s općim u svakom predmetu ili pojavi.
- Metode generalizacije, to jest misaonog postupka upućivanja kojim se od jednog posebnog pojma dolazi do općenitijeg koji je po stupnju viši od ostalih pojedinačnih.
- Metode kompilacije koja podrazumijeva preuzimanje tuđih rezultata znanstvenoistraživačkog rada.
- Metode deskripcije, odnosno postupka jednostavnog opisivanja ili očitavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.
- Metode dokazivanja u kojoj su ukomponirane gotovo sve metode. Svrha metode je utvrditi točnost neke spoznaje.

Da bi se ostvarili ciljevi i ispunila svrha, zaključci će se donijeti na temelju sekundarnih podataka, a istraživanje će se provesti kvalitativnom metodologijom kojoj je svrha dublji uvid i razumijevanje istraživanih problema. U ovom radu za analizu studije slučaja odabrana je Splitsko-dalmatinska na primjeru čijeg gospodarstva će se analizirati ekonomske koristi i troškovi od turizma. Metoda analize slučaja koristi se kako bi se bolje razumjela suština problema, razvile općenitije teorijske tvrdnje, stvorila tipologija ili kategorije koje se odnose na društvene pojave ili razvile nove hipoteze, pretpostavke ili pitanja koja se kasnije provjeravaju.

1.6. Doprinos istraživanja

Turizam je sektor koji raste iz godine u godinu te kao takav uzrokuje pozitivne i negativne učinke na područjima na kojima se odvija. Postoje brojna istraživanja o učincima turizma, ali učinci se ne mogu poopćiti jer svaka destinacija ima svoje specifičnosti unutar kojih ih je potrebno promatrati. Ovo istraživanje doprinijet će boljem razumijevanju turizma kao specifičnog sektora na području Splitsko-dalmatinske županije. Kroz analizu stanja u

gospodarstvu nastojat će se doći do zaključka o učincima turizma na razvoj gospodarstva te će se na taj način doprinijeti stvaranju realnije slike stanja koje turizam generira, a koju bi svakako trebalo uzeti u obzir pri daljnjim istraživanjima i formiranju politika i strategija za razvoj promatranog područja.

1.7.Struktura diplomskog rada

U prvom dijelu diplomskog rada predstavljen je problem i predmet istraživanja, definirana su istraživačka pitanja i ciljevi istraživanja te su prikazane metode istraživanja i doprinosi istraživanja. U drugom poglavlju dan je kratak pregled teorije o gospodarskom rastu i razvoju. Definiran je se pojam turizma i specifičnosti sektora. U trećem dijelu prikazan je kratak pregled osnovnih karakteristika Splitsko-dalmatinske županije, strukture gospodarstva te turističkih kretanja u županiji. U četvrtom dijelu dana je analiza ekonomskih koristi i troškova od turizma prema Sharpleyevoj (2015) podjeli. U petom dijelu su, na temelju teorijskog pregleda i provedene analize, odgovorena istraživačka pitanja i dana su zaključna razmatranja.

2. Uloga turizma u gospodarskom rastu i razvoju

U ovom poglavlju dan je kratak pregled teorije o gospodarskom rastu, razvoju i turizmu, a sve u svrhu boljeg razumijevanja problematike diplomskoga rada. U prvom dijelu se razjašnjava razlika između pojmova gospodarski rast i razvoj, nakon čega je dan kratak pregled ekonomske misli o gospodarskom rastu i razvoju sa posebnim naglaskom na pokretače gospodarskog rasta kroz povijest, kako bi se lakše donio zaključak o ulozi turizma u gospodarskom rastu i razvoju. Nakon navedenog definiran je pojam turizma i dan je pregled različitih istraživanja koja su empirijski istraživala i definirala njegovu ulogu u gospodarstvu.

2.1. Pojam gospodarskog rasta i razvoja

Pod gospodarskim rastom podrazumijeva se porast proizvodnje, porast raspoloživih proizvodnih kapaciteta i svih ostalih komponenti jednog gospodarstva. Ekonomski rast podrazumijeva porast ukupnog outputa gospodarstva, porast radne snage ili kapitalnih dobara, tehnologije i proizvodnosti po radniku. Najčešće je gospodarski rast predstavljen kao rast specifičnih mjera kao što je bruto domaći proizvod (BDP), BDP po stanovniku, bruto nacionalni proizvod (BNP) te broj zaposlenih.

Gospodarski razvoj predstavlja širi pojam od gospodarskog rasta i odnosi se na povećanje blagostanja društva. Riječ je o benefitima poput porasta životnog standarda, bolje socijalne i zdravstvene skrbi, visoke zaposlenosti, većeg izvoza i konkurentnosti ekonomije (Ćosić, 2001). Prema Rea (1998) gospodarski razvoj se odnosi na mogućnost zajednice da stvara određene političke, društvene, kulturne karakteristike koje rezultiraju mogućnosti pojedinaca da stvore sebi željene prilike i realiziraju svoje ciljeve. Temeljem definicija gospodarskog rasta i razvoja može se zaključiti da gospodarski rast ne mora uvijek značiti i gospodarski razvoj. Naime, visoki BDP ne mora nužno značiti i državno blagostanje i veću kvalitetu života pa treba biti oprezan kod korištenja ovih pojmova.

Kroz povijest se gospodarski rast pokušao dokazati različitim teorijama. Teorije gospodarskog rasta istražuju čimbenike koji s vremenom dovode do povećanog gospodarskog rasta i analiziraju se sile koje dopuštaju da neke zemlje rastu brže ili sporije od drugih, dok neke stagniraju. U nastavku je dan kratak pregled najznačajnijih teorija gospodarskog rasta te faktora koji su po tim teorijama bili pokretači gospodarskog rasta.

2.1.1. Pregled ekonomske misli o gospodarskom rastu i razvoju

Merkantilizam je jedna od najstarijih teorija ekonomskog rasta je merkantilizam koji se javlja u razdoblju od 15. do 18. stoljeća u Engleskoj, Italiji i Francuskoj. Merkantilisti su, proučavajući kako povećati bogatstvo, došli do zaključka kako se globalno gospodarstvo ne može povećati, ali se može povećati gospodarstvo na razini jedne zemlje i to putem međunarodne trgovine, prelijevanjem bogatstva iz jedne zemlje u drugu uz centralističku ulogu države. Osnovni stavovi merkantilizma su da je bogatstvo dano i nepromjenjivo, da je zadatak države poticanje priliva bogatstva u zemlju te da je najbolje sredstvo za to međunarodna trgovina. Merkantilisti su poticali izvoz, ali je izvoz sirovina, radne snage i tehnologije bio zabranjen jer su smatrali da za zemlju nije povoljno da prebacuje proizvodni proces u drugu zemlju. Uvoz se destimulirao carinama. Najpoznatiji merkantilist Thomas Mun zagovornik je vanjske trgovine i centralističke uloge države, dok je David Hume zagovarao slobodnu trgovinu te tako predstavlja prijelaz ka filozofiji liberalizma.

Fiziokratizam se razvija drugoj polovici 18. stoljeća. Fiziokrati su smatrali da se bogatstvo može uvećati kroz proizvodnju, a ne trgovinom kao što su tvrdili merkantilisti. Poljoprivredu su vidjeli kao jedinu proizvodnju koja može stvoriti višak. Isticali su da se država ne smije uplitati u ekonomiju, promovirali pravo slobodne trgovine te su začetnici ideje liberalizma. Francois Quesney, najznačajniji predstavnik fiziokratizma, smatrao je da se bogatstvo države ogleda u zbiru upotrebnih vrijednosti roba, dok Richard Cantilon, osim proizvodnje, ističe i vrijednost ljudskog čimbenika. Anne Jacques Robert Turgot među prvima razvija teoriju vrijednosti na temelju subjektivnih elemenata te spominje zakon opadajućih prinosa koji je naročito vidljiv u poljoprivredi.

Klasična ekonomska teorija javlja se u Engleskoj i zalaže se za liberalizam koji podrazumijeva ekonomske i političke slobode. Glavni predstavnik je Adam Smith koji razvija koncept „nevidljive ruke“. Smith je tvrdio da pojedinca njegov samointeres tjera na poduzimanje ekonomske radnje, a tržište (nevidljiva ruka) usklađuje suprotstavljene pojedinačne interese i dovodi do društveno prihvatljivog rezultata. Smatrao je da benefit slobodne trgovine proizlazi iz činjenice da se zemlje specijaliziraju u proizvodnji onih roba koje mogu proizvesti sa manje inputa (rada). Također, smatrao je da se trgovina temelji na apsolutnoj prednosti neke zemlje u proizvodnji određenog dobra, odnosno da se zemlja specijalizira za proizvod koji najefikasnije proizvodi, a drugi proizvod uvozi iz zemlje koja je efikasnija u proizvodnji tog proizvoda. Njegova tvrda je da ukoliko jedna zemlja ima apsolutnu prednost u proizvodnji oba dobra do razmjene neće doći. No, David Ricardo

posvećuje se pitanju raspodjele bogatstva i zaključuje kako se benefiti trgovine mogu najbolje ostvariti kada se zemlje specijaliziraju za proizvodnju robe za koju imaju komparativnu prednost, odnosno da dvije zemlje ne moraju imati apsolutnu prednost u proizvodnji, već je dovoljno da postoji relativna razlika u troškovima proizvodnje da bi došlo do trgovine. Dakle, ključni faktori rasta u klasičnoj ekonomskoj teoriji su ulaganje u kapital (odnosno poboljšana tehnologija) koja potiče podjelu rada i povećava produktivnost, te trgovina koja je pokretač rasta.

Neoklasična teorija je teorija čije je temelje postavio Herman Henrich Gossen definiranjem načela opadajuće korisnosti, odnosno činjenice da svaka dodatna jedinica nekog dobra daje sve manje i manje zadovoljstva, te je tvrdio da se dana količina dobra mora alocirati na različite upotrebe na način da u svima njima granične korisnosti budu jednake. Osnovne pretpostavke neoklasične teorije su postojanje savršene informiranosti, konstantni prinosi i puna zaposlenost svih faktora te postojanje savršene konkurencije. Trgovina je bazirana na dvama faktorima, radu i kapitalu, koji su savršeno mobilni između zemalja. Predstavnici neoklasične ekonomske teorije su Carl Menger, Leon Walras i William Stanley Jevons čija glavna djela postavljaju temelje novoj ekonomskoj paradigmi koja se proteže sve do danas. Radna teorija vrijednosti u neoklasičnoj školi zamjenjuje se subjektivnom, koja ne opisuje apsolutnu vrijednost već tvrdi da vrijednost ovisi o okolnostima to jest subjektivnoj ocjeni onog tko ima potrebu.

Jedan od produkta neoklasične teorije je Heckscher-Ohlinov model koji, za razliku od Ricardova modela, podrazumijeva da sve države imaju jednaku razinu tehnologije, a da komparativne prednosti nastaju zbog razlika faktora proizvodnje. Smatrali su da kada bi faktori proizvodnje bili svuda jednaki ne bi bilo potrebe za trgovinom, a upravo trgovinu su smatrali glavnim pokretačem razvoja. Po ovom modelu „dvije zemlje, dva dobra“, kapitalom obilnija zemlja proizvodit će kapitalno intenzivna dobra, dok će radom obilnija zemlja proizvoditi radno intenzivna dobra, a kapitalno intenzivna dobra će uvoziti.

Prema neoklasičnom modelu rasta, odnosno Solowljevom modelu rasta, gospodarski rast je određen na temelju proizvodnih faktora kapitala i rada te razine tehnologije. U kratkom i srednjem roku se naglašava uloga faktora kapitala i rada, a u dugom roku, stopa rasta je određena isključivo tehnološkim napretkom. Međutim, model ne objašnjava izvore tehnološkog napretka, niti povezuje tehnološki napredak s vrijednošću inputa rada i kapitala. Zbog činjenice da izvori rasta tehnološkog napretka nisu objašnjeni, model se u literaturi označio kao egzogeni, pa se i cijela teorija često naziva egzogenom teorijom rasta.

Prema neoklasičnom modelu rasta izvori razlika u regionalnim stopama rasta tako mogu biti sljedeći (Armstrong i Taylor, 2000):

- 1) Tehnološki napredak može varirati među različitim regijama
- 2) Rast fizičkog kapitala može varirati među različitim regijama
- 3) Rast radne snage može varirati među različitim regijama

Razlike u razvijenosti su prisutne samo u kratkom i srednjem roku, dok bi u dugom roku, zbog procesa konvergencije, regionalne razlike trebale nestati i sve bi regije trebale postići jednaku razinu proizvodnje po zaposlenom. Prema neoklasičnom modelu, regije s niskim stupnjem razvijenosti će privlačiti kapital iz drugih regija zbog većih jediničnih prinosa u odnosu na visoko-razvijene regije, dok će regije sa visokim dohocima privući radnike iz regija s nižim dohocima, što u dugom roku vodi izjednačavanju omjera rada i kapitala među regijama.

Keynesijanska teorija nazvana po John Maynard Keynesu koji je po mnogima najveći ekonomist 20. stoljeća i čije se mišljenje razlikuje od njegovih prethodnika. Keynes nije podržavao teoriju da cijene čiste tržište cijelo vrijeme. Prilagodbe cijena moraju biti spore što će dovesti do prilagodbe u količini. Također, dok su ostali klasični ekonomisti tretirali rad i kapital kao dva nezavisna proizvodna faktora, Keynes smatra da su ta dva faktora zapravo komplementarna, te da je glavna ekonomska snaga potražnja. Tržišta po Keynesu ne moraju nužno biti u ravnoteži, odnosno uvijek može doći do manjka na strani ponude ili potražnje. Posljedica tako nesavršenih tržišta su regionalne razlike koje se mogu ujednačiti ekonomskom politikom. Ključni pokretači razvoja po ovoj teoriji su kapitalna intezivnost koja povećava produktivnost i rast, investicije te državna potrošnja kao što je investiranje u javna dobra i subvencioniranje poduzetnika.

Nova ili teorija endogenog rasta je proširila neoklasični model rasta pružajući nova objašnjenja o izvorima tehnološkog napretka. Važan doprinos modernoj endogenoj teoriji rasta kroz svoj rad dali su Romer (1986, 1990), Lucas (1988), Grossman i Helpman (1991), Aghion i Howitt (1992) i ostali istraživači. Postoji nekoliko varijanti endogenih modela rasta. Glavna razlika među modelima je u mehanizmima stvaranja i akumulacije znanja. Po Romerovom modelu iz 1986. g. akumulacija kapitala indirektno potiče akumulaciju znanja u poduzeću kroz proces „učenja kroz rad“. Lucasov model rasta umjesto fizičkog kapitala tretira ljudski kapital kao ključni input u procesu stvaranja znanja. Prema Lucasu, interakcija između individualaca uključenih u proces stvaranja znanja direktno utječe na akumulaciju i prijenos

znanja (Lucas, 1988). Što je razina ljudskog kapitala veća, to će proces akumulacije biti brži pa će i ravnotežna stopa rasta biti to veća. Pretpostavlja se da ljudski kapital raste svjesno zbog odluka individualaca o ulaganju u obrazovanje, pri čemu je glavni motiv veća plaća. Po Lucasu za faktor ljudskog kapitala nema opadajućih prinosa jer svaka generacija radnika nasljeđuje prethodna znanja i stječe nova. Iako različiti, svi endogeni modeli akumulaciju znanja tretiraju kao planirani rezultat odluka o investiranju u istraživanje i razvoj. Posljedice toga su da znanje prestaje biti potpuno javno dobro, jer da bi poduzeća uopće imala poticaj za investiranje, znanje mora biti, barem donekle, isključivo. Onemogućavanjem drugih poduzeća da kopiraju njihove izume i inovacije, inovativna poduzeća stječu određenu vrstu privremene iz čega se može zaključiti da su šanse za prenošenja znanja, geografski gledano, najveće na monopolske moći. Također, direktne interakcije među ljudima zahtijevaju geografsku blizinu, lokalnoj razini (Lucas, 1988). teorija endogenog rasta ostavlja mogućnost intervencije javnog sektora kojom bi se povećao inovacijski kapacitet slabije razvijenih regija.

Nova ekonomska geografija - najznačajniji teoretičari Nove ekonomske geografije su Paul Krugman i Masuhit Fujit. Krugman ovu teoriju definira: „Nova ekonomska geografija bi se najbolje mogla opisati kao žanr: stil ekonomske analize koji pokušava objasniti prostornu strukturu ekonomije služeći se određenim tehničkim trikovima kako bi stvorila modele u kojima su prisutni rastući prinosi i tržišta obilježena monopolističkom konkurencijom“ (Krugman, 1998). Behrens i Thisse (2007) novu ekonomsku geografiju proglašavaju prvim uspješnim pokušajem da se na formalan način objasni zašto slične regije nisu ostvarile isti stupanj gospodarskog razvitka. obje teorije uključuju tržišnu strukturu monopolističke konkurencije, rastuće prinose i efekte prelijevanja. Nova ekonomska geografija ima sličnosti s endogenom teorijom, prvenstveno kroz pitanje lokacije proizvodnje koje je usko vezano za napredak i inovacije poduzeća. Osim tog kod obje teorije smatra se da povijesni događaji igraju ulogu u dinamici rasta neke zemlje odnosno regije (Baldwin, 2004). Prema Krugmanu (1991) geografski raspored ekonomskih aktivnosti nastaje kao rezultat odnosa između tzv. centripetalnih sila koje potiču okrupnjavanje ekonomskih aktivnosti, odnosno aglomeraciju i tzv. centrifugalnih sila koje ograničavaju proces aglomeracije, odnosno koncentracije proizvodnih aktivnosti. U tablici 1 navedene su centrifugalne i centripetalne sile.

Tablica 1. Centrifugalne i centripetalne sile

Centripetalne sile	Centrifugalne sile
Efekti veličine tržišta	Nepokretni faktori proizvodnje
Razvijena tržišta rada	Zemljišne rente
Prave pozitivne eksternalije	Prave negativne eksternalije

Izvor: *Krugman (1991)*

Krugman (1995) posebno naglašava važnost efekta vanjskih ekonomija razmjera odnosno eksternalija u procesu regionalnog rasta. Vanjske eksternalije povezane sa veličinom tržišta se opisuju kao veze prema unaprijed (eng. forward linkages) i veze prema unatrag (eng. backward linkages), odnosno stvaranje tržišta kroz ponudu (prema naprijed) i stvaranje tržišta kroz potražnju (prema nazad). Stvaranje tržišta kroz ponudu i potražnju, velika tržišta rada i prelijevanje znanja i informacija su u literaturi poznati kao „Marshallovi izvori lokalnih ekonomskih eksternalija“, odnosno efekti ekonomije lokalizacije. S druge strane postoje centrifugalne sile. Nepokretni faktori proizvodnje se odnose na one faktore koji su u potpunosti nepokretni poput zemlje i nekih drugih prirodnih resursa, na primjer, radnu snagu u slučajevima gdje postoje velike prepreke za mobilnost. Rast zemljišne rente, odnosno cijene zemljišta smanjuje pritisak za daljnjom koncentracijom rada i kapitala. Prave negativne eksternalije se odnose na pojave kao što su zagađenje i prenatrpanost koji se javljaju u industrijskim odnosno visoko-urbaniziranim područjima.

Suvremene teorije ekonomskog rasta podrazumijevaju niz teorijskih koncepata regionalnog razvoja koji se temeljio na inovacijskim aktivnostima kao izvoru gospodarskog rasta. Za razliku od neoklasične ili nove teorije rasta koje su temeljene na različitim matematičkim modelima, novi su koncepti više deskriptivnog karaktera, što im se često prepisuje i kao glavni nedostatak. Njihov je razvoj pod snažnim utjecajem postojećih teorija. Neki od tih novih koncepata su poznati kao „novi industrijski prostor“, „industrijski klasteri“, „inovativni milje“, „samoučeća regija“ ili „regionalni inovativni sustav“ (Lawson, 1997). Neke od teorija se odnose na nižu teritorijalnu razinu poput industrijskih klastera, dok se neke odnose na cijele regije (regionalni inovacijski sustavi, samoučeća regija), ali se svi mogu svesti pod naziv prostorni inovacijski sustavi (Cheshire, Malecki, 2005). U svim se slučajevima regionalni rast temelji na koncentraciji visoko-inovativnih poduzeća koja neprestano ulažu u nove tehnologije i stvaranje novih proizvoda, a istovremeno održavaju vrlo bliske međusobne veze, kao i veze sa ostalim važnim akterima u regiji, kao što su obrazovne institucije, lokalne i regionalne administracije, itd. Navedeni koncepti rasta uključuju jako širok broj čimbenika rasta odnosno inovacija iz različitih područja, od ekonomije, sociologije, organizacije do

administracije i drugih. Mnogi od faktora su teško mjerljivi i neopipljivi, poput međusobnog povjerenja aktera, kvalitete institucija, poduzetničkog duha i sl. Prostorni inovacijski sustavi posebnu pažnju poklanjaju ulozi institucija, odnosno istraživačkim centrima poduzeća, sveučilištima, javnim istraživačkim centrima, razvojnim agencija, ali i tehnološkoj politici. Ovi modeli se teško mogu matematički postaviti pa su uglavnom deskriptivnog karaktera te nemaju teorijsku težinu kao modeli iz neoklasične teorije rasta ili teorije endogenog rasta. No oni imaju posebnu vrijednost za bolje razumijevanje gospodarskog rasta jer ukazuju na faktore koji se teško mogu uključiti u teorijske modele, a imaju važnu ulogu u stvarnim procesima rasta i to posebno u najnaprednijim regijama.

2.2. Turizam i njegova uloga u gospodarstvu

U ovom dijelu objasniti će se osnovni pojmovi turizma; turizam, turistički sustav, turist, turistička ponuda i turistička potražnja. Objasniti će se specifičnosti turizma čije je razumijevanje vrlo bitno kod analize utjecaja turizma na gospodarstvo. Dat će se pregled ekonomskih funkcija turizma zbog boljeg razumijevanja ekonomskih koristi i troškova od turizma koji će se analizirati na primjeru Splitsko-dalmatinske županije.

2.2.1. Pojam turizma i turističkog sustava

Riječi turizam i turist dolaze od engleske riječi „tour“ što znači kružno putovanje. Turizam je danas jedna od najmasovnijih, najdinamičnijih i najsloženijih društveno-ekonomskih pojava novijeg doba i jedna od najbrže rastućih grana svjetske ekonomije, a predstavlja atraktivnu razvojnu opciju zemalja u razvoju. On obuhvaća široki splet pojava i odnosa koji nastaju za vrijeme turističkog putovanja te zadire u ekonomski, ekološki, socijalni i kulturni aspekt života. Unatoč tome i činjenici da se putovanja javljaju još u antičko doba, znanstvenici još nisu došli do općeprihvaćenih definicija. Turizam ima mnoge ekonomske i društvene funkcije pa je upravo iz tog razloga teško definirati turizam i turista te postoji nekoliko definicija. Neke od najprihvaćenijih su:

“Turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne duže od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju.“ (UNWTO, 2008)

“Turizam je privremeno kretanje u destinacije izvan uobičajenog mjesta stalnog boravka i rada te uključuje aktivnosti za vrijeme boravka u destinaciji i usluge kojima se zadovoljavaju potrebe turista”. (Cooper i sur., 2008).

“Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost” (Hunziker i Kraft, 1941).

S obzirom na tok kretanja turista, turizam možemo podijeliti na:

- Unutarnji turizam - turizam u granicama neke zemlje, na primjer unutarnji turizam Hrvatske obuhvaća putovanja Hrvata i stranaca unutar zemlje.
- Nacionalni turizam - obuhvaća turistička kretanja stanovnika pojedine nacije, unutar zemlje ili izvan nje, odnosno domaći i izlazni turizam.
- Međunarodni turizam - odvija se među pojedinim zemljama, što znači da obuhvaća i ulazni i izlazni turizam (stanovnici zemlje A u zemlju B i obratno).

Prema Kasparu (1975) sustav turizma se sastoji od podsustava turističke ponude (tursistička destinacija u okviru koje djeluju gospodarski subjekti) te podsustava turističke potražnje (turisti). Geić (2008) također smatra da izvore nastanka turizma treba tražiti u turističkim potrebama nasuprot kojih se nalaze turistička dobra u svom materijalnom i nematerijalnom obliku. Prema tome turizam se može promatrati sa strane turističke ponude te turističke potražnje.

Iako su različite forme putovanja postojale i u najranijim civilizacijama, masovna turistička putovanja počinju tek u 19. i 20. stoljeću. Sve veću potražnju za turističkim putovanjima uzrokovao je napredak kulture i civilizacije, posebice u sferi prometa te ubrzani tehnički, tehnološki i gospodarski razvoj društva koji i dalje stvaraju sve povoljnije uvjete za ekspanziju turističkih putovanja. Razni čimbenici su kroz povijest utjecali na povećanje turističke potražnje, od napretka gospodarstva, povećanja zaposlenosti, većeg blagostanja društva, porasta životnog standarda te kupovne moći do životnog okruženja i obrazaca življenja suvremene civilizacije (Geić, 2007). Naime, uz tehnološki i gospodarski razvitak društva tekao je i proces upravnog i političkog uređenja, pa su tako uz porast demokracije i izborena prava na plaćeni godišnji odmor, ovi procesi rezultirali time da je danas znatna većina svjetske populacije uključena u turističke tijekomove te se turistička potražnja sve više povećava.

Turistička potražnja sa statističkog aspekta je ukupan broj osoba koji sudjeluje u turističkim kretanjima ili se želi uključiti u turistička kretanja da bi se koristile različitim turističkim uslugama u mjestima izvan uobičajene sredine u kojoj žive i/ili rade (Cooper, 2008)

Turistička potražnja s ekonomskog aspekta (Vukonić, Čavlek, 2001) je količina robe i usluga koja se pod određenim uvjetima i uz određenu cijenu može plasirati na turističkom tržištu, odnosno za koju postoji realan i objektivan interes mogućih turističkih korisnika.

Turističku potražnju karakteriziraju dislociranost, heterogenost, elastičnost i sezonski karakter. Elastičnost podrazumijeva dinamičan odnos između potražnje i drugih zavisnih pojava, u kojem se potražnja mijenja brže, jednako ili sporije nego što nastupaju promjene u drugoj pojavi. Turistička potražnja je izrazito elastična na promjene u ekonomskim kategorijama, pa tako imamo dohodovnu elastičnost potražnje koja se utvrđuje reakcijom na promjene u dohotku. Također, možemo utvrđivati i cjenovnu elastičnost turističke potražnje, to jest reakciju potražnje na promjenu cijene određenih usluga na turističkom tržištu. U praksi je turistička potražnja visoko elastična na promjenu cijena i dohotka, pa stoga i problem gospodarske krize ima znatan utjecaj na potražnju. Turističku potražnju karakterizira i dislociranost, odnosno odvojenost od turističke ponude, što uvjetuje bitno različite odnose između ponude i potražnje (korištenje transportnih sredstava, nužnost direktnog kontakta ponude i potražnje, i slično). Turističko tržište je specifično jer turistička potražnja putuje k ponudi. Pojedinci koji predstavljaju turističku potražnju su skupina ljudi koje uvjetuju različitosti stavova i uvjerenja, različitosti stilova života, vjerske ili političke pripadnosti, kulturne potrebe i navike, i slično. Dakle, očita je različitost potreba, stoga se one moraju zadovoljiti na različite načine u različitim destinacijama i u različito vrijeme, odnosno heterogenost potražnje zahtjeva i diverzificiranost ponude. Jedna od glavnih specifičnosti turističke potražnje je sezonalnost koja podrazumijeva vremenski neravnomjerno raspoređenu potražnju i problem koncentriranog kretanja turizma. Glavni uzrok je ograničeno vrijeme turista za turistička putovanja i boravke koje se svodi uglavnom na vrijeme godišnjeg odmora, vikenda i blagdana. Također, jedan od glavnih uzroka sezonalnosti u turizmu su i klimatski uvjeti koji uvjetuju da se iz godine u godinu kretanja turista događaju na približno isti način i u istim vremenskim razmacima, pa tako imamo ljetnu i zimsku turističku sezonu. Da bi se smanjile negativne posljedice sezonalnosti, mnoge turističke zemlje razvijaju različite modele za produljenje sezone i primorani su obogatiti turističku ponudu.

Turistička ponuda predstavlja dio tržišta koji se pojavljuje kao ponuđač robe i usluga, odnosno kao ona količina roba i usluga koja se nudi po određenim cijenama radi zadovoljenja

turističkih potreba. Turističku ponudu pretpostavlja sinkroniziranost brojnih subjekata koji formiraju turističke usluge radi zadovoljavanja odgovarajućih turističkih potreba. Brojni autori kompleksturističkog proizvoda (usluge) sagledavaju kroz objektivne i subjektivne čimbenike ponude. Objektivne čimbenike ponude čine prirodni i antropogeni elementi privlačnosti, a subjektivne komunikativni i receptivni koji omogućuju turistička putovanja i doživljaj objektivnih čimbenika. Turističku ponudu karakterizira heterogenost koja je uvjetovana heterogenošću turističke potražnje, te predstavlja različitosti ponude u turističkim destinacijama koje zadovoljavaju različite potrebe turista. To je prvenstveno zbog toga što su turistička dobra pretežno ili dana ili su posljedica vrlo visokih kapitalnih investicija, odnosno dobra su kapitalno intenzivna, s visokim fiksnim troškovima i sporim obrtajem kapitala. Turističku je ponudu nemoguće prebaciti s jednog prostora na drugi te turisti moraju doputovati u destinaciju kako bi konzumirali turistički proizvod. Turistička potražnja je dislocirana od turističke ponude, što turističku ponudu, za razliku od turističke potražnje, čini izrazito neelastičnom što znači da ne može reagirati, mijenjati se i prilagođavati trenutnoj potražnji. To znači da se, u uvjetima smanjenja ili potpunog izostanka turističke potražnje, turistička ponuda vrlo teško može transformirati, odnosno teško je prilagoditi korištenje velikih suprastrukturnih kapaciteta nekoj drugoj gospodarskoj djelatnosti. Bitna odrednica turističke ponude je i sezonalnost, odnosno koncentracija putovanja u samo nekoliko mjeseci, dok ostatak godine često prati niska iskorištenost kapaciteta. Očito je da je turistička ponuda sustav različitih subjekata i kao takva može funkcionirati samo ako svi elementi u lancu obavljaju svoju funkciju i ako odnosi među njima nisu narušeni.

Karakteristike turističke ponude i potražnje rezultiraju razlikama turističkog tržišta od robnog tržišta, prvenstveno u procesu spajanja ponude i potražnje na tržištu koji je potpuno suprotan. Naime, turist - kupac putuje u mjesto koncentrirane turističke ponude, gdje očekuje ispunjenje, zadovoljavanje svojih turističkih potreba, odnosno motiva. Dakle, ponuda i potražnja se susreću na samom mjestu "proizvodnje" turističkih usluga, dok kod robnog tržišta je kao potražnja. Na turističkom tržištu i novac "putuje" ka turističkoj ponudi, jer se statične turističke usluge mogu koristiti i plaćati (u pravilu) samo na licu mjesta. Važno je istaknuti da postoje i drugi oblici plaćanja, naročito u posredničkom plaćanju, gdje su obračun i termini plaćanja predmet ugovora između hotelijera i putničke agencije.

2.2.2. Ekonomske funkcije turizma

Uloga turizma u gospodarstvu proizlazi iz njegovih ekonomskih funkcija. Prema Marković (2011) postoji 10 temeljnih ekonomskih funkcija turizma.

Multiplikativna funkcija podrazumijeva multipliciranje dohotka ostvarenog u inicijalnoj fazi realizacije turističke potrošnje, tj. u trenutku kada privremeni posjetitelj podmiri račun za bilo koju dostupnu uslugu ili proizvod koji je konzumirao tijekom svog turističkog putovanja i boravka u turističkoj destinaciji. Multiplikatorska funkcija turizma manifestira se u činjenici da svaka dodatna novčana jedinica turističke potrošnje dovodi, tijekom svoga prolaska/prelijevanja kroz privredu, do višestrukog rasta dohotka od turizma (Petrić, 2001.) Turizam kroz povećanu potrošnju u sferi turističke ponude inducira rast dohotka i ekstra dohotka u nizu povezanih gospodarskih djelatnosti. Potrošnja u turizmu uzrokuje potrebu otvaranja novih tržišta što implicira aktiviranje i drugih gospodarskih grana kao što je građevinarstvo, trgovina, poljoprivrede, transporta i niza drugih djelatnosti. Ekonomski učinci turističke potrošnje na temelju multiplikacije, mogu biti:

- Izravni ekonomski učinci koji predstavljaju ukupnost inicijalne turističke potrošnje ostvarene u gospodarskim granama koje izravno apsorbiraju turističku potrošnju, a to su ugostiteljstvo, turističko posredništvo, promet i trgovina na malo.
- Neizravni ekonomski učinci turističke potrošnje predstavljaju ukupnost svih troškova (na sirovine, poluproizvode, proizvode i usluge) nastalih u procesu formiranja turističke usluge (npr. usluge noćenja u hotelu). Podmirivanje troškova od strane pružatelja turističkih usluga (npr. hotelsko poduzeće) prema svojim dobavljačima (npr. distributeri prehrambenih ili tekstilnih proizvoda), ali i dobavljača prema svojim dobavljačima.
- Inducirani ekonomski učinci turističke potrošnje nastaju kao rezultat povećane kupovne moći lokalne (rezidentne) zajednice na turistički receptivnom području - rast javne potrošnje ili potrošnje rezidenata (lokalnog stanovništva i privremeno zaposlene nerezidentne radne snage) koju su omogućili prethodno ostvareni direktni i indirektni učinci turističke potrošnje.

Induktivna funkcija turizma podrazumijeva potencijalno otvaranje prostora za proširenje proizvodnje i rast broja pruženih usluga na turistički receptivnom području uz smanjenje jediničnih troškova po jedinici proizvoda ili usluge.

Konverzijska funkcija turizma podrazumijeva sposobnost turizma u pretvaranju neprivrednih resursa u privredne koji, da nisu uključeni u turističke tokove, ne bi ostvarivali ekonomske učinke odnosno prihod. Zahvaljujuć turizmu atraktivna svojstva prirodnih resursa mogu se ekonomski valorizirati, dok za pojedine gospodarske grane ti isti resursi ne predstavljaju osnovu za ostvarivanje ekonomskih učinaka. Konverzijom neaktivnih resursa u resurse koji ostavruju ekonomske učinke, turizam ima poseban značaj za određena područja, često i presudnu ulogu u stvaranju dohotka i otvaranju novih radnih mjesta.

Funkcija zapošljavanja je jedna od najvažnijih funkcija turizma. Podrazumijeva generiranje novih radnih mjesta u okviru temeljnih gospodarskih grana u sustavu turizma (direktno), ali i nizu ostalih popratnih grana i djelatnosti u funkciji opskrbnog sustava (indirektno zapošljavanje).

- Izravno zapošljavanje u turizmu odvija se u ugostiteljstvu, turističkom posredništvu, prometu i trgovini na malo, a odnosi se na ona radna mjesta čiji djelatnici dolaze u izravan kontakt s posjetiteljima.
- Neizravno zapošljavanje u turizmu odvija se u svim ostalim gospodarskim granama i djelatnostima čije su aktivnosti u manjoj ili većoj mjeri usmjerene na razvoj turizma i dohodak koji se po toj osnovi ostvaruje, a riječ je o radnim mjestima u okviru industrije, energetike, vodoopskrbe, građevinarstva, usluga informatičke potpore, financijskog poslovanja, javne uprave itd.

Funkcija poticanja međunarodne razmjene dobara očituje se u kretanju prihoda (izvoza) i rashoda (uvoza) roba i usluga na računu tekućih transakcija platne bilance. Najvažniji aspekt funkcije turizma u poticanju međunarodne razmjene dobara je njegova izvozna funkcija koja predstavlja izvor prihoda za nacionalno gospodarstvo. Turizam ima pozitivan utjecaj na platnu bilancu kada se radi o potrošnji inozemnih posjetitelja u Hrvatskoj. Tada sve robe i usluge koje su im prodane imaju izvozni karakter. Turizam je jedan od najvećih izvoznika u Hrvatskoj koji svoje inozemne prihode ostvaruje „nevidljivim izvozom“ ili „izvozom na licu mjesta“. Negativan utjecaj na platnu bilancu turizam ima kod potrošnje hrvatskog stanovništva na turističkim putovanjima u inozemstvu gdje se sve usluge i robe koje se kupe i potroše na putovanju tretiraju kao uvoz. Također, uvoz dobara u cilju razvoja turističke ponude se tretira kao svojevrsni trošak razvoja. Turizam je za Hrvatsku značajan izvor deviznih sredstava.

Funkcija uravnoteženja platne bilance podrazumjeva generiranje visokih prihoda od inozemnog turizma koji uspješno ublažavaju negativan učinak robne razmjene s inozemstvom. Turizam doprinosi i stabilizaciji financijskog sustava Hrvatske jer osigurava

veliki priljev deviza koje su presudne za servisiranje vanjskog duga i održavanje stabilnog tečaja domaće valute.

Apsorpcijska funkcija očituje se u sposobnosti turizma u uravnoteženju robno-novčanih odnosa razvijenih gospodarstava i gospodarstava u razvoju, a javlja se kao rezultat međunarodnih turističkih kretanja. Receptivni turizam uzrokovat će priljev deviza odnosno jačanje kupovne moći turistički receptivne zemlje, dok će emitivni odnosno pasivni turizam uzrokovati odljev deviza ili viška kupovne moći (nastao zbog izvozne orijentiranosti) iz turistički emitivne zemlje u inozemstvo. Djelovanje apsorpcijske funkcije turizma temelji se na globalnoj redistribuciji dohotka iz razvijenih gospodarstava prema gospodarstvima zemalja u razvoju.

Funkcija razvoja gospodarski nedovoljno razvijenih područja podrazumijeva sposobnost u disperziji/redistribuciji dohotka namijenjenog turističkoj potrošnji i redistribuciji investicijskog kapitala. Redistribucija dohotka i kapitala na međunarodnoj razini ekonomski je zanimljivija jer znatno utječe na porast nacionalnog dohotka turistički receptivnih zemalja – prelijevanje sredstava. Redistribucija na nacionalnoj razini (u okviru jedne zemlje) ukazuje na preraspodjelu sredstava između regija koja bitno ne utječe na porast nacionalnog dohotka. Najveća turistički emitivna područja svijeta (veliki gradovi) su ujedno i gospodarski najrazvijenija, s visokim stupnjem urbanizacije i gustoćom naseljenosti pa se većina turističkih kretanja odvija na slabije razvijenim, manje urbaniziranim i manje napučenim područjima. Kao posljedica toga dolazi do redistribucije dohotka namijenjenog turističkoj potrošnji, odnosno redistribucija kupovne moći na globalnoj razini. Kao posljedica redistribucije dohotka namijenjenog turističkoj potrošnji, javlja se redistribucija kapitala u obliku investicija u turističke atrakcije, izgradnju turistički receptivnih kapaciteta i popratne infrastrukture, provedbu integracija među gospodarskih subjekata, organizaciju različitih manifestacija od međunarodnog značaja (kulturnih, gospodarskih, sportskih) itd. Smjer redistribucije kapitala reče uglavnom od razvijenih prema slabije razvijenim područjima u funkciji razvoja turističke ponude koja će stanovništvu i radnoj snazi razvijenih područja omogućiti relaksaciju i rekreaciju u cilju povećanja produktivnosti i očuvanja zdravlja.

Integracijska funkcija podrazumijeva gospodarsko integriranje i jačanje kontinentalnih regija kako bi proizvodile dobra potrebna za razvoj turizma na području priobalnih regija. Kako se u priobalnim regijama često ne proizvode sva dobra i u dovoljnim količinama, a koja su naužna za formiranje turističke ponude, nužna je gospodarska integracija s ostalim regijama. Na temelju međuregionalne gospodarske suradnje potiče se cirkuliranje dobara,

usluga, kapitala i ljudi, što svim regijama omogućuje ostvarivanje dohotka i zapošljavanje stanovništva. Ipak, sezonski karakter u odvijanju turističkog prometa različito utječe na gospodarsko povezivanje s pojedinim djelatnostima.

Akceleracijska funkcija očituje se kroz znagu turizma da razvija određena područja brže od drugih gospodarskih grana ili djelatnosti. Turizam može utjecati i na brži razvoj pojedinih gospodarskih grana u okviru kojih su pojedine djelatnosti svojih resursa preusmjeravaju na razvoj turizma (npr. ekološka proizvodnja hrane).

2.2.3. Turizam i gospodarski rast i razvoj

Turizam je, kao vrlo složen sustav pojava i odnosa, izuzetno važan u određivanju gospodarskog i društvenog razvoja. Broj međunarodnih putovanja kontinuirano raste, a samim time raste i utjecaj turizma na gospodarstvo. Prema procjenama Svjetske turističke organizacije (UNWTO) čak 10% svjetskog BDP-a u 2017. generirno je iz turizma. Za 1/10 zaposlenih turizam, bilo direktno ili indirektno, generira radna mjesta te je zaslužan za 7% svjetskog izvoza. Da je turizam masovna pojava potvrđuju i podaci o ukupnim dolascima turista na svjetskoj razini. U svijetu je 1960. godine zabilježeno 25 milijuna dolazaka, dok je 2017. samo u Europi zabilježeno 631 milijun dolazaka, a u svijetu 1.322 milijuna (UNWTO, 2017). Takav kontinuirani rast potiče pitanja o ulozi turizma u gospodarstvu. Doprinos turizma gospodarskom razvoju nekog područja očituje se u njegovu utjecaju na investicije, dohodak ili zaposlenost, uzrokujući njihov porast, a time u pravilu i porast životnog standarda pojedinca i zajednice u kojoj se odvija. On utječe i na poboljšanje platne bilance te razvoj nedovoljno razvijenih regija. Ove doprinose ili učinke turizma možemo definirati i kao razvojne ciljeve društvenog sustava unutar kojeg se turizam razvija (Petrić, L. 2006.). Može se zaključiti da je danas turizam bez bitan gospodarski i društveni čimbenik. Najbrže rastući gospodarski sektor većine industrijaliziranih zemalja u posljednjih nekoliko godina bio je sektor usluga, a jedan od najvećih segmenata uslužne industrije je turizam (Theobald, 2011).

Provedena su mnoga istraživanja o razvoju turizma i njegovom utjecaju na gospodarstvo. U istraživanju Brida i Pulina (2010) analizirana je veza između turističke aktivnosti i gospodarskog rasta pregledu na temelju 38 empirijskih istraživanja koja su pokrivala razdoblje od 2002. do 2010. i u većini slučajeva potvrđena je snažna veza između gospodarskog rasta i turističkih prihoda. Prema Wall i Matheison (2006) utjecaj turizma ovisi o ekonomskoj strukturi destinacije, institucionalnom okviru koji podupire turistički razvoj i

geografskom položaju destinacije. Bitan čimbenik o kojem ovisi utjecaj turizma je i stupanj razvijenosti zemlje. Značajan dio literature ističe ekspanziju izvoza kao glavnog generatora gospodarskog rasta. Za zemlje u razvoju to je značilo transformaciju iz tradicionalne poljoprivredne ekonomije u industrijsku. Takva transformacija za zemlje u razvoju zahtijevala je velike količine kapitala. U takvoj situaciji turizam je smatran sredstvom za stjecanje financijskih sredstava potrebnih za ekonomski rast (Brownrigg i Greig 1976). Mnogi teoretičari su smatrali da razvoj turizma može smanjiti sve veći ekonomski jaz između razvijenih i nerazvijenih država (Burns & Novelli, 2008; Harrison, 2001; Mowforth & Munt, 2009; Telfer & Sharpley, 2008). Hawkins i Mann (2007) su u svojoj studiji pokazali kako turizam može pomoći u ostvarivanju razvojnih ciljeva, ublažavanju siromaštva, stvaranju radnih mjesta i zapošljavanju žena kao ranjivih skupina. Turizam svakako ima potencijal da ispuni sve ove uloge, no taj potencijal ne mora biti ostvaren u svakom slučaju. Da bi turizam pridonio ravnomjernijoj i pravednijoj raspodjeli svjetskog bogatstva potrebna je kvalitetna politička i institucionalna potpora razvoju (Mihalić, 2002).

Također, potrebno je naglasiti da učinci turizma nisu jednosmjerni, odnosno da su složeni te vremenski specifični i ovisni o mnogim čimbenicima. Sukladno tome Mihalić (2002.) smatra da razvoj isključivo turizma ne može donijeti dugoročnu ekonomsku korist zemlji, naprotiv može pokrenuti inflaciju, narušiti okoliš i izazvati ekonomsku ovisnost isključivo o jednom, osjetljivom sektoru. U prilog toj činjenici idu i podaci UNWTO prema kojima u 2010. najveću zaradu po posjetitelju imaju Sjedinjene Američke Države i Njemačka, dok istovremeno te dvije države imaju najmanji udio turizma u BDP-u (Prilog 1). Dakle, može se zaključiti da je razina gospodarskog razvoja države važan faktor koji utječe na ulogu turizma u gospodarstvu. Razvijene zemlje razvijaju i ostale ne-turističke sektore koji i samom turizmu osiguravaju veći doprinos cjelokupnom gospodarskom razvoju. Naime, potencijal turizma može proizaći iz drugih sektora koji su povezani sa turizmom i opskrbljuju turističku potrošnju, kao i iz sektora koji nisu direktno povezani sa turizmom (Mihalić, 2002). Razvijenije zemlje imaju bolju opću infrastrukturu, pa samim time i veći potencijal za širenje i povećanje turističke potrošnje. Razvoj turizma za zemlje u razvoju znači i ulaganje u infrastrukturu i suprastrukturu za što je potrebno izdvojiti znatnu količinu financijskih sredstava. To u početku često negativno djeluje na gospodarski rast. U toj početnoj fazi koristi od turizma se tek trebaju pojaviti, stoga su potrebni snažni argumenti kako bi se podržala odluka o poduzimanju ulaganja u turizam od kojih je generiranje prihoda od međunarodne razmjene svakako jedan od najbitnijih. Unatoč visokim ulaganjima, za zemlje u razvoju

turizam predstavlja potencijal za rast zbog svih pozitivnih učinaka turizma. U današnjem, sve konkurentnijem turističkom okruženju, neka turistička odredišta, poput Kariba, su ostvarila gospodarski razvoj pretežno kroz razvoj turizma, no istovremeno se suočavaju s pitanjem kako nastaviti održavati svoju prisutnost na međunarodnim turističkim tržištima i tako osigurati dugoročan gospodarski rast temeljen na turizmu (Parrilla i dr. 2007). Prema Williamu i Shawu (1998) turizam nastoji distribuirati razvoj daleko od industrijskih centara, odnosno u regije koje nisu razvijene. Regije koje su industrijski razvijene često nisu turistički atraktivne, stoga industrijski nerazvijenije regije, zahvaljujuć turizmu, imaju potencijal za gospodarski razvoj. U isto vrijeme lokalne ekonomije vođene pozitivnim učincima turizma vrlo brzo mogu, napuštajući svoje tradicionalne djeltanosti, postati ovisne o turizmu. Takav razvoj, uz prirodne i socio-kulturne negativne utjecaje turizma, može biti rizičan jer je turistička potražnja netsabilna i osjetljiva. Na primjer kada su Njemački mediji 1988. izvijestili o zabrinjavajućem razmnožavanju štetnih algi u Jadranskom moru, turistički dolasci u Riminiju u Italiji pali su za gotovo 50% u odnosu na prethodnu godinu (Becheri, 1999). slične posljedice i drastično smanjenje broja turističkih noćenja uzrokovala su nuklearne katastrofe u Černobilu 1986., teroristički napad u New Yorku 2001., tsunami u Indijskom Oceanu, gospodarska kriza 2008. i slični događaji. Padom turističkih kretanja uslijed takvih događaja gospodarstva tih područja ostala su bez prihoda od turizma. Koliko je takav događaj rizičan za gospodarstvo ovisi o ovisnosti područja o turizmu. Turizam se razvija i u bogatim regijama i državama te se tako šire novi oblici turizma; urbani, turizam, kulturni turizam, povijesni turizam te tematski parkovi (Williams i Shaw, 1998.). Neki od primjera takvih gradova su London i Beč. Budući da su to razvijene metropole koje uspješno razvijaju i ostale sektore, razvijanje turizma je manje rizično. Osim toga razvijene zemlje i regije imaju mogućnost turizmu dati veću dodatnu vrijednost, pa se postavlja pitanje može li se isključivo turizmom postići konvergencija? Prema Mihalić (2002) navedeno ne umanjuje doprinos turizma u gospodarskom razvoju nerazvijenih zemalja, ali ističe potrebu razvijanja i ostalih ne-turističkih sektora u gospodarstvu.

Zbog svega navedenog postavljaju se pitanja o stvarnoj ulozi turizma u gospodarstvu pojedine regije, odnosno vidljiva je stvarna problematika mjerenja uloge turizma, koju se vrlo lako može podcijeniti ili precijeniti. Vrlo je bitno naglasiti da se, kod mjerenja učinaka turizma i ispitivanja njegove uloge u gospodarstvu te uspoređivanja s ostalim zemljama i regijama, u obzir moraju uzeti i specifičnosti ispitivanog geografskog područja. Shodno tome u nastavku

rada dat će se teorijski pregled ekonomskih koristi i troškova od turizma prema Sharpley-u (2015) te će se isti analizirati u empirijskom dijelu na primjeru Splitsko-dalmatinske županije.

2.2.4. Ekonomske koristi i troškovi od turizma

Turizam je nedvojbeno pojava koja utječe na gospodarstvo i generira gospodarski rast, no ima i svoje negativne učinke koji, ukoliko se razvoj turizma ne kontrolira, mogu čak i premašiti one pozitivne i u dugom roku narušiti turističku perspektivu destinacije. Za turističke regije balansiranje pozitivnih i negativnih učinaka i ostvarivanje razvojnih ciljeva predstavlja izazov. Kod analiziranja pozitivnih i negativnih učinaka turizma vrlo je bitno uzeti u obzir specifičnosti regije te njeno socijalno, političko i ekonomsko stanje. Sve specifičnosti promatrane regije, potrebno je sagledati i u nacionalnom i globalnom kontekstu, jer je svaka turistička destinacija dio internacionalnog turističkog sistema, odnosno globalnog, političkog i socio-kulturnog sistema.

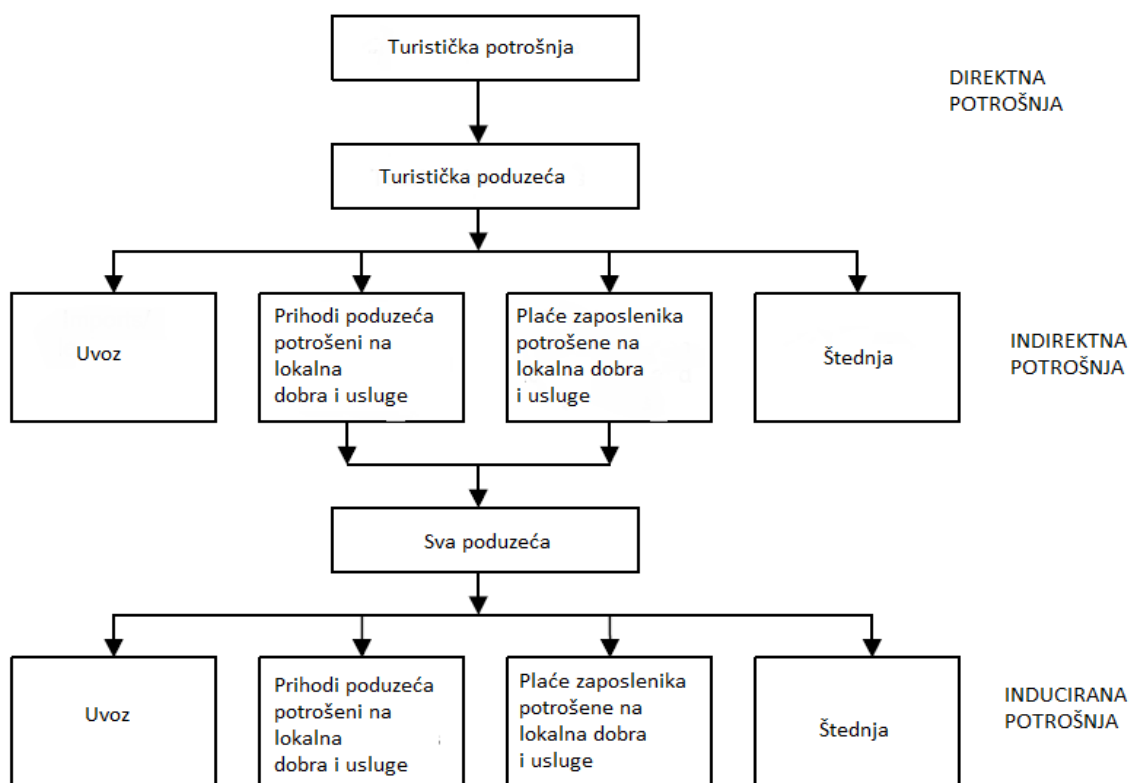
2.2.4.1. Ekonomske koristi turizma

Ekonomske koristi od turizma prema Sharpley-u (2015) ogledaju se u:

Doprinosu platnoj bilanci, odnosno prihodima od međunarodne razmjene - stanje platne bilance i kretanje njezinih pojedinih stavki jasno pokazuje stupanj razvitka nacionalnog gospodarstva. Turizam je važan izvor prihoda od međunarodne razmjene. U 2015. godini prihodi od turizma narasli su za 4,5% u odnosnuna prethodnu godinu, a čak 1,5 bilijuna dolara vrijednosti izvoza generirao je turizam, što predstavlja 7% ukupnog svjetskog izvoza. Turizmom je generirano 30% svjetskog izvoza usluga. Sve to potvrđuje činjenicu da postoje značajni učinci međunarodnih putovanja i turizma na platnu bilancu. Prema Karpfu (1963) nacionalno gospodarstvo i turizam suočili su se prvi put upravo preko platne bilance i tada počinju svjesne ekonomske politike država s ciljem povećanja turističkog deviznog priljeva. Platna bilanca je zapravo jedan od najvažnijih pokazatelja razvoja nacionalnog gospodarstva. Stanje platne bilance i kretanje njenih pojedinih stavki jasno prikazuje stupanj razvitka nacionalnog gospodarstva, opseg i strukturu proizvodnje, odnose prema inozemstvu te stanje unutarnje gospodarske ravnoteže (Blažević, 2007). Uravnoteženje bilance plaćanja jedna je od značajnijih funkcija turizma. Inozemni turizam predstavlja „nevidljivi izvoz“. Naime, potrošnja inozemnih turista poboljšava vanjsku bilancu prodavajući robe i usluge, a da roba nije napustila teritorij zemlje. Na taj način izbjegavaju se i transportni troškovi koji su

značajan trošak prilikom izvoza dobara. Putovanja domaćeg stanovništva neke zemlje i njihova potrošnja u inozemnoj zemlji, predstavljaju odljev deviznih sredstava i to za nacionalnu ekonomiju i platnu bilancu ima negativan efekt. Za ocjenu ekonomskih učinaka turizma važno je precizno određivanje njihovog mjesta u platnoj bilanci kao uspostavljenom izrazu vrijednosti svih međunarodnih transakcija jedne zemlje u određenom razdoblju, izraženim u valuti neke zemlje (Baban, 1989).

Generiranje prihoda - aktivnosti međunarodnog i domaćeg turizma generiraju prihode za poslovne subjekte i pojedince koji prodaju usluge i dobra turistima. Također, turizam ima multiplikativni efekt. Primarni izvor prihoda je turistička potrošnja na dobra i usluge koje uključuje smještaj, prijevoz, hranu i piće te kupovinu. Osim primarnih, postoje i indirektni (sekundarni) izvori prihoda koju obuhvaćaju potrošnju turističkih poslovnih subjekata i usluge građevinske industrije te inducirani (tercijalni) izvori prihoda, odnosno prihodi od turizma koji se potroše u lokalnom gospodarstvu kao inducirana potrošnja. Ovaj multiplikativni efekt turizma vrlo je važno uzeti u obzir kod računanja cjelokupnih ekonomskih koristi od turizma. Slika 1 prikazuje kako nastaje direktna, indirekta i inducirana potrošnja.



Slika 1. Turistički multiplikativni proces

Izvor: izrada autora po Cooper i dr. str. 165 (2005.)

Iz slike 3 vidljivo kako turistička potrošnja, koja se odvija u turističkim poduzećima generira prihode poduzećima te plaće zaposlenicima koje oni troše na lokalna dobra i usluge. Na taj način aktiviraju se i ostala poduzeća i nastaju prihodi koje oni dalje troše na dobra i usluge i predstavljaju induciranu potrošnju. Turizam može biti i značajan izvor prihoda za državni proračun kroz različite poreze i namete.

Generiranje zaposlenosti – u 2016. sektor turizma i putovanja generirao je 108,741,000 poslova, odnosno 3.6% od ukupne zaposlenosti, dok je čak 9,6% indirektno zaposlenih u turizmu (Svjetsko turističko vijeće - WTTC). Prema podacima WTTC-a sektor turizma i putovanja 2017. je stvorio 7 milijuna novih radnih mjesta. Zapravo je vrlo teško procijeniti stvaran doprinos turizma zaposlenosti upravo zbog njegove multiplikativne funkcije i diverzificiranosti. Turizam je radno-intenzivna djelatnost i kao takva doprinosi stvaranju novih radnih mjesta, a pri tome donosi i specifičnosti zaposlenosti u turizmu. Da bi se sagledali stvarni efekti turizma na zaposlenost stanovništva, potrebno je postaviti širu sliku, odnosno treba promatrati ne samo direktne nego i indirektno efekte turizma na zaposlenost. Turizam, osim ugostiteljstva, aktivira i niz drugih gospodarskih djelatnosti te svaka djelatnost se unekom svom segmentu može svrstati, direktno ili indirektno, u turizam. Stoga razvoj turizma i na indirektan način formira velik broj novih mjesta koje se ne mogu svrstati u turističke djelatnosti (industrija, poljoprivreda, građevinarstvo i ostale djelatnosti) (Blažević, 2007). Ipak, prema Blaževiću (2007) sektor usluga postaje sve značajnijim nositeljem turizmom generiranih poslova, a stupanj zaposlenosti u tim djelatnostima postaje pokazatelj gospodarske snage i razvijenosti turističke sredine. Kod procjene doprinosa turizma zapošljavanju treba voditi računa o sljedećim činjenicama:

- Broj stvorenih radnih mjesta u turizmu ovisi o prirodi i opsegu turizma. Naime, neki su oblici turizma više radno intenzivni od drugih.
- Poslovi u turizmu najčešće zahtijevaju niže razine vještina, dok su prilike za napredak ograničene.
- To u pravilu uzrokuje i niže plaće koja je česta karakteristika poslova u turizmu. Tome pridonosi i činjenica da mnoge poslove u turizmu mogu obavljati i najčešće obavljaju ljudi koji nisu aktivni, odnosno studenti, umirovljenici ili neformalni radnici. Isto tako u nekim zemljama zbog manjka radne snage plaće u turizmu mogu imati tendenciju rasta.

- Turizam može privući i radnike iz drugih, tradicionalnijih sektora gospodarstva kao što je poljoprivreda, što implicira manji utjecaj na smanjenje nezaposlenosti.
- Formalno zapošljavanje u turizmu u zemljama u razvoju u kojima je izražena sezonalnost vrlo je teško.

Turizam je dakle gospodarska aktivnost koja uvelike ovisi o ljudskom faktoru jer su turistički poslovi najčešće radno-intenzivni poslovi koji često ne zahtijevaju visoku razinu znanja i sposobnosti te su prilike za napredak ograničene. Osim navedenog karakteristike kadrova za turističke potrebe prema Prijevcu (1997) su: visok stupanj zapošljavanja ženske radne snage, visoko sudjelovanje nekvalificirane radne snage i potreba za brojnom sezonskom radnom snagom. Budući da su to skupine ljudi za čiji problem zapošljavanja države često traže adekvatno rješenje, turizmu se može prepisati funkcija rješavanja problema zaposlenosti (Blažević, 2007)

Poticanje poduzetničkih aktivnosti - turizam je stimulator poduzetničkih aktivnosti u lokalnoj ekonomiji. Razvoj turizma zahtjeva raznolikost roba i usluga koje se nude u destinaciji kako bi zadovoljili i sve različitije i zahtjevnije potrebe turista. Takvo stanje u turističkoj destinaciji predstavlja potencijalne prilike za male poduzetnike te tako i njihovu mogućnost da rade i ostvaruju dodatne prihode koje će se multiplikativnim efektom kako je ranije objašnjeno posljedično utjecati na razvoj cijele lokalne zajednice. No mogućnosti za poduzetnike ovise o više čimbenika:

- Tipu dobra i usluga koje se traže te mogućnost proizvođača/ponuđača da pruži tražena dobra i usluge u dovoljnoj količini i odgovarajućoj kvaliteti.
- Stupnju razvoja turizma: brzi razvoj turizma prati i rast potražnje koju lokalni ponuđači ne mogu uvijek zadovoljiti.
- Tipu turizma u destinaciji o kojem ovisi i potražnja za dobrima i uslugama.

2.2.4.2. Ekonomski troškovi od turizma

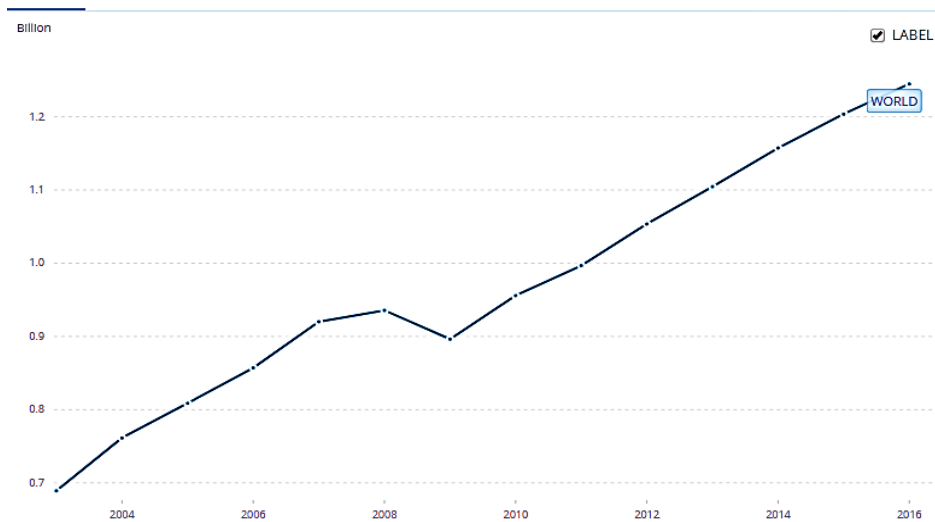
Navedene ekonomske koristi od turizma ne mogu se generirati bez određenih ekonomskih troškova. Turizam je definitivno sustav koji pokreće gospodarstvo, ali kod procjene učinka turizma na gospodarstvo vrlo je važno sagledati i ekonomske troškove koje turizam nosi sa sobom. Ekonomski troškovi od turizma su:

Sklonost uvozu - dok s jedne strane turizam potiče izvoz i doprinosi platnoj bilanci, mora se uzeti u obzir i činjenica da turizam zaspravo podrazumijeva i trošak uvoza robe kako bi se

zadovoljile potrebe turističke djelatnosti. Naime, ukoliko na tržištu ne postoji dovoljan broj domaćih proizvoda koji bi se plasirali kroz turističku ponudu i na taj način sudjelovali u „nevidljivom izvozu“, turistička poduzeća će za potrebe svog poslovanja uvoziti dobra. Navedeno je moguće i ukoliko su inozemni proizvodi jeftiniji od domaćih pa se u mjesecima turističke sezone javlja i povećan uvoz. Ovakve posljedice turizma mogu biti značajnije u malim zemljama u razvoju sa ograničenim gospodarskim sektorima. Isto tako ovaj utjecaj se povećava ukoliko posjetitelji putuju sa inozemnim putničkim agencijama i odjedsjaju u hotelima i borave u ugostiteljskim objektima u stranom vlasništvu.

Prevelika ovisnost o turizmu - navedene koristi od turizma utječu na njegovu sve veću zastupljenost u gospodarstva zemalja. Zbog te činjenice može se pojaviti opasnost da gospodarstvo postane ovisno o jednom sektoru, odnosno turizmu, čije su djelatnosti izrazito osjetljive. Naime, turizam je grana koja je izrazito osjetljiva na vanjske utjecaje kao što su ekonomske krize, prirodne katastrofe, terorizam ili jednostavno na promjene u modi i trendovima. Iz grafa 1. Vidljivo je kako se 2008. dogodio nagli pad turističkih dolazaka upravo zbog svjetske ekonomske krize koja je započela u tom razdoblju. Iako su se turistički dolasci brzo oporavili, navedena činjenica ipak Ovisnost o turizmu može se mjeriti udjelom turizma u BDP-u. Slika 2 prikazuje udio turizma u Bruto domaćem proizvodu (BDP-u) po državama svijeta. Vidljivo je kako je Hrvatska na 20. mjestu sa visokih 25% udjela turizma u BDP-u, što je najveći postotak u Europskoj Uniji. Navedena činjenica znači što da gotovo četvrtina državnih prihoda ovisi o jednom sektoru koji je izrazito osjetljiv. Također, može se uočiti da najrazvijenije države svijeta imaju manje udjele turizma u BDP-u, odnosno da uz turizam aktivno razvijaju i druge gospodarske djelatnosti.

Graf 1. Ukupni dolasci turista u svijetu od 2004. do 2016.



Izvor: World Bank Group

		2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2005	2000
1	Maldives	76.6	74.8	74.5	84.5	80.4	71.2	69.7	73.4	16.5	44.8
2	Seychelles	65.3	61.5	60.9	60.7	62.7	67.5	65.5	64.2	54.9	54.6
3	Macau	61.3	57.8	59.2	71.1	77.2	71.9	68.6	72.7	66.2	60.0
4	Antigua and Barbuda	51.8	53.8	56.2	58.1	59.5	60.8	62.1	65.7	58.0	60.0
5	Bahamas	47.8	48.5	47.7	45.3	44.5	45.4	45.0	45.3	43.1	41.5
6	Vanuatu	46.1	46.5	45.5	48.0	53.1	48.4	45.9	50.7	43.8	59.3
7	Cape Verde	44.9	43.0	42.4	41.6	44.3	44.1	42.5	41.9	28.3	17.0
8	St Lucia	41.8	39.1	39.6	36.6	39.0	37.0	35.0	33.6	57.9	44.7
9	Belize	41.3	40.0	38.6	38.8	37.5	33.9	29.8	33.9	32.2	22.5
10	Barbados	40.6	39.4	37.3	36.3	34.5	33.7	36.4	37.4	40.9	34.4
11	Fiji	40.3	38.8	39.5	38.4	38.1	40.6	39.7	39.9	38.5	28.1
12	Dominica	37.6	35.9	35.5	34.9	30.4	24.5	31.3	28.5	23.4	22.6
13	Iceland	34.6	34.0	28.7	27.5	25.7	23.2	20.5	19.4	18.2	18.7
14	Jamaica	32.9	31.7	30.0	29.6	26.8	25.3	25.0	27.5	27.3	26.0
15	Cambodia	32.4	31.8	32.9	33.3	32.5	32.8	30.6	27.3	24.6	14.9
16	Georgia	31.0	27.1	25.2	20.9	20.4	18.3	15.0	14.1	13.8	15.0
17	Malta	27.1	25.3	25.9	25.1	25.5	25.8	24.8	23.7	23.7	27.2
18	St Kitts and Nevis	26.8	26.1	28.4	27.2	27.4	25.2	23.5	20.6	35.3	15.7
19	Albania	26.2	26.1	24.7	24.8	23.4	25.0	23.0	23.9	21.1	17.3
20	Croatia	25.0	24.1	23.4	22.7	22.1	20.7	21.7	20.3	24.5	14.7
21	Sao Tome and Principe	24.3	27.8	27.5	22.2	17.8	13.7	15.6	13.2	9.9	18.4
22	Mauritius	23.8	23.8	22.9	21.7	21.4	23.8	24.5	24.7	28.6	24.4

Slika 2. Udio turizma u BDP-u po državama svijeta

Izvor: World Bank Group

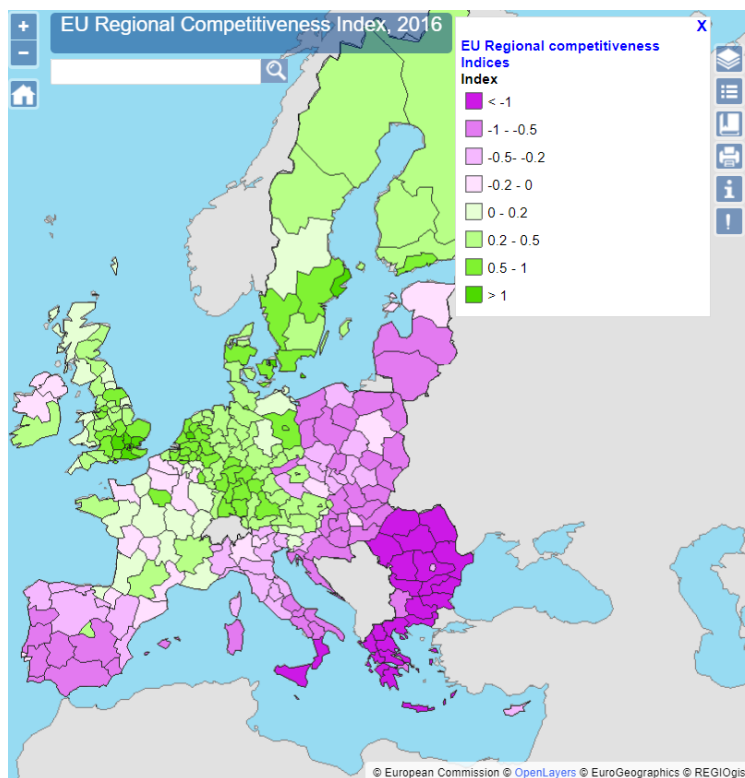
Inflacija - predstavlja povećanje agregatne razine cijena u odnosu na vrijednost novca. Zbog povećane potražnje za robama i uslugama, posebno u sezonskim mjesecima, turizam može uzrokovati inflaciju. Također, vrlo česta pojava je rast cijena zemljišta i nekretnina u

turističkim područjima. U turističkim mjesecima, kao posljedica veće potražnje, dolazi do povećanja cijena roba i usluga što negativno utječe na domaće stanovništvo, odnosno smanjuje njihovu kupovnu moć. Indeks cijena je najšire korištena mjera inflacije. Indeks cijena je zapravo košarica potrošačkih dobara i usluga praćenih iz mjeseca u mjesec (ne uključujući plaćeni porez). Obuhvaća cijene dobara različitih asortimana (hrana, režije, obuća, prijevoz, zdravstvene usluge, obrazovanje). Povećanje indeksa znači povećanje inflacije.

Oportunitetni trošak - uspoređuje koristi turizma sa koristima ravnjanja nekog drugog sektora, odnosno koristima od ulaganja u alternativni ekonomski sektor ili priliku u zemlji. Ne uzimanje u obzir oportunitetnih troškova, odnosno mogućnosti razvijanja drugih djelatnosti, može utjecati na to da se precijene učinci turizma na gospodarstvo. Iz istraživanja koje je proveo Cambrige Econometric - Analysis of the Main Factors of Regional Growth: An in-depth study of the best and worst performing regions (2012), a koje je analiziralo pet regija specijaliziranih u različitim djelatnostima, došlo se do zaključka da su najrazvijenije one regije koje su specijalizirane za financijske i poslovne usluge te regije zasnovane na razvijenim tehničkim karakteristikama prerađivačke industrije. U navedenom istraživanju BDP i stope zaposlenosti turističkih regija su unutar prosjeka EU. Jedno od glavnih pitanja turističkih regija su koja razina rasta može biti ostvarena bez narušavanja prirode te da je li ta razina rasta zadovoljavajuća?

Također, potreba ispitivanja oportunitetnog troška turističkih regija proizlazi i iz činjenice da, unatoč svim prednostima turizma, po Europskom indeksu regionalne konkurentnosti (Slika 3) priobalne regije, u kojima je turizam najrazvijeniji, imaju najniže regionalne indekse konkurentnosti¹. Budući da regionalna konkurentnost predstavlja sposobnost regije da ponudi atraktivno i održivo okruženje za tvrtke i stanovnike da žive i rade, Indeks regionalne konkurentnosti omogućuje regijama da prate i procjenjuju svoj razvoj tijekom vremena u usporedbi s drugim regijama. Kao takav može dati sliku gospodarskog razvoja.

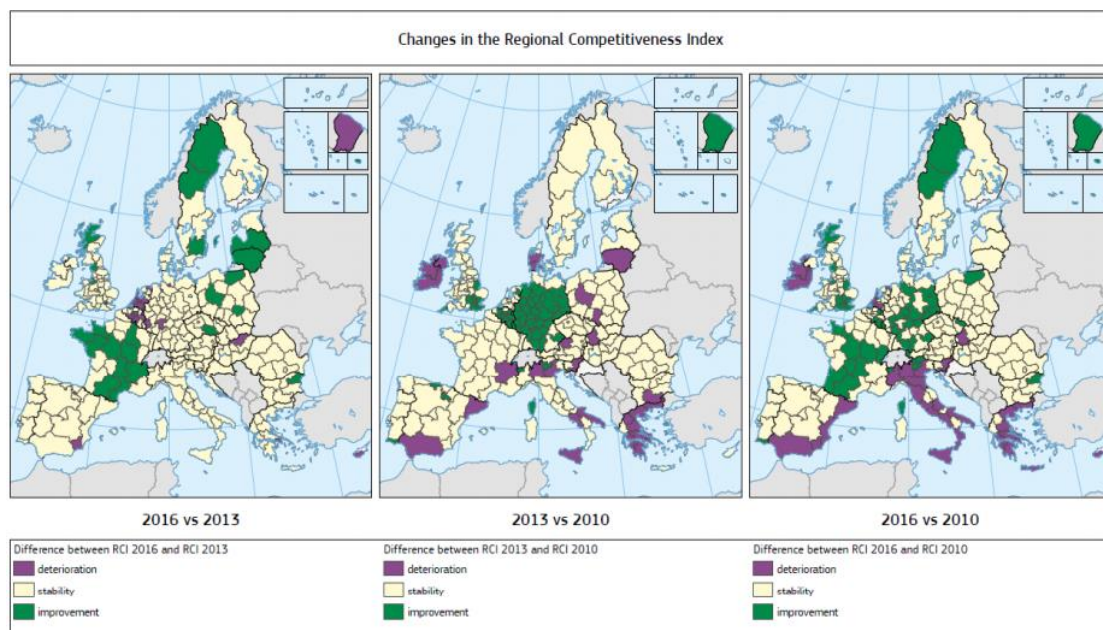
¹ Regionalni indeks konkurentnosti (RCI) računa se od 2010. godine objavljuje se svake tri godine, a uključuje tri skupine faktora: osnovne faktore, faktore rasta i faktore inovativnosti.



Slika 3. Regionalni indeks konkurentnosti EU 2016

Izvor: http://ec.europa.eu/regional_policy/en/information/maps/regional_competitiveness/

Regije označene rozom bojom predstavljaju regije s nižim indeksom regionalne konkurentnosti i pretežno su to priobalne regije u kojima je turizam jedan od najrazvijenijih sektora. Iste te regije najslabije i napreduju (Slika 4).



Slika 4. Promjene u regionalnom indeksu konkurentnosti od 2010. do 2016.

Izvor: http://ec.europa.eu/regional_policy/en/information/maps/regional_competitiveness/

Na slici 4 je vidljivo da je u regijama koje su označene ljubičastom bojom zabilježen pad regionalne konkurentnosti u razdoblju od 2010. do 2016., a možemo primjetiti kako su to opet pretežno priobalne regije u kojima je turizam najrazvijeniji. U regijama označenim žutom bojom stanje se nije mijenjalo, dok u onima označenima zelenom bojom, a koje su opet pretežno u unutrašnjosti, indeks regionalne konkurentnosti se povećao.

Unutar navedene studije Cambridge Econometric-a provedena su i istraživanja regija različitog stupnja razvijenosti. Pokazalo se da je Salzburg, kao najrazvijenija promatrana turistička regija, svoje politike koncentrirala na slabe točke u svojoj ekonomiji, odnosno u istraživanje, tehnologiju, razvoj i inovacije posljedica čega je bio brži gospodarski razvoj. Budući da i mogle teorije rasta spominju tehnologiju, inovacije i industriju kao generatore gospodarskog rasta, ulaganje u upravo te djelatnosti, može predstavljati oportunitetni trošak za turističke regije.

Eksternalije - razvoj turizma i povećan broj turističkih dolazaka i noćenja rezultira i dodatnim troškovima za lokalne zajednice kao što su troškovi za prikupljanje otpada, upravljanja prometom, uslugama zaštite stanovništva (policija, službe spašavanja, vatrogasci i sl.) te pružanja zdravstvenih usluga.

Izazov turističkih destinacija je postići održiv turistički razvoj, odnosno uravnotežiti pozitivne i negativne učinke turizma u cilju razvoja cjelokupne destinacije. Do sada je dan teorijski pregled gospodarskog rasta i razvoja i turizma, nakon čega su iznijeti rezultati i zaključci različitih empirijskih istraživanja o ulozi turizma u gospodarstvu koji potvrđuju da turizam ima ulogu generatora rasta gospodarstva, ali i da postoje određena ograničenja razvoja turizma. Također, neka od navedenih istraživanja potvrdila da su regije u kojima turizam nije dominantan sektor razvijenije od onih u kojima je turizam dominantan sektor i pokretač razvoja. U nastavku slijedi studija slučaja pri čemu će se navedeni sadržaji analizirati na primjeru Splitsko-dalmatinske županije kako bi se donijeli zaključci o ulozi turizma u gospodarstvu županije te njegovim ekonomskim koristima i troškovima.

3. Splitsko-dalmatinska županija – turizam i struktura gospodarstva

3.1. Geografske i demografske karakteristike Splitsko-dalmatinske županije

Splitsko-dalmatinska županija je geografski smještena na središnjem dijelu jadranske obale. Proteže se od Vrlike na sjeveru do najudaljenijeg hrvatskog otoka Palagruže na jugu, od Marine na zapadu do Vrgorca na istoku. Splitsko-dalmatinska županija graniči: na sjeveru s Republikom Bosnom i Hercegovinom, na istoku s Dubrovačko-neretvanskom županijom, a na jugu se prostire do granice teritorijalnog mora Republike Hrvatske. Cjelokupna površina Splitsko-dalmatinske županije iznosi 14.106,40 km². Površina kopnenog dijela s površinom otoka je 4.523,64 km² (8% površine Republike Hrvatske), a površina morskog dijela je 9.576,40 km² (30,8% morske površine RH). Najveći dio površine zauzima zaobalje (59,88%), dok najmanji udio površine otpada na otoke (19%). Ukupan broj stanovnika prema popisu iz 2011. je 455.242.

Županija se dijeli u tri geografske podcjeline: zaobalje, priobalje i otoke. Zaobalje, u kontinentalnom dijelu županije, ispresijecano je planinama koje se pružaju paralelno s obalom. Kraj je rijetko nastanjen i ekonomski siromašan. Priobalje čini uski pojas uz more između planinskih lanaca i mora. To je područje visoko urbanizirano i ekonomski razvijenije u odnosu na zaobalje. Otoci su slabo nastanjeni, ekonomski su razvijeniji od zaobalja, međutim zbog različitih prilika imali su trajnu emigraciju stanovnika. Otočno područje Županije sastoji se od 74 otoka i 57 hridi i grebena. Veličinom i naseljenošću se izdvaja 5 otoka, a to su Čiovo, Šolta, Brač, Hvar i Vis. Naseljeno je još 6 otoka: Veli Drvenik, Mali Drvenik, Sv. Klement, Šćedro, Biševo i Sv. Andrija. SDŽ je teritorijalno organizirana u 55 jedinica lokalne samouprave, odnosno 16 gradova i 39 općina. Županijsko središte se nalazi u gradu Splitu. U SDŽ-u postoji 368 naselja. Bez obzira na trend postepenog starenja, Splitsko-dalmatinska županija ipak ima relativno mlado stanovništvo. To pokazuje i koeficijent starosti od 23, koji je među nižima u RH, a najniži je među županijama Jadranske Hrvatske. Prosječna starost stanovnika je 41 godina, nešto ispod nacionalnog prosjeka (42 godina). Iako, prema podacima DZS-a, županija ima bolju stopu prirodnog prirasta od prosjeka Hrvatske, zabilježena je negativna stopa prirodnog prirasta (-77). Dugogodišnja depopulacija najprisutnija je u zaobalju i na otocima dok je priobalje prostor koncentracije stanovništva. Demografsku sliku županije prikazuje tablica 6 iz koje je vidljivo da Splitsko-dalmatinska županija ima negativan migracijski saldo. Ako povežemo negativan migracijski saldo gotovo svih županija sa strukturom iseljenih iz Republike Hrvatske (Graf 2), može se zaključiti da iz

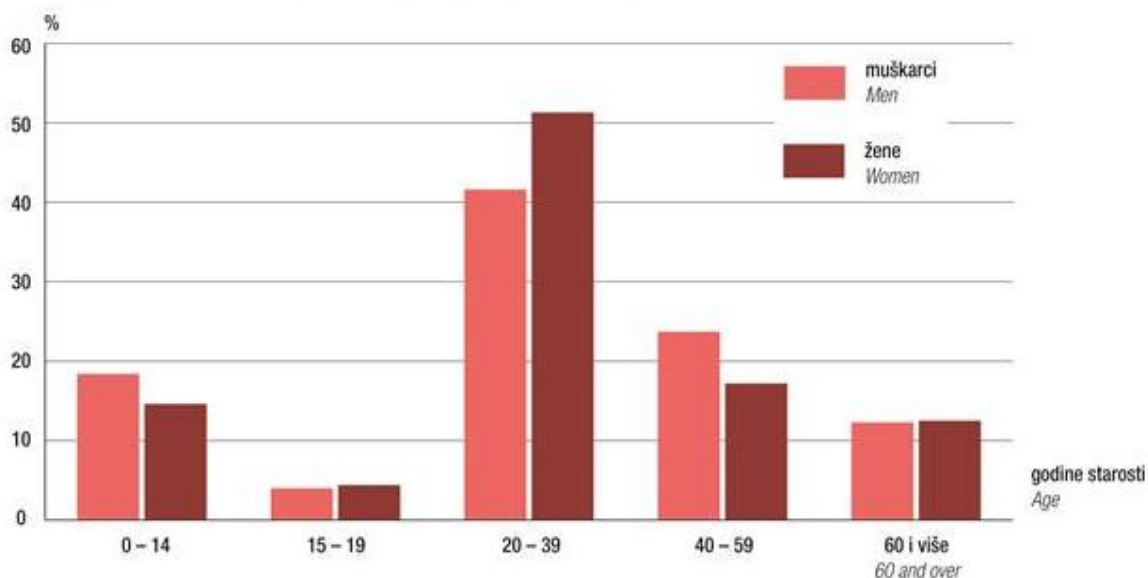
Republike Hrvatske pa tako i iz Splitsko-dalmatinske županije odlazi mlado i radno sposobno stanovništvo.

Tablica 2. Vanjska migracija stanovništva po županijama u 2017.

Županija	Doseljeni	Odseljeni	Migracijski saldo
Republika Hrvatska	15553	47352	-31799
Zagrebačka	830	3201	-2371
Krapinsko-zagorska	192	593	-401
Sisačko-moslavačka	502	3211	-2709
Karlovačka	421	1194	-773
Varaždinska	343	1346	-1003
Koprivničko-križevačka	185	989	-804
Bjelovarsko-bilogorska	162	1016	-854
Primorsko-goranska	1479	2962	-1483
Ličko-senjska	178	608	-430
Virovitičko-podravska	167	1322	-1155
Požeško-slavonska	166	1564	-1398
Brodsko-posavska	348	3271	-2923
Zadarska	732	1367	-635
Osječko-baranjska	598	5094	-4496
Šibenski-kninska	487	1199	-712
Vukovarsko-srijemska	447	5091	-4644
Splitsko-dalmatinska	1984	2992	-1008
Istarska	1859	1543	316
Dubrovačko-neretvanska	555	788	-233
Međimurska	203	1187	-984
Grad Zagreb	3715	6814	-3099

Izvor: DZS

Graf 2. Preseljeno stanovništvo Republike Hrvatske u 2017. prema starosti i spolu



Izvor: DZS

Globalno bi se moglo reći da je županija nisko nastanjena, disperzne izgrađenosti i slabe ekonomske razvijenosti s obzirom na potencijal za razvoj koji ima. Grad Split je županijsko središte, jaki sveučilišni, gospodarski i upravni centar u kojemu se sažimaju svi prometni pravci relevantni za razvoj regije. Na području Splitsko-dalmatinske županije zaštićeno je sveukupno 47 lokaliteta posebnih prirodnih vrijednosti. Od ukupno sedam lokaliteta koja su u Hrvatskoj uvrštena na UNESCO-vu listu zaštićene svjetske baštine, tri lokaliteta su na području Splitsko-dalmatinske županije: Dioklecijanova palača i srednjovjekovni Split, povijesna jezgra Trogira i Starogradsko polje na Hvaru. Također, u Splitsko-dalmatinskoj županiji nalazi se 5 od ukupno 8 nacionalnih parkova u Hrvatskoj. Sve to uzrokuje atraktivnost županije i čini izvrsne preduvjete za turistički razvoj.

3.2. Struktura gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije

Splitsko-dalmatinska županija jedna je od najvećih županija u Hrvatskoj. Njen privlačan geografski položaj, klima, povijesno značenje i golem utjecaj na ukupni razvitak, kako susjednih područja, tako i cjelokupnog gravitacijskog područja čini je gospodarski važnom. Županija ima mnoge komparativne prednosti koje joj predstavljaju mogućnosti za razvoj u okviru integriranog europskog i svjetskog gospodarstva, s osobitim naglaskom na zemljopisni položaj, prirodne resurse i komunikacije.

Unatoč navedenim potencijalima za razvoj i komparativnim prednostima te konstantnom rastu turizma iz godine u godinu, unatoč činjenici da županijsko gospodarstvo iskazuje stalni rast, što je u konačnosti rezultiralo povećanjem zaposlenosti te smanjenjem broja nezaposlenih, Splitsko-dalmatinska županija još uvijek nije na zadovoljavajućoj razini gospodarskog razvoja. Prema indeksu razvijenosti² nalazi se na sedmom mjestu i spada u treću skupinu, odnosno onu skupinu jedinica područne (regionalne) samouprave čija je vrijednost indeksa razvijenosti između 100% i 125% prosjeka Republike Hrvatske, a sve do nedavno bila je u drugoj skupini koja je ispod prosjeka indeksa razvijenosti RH. Županija ima najveću stopu nezaposlenosti u Jadranskoj Hrvatskoj. Nakon petogodišnjeg kontinuiranog rasta broja nezaposlenih (s 31.562 u 2008. godine nezaposlenost je kontinuirano rasla sve do 45.893 u 2013. godini), u 2016. godini nastavljeno je smanjenje broja nezaposlenih i to za 11,6% u odnosu na prosječnu nezaposlenost u 2015. godini. U strukturi nezaposlenih osoba prema dobi, krajem prosinca 2016. godine, najviše je bilo mladih osoba od 25-29 godine starosti, njih 4.673. S obzirom na visok udio sivog gospodarstva, stopa anketne nezaposlenosti na razini županije je zasigurno manja od stope registrirane nezaposlenosti, no i dalje je značajna. Nadalje, iz tablice 5 vidljivo je kako je Splitsko-dalmatinska županija tek 12. po BDP-u po stanovniku u Republici Hrvatskoj.

² Indeks razvijenosti je kompozitni pokazatelj koji se računa kao prilagođeni prosjek standardiziranih vrijednosti društveno-gospodarskih pokazatelja radi mjerenja stupnja razvijenosti JLP(R)S-a u određenom razdoblju. Indeks razvijenosti omogućava mjerenje stupnja razvijenosti JLP(R)S-a u Republici Hrvatskoj.

Tablica 3. BDP po stanovniku po županijama RH u 2014. i 2015.

Županija	2014	2015
Grad Zagreb	138,397	1,141,379
Istarska	98,049	100,635
Primorsko-goranska	96,480	97,177
Dubrovačko-neretvanska	78,570	81,554
Međimurska	66,745	68,706
Varaždinska	65,060	67,506
Koprivničko-križevačka	66,028	66,894
Zadarska	63,048	65,457
Osječko-baranjska	61,926	64,019
Šibensko-kninska	62,018	63,095
Zagrebačka	60,679	62,890
Splitsko-dalmatinska	60,128	62,290
Ličko-senjska	59,958	62,058
Karlovačka	58,388	60,932
Sisačko-moslavačka	56,778	5,877
Bjelovarsko-bilogorska	53,990	55,868
Krapinsko-zagorska	50,146	52,405
Vukovarsko-srijemska	45,237	47,446
Požeško-slavonska	44,734	46,119
Brodsko-posavska	43,472	45,368
Virovitičko-podravsko	43,457	44,528

Izvor: DZS

Hrvatska gospodarska komora 2015. godine izradila je indeks gospodarske snage prema kojem su rangirane županije u Hrvatskoj. HGK indeks gospodarske snage je kompozitni pokazatelj koji se računa kao zbroj ponderiranih osnovnih gospodarskih pokazatelja u trogodišnjim prosjecima te demografske projekcije radi mjerenja stupnja gospodarske snage i gospodarskog potencijala županija u odstupanju od prosjeka RH te kao takav može dati sliku gospodarskog stanja županija u odnosu na državni prosjek. Tablica 4 pokazuje indeks gospodarske snage županija i vidljivo je kako je Splitsko-dalmatinska županija sa indeksom od 80,8 i prema ovom pokazatelju ispod prosjeka RH.

Tablica 4. Indeks gospodarske snage županija i njegove sastavnice 2017.

Županija	BDP po stanovniku, prosjek 2012.-2014., indeksi, RH=100	Prosječne neto plaće po zaposlenom, prosjek 2013.-2015., indeksi, RH=100	Ukupni prihodi poduzetnika po zaposlenom, prosjek 2014.-2016., indeksi, RH=100	Neto dobit poduzetnika po zaposlenom, prosjek 2014.-2016., indeksi, RH=100	Prihod na inozemnom tržištu po zaposlenom, prosjek 2014.-2016., indeksi, RH=100	Stopa nezaposlenosti, prosjek, 2014.-2016., indeksi, RH u odnosu na županiju	Demografija - indeks promjene broja stanovnika 2021./2011.	HGK indeks gospodarske snage, RH=100
Grad Zagreb	177,8	116,9	130,5	132,6	102,6	201,3	100,9	147,6
Istarska	124,2	99,0	86,4	138,4	140,7	187,5	98,8	127,3
Primorsko-goranska	125,8	99,9	76,1	71,8	88,4	127,7	97,0	105,5
Varaždinska	82,0	80,4	77,8	57,9	149,4	155,1	98,1	99,6
Zagrebačka	76,5	96,2	118,7	89,9	100,7	105,9	102,3	95,2
Dubrovačko-neretvanska	97,8	99,2	66,4	100,4	64,8	96,9	98,4	92,1
Zadarska	80,0	95,7	76,9	86,2	100,8	103,9	102,1	91,3
Međimurska	83,5	81,9	62,1	59,2	112,0	128,6	97,9	91,0
Koprivničko-križevačka	86,3	92,4	82,8	79,5	100,7	96,1	96,5	90,7
Krapinsko-zagorska	62,5	86,0	74,9	76,2	132,6	109,4	97,0	87,1
Karlovačka	75,0	94,5	72,0	110,2	92,7	82,6	90,2	85,8
Osječko-baranjska	79,1	91,5	85,6	66,1	88,3	61,5	96,1	80,9
Splitsko-dalmatinska	76,7	94,4	76,2	82,8	62,1	74,2	98,1	80,8
Sisačko-moslavačka	76,3	92,4	73,2	36,7	146,3	56,8	87,1	79,7
Šibensko-kninska	78,2	92,5	66,0	62,4	60,2	82,0	89,2	77,6
Vukovarsko-srijemska	58,4	86,8	103,4	86,7	92,0	57,7	92,3	77,3
Ličko-senjska	76,4	91,0	61,2	69,6	52,0	83,2	85,6	76,0
Brodsko-posavska	56,6	88,1	67,3	47,2	108,7	60,9	93,4	71,6
Bjelovarsko-bilogorska	67,6	84,0	65,5	41,3	49,0	64,6	91,8	68,0
Požeško-slavonska	58,8	86,2	57,5	44,0	68,6	72,7	89,5	67,9
Virovitičko-podravska	58,3	83,6	65,0	48,6	81,0	54,8	92,3	67,7

Izvor: DZS i izračuni HGK

Napomena: dva crveno označena polja pokazuju dva najlošija rezultata u stupcu, a dva zeleno označena polja pokazuju dva najbolja rezultata u stupcu.

Regionalni indeks konkurentnosti Hrvatske je još jedan indeks koji može ukazati na stanje gospodarstva u pojedinoj županiji, a temelji na definiciji konkurentnosti koju koristi Svjetski gospodarski forum i koja kaže da je konkurentnost skup institucija, politika i faktora koji određuju razinu produktivnosti u nekoj zemlji te na definiciji EU-a prema kojoj je regionalna konkurentnost sposobnost kreiranja atraktivnog i održivog okruženja za poslovanje i življenje. Indeks je 2013. mjeran na razini županija RH te se može uključiti u analizu stanja u gospodarstvu jer je svih sedam najmanje konkurentnih županija ujedno i u skupini županija s najnižim indeksom razvijenosti (ispod 75 % prosjeka Republike Hrvatske). Može se zaključiti da je njihova nekonkurentnost ujedno razlog njihove nerazvijenosti. Niti ovaj indeks regionalne konkurentnostine ne pokazuje najbolje rezultate za Splitsko-dalmatinsku županiju. Slika 5 pokazuje da je Splitsko-dalmatinska županija tek 9. po indeksu regionalne konkurentnosti. One županije koje imaju najveći indeks regionalne konkurentnosti su one koje su i najrazvijenije i imaju najveći BDP po stanovniku.

Ukupni rang konkurentnosti		Županije	Rang poslovnog okruženja	Rang poslovnog sektora	Statistički rang			Perceptivni rang		
2013.	2010.				Statistički rang (ukupno)	Rang poslovnog okruženja	Rang poslovnog sektora	Perceptivni rang (ukupno)	Rang poslovnog okruženja	Rang poslovnog sektora
1	2	Grad Zagreb	2	3	1	1	4	5	6	3
2	1	Varaždinska	1	2	7	7	6	1	1	1
3	3	Istarska	9	1	2	5	1	11	14	8
4	4	Međimurska	6	4	4	9	3	8	8	6
5	7	Primorsko-goranska	8	6	3	4	2	15	16	13
6	6	Zadarska	3	8	9	6	7	3	3	9
7	5	Zagrebačka	4	5	6	3	9	7	7	2
8	12	Koprivničko-križevačka	5	7	10	10	8	2	2	5
9	8	Splitsko-dalmatinska	7	11	8	2	10	10	11	10
10	9	Dubrovačko-neretvanska	10	10	5	8	5	12	12	12
11	13	Osječko-baranjska	13	9	16	19	12	4	5	4
12	11	Krapinsko-zagorska	12	12	13	11	18	9	10	11
13	14	Karlovačka	11	13	11	12	14	13	9	16
14	10	Šibensko-kninska	16	15	12	13	11	17	18	19
15	15	Bjelovarsko-bilogorska	15	16	15	14	15	16	15	15
16	16	Brodsko-posavska	14	14	21	20	20	6	4	7
17	18	Ličko-senjska	18	20	14	15	13	20	17	21
18	17	Virovitičko-podravska	17	17	18	17	19	14	13	14
19	19	Sisačko-moslavačka	19	19	17	18	16	19	20	20
20	20	Vukovarsko-srijemska	21	18	19	21	17	18	19	18
21	21	Požeško-slavonska	20	21	20	16	21	21	21	17

Slika 5. Županije rangirane prema konkurentnosti u 2013.

Izvor: Regionalni indeks konkurentnosti Hrvatske 2013.

Ne baš najbolji rezultati gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije mogli bi se povezati sa strukturom gospodarstva prikazanoj u tablici 5.

Tablica 5. Struktura aktivnih pravnih osoba po djelatnostima u 2016.

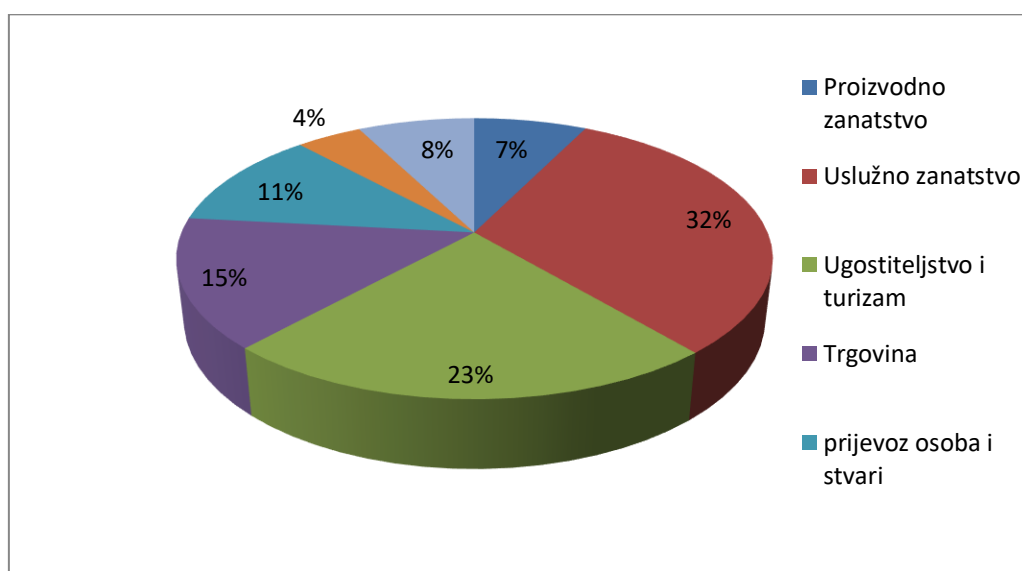
djelatnost	Republika Hrvatska	Županija	Udjel SDŽ u RH, u %	Udjel djelatnosti u SDŽ, u %
A Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	2.705	185	6,84	1,26
B Rudarstvo i vađenje	211	38	18,01	0,26
C Prerađivačka industrija	13.637	1.261	9,25	8,59
D Opskrba električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija	655	42	6,41	0,29
E Opskrba vodom, uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom i sanacija okoliša	816	77	9,44	0,52
F Građevinarstvo	12.990	1.543	11,88	10,51
G Trgovina na veliko i malo, popravak motornih vozila i motocikla	28.631	2.720	9,50	18,53
H Prijevoz i skladištenje	4.548	580	12,75	3,95
I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	9.964	1.456	14,61	9,92
J Informacije i komunikacije	5.948	396	6,66	2,70
K Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja	919	61	6,64	0,42
L Poslovanje nekretninama	4.232	628	14,84	4,28
M Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti	18.248	1.574	8,63	10,72
N Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	5.506	859	15,60	5,85
O Javna uprava i obrana; obvezno socijalno osiguranje	1.062	113	10,64	0,77
P Obrazovanje	3.276	346	10,56	2,36
Q Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	2.850	249	8,74	1,70
R Umjetnost, zabava i rekreacija	9.154	916	10,01	6,24
S Ostale uslužne djelatnosti	19.168	1.634	8,52	11,13
T Djelatnosti kućanstava kao poslodavaca	2	-	-	-
U Djelatnosti izvanteritorijalnih organizacija i tijela	-	-	-	-
ukupno	144.522	14.678	10,16	100,00

Izvor: 26. izvješće o radu Splitsko-dalmatinske županije, 2016.

Iz tablice 5 vidljivo je da u strukturi aktivnih pravnih osoba na području županije dominira trgovina s udjelom od 18,53% te djelatnosti rudarstva sa 18,01%, a slijede ih poslovanje nekretnina te djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane. Po prikazu kretanja konsolidiranog financijskog rezultata po ključnim djelatnostima u periodu 2005.-2016. godine, turizam već treću godinu za redom ostvaruje pozitivni konsolidirani rezultat (u 2014. godini 163 milijuna kuna, u 2015. 168, a u 2016. godini 348 milijuna kuna). Iako prerađivačka industrija već petu godinu za redom ostvaruje pozitivni konsolidirani rezultat (značajan udio predstavlja proces saniranja brodograđevne industrije), još uvijek je nizak udjel prerađivačke industrije, kao i financijskih djelatnosti te informacija i komunikacija. Mali udio navedenih djelatnosti ukazuje na strukturni problem u gospodarstvu županije, a isto se može povezati i sa istraživanjem Cambridge Econometric-a (Poglavlje 2) kojim se došlo do zaključka kako su regije specijalizirane upravo u tim djelatnostima generirale veći rast BDP-a te su se ujedno spominjale i kroz razne teorije rasta kao generatori gospodarskog rasta.

Koliko je turizam dominantan u strukturi gospodarstva Splitsko dalmatinske županije može se vidjeti iz grafa 3. Naime, 23% obrtnika djeluje u sektoru turizma i gospodarstva, dok se 32% bavi uslužnim djelatnostima, 15% trgovinom, a 11% uslugama prijevoza. Sve te djelatnosti su indirektno povezane s turizmom.

Graf 3. Struktura obrtništva u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2016.



Izvor: 26. izvješće o radu Splitsko-dalmatinske županije, 2016.

Tablica 6 prikazuje prvih pet poduzetnika prema visini dobiti od kojih su sve u djelatnosti turizma i s njim usko povezane trgovine na malo i veliko.

Tablica 6. Prvih pet poduzetnika u županiji prema veličini dobiti u 2016. godini.

redni broj	naziv poduzetnika	sjedište poduzetnika	dobit razdoblja u 000 kuna	udjel u dobiti županije, u %
1.	GRAND HOTEL LAV d.o.o.	PODSTRANA	139.389	5,09
2.	TOMMY d.o.o.	SPLIT	113.081	4,13
3.	ZRAČNA LUKA SPLIT d.o.o.	KAŠTEL ŠTAFILIĆ	85.537	3,12
4.	HOTEL MEDENA d.d.	SEGET DONJI	64.636	2,36
5.	STUDENAC, d.o.o.	OMIŠ	60.473	2,21
Ukupna dobit gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije			2.738.196	

Izvor: 26. izvješće o radu Splitsko-dalmatinske županije, 2016.

Prema 26. Izvješću o radu Splitsko-dalmatinske županije gospodarska kretanja u Splitsko-dalmatinskoj županiji, kao i u Republici Hrvatskoj, u 2016. godini karakterizirana su poslovanjem u ublaženim recesijskim uvjetima. U odnosu na prethodnu godinu ostvareno je:

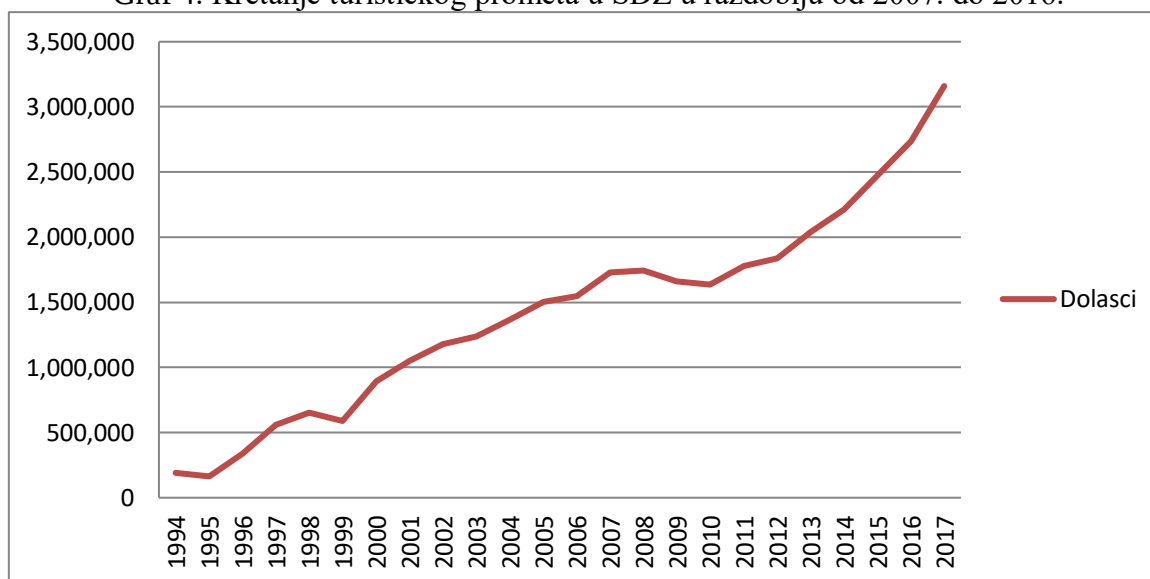
- povećanje ukupnih prihoda za 6,70%
- povećanje ukupnih rashoda za 6,06%
- pozitivni konsolidirani financijski rezultat u iznosu od 1,14 milijardi kuna (u 2015. godini ostvaren je pozitivni konsolidirani iznos od 0,92 milijarde kuna)
- povećanje dobiti razdoblja za 4,6%
- smanjenje gubitka razdoblja za 5,8%
- smanjenje investicija u novu dugotrajnu imovinu za 9,39% - rast turističkog prometa: broja turista za 10,66% te noćenja za 11,98%
- rast broja osiguranika za 1,68%
- smanjenje nezaposlenih za 11,64%
- porast prihoda od prodaje u inozemstvu za 10,34%.

Jedno od obilježja gospodarstva Županije je i neravnomjerna raspodjela gospodarstva po područjima županije, a što je u osnovi posljedica dugogodišnje koncentracije razvitka u priobalju i većim urbanim centrima. Županija razlike pokušava smanjiti kroz program razvitka gospodarskih zona, koji i u ovoj ranoj fazi izgradnje iskazuje pozitivne pomake. Naime, uvidom u kretanje vanjskotrgovinske razmjene po gradovima/općinama u proteklih šest godina vidljivo je povećanje udjela gradova/općina unutar kojih su već gospodarske zone razvijene, a isto tako ovaj pomak je vidljiv i kroz praćenje novih djelatnosti na područjima tih istih lokalnih samouprava. Očito je da je nužno ubrzati promjene postojeće gospodarske strukture kako bi se što prije dosegla poželjna razina razvoja.

3.3. Turizam u Splitsko-dalmatinskoj županiji

Blago mediteransko podneblje, raznolik reljef, prirodna bogatstva, razvedena obala s više od 1000 otoka, bogata povijest i kulturna baština čine Splitsko-dalmatinsku županiju izuzetno atraktivnom turističkom destinacijom, što je zasigurno jedan od glavnih razloga za konstantan rast turističkog prometa iz godine u godinu. Prosječna godišnja stopa rasta noćenja 2014.-2017. je 11%. Graf 2 prikazuje uzlazan trend turističkih dolazaka te tek blagi pad istih u razdoblju svjetske gospodarske krize 2009. godine.

Graf 4. Kretanje turističkog prometa u SDŽ u razdoblju od 2007. do 2016.



Izvor: DZS

Tablica 7. Rezultati turističkog prometa po regijama/komercijalni smještaj u 2017.

Regije	Dolasci	Index 16/17	Noćenja	Indeks 16/17	% noćenja
Istra	4.038.545	110	25.314.552	109	29,66
Splitsko-dalmatinska	3.127.067	117	16.641.394	112	19,50
Kvarner	2.723.783	109	14.773.759	108	17,31
Zadarska	1.537.745	113	9.222.133	112	10,81
Dubrovačko-neretvanska	1.813.135	115	7.624.574	112	8,93
Šibensko-kninska	910.865	113	5.436.067	109	6,37
Liško-senjska	721.114	118	2.629.497	113	3,08
Grad Zagreb	1.096.259	118	1.929.215	117	2,26
Kontinent	896.552	118	1.763.668	116	2,07
Ukupno	16.865.245	113	85.334.859	11	100,00

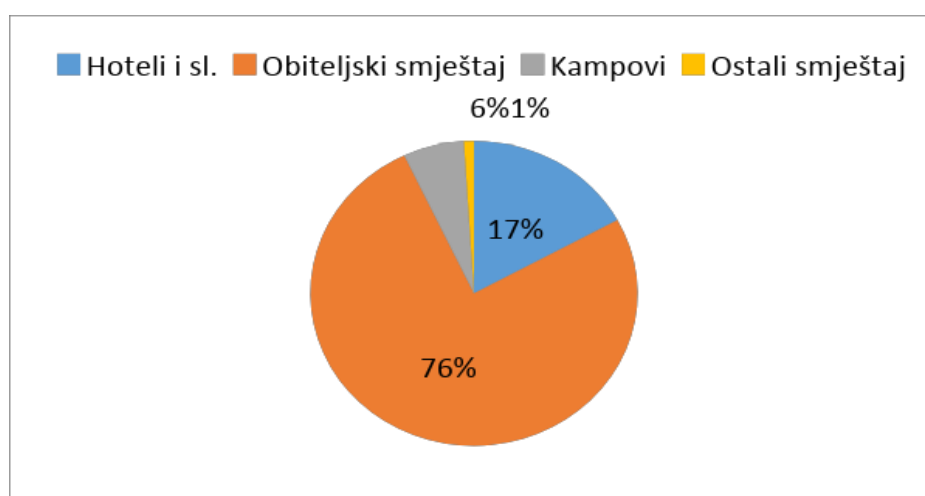
Izvor: eVisitor

Iz tablice 7 vidljivo je da se u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2017. ostavilo nešto više od 19% noćenja od ukupnog broja noćenja u Republici Hrvatskoj. To je, nakon Istre, drugi

najveći udio. Treći je Kvarner s udjelom od 17%. Prema podacima sustava eVisitor na području Splitsko-dalmatinske županije 2017. ostvaren je porast od 17% u dolascima i 12% u noćenjima, a predviđa se i daljnji porast broja dolazaka.

Što se tiče strukture smještaja u županiji predvladava obiteljski smještaj (Graf 5), odnosno privatni apartmani i sobe za iznajmljivanje, koji čine 76% ukupne ponude smještajnih kapaciteta. Slijede ih hoteli i sličan smještaj (turistička naselja, turistički apartmani, pansioni i guest house) koji čine 17% od ukupne ponude.

Graf 5. Struktura smještajnih kapaciteta u SDŽ 2016.



Izvor: eVisitor

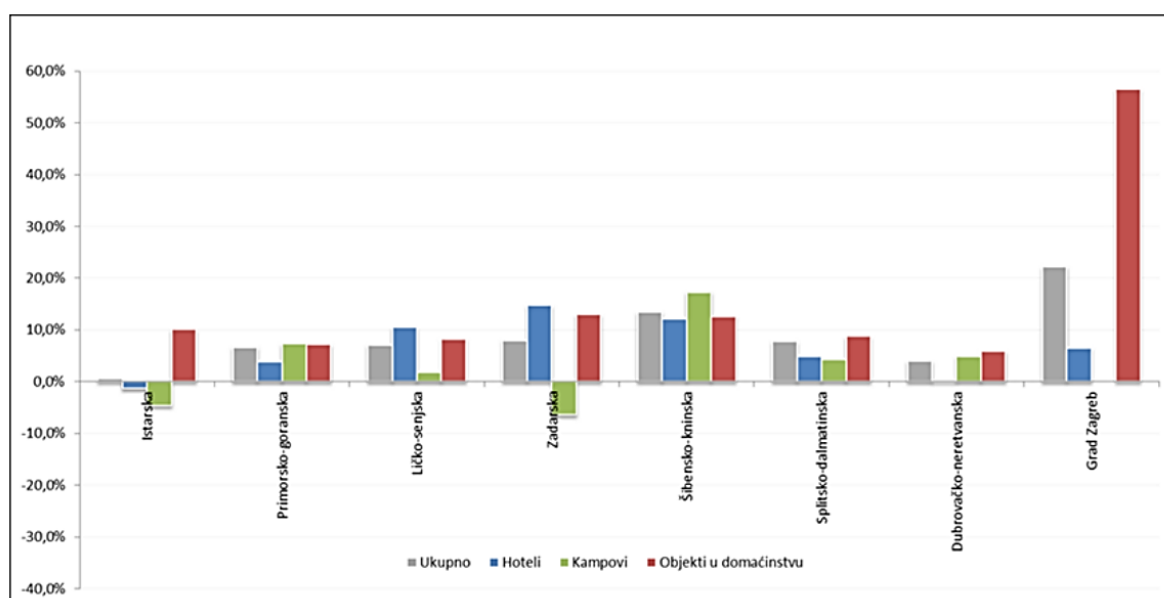
Unatoč povećanim investicijama u hotelske smještajne kapacitete u županiji i dalje dominira privatni smještaj, prvenstveno zbog činjenice daje ponuda smještaja u objektima u domaćinstvu, odnosno privatnih apartmana, rasla više od hotelske (Graf 6). Prema podacima Hrvatske turističke zajednice (2017) prisutan je trend povećanja razine kvalitete smještaja (u svim vrstama objekata) u pogledu smanjenja broja objekata najniže kvalitete (2 zvjezdice) te strukturnog povećanja srednje i više kvalitete (prvenstveno u rasponu 3-4 zvjezdice).

Tablica 8. Smještajni kapaciteti po vrstama ugostiteljskih objekata Splitsko-dalmatinske županije 2016. godine

Objekt - vrsta objekta	Broj objekata	Broj kreveta
Hoteli	247	31,487
Kampovi	1	12,808
Objekti na OPG-u	28	131
Objekti u domaćinstvu	21,679	141,611
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	1,356	19,006
Ostalo	3	670
Ukupno	23,364	206,713

Izvor: eVisitor

Graf 6. Rast smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj po županijama 2016.



Izvor: eVisitor

Iz grafa 6 vidljivo je kako u Splitsko-dalmatinskoj županiji, kao i u većini ostalih, još uvijek najviše raste ponuda smještaja u objektima u domaćinstvu, što ne pridonosi heterogenosti ponude smještaja koja je važan čimbenik u dugoročno održivom razvoju turizma.

Tablica 9. Dolasci i noćenja po vrstama smještajnih objekata u 2017.

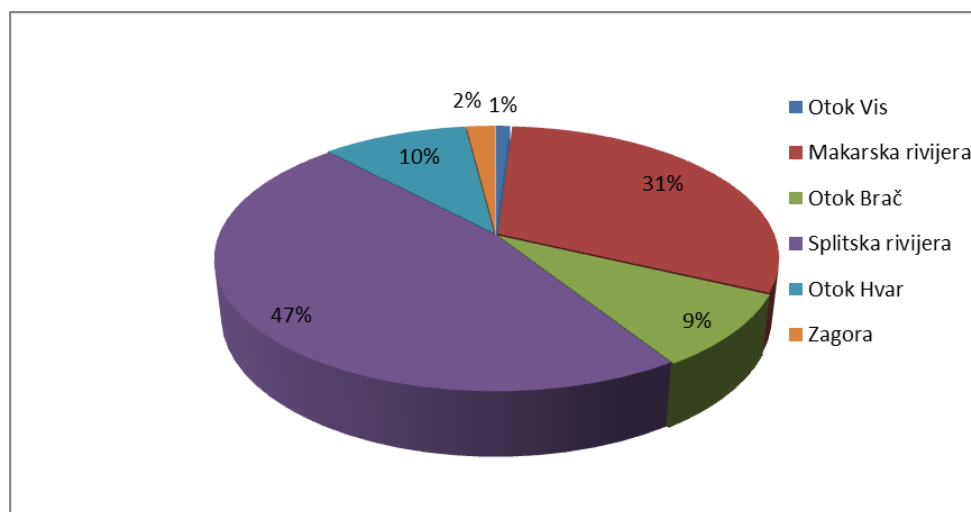
Vrsta objekta	1.01.-31.10.2017.		Index 16/17	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hoteli	1.119.478	4.458.887	113	106
Kampovi	187.081	1.066.615	110	109
Objektina OPG-u	910	7.319	87	109
Objekti u domaćinstvu	1.506.082	9.660.451	121	114
Ostali ugostiteljski objekti	313.053	1.445.718	118	115
Ostalo	463	2.404	225	250
Ukupno komercijalni smještaj	3.127.067	16.641.394	117	112
Nautika	210,720	1.437.825	119	118
Ukupno	3.337.787	18.079.219	117	112

Izvor: eVisitor

Iz tablice 9 je vidljivo kako je najviše noćenja ostvareno u objektima u domaćinstvu, čiji je broj ujedno najviše i rastao u odnosu na prethodnu godinu, što je i za očekivati budući da je najviše rasla ponuda objekata u domaćinstvu. Prosječna godišnja popunjenost po krevetima u objektima u domaćinstvu, prema podacima eVisitora (2016) bila je najmanja i iznosila je 16,63%, dok je u hotelima 37,19%.

Glavnina dolazaka i noćenja, gotovo polovica, u Splitsko-dalmatinskoj županiji odvija se na Splitskoj rivijeri (Graf 7). Grad Split se posebno ističe i pokazuje izuzetno dobre rezultate iz godine u godinu u svim segmentima turističkog poslovanja te ima udio od 20% u ukupnim dolastima na području regije, što je rezultat višegodišnjih napora da se Split iz tranzicijskog odredišta pretvori u europsku turističku destinaciju. Osim grada Splita, među top destinacije što se tiče dolazaka turista 2017. godine na području regije ubrajaju se i Makaraska, Hvar, Baška Voda i Seget, koji također bilježe veće stope rasta turističkog prometa. Zadnjih nekoliko godina i Dalmatinska zagora bilježi rast turističkih dolazaka i smještajnih kapaciteta zbog svog očuvanog, autentičnog i ekološki visoko vrijednog prostora. Ulaganje u razvoj ruralnog turizma pridonosi diferenciranju ponude Splitsko-dalmatinske županije.

Graf 7. Dolasci turista u destinacije u SDŽ 2017.



Izvor: SDŽ, 2018.

Na područje Splitsko-dalmatinske županije najviše dolaze turisti iz Poljske, Njemačke i Skandinavije. U tablici 10 se nalazi top 10 emitivnih tržišta na području županije.

Tablica 10. Top 10 emitivnih tržišta na području SDŽ 2017.

Rb	1.01. – 31.10. 2017				Indeks 17/16	
	DOLASCI		NOĆENJA		Dolasci	Noćenja
1.	Poljska	312.522	Poljska	2.298.729	124	122
2.	Njemačka	293.643	Njemačka	2.091.206	116	113
3.	Skandinavija	293.528	Skandinavija	1.785.153	125	122
4.	Češka	230.690	Češka	1.739.890	105	103
5.	Hrvatska	222.797	Hrvatska	943.300	102	99
6.	UK	198.855	UK	937.448	125	123
7.	BiH –	153.968	Slovačka	808.285	106	99
8.	Francuska	137.338	BiH	804.792	122	104
9.	SAD	128.388	Slovenija	701.518	141	102
10.	Slovačka	108.866	Francuska	606.752	101	118

*bez nautike

Izvor: eVisitor

Strani turisti su u Splitsko-dalmatinsku županiju ove godine dolazili iz više od 70 zemalja svijeta. Uz tradicionalna tržišta, poput Njemačke, Poljske i dr., 2017. godinu je obilježio snažan rast tržišta posebice Velike Britanije i Skandinavije, kao i nastavak trenda rasta ostalih tržišta koja su prijašnjih godina bilježili negativne stope rasta. Županija je sve prepoznatljivija i na dalekim tržištima poput Koreje, Kine, Australije i dr. Thomas istraživanje iz 2014. pokazalo je da turisti koji borave u Splitsko-dalmatinskoj županiji u prosjeku ostvaruju 10 noćenja u Hrvatskoj, odnosno 8,6 noćenja u turističkom mjestu, to je nešto manje u odnosu na 2010. godinu. Primarne aktivnosti kojima se na odmoru bave gotovo svi turisti Splitsko - dalmatinske županije su plivanje i kupanje, odlazak u restorane, slastičarnice i kafiće, odlazak

u kupnju i šetnje prirodom, razgledavanje znamenitosti te odlazak na lokalne zabave. Gosti županije iznadprosječno se, u odnosu na prosjek primorskih županija, bave planinarenjem i avanturističkim sportovima, prvenstveno zbog prirodnih obilježja županije. Što se tiče potrošnje, gosti županije dnevno su u 2014. godini izdvajali u prosjeku 70 eura, što je za 27% više u odnosu na 2010. godinu. Rast prosječnih dnevnih izdataka zabilježen je u svim skupinama izdataka, pri čemu je najveći porast (34%) u skupini izdataka za usluge sporta, zabave, kulture i izleta (Tablica 11). Ipak još uvijek turisti su najveći dio potrošnje 2014. odvajali za osnovne potrebe, odnosno hranu i smještaj, što upućuje na profil gostiju koji dolazi, ali i na nediverzificiranost ponude.

Tablica 11. Potrošnja turista u Splitsko-dalmatinskoj županiji 2014.

Prosječni dnevni izdaci po osobi	HR		SDŽ	
	EUR	%	EUR	%
Ukupno	66.36	100.00	69.64	100.00
Smještaj	36.22	55.00	35.48	51.00
Hrana i piće izvan objekta	12.18	18.00	14.78	21.00
Kupnja	9.49	14.00	10.18	15.00
Sport i zabava	1.83		1.47	
Kultura	0.93		0.97	
Zabava	3.06	13.00	4.00	13.00
Izleti	1.57		1.71	
Ostalo	1.09		1.04	

Izvor: THOMAS 2014.

Različita krizna događanja na svjetskoj i europskoj razini te specifičnosti turističke potražnje, doveli su do preusmjeravanja turističkih tijekova te do zaoštavanja konkurentske utakmice između turističkih destinacija koje, osim cjenovnom politikom, nastoje povećati svoje tržišne udjele značajnim ulaganjem u marketing, inovacije i diferencijaciju ponude odnosu na konkurente. Sve to za Splitsko-dalmatinsku županiju predstavlja izazov za uspješno pozicioniranje i diferencijaciju kako bi zadovoljila sve informiraniju i zahtjevniju turističku potražnju.

4. Analiza ekonomskih koristi i troškova od turizma na primjeru gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije

Temeljem pregleda stanja gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije može se zaključiti kako stanje nije na zadovoljavajućoj razini uzimajući u obzir potencijal županije, dok istovremeno turizam ostvaruje sve bolje rezultate. Povezujući te dvije činjenice postavlja se pitanje o neto ekonomskom učinku turizma na gospodarski razvoj Splitsko-dalmatinske županije i potreba analize istog.

Ekonomska analiza koristi brojne metode i postupke za mjerenje utjecaja i međuzavisnosti pojava i procesa. Turizam, kao i druge ekonomske pojave, direktno i indirektno utječe na proces gospodarskog i ukupnog društvenog razvoja. Kao što je ranije navedeno, mjerenje tog utjecaja nije jednostavno. Razvoj je uvijek rezultat djelovanja više varijabli pa se mora uzeti u obzir da mjerenje značenja jedne varijable ima ograničenu vrijednost (Dulčić, 2001). Analiza koristi i troškova od turizma dana je opisnom metodom koja podrazumijeva objašnjenje razvojne uloge turizma analizom i opisom registriranih posljedica koje pojava izaziva, bez dubljih saznanja o međuovisnostima i zakonitostima koje djeluju na relaciji turizam-razvoj (Dulčić, 2001). Koleracijom je utvrđeno postoji li značajna statistička povezanost određenih varijabli bitnih za procjenu ekonomskih učinaka turizma. Na kraju se, bilanciranjem ekonomskih troškova i koristi, došlo do saznanja o promjenama i posljedicama koje nastaju razvojem turizma u gospodarstvu Splitsko-dalmatinske županije.

4.1. Analiza ekonomskih koristi od turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji

U nastavku će se iznijeti ekonomske koristi od turizma prema pokazateljima koji su ranije izneseni, a temelje se na definiranju koje je iznio Sharpley (2015) i to na primjeru Splitsko-dalmatinske županije.

4.1.1. Doprinos platnoj bilanci

Kao što je naglašeno u prethodnom poglavlju, turizam doprinosi prihodima od međunarodne razmjene. U tablici 12 prikazano je kretanje bilance usluga Republike Hrvatske u razdoblju od 2008. do 2017.

Tablica 12. Platna bilanca: Robe i usluge (milijuni eura) 2008.-2017.

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017. ³⁾
Usluge	6,909.2	5,785.0	5,772.5	6,196.0	6,490.0	6,756.0	7,337.4	8,005.8	8,682.4	9,302.4
1. Usluge oplemenjivanja robe u vlasništvu drugih	148.0	242.4	158.8	192.1	192.4	188.3	229.9	251.3	264.4	239.8
1.1. Prihodi	379.4	290.9	243.4	252.4	271.7	220.4	251.3	277.0	300.9	283.7
1.2. Rashodi	231.3	48.5	84.6	60.4	79.4	32.2	21.3	25.6	36.6	43.9
2. Prijevoz	405.3	289.3	316.5	277.7	267.6	251.0	434.6	442.0	489.4	469.5
2.1. Prihodi	1,213.5	942.9	999.1	977.8	966.6	934.4	999.1	1,018.2	1,077.5	1,144.0
2.2. Rashodi	808.3	653.7	682.6	700.1	699.0	683.5	564.5	576.2	588.1	674.5
3. Putovanja – turizam	6,694.0	5,655.8	5,600.8	5,984.5	6,136.7	6,523.0	6,767.6	7,280.2	7,781.5	8,291.0
3.1. Prihodi	7,459.4	6,379.7	6,230.0	6,616.9	6,858.7	7,202.8	7,402.3	7,962.0	8,635.0	9,492.9
3.1.1. Poslovni razlozi	386.3	255.7	236.6	225.4	233.2	225.5	194.0	219.4	198.4	267.4
3.1.2. Osobni razlozi	7,073.1	6,124.0	5,993.4	6,391.6	6,625.5	6,977.4	7,208.2	7,742.6	8,436.6	9,225.5
3.2. Rashodi	765.5	724.0	629.2	632.4	722.0	679.8	634.6	681.8	853.5	1,201.9
3.2.1. Poslovni razlozi	261.3	240.8	180.6	183.6	224.6	211.6	180.4	202.2	279.1	377.3
3.2.2. Osobni razlozi	504.2	483.1	448.6	448.8	497.4	468.2	454.2	479.6	574.5	824.6
4. Ostale usluge	-338.1	-402.4	-303.6	-258.2	-106.6	-206.2	-94.8	32.2	147.1	302.1
4.1. Prihodi	1,503.4	1,370.3	1,476.3	1,537.7	1,548.6	1,485.9	1,584.8	2,022.4	2,254.1	2,486.5
4.2. Rashodi	1,841.4	1,772.7	1,779.9	1,795.9	1,655.1	1,692.1	1,679.6	1,990.2	2,107.0	2,184.4
od čega: FISIM	-104.8	-154.1	-194.9	-263.7	-133.2	-201.1	-143.0	-162.2	-239.9	-193.8
Prihodi	14.9	-3.5	-20.4	-8.5	-4.1	-4.3	8.9	7.6	6.2	7.1
Rashodi	119.7	150.5	174.6	255.2	129.1	196.9	151.9	169.7	246.1	200.9

Izvor: HNB

Iz tablice je vidljivo da segment usluga iz godine u godinu sve više pridonosi platnoj bilanci, posebno stavka putovanje-turizam, koja svake godine ostvaruje suficit i pokriva nastale deficite u ostalim stavkama te u stavkama roba. Devizne prihode od turizma gotovo u cijelosti čine prihodi od putovanja iz osobnih razloga (98 posto), dok prihodi ostvareni na temelju poslovnih putovanja stranih gostiju čine tek 2 posto ukupnih deviznih prihoda u turizmu

Za potrebe analize doprinosa turizma na razini Županije u kontekstu doprinosa platnoj bilanci Županije za potrebe ovoga rada projiciran je prihod od turizma za 2016. godinu. Zbog ograničenosti podataka na razini županije razrađena je proekcija prihoda od turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji na temelju udjela noćenja turista u SDŽ u ukupnim noćenjima Republike Hrvatske (Tablica 13), te se ukupni prihod od turizma na razini Županije iz proekcije je vidljivo kako prihodi od turizma pokrivaju negativan saldo robne razmjene, što potvrđuje

pozitivan učinak turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Može se zaključiti kako prihodi od izvoza turističkih usluga prikazanih u stavci putovanje u platnoj bilanci, djeluju na smanjenje deficita trgovinske bilance Hrvatske, a posebno Splitsko-dalmatinske županije.

Tablica 13. Uvoz i izvoz roba i pokriće salda roba prihodima od turizma 2016.

	Uvoz	Izvoz	Saldo	Prihodi od turizma	Pokriće salda roba prihodima od turizma
Hrvatska	21.891.649,00	14.016.945,00	-7.874.704,00	9.492.876,6	1,21
Splitsko-dalmatinska županija	770.860,00	518.034,00	-252.826,00	1.851.110,94	7,32

Izvor: DZS

4.1.2. Generiranje prihoda

Turističke aktivnosti generiraju prihode za poslovne subjekte i pojedince koji prodaju usluge i dobra turistima, ali zbog svog multiplikativnog efekta, stvaraju se i indirektni i inducirani izvori prihoda. Koliko je turizam bitan čimbenik razvoja i generiranja prihoda Splitsko-dalmatinske županije potvrđuju podaci o konsolidiranom financijskom rezultatu po djelatnostima (Tablica 14). Tako djelatnosti iz skupine I, odnosno klasične turističke djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, ostvaruju drugi najveći prihod. Veće prihode ostvaruje samo skupina trgovine na veliko i malo, koja je usko povezana s turizmom te potvrđuje postojanje multiplikativnog efekta turizma.

Tablica 14. Prikaz financijskog poslovanja gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije po djelatnostima u 2015. i 2016. godini

grupa	opis djelatnosti	br. poduzet. u 2016.	broj zaposlenih		ukupni prihodi, kuna		ukupni rashodi, kuna		Konsolidirani financijski rezultat, kuna	
			2015.	2016.	2015.	2016.	2015.	2016.	2015.	2016.
O	FIZIČKE OSOBE BEZ DJELATNOSTI	21	3	3	7.257.336	8.831.304	5.441.631	6.910.976	1.516.648	1.309.785
A	POLJOPRIVREDA, SUMARSTVO I RIBARSTVO	215	860	934	414.263.876	471.263.593	413.333.213	450.792.388	-2.809.848	15.605.727
B	RUDARSTVO I VAĐENJE	43	310	337	168.961.400	153.821.368	155.670.590	137.988.671	10.777.914	14.086.649
C	PRERAĐIVAČKA INDUSTRIJA	1.260	15.880	16.403	9.114.504.526	9.329.517.713	8.903.126.482	9.049.264.457	137.355.782	220.091.069
D	OPSKRBA ELEKTRIČNOM ENERGIJOM, PLINOM, PAROM I KLIMATIZACIJA	53	101	104	101.748.610	113.436.095	91.146.997	93.079.240	7.708.969	15.497.732
E	OPSKRBA VODOM; UKLANJANJE OTPADNIH VODA, GOSPODARENJE OTPADOM TE DJELATNOSTI SANACIJE OKOLIŠA	72	2.059	2.084	752.713.918	786.611.778	730.114.372	752.972.265	17.429.929	26.070.334
F	GRAĐEVINARSTVO	1.655	8.030	8.609	5.264.486.835	5.204.022.633	5.049.609.292	5.235.484.496	172.937.897	-86.298.512
G	TRGOVINA NA VELIKO I NA MALO; POPRAVAK MOTORNIH VOZILA I MOTOCIKALA	2.690	17.053	17.575	14.584.175.712	15.697.616.813	14.088.938.764	15.111.059.907	391.601.516	461.779.675
H	PRIJEVOZ I SKLADIŠTENJE	625	4.296	4.581	2.058.697.550	2.133.264.793	2.177.495.432	2.041.901.896	-143.314.420	40.917.872
I	DJELATNOSTI PRUŽANJA SMJEŠTAJA TE PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE	1.524	8.317	9.097	2.852.218.472	3.495.687.260	2.658.629.459	3.090.125.198	187.543.859	348.482.178
J	INFORMACIJE I KOMUNIKACIJE	390	1.843	1.862	827.250.993	787.422.275	768.470.636	743.243.543	47.960.125	33.314.717
K	FINANCIJSKE DJELATNOSTI I DJELATNOSTI OSIGURANJA	42	79	88	17.412.902	24.179.963	16.999.910	19.716.959	-290.457	3.513.951
L	POSLOVANJE NEKRETNOSTIMA	799	593	639	303.088.077	464.316.870	406.983.496	689.405.900	-109.558.294	-231.081.126
M	STRUČNE, ZNANSTVENE I TEHNIČKE DJELATNOSTI	1.629	3.947	4.177	1.245.131.302	1.372.255.866	1.104.768.991	1.190.859.833	102.997.598	138.252.168
N	ADMINISTRATIVNE I POMOĆNE USLUŽNE DJELATNOSTI	847	3.238	3.419	1.515.236.906	1.649.336.675	1.483.959.038	1.643.924.107	18.968.553	-8.638.706
O	JAVNA UPRAVA I OBRANA; OBVEZNO SOCIJALNO OSIGURANJE	4	13	13	5.363.674	8.653.708	3.358.805	6.990.617	1.573.836	1.272.020
P	OBRAZOVANJE	149	899	887	148.426.298	157.937.974	142.211.693	149.174.974	4.571.616	6.438.091
Q	DJELATNOSTI ZDRAVSTVENE ZAŠTITE I SOCIJALNE SKRBI	161	934	965	191.121.041	208.141.309	175.112.347	189.269.943	12.299.882	14.603.033
R	UMJETNOST, ZABAVA I REKREACIJA	166	1.219	1.619	733.178.149	943.915.674	670.527.925	813.282.582	54.357.397	115.139.958
S	OSTALE USLUŽNE DJELATNOSTI	380	1.175	1.345	300.073.043	315.762.039	295.162.597	308.173.571	2.708.003	5.024.088
UKUPNO SVE DJELATNOSTI		12.725	70.849	74.741	40.605.310.620	43.325.995.703	39.341.061.670	41.723.621.523	916.336.505	1.135.380.703

Izvor: 26. Izvješće o radu Splitsko-dalmatinske županije 2016.

Struktura ukupnih prihoda u Splitsko-dalmatinskoj županiji (Tablica 15) pokazuje trend rasta udjela prihoda od turističkih djelatnosti u ukupnim prihodima Splitsko-dalmatinske županije. Od 2012. do 2016. udio prihoda od djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane porastao je za više od 50%. Sa turizmom indirektno povezane djelatnosti, kao što su trgovina, građevinarstvo i prijevoz, također bilježe blagi rast. Na temelju toga može se zaključiti kako turizam zaista generira prihode ne samo u tradicionalno turističkim djelatnostima, nego i da uzrokuje rast prihoda i u ostalim djelatnostima.

Tablica 15. Struktura ukupnog prihoda po djelatnostima za period 2012.-2016.

Područje djelatnosti	Ukupni prihodi u 2016. (1000 kn)	Udio u %				
		2016	2015	2014	2013	2012
Prerađivačka industrija	9.329.518	21,53	22,59	21,71	23,03	30,45
Građevinarstvo	5.204.023	12,01	13,01	12,47	12,97	12,28
Trgovina	15.697.617	36,23	35,66	37,16	37,92	34,88
Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	471.264	1,09	0,97	0,88	0,98	1,13
Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	3.495.687	8,07	7,11	6,92	6,02	4,32
Prijevoz, skladištenje i veze	2.133.265	4,92	5,30	5,68	4,98	4,62
Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti	1.372.256	3,17	3,14	3,22	3,14	2,72
Ostale djelatnosti	5.622.367	12,98	12,22	11,96	10,97	9,59
Ukupno	43.325.996	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Izvor: 26. izvješće o radu Splitsko-dalmatinske županije, 2016.

4.1.3. Generiranje zaposlenosti

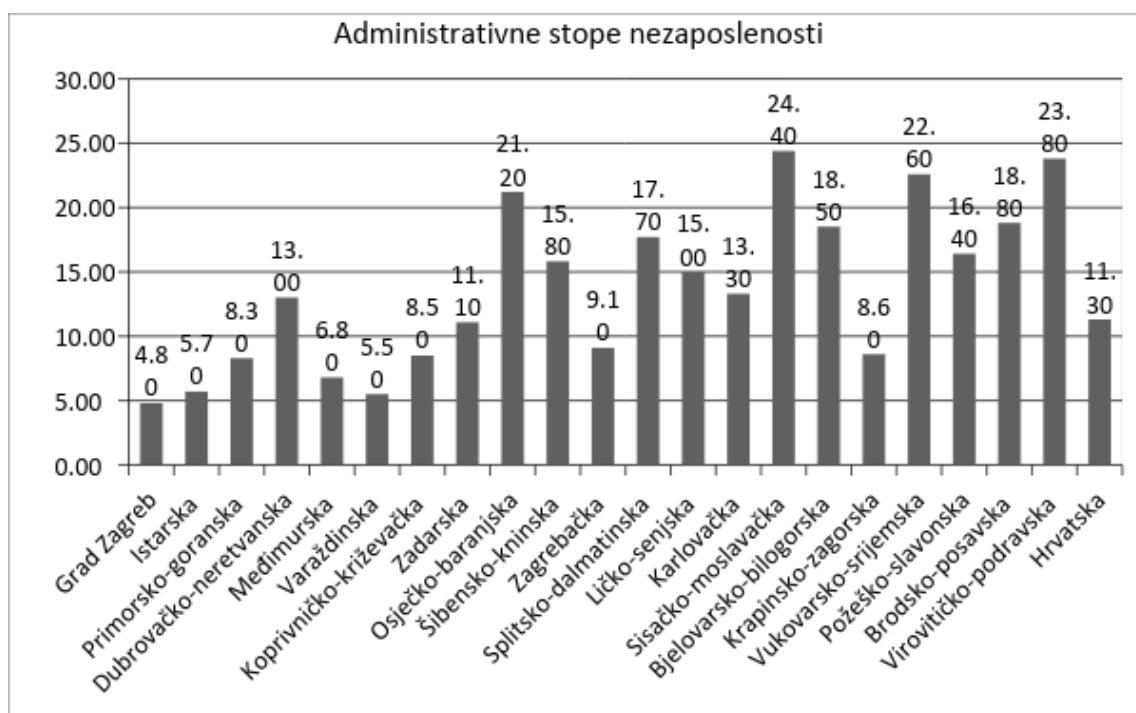
Turizam je izrazito radno-intenzivna djelatnost. Razvoj tehnologije i automatizacija imaju tek ograničenu ulogu u smanjivanju radne snage jer čovjek ipak ostaje glavni pružatelj usluga. Brzi razvoj turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji izazvao je povećanje broja direktno zaposlenih u turističkim djelatnostima, a s obzirom na multiplikatorsku funkciju i povećanje broja zaposlenih u povezanim djelatnostima. Povećavanjem turističkog prometa i potrošnje stranih i domaćih turista dolazi i do uključivanja većeg broja radne snage u turističke djelatnosti, kao i u neprivrednim djelatnostima. Bitno je naglasiti da zbog visoke fragmentiranosti turizma i velikog broja radnih mjesta koje se tek djelomično odnose na turizam, nije moguće izračunati točan broj ukupno zaposlenih u turizmu, pa će se analizom zaposlenosti u Splitsko-dalmatinskoj županiji dati samo procjena uloge turizma u generiranju zaposlenosti.

Prema podacima administrativnih statističkih izvora na dan 31. prosinca 2017. u Splitsko-dalmatinskoj županiji bilo je ukupno 175.524 zaposlenih osoba i registriranih nezaposlenih osoba, odnosno aktivnog stanovništva. U 2017. godini (31.prosinca) bilo je 144.447 registriranih zaposlenih osoba, što je u usporedbi s prethodnom godinom povećanje za 3,3%, odnosno 4.678 više zaposlenih osoba. Administrativna nezaposlenost³ obuhvaća osobe prijavljene pri Hrvatskom zavodu za zapošljavanje, a stanje registrirane nezaposlenosti krajem

³Stopa administrativne nezaposlenosti je udio nezaposlenih osoba u aktivnom stanovništvu, tj. u zbroju zaposlenih i nezaposlenih

mjeseca prosinca 2017. iznosi ukupno 31.077 osoba, što je u odnosu na prosinac 2016. godine manje za 5.926 nezaposlenih osoba ili 16,0%. Unatoč smanjivanju registrirane stope nezaposlenosti, sa stopom administrativne nezaposlenosti od 17,7% Splitsko-dalmatinska županija i dalje je ispod prosjeka Republike Hrvatske (11,3%). Najmanje stope administrativne nezaposlenosti imaju Grad Zagreb, Varaždinska, Istarska i Međimurska županija. Budući da su to županije u kojima turizam nije dominantna djelatnost postavlja se pitanje kakav je neto učinak turizma na zaposlenost u Splitsko-dalmatinskoj županiji.

Graf 8. Administrativne stope nezaposlenosti po županijama, 31.12.2017. godine



Izvor: Izvješće o nezaposlenosti i zapošljavanju u 2017. godini u Splitsko-dalmatinskoj županiji, 2018

Kretanje administrativne stope nezaposlenosti posljednje dvije godine pokazuje kontinuirano međukvartalno smanjenje nezaposlenosti kako na državnoj razini tako i na regionalnoj razini. Smanjenje na lokalnoj razini nešto je veće od državne razine što ukazuje na činjenicu većeg smanjenja nezaposlenosti na lokalnoj razini odnosno značajnijih promjena na tržištu rada. Budući da se u Splitsko-dalmatinskoj županiji iz godine u godinu povećava broj turista te obogaćuje turistička ponuda, može se zaključiti da je i turizam pridonio smanjenju stope nezaposlenosti. Da turizam pridonosi zaposlenosti u Splitsko-dalmatinskoj županiji i da je prioritetna gospodarska aktivnost potvrđuju i podaci o prijavljenim potrebama poslodavaca za radnom snagom (Tablica 16).

Tablica 16. Prijavljene potrebe poslodavaca u 2017. i 2016. godini po djelatnostima

Djelatnost	2017.		2016.		Promjena 2017/2016
	Ukupno	Udio	Ukupno	Udio	
(A) POLJOPRIVREDA, ŠUMARSTVO I RIBARSTVO	237	0,8%	175	0,7%	35,4%
(B) RUDARSTVO I VAĐENJE	49	0,2%	26	0,1%	88,5%
(C) PRERAĐIVAČKA INDUSTRIJA	2.636	9,4%	2.654	10,7%	-0,7%
(D) OPSKRBA ELEKTRIČNOM ENERGIJOM	14	0,1%	13	0,1%	7,7%
(E) OPSKRBA VODOM	116	0,4%	131	0,5%	-11,5%
(F) GRAĐEVINARSTVO	1.871	6,7%	1.778	7,2%	5,2%
(G) TRGOVINA NA VELIKO I NA MALO	4.046	14,5%	3.536	14,3%	14,4%
(H) PRIJEVOZ I SKLADIŠTENJE	978	3,5%	754	3,0%	29,7%
(I) DJELATNOSTI PRUŽANJA SMJEŠTAJA	6.310	22,6%	5.558	22,4%	13,5%
(J) INFORMACIJE I KOMUNIKACIJE	291	1,0%	255	1,0%	14,1%
(K) FINANCISKE DJELATNOSTI	113	0,4%	78	0,3%	44,9%
(L) POSLOVANJE NEKRETNOSTIMA	178	0,6%	181	0,7%	-1,7%
(M) STRUČNE, ZNANSTVENE I TEHNIČKE DJELATNOSTI	969	3,5%	744	3,0%	30,2%
(N) ADMINISTRATIVNE DJELATNOSTI	1.625	5,8%	1.828	7,4%	-11,1%
(O) JAVNA UPRAVA I OBRANA	2.530	9,0%	1.424	5,8%	77,7%
(P) OBRAZOVANJE	2.976	10,6%	2.854	11,5%	4,3%
(Q) DJELATNOSTI ZDRAVSTVENE ZAŠTITE	2.034	7,3%	1.849	7,5%	10,0%
(R) UMJETNOST, ZABAVA I REKREACIJA	279	1,0%	248	1,0%	12,5%
(S) OSTALE USLUŽNE DJELATNOSTI	704	2,5%	670	2,7%	5,1%
(T) DJELATNOSTI KUĆANSTAVA KAO POSLODAVACA	10	0,0%	6	0,0%	66,7%
(U) DJELATNOSTI IZVAN TERITORIJALNIH ORGANIZACIJA	1	0,0%	1	0,0%	0,0%
Ukupno:	27.967		24.763		12,9%

Izvor: 26. izvješće o radu Splitsko-dalmatinske županije, 2016.

Promatrajući broj i udio prijavljenih potreba po djelatnostima, djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane sa 6.310 potreba čine najveći udio od 22,6% od ukupnih potreba. Slijede trgovina na veliko i malo sa 4.046 potreba ili 14,5%. To su djelatnosti koje određuju glavna kretanja u gospodarstvu i prije svega su sezonskog karaktera. Od ukupnog broja prijavljenih potreba potrebe za sezoncima iznose 7.505, što čini 26,8% svih ukupnih potreba, a to je otprilike i postotak koji sezonci čine i u ukupnom zapošljavanju s evidencije Zavoda. Većina turističkih objekata u županiji posluje samo određeni dio godine. Predsezonsko, sezonsko i podsezonsko su tri intezitetom različita razdoblja. Sva razdoblja utječu na sagledavanje cjelokupne problematike zaposlenosti, odnosno potrebnih kadrova u turizmu. Veliki problem poslova u turizmu je izražena sezonalnost. Iz tablice 17. vidljivo je kako je u Splitsko-dalmatinskoj županiji najmanja stopa nezaposlenosti u drugom i trećem kvartalu, odnosno tijekom ljetne sezone, što potvrđuje sezonalnost turizma u SDŽ.

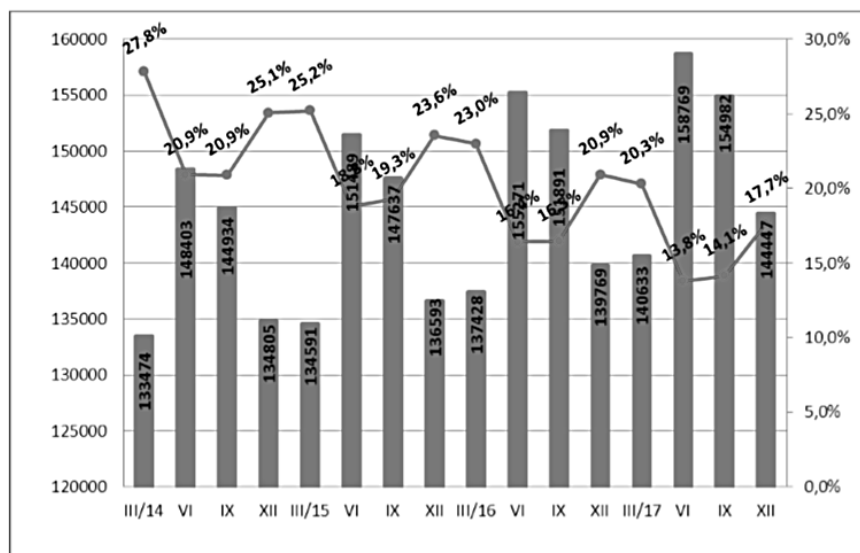
Tablica 17. Kretanje stope nezaposlenosti po kvartalima u RH i SDŽ u 2016. i 2017.

	2016.				2017.			
	III	VI	IX	XII	III	VI	IX	XII
SDŽ	23,0%	16,4%	16,5%	20,9%	20,3%	13,8%	14,1%	17,7%
RH	16,3%	12,8%	12,5%	14,2%	13,4%	10,0%	10,1%	11,3%

Izvor: 26. izvješće o radu Splitsko-dalmatinske županije, 2016.

Iako broj zaposlenih raste iz godine u godinu, a stopa nezaposlenosti pada, sezonalnost i dalje ostaje problem u Splitsko-dalmatinskoj županiji (Graf 9).

Graf 9. Kretanje broja zaposlenih u SDŽ, 2014.-2017.

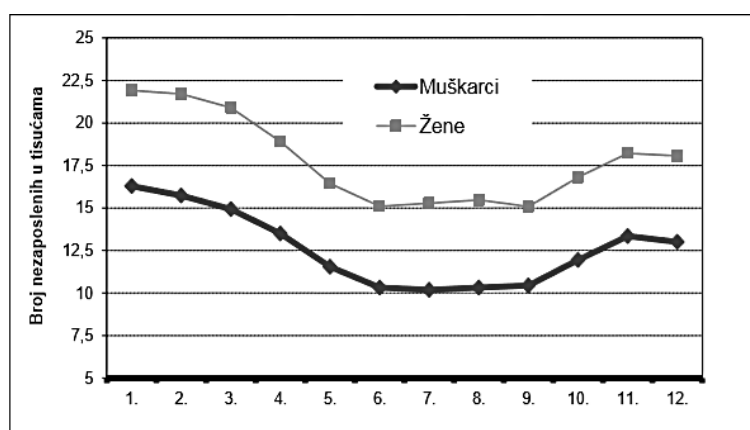


Izvor: 26. izvješće o radu Splitsko-dalmatinske županije, 2016.

Nezaposlenost je najmanja u drugom i trećem kvartalu ponajprije zbog činjenice da smještajni objekti najčešće rade samo u sezonskim mjesecima. Sezonsko zapošljavanje u 2017. godini bilo je nešto manje u odnosu na prethodnu godinu. U 2017. godini zaposleno je ukupno 8.661 sezonaca što je manje nego prethodne godine za 11,1%, kada je bilo zaposleno ukupno 9.741 sezonaca, a predstavlja 29,7% ukupnog zapošljavanja. Najveći dio sezonaca zaposlen je u periodu između travnja i kolovoza kada se zaposlilo 84,8% sezonaca. Makarska, Brač i Hvar kao tradicionalne «turističke ispostave» sezonskog zapošljavanja, zapošljavaju najviše sezonaca i one su u 2017. godini zaposlile ukupno 1.630 sezonaca što je 18,8% ukupnog sezonskog zapošljavanja.

Budući da je u Splitsko-dalmatinskoj županiji veći broj nezaposlenih žena nego muškaraca (Graf 10), a tradicionalno turističke djelatnosti po temeljnim obilježjima aktivnosti više odgovaraju ženskoj radnoj snazi, može se reći da turizam ima važno mjesto u rješavanju problema nezaposlenosti žena u SDŽ.

Graf 10. Kretanje nezaposlenosti prema spolu u 2016.



Izvor: 26. izvješće o radu Splitsko-dalmatinske županije izvješće, 2016.

Sljedeća temeljna odrednica problematike zapošljavanja u turizmu je potreba za visokim udjelom niskokvalificirane radne snage (Prijevec, 1998). Ipak, poznato je da je broj zaposlenih takvog profila obrnuto proporcionalan kategoriji smještajnih kapaciteta. Naime, što je viša kategorija smještajnog kapaciteta, to je u strukturi više zaposlene radne snage viših kvalifikacija. Povećan broj zaposlenih niže kvalificirane radne snage u ljetnim mjesecima i struktura smještajnih kapaciteta u kojoj prevladava privatni obiteljski smještaj, potvrđuje navedene činjenice.

Tablica 18. Broj nezaposlenih i broj dolazaka turista u 2016. i stupanj koleracije

Mjesec	Broj nezaposlenih	Broj dolazaka
Siječanj	43,164.00	12,307.00
Veljača	42,391.00	17,592.00
Ožujak	41,029.00	33,185.00
Travanj	37,596.00	78,477.00
Svibanj	33,410.00	174,850.00
Lipanj	30,491.00	339,165.00
Srpanj	29,920.00	791,297.00
Kolovoz	29,611.00	773,903.00
Rujan	29,940.00	346,303.00
Listopad	33,690.00	121,467.00
Koleracija		-0.80
P value		0.02

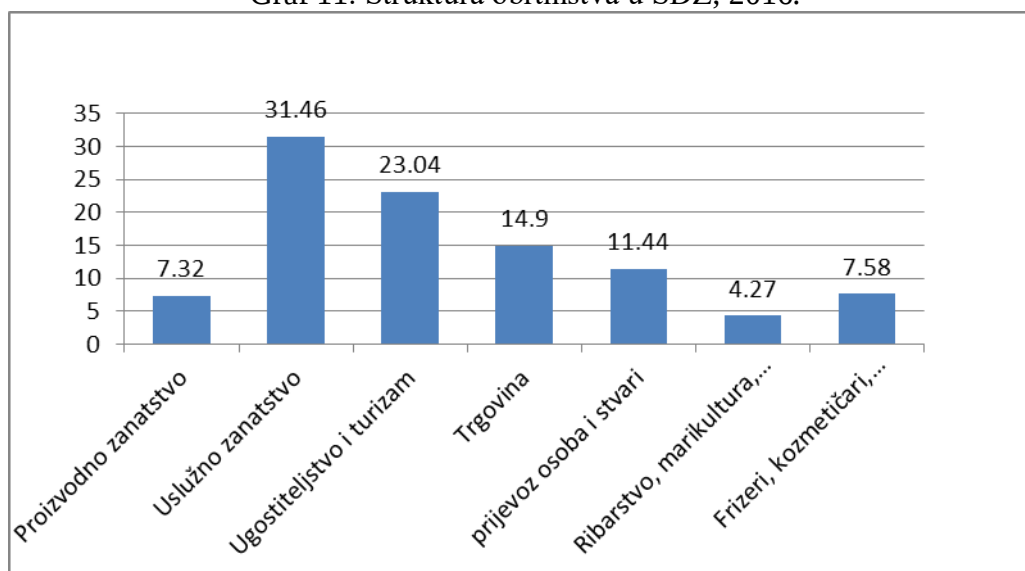
Izvor: DZS, izračun autora

Da između broja zaposlenih i turizma postoji jaka povezanost potvrđuje stupanj koleracije između broja nezaposlenih i broja dolazaka turista 2016. od -0,80 što znači da između navedenih varijabli postoji visoka statistički značajna negativna povezanost, odnosno da se povećanjem broja dolazaka turista smanjuje broj nezaposlenih.

4.1.4. Poticanje poduzetničkih aktivnosti

Turizam sa svojim potencijalima nudi široke mogućnosti za otvaranje novih radnih mjesta i povećanje zaposlenosti. Da turizam potiče poduzetničke aktivnosti u Splitsko-dalmatinskoj županiji vidljivo je iz grafa 11. Najveći udio obrtnika djeluje u turističkim djelatnostima, odnosno uslužnom zanatstvu, ugostiteljstvu, trgovini i prijevozu.

Graf 11. Struktura obrtništva u SDŽ, 2016.



Izvor: 26. izvješće o radu Splitsko-dalmatinske županije, 2016.

Također, prvih pet poduzetnika u županiji prema veličini dobiti registrirano je u djelatnostima pružanja smještaja ili usko povezane trgovine (Tablica 19).

Tablica 19. Prvih pet poduzetnika u županiji prema veličini dobiti 2016.

redni broj	naziv poduzetnika	sjedište poduzetnika	dobit razdoblja u 000 kuna	udjel u dobiti županije, u %
1.	GRAND HOTEL LAV d.o.o.	PODSTRANA	139.389	5,09
2.	TOMMY d.o.o.	SPLIT	113.081	4,13
3.	ZRAČNA LUKA SPLIT d.o.o.	KAŠTEL ŠTAFILIĆ	85.537	3,12
4.	HOTEL MEDENA d.d.	SEGET DONJI	64.636	2,36
5.	STUDENAC, d.o.o.	OMIŠ	60.473	2,21
Ukupna dobit gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije			2.738.196	

Izvor: 26. izvješće o radu Splitsko-dalmatinske županije, 2016.

No, pretežno sezonski karakter poslovanja gospodarskih subjekata zahtijeva suočavanje s izazovom sezonalnosti poslovanja i iznalaženja mogućih rješenja navedenog problema. Stalno zaposlena radna snaga predstavlja veliko troškovno opterećenje na godišnjoj razini i to je jedan od najvećih problema ukupnog poslovanja hoteljerstva kao i svih gospodarskih subjekata čije poslovanje ovisi o turizmu. Unatoč navedenoj činjenici djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane i dalje ostvaruju kontinuiran rast prihoda. Zaposlenost sektora turizma obilježava iznadprosječni udio obrta i samostalnih djelatnika,

ponajprije jer se radi o sezonskim poslovima koji zahtjevaju lakše i brže prilagođavanje promjenama u potražnji.

4.2. Analiza ekonomskih troškova od turizma na primjeru gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije

U nastavku će se iznijeti ekonomski troškovi od turizma prema pokazateljima koji su ranije izneseni, a temelje se na definiranju koje je iznio Sharpley (2015) i to na primjeru Splitsko-dalmatinske županije.

4.2.1. Sklonost uvozu

U prethodnom poglavlju iznesene su činjenice koje potvrđuju da turizam, kroz izvoz i “nevidljivi izvoz”, ima važnu ulogu u smanjenju robnog deficita vanjskotrgovinske bilance. Ipak, dok s jedne strane turizam potiče izvoz, s druge strane uslijed povećane potražnje za robama i uslugama u sezonskim mjesecima, često može doći i do povećanog uvoza u cilju zadovoljavanja potreba turističke djelatnosti. Iz tablice 20 evidentno je kako uvoz u Splitsko-dalmatinskoj županiji, ali i na razini Republike Hrvatske ipak nema povećan trend rasta u sezonskim mjesecima, unatoč istovremenom znatnom povećanju turističkih noćenja. To potvrđuje i koeficijent koleracije od 0.15 koji pokazuje slabu statističku povezanost između uvoza i broja noćenja u Županiji. Sve navedeno pokazuje kako u Splitsko-dalmatinskoj županiji turizam ipak ne uzrokuje sklonost uvozu i da se sklonost uvozu, koju je Sharpley (2015) naveo kao jedan od ekonomskih troškova turizma, kao posljedica turizma ipak nije dogodila u Splitsko-dalmatinskoj županiji, što zapravo predstavlja pozitivnu eksternaliju. Također ovakav zaključak potvrđuje i tvrdnju Sharpleya (2015) kako se učinci turizma ne mogu unificirati i da se pri analizi moraju uzeti specifičnosti promatranog područja istraživanja. Vrlo je bitno voditi računa poticanju razvoja domaće industrije kojom će se u konačnici opskrpljivati turističke potrebe i smanjiti uvoz.

Tablica 20. Uvoz i broj noćenja u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2017.

Mjesec	SDŽ		RH	
	Uvoz (000 eur)	Broj noćenja	Uvoz (000 eur)	Broj noćenja
sječanj	1,502.28	37,493.00	1,276,322.00	394,353.00
veljača	1,677.77	43,550.00	1,521,298.00	425,593.00
ožujak	2,053.75	65,492.00	1,667,851.00	847,986.00
travanj	1,798.02	336,216.00	1,708,611.00	1,676,660.00
svibanj	1,995.42	725,056.00	1,706,199.00	4,270,234.00
lipanj	1,879.08	2,131,433.00	1,704,411.00	8,960,910.00
srpanj	1,932.07	5,185,544.00	1,647,875.00	22,852,480.00
kolovoz	1,726.17	5,371,378.00	1,589,930.00	25,473,938.00
rujan	1,935.71	2,094,321.00	1,738,390.00	9,666,033.00
listopad	1,890.22	494,295.00	1,629,927.00	2,275,386.00
studeni	1,843.33	61,650.00	1,732,419.00	612,032.00
prosinac	1,657.84	48,839.00	1,788,634.00	594,247.00
Koleracija	0.151142937		0.04334331	
P-value	0.016684583		0.041984122	

Izvor: DZS

4.2.2. Prevelika ovisnost o turizmu

Komparativne prednosti prirodnog i kulturnog nasljeđa i povijesna orijentiranost razvoju sektora usluga zaslužne su što je Splitsko-dalmatinska županija ima relativno visok stupanj specijalizacije u sektoru turizma. Kao što je već navedeno, turizam je generirao mnoge koristi za Splitsko-dalmatinsku županiju i ta činjenica i nadalje potiče stanovništvo i gospodarske subjekte da razvijaju turističke djelatnosti te je gospodarstvo županije sve više ovisno turizmu. Ipak, bitno je napomenuti da prevelika ovisnost o turizmu ima i negativne posljedice. Naime, turizam je izrazito osjetljiva grana na vanjske utjecaje. Ratovi, ekonomske krize, elementarne nepogode i promjene u potražnji, samo su neki od čimbenika koji mogu ozbiljnije utjecati na pad turističke aktivnosti a samim time i pad gospodarske aktivnosti. Ukoliko neko gospodarstvo istovremeno ne razvija i ostale gospodarske grane može se reći da je takvo gospodarstvo izuzetno osjetljivo. Pokazatelj ovisnosti o turizmu je udio turizma u BDP-u. U tablici 22 dana je projekcija udjela prihoda od turizma u BDP-u Splitsko-dalmatinske županije 2015. i iznosi gotovo 50%, što govori da gotovo pola ukupnih prihoda u županiji generira turizam. To znači da bi, u slučaju bilo kakvog šoka koji utječe na turistička kretanja, gospodarstvo županije ostalo bez većine prihoda, budući da je većina gospodarskih kapaciteta usmjerena ka turizmu.

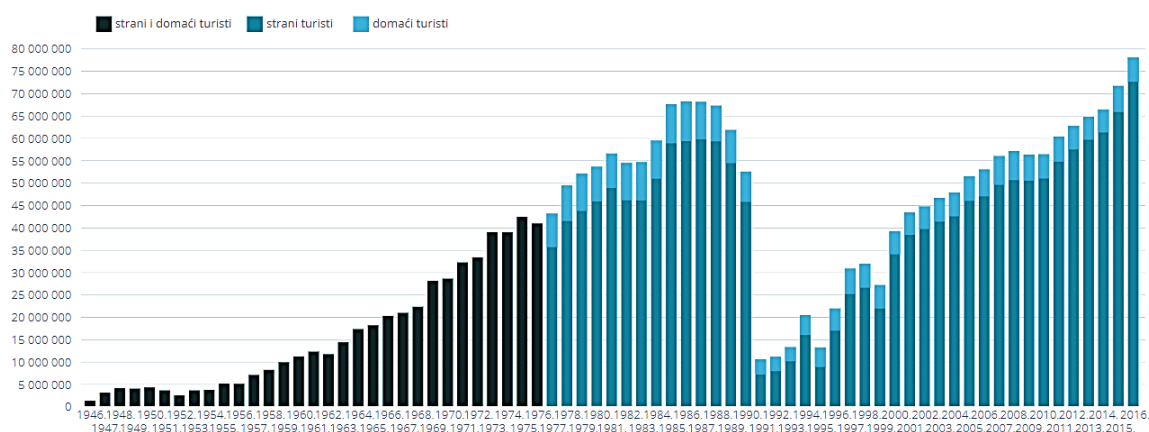
Tablica 21. BDP i udio prihoda od turizma u BDP-u SDŽ 2015.

BDP	Prihodi od turizma ⁴	Udio u BDP-u
3.712.508,51	1.851.110,90	49,86%

Izvor: DZS i projekcija autora

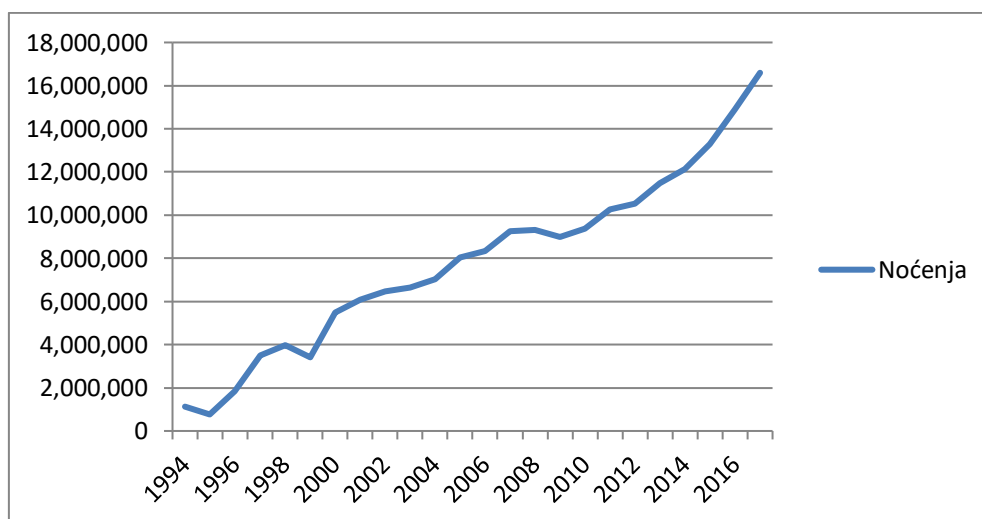
Osjetljivost turizma i mogućnost da se ostvari scenarij pada turističkih dolazaka potvrđuje graf 12 iz kojeg je vidljiv nagli pad turističkih dolazaka u razdoblju svjetske ekonomske krize. Uzimajući u obzir sveprisutnije turističke napade, elementarne nepogode ali i sve češće promjene u stavovima jasno je koliko je udio prihoda od turizma u BDP-u od 50% zapravo rizičan.

Graf 12. Broj noćenja od 1946. do 2016. u RH



Izvor: DZS

Graf 13. Kretanje turističkih noćenja od 1994. do 2016. u SDŽ



Izvor: DZS

⁴ Projekcija autora na temelju udjela noćenja Splitsko-dalmatinske županije u ukupnim noćenjima Republike Hrvatske.

Splitsko-dalmatinska županija, posebice grad Split, posljednih godina bilježe turističke rekorde kako u dolascima i noćenjima, tako i u prometu. Područje županije postaje sve popularnija destinacija i brojke to pokazuju (graf 13). No promatrajući strukturu gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije evidentno je da je većina gospodarskih kretanja usmjerena ka turizmu, odnosno da gospodarstvo Županije sve više ovisi o turizmu.

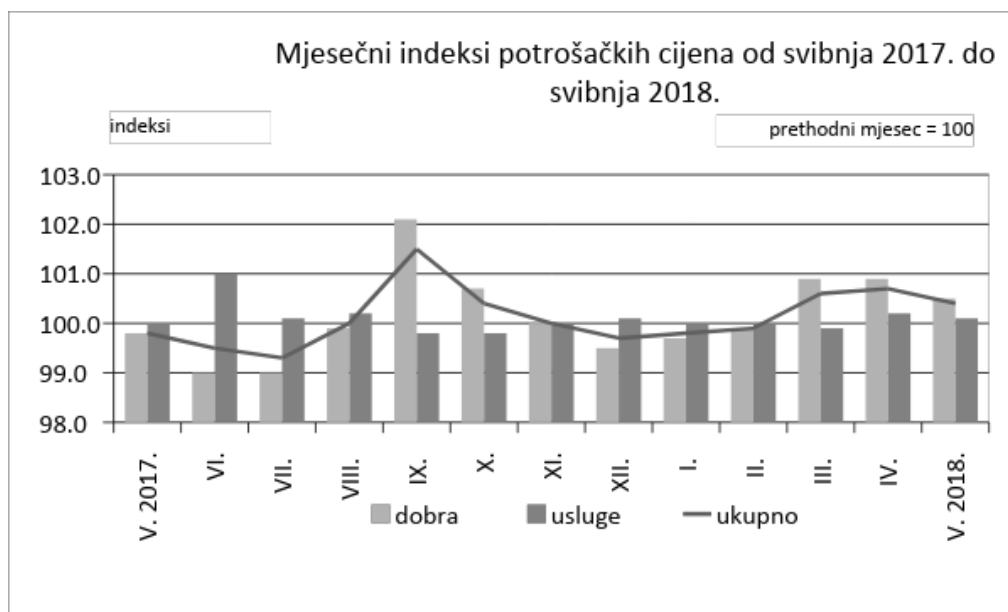
4.2.3. Inflacija

Podaci potvrđuju sve veću turističku potražnju u Splitsko-dalmatinskoj županiji koja rezultira sve većim turističkim prihodima. Veća potražnja često djeluje i na povećanje cijena, stoga je u ovom dijelu dan osvrt na inflaciju, odnosno porast cijena u Splitsko-dalmatinskoj županiji koji se događa uslijed razvoja turizma. Kao pokazatelj inflacije predstavljen je indeks potrošačkih cijena. Zbog nedostataka podataka na mjesečnoj razini za Splitsko-dalmatinsku županiju, zaključak će se donijeti na temelju podataka za Republiku Hrvatsku čije je stanje reprezentativno i za SDŽ. Za Splitsko-dalmatinsku županiju inflacija će se detaljnije analizirati na temelju cijena zemljišta i nekretnina.

Da u Republici Hrvatskoj dolazi do porasta cijena u sezonskim mjesecima potvrđuje graf 14. Od lipnja do kolovoza indeksi potrošačkih cijena za usluge su najveći, čemu pridonose turistička kretanja Splitsko-dalmatinske županije kao i ostalih regija s povećanim turističkim kretanjima. Od srpnja do rujna dolazi do naglog porasta cijena dobara i usluga što pokazuje kako povećana turistička potražnja djeluje na porast cijena u ljetnim mjesecima. Kao posljedica navedenog dolazi do opadanja kupovne moći⁵ domicilnog stanovništva što je negativna posljedica turizma.

⁵ Mjesečni indeksi potrošačkih cijena izračunava se na temelju reprezentativne košarice izabranih proizvoda. Svakog mjeseca prikupljaju se cijene na unaprijed definiranu uzorku prodajnih mjesta na devet lokacija (gradova) u Republici Hrvatskoj.

Graf 14. Mjesečni indeksi potrošačkih cijena od svibnja 2017. do svibnja 2018.



Izvor: DZS

U Splitsko-dalmatinskoj županiji tijekom sezonskih mjeseci dolazi do porasta cijena. Jedan od najznačajnijih porasta cijena u Županiji obilježilo je tržište nekretnina (Tablica 22).

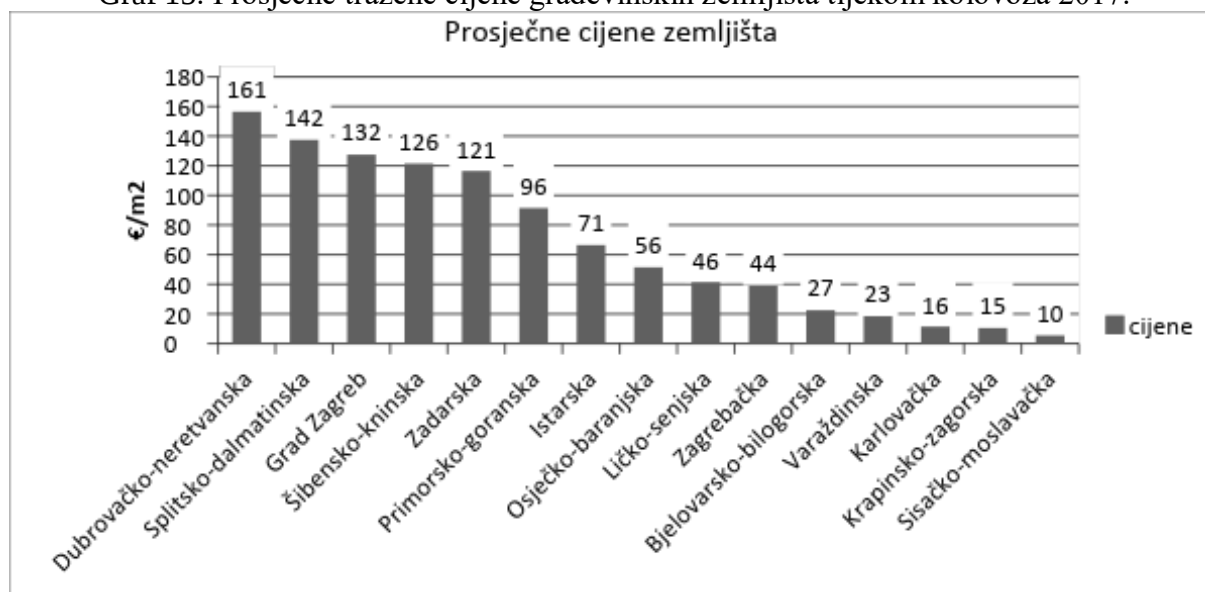
Tablica 22. Cijene kuća i stanova po županijama 2016.

Županija	Prodaja kuća	Prodaja stanova
Dubrovačko-neretvanska	2.053	2.337
Splitsko-dalmatinska	1.745	2.105
Šibensko-kninska	1.634	1.606
Primorsko-goranska	1.445	1.669
Zadarska	1.435	1.754
Istarska	1.508	1.570
Grad Zagreb	1.214	1.616
Ličko-senjska	1.020	1.501
Zagrebačka	708	1.108
Varaždinska	595	1.032
Osječko-baranjska	533	930
Međimurska	540	1.081
Brodsko-posavska	588	839
Krapinsko-zagorska	550	992
Koprivničko-križevačka	510	959
Karlovačka	503	855
Sisačko-moslavačka	470	742
Bjelovarsko-bilogorska	420	828
Vukovarsko-srijemska	444	687
Virovitičko-podravska	415	811
Požeško-slavonska	374	734

Izvor: Njuškalo, baza oglasa nekretnina

Iz tablice 23. vidljivo je kako je Splitsko-dalmatinska, uz Dubrovačko-neretvansku, županija sa najvećim prosječnim cijenama stanova i kuća. Takvo stanje negativno utječe na domaće stanovništvo jer za nekretninu moraju izdvajati veće iznose nego stanovnici ostalih županija čime im se smanjuje kupovna moć. Slično stanje je i sa prosječnim cijenama zemljišta koje su najveće u Splitsko-dalmatinskoj županiji (Graf 15).

Graf 15. Prosječne tražene cijene građevinskih zemljišta tijekom kolovoza 2017.



Izvor: Crozilla.com

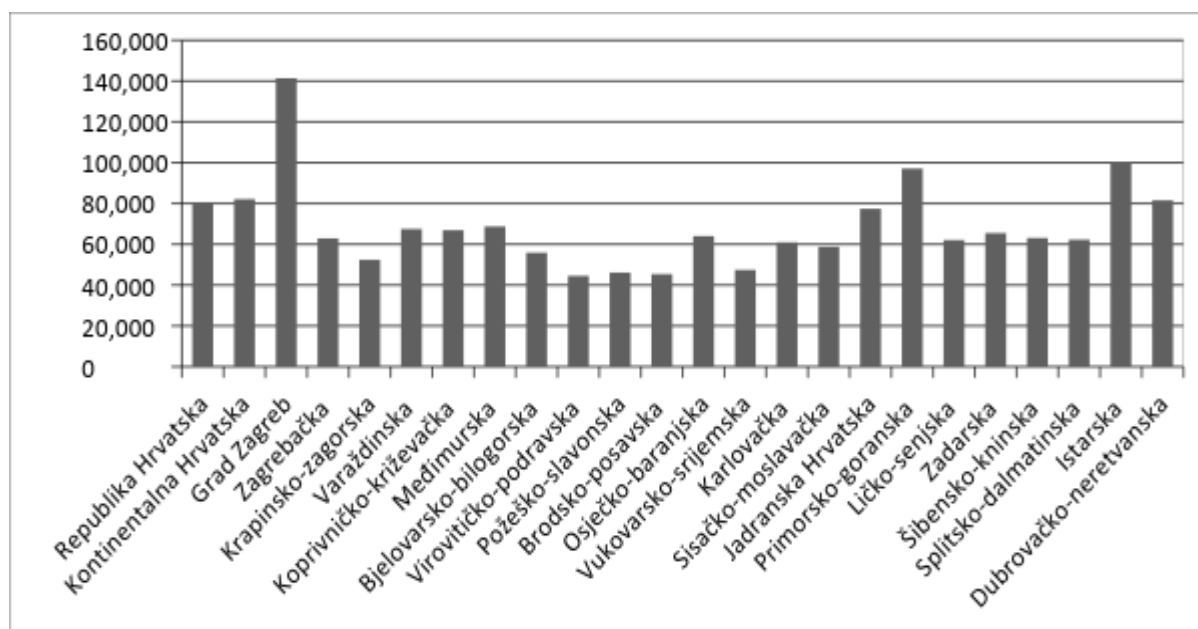
Negativne posljedice inflacije na domaće stanovništvo ogledaju se u skupljim robama i uslugama za vrijeme sezonskih mjeseci, te skupljim i teže dostupnim stambenim i poslonim objektima i zemljištima, što također smanjuje platežnu moć i dodatno opterećuje domicilno stanovništvo.

4.2.4. Oportunitetni trošak

Oportunitetni trošak turizma uspoređuje koristi turizma sa koristima razvijanja nekog drugog sektora. Temeljem dosad iznesenih činjenica jasno je kako je turizam jedna od najbravijenijih gospodarskih grana u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Kao i svako, tako i ulaganja u turizam sa sobom nosi oportunitetne troškove te prilikom mjerenja neto učinaka turizma treba uzeti u obzir i mogućnosti koje su propuštene ulaganjem u turizam. Potrebu ispitivanja oportunitetnih troškova ulaganja u turizam nameće potvrđuje istraživanje Cambridge Econometrica (Poglavlje 2) koje je pokazalo kako su najuspješnije one regije koje su specijalizirane za financijske

usluge i one regije zasnovane na razvijenim tehničkim karakteristikama prerađivačke industrije. Na temelju navedenog istraživanja dana je usporedba Splitsko-dalmatinske županije sa županijama u Republici Hrvatskoj kojima turizam nije primarna djelatnost, a ostvaruju veći BDP te sa Istarskom županijom koja ima najveći udio noćena u RH, a po strukturi gospodarstva turizam joj nije dominantan sektor. U poglavlju 3 dane su karakteristike gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije i zaključeno je kako unatoč rastu turističkog prometa iz godine u godinu gospodarsko stanje nije na zadovoljavajućoj razini i ostale županije postižu bolje rezultate. To potvrđuje graf 16.

Graf 16. Bruto domaći proizvod po stanovniku za Republiku Hrvatsku prema NKPJS-u 2012. 2. razina i županije



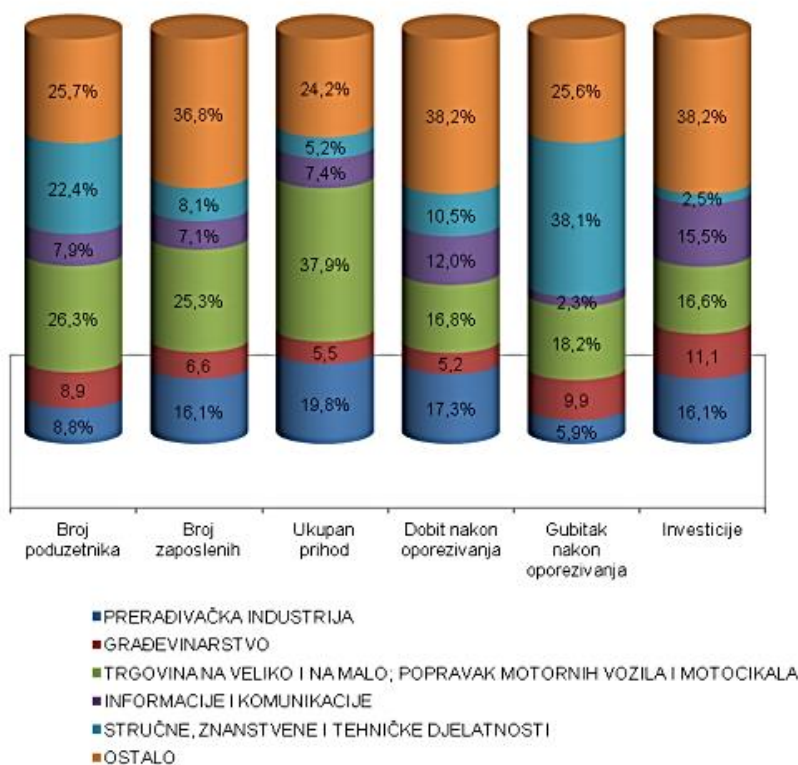
Izvor: DZS

Vidljivo je kako cijela Jadranska regija ostvaruje niži BDP po stanovniku od Kontinentalne Hrvatske unatoč sve boljim turističkim rezultatima, pri čemu je bitno napomenuti da grad Zagreb, kao kulturno, znanstveno, gospodarsko, političko i administrativno središte, podiže prosjek Kontinentalne Hrvatske i za reprezentativniji zaključak u moraju se u obzir uzeti i ostale županije. Od županija iz Jadranske regije samo Ličko-senjska županija ima manji BDP po stanovniku od SDŽ.

Budući da Grad Zagreb ostvaruje najveću razinu BDP-a u Republici Hrvatskoj na grafu 17 dana je struktura gospodarstva Grada Zagreba. Najveći udio u dobiti nakon oporezivanja ima prerađivačka industrija, dok je najveći broj poduzetnika u Gradu Zagrebu u trgovini na veliko i malo te stručnim, znanstvenim i tehničkim djelatnostima. Grad Zagreb posljednjih godina

također doživljava nagli rast turističkih dolazaka, ali njegova raznolika struktura gospodarstva te investicije u industriju i informacije i komunikacije čini gospodarstvo raznolikijim i odživijim.

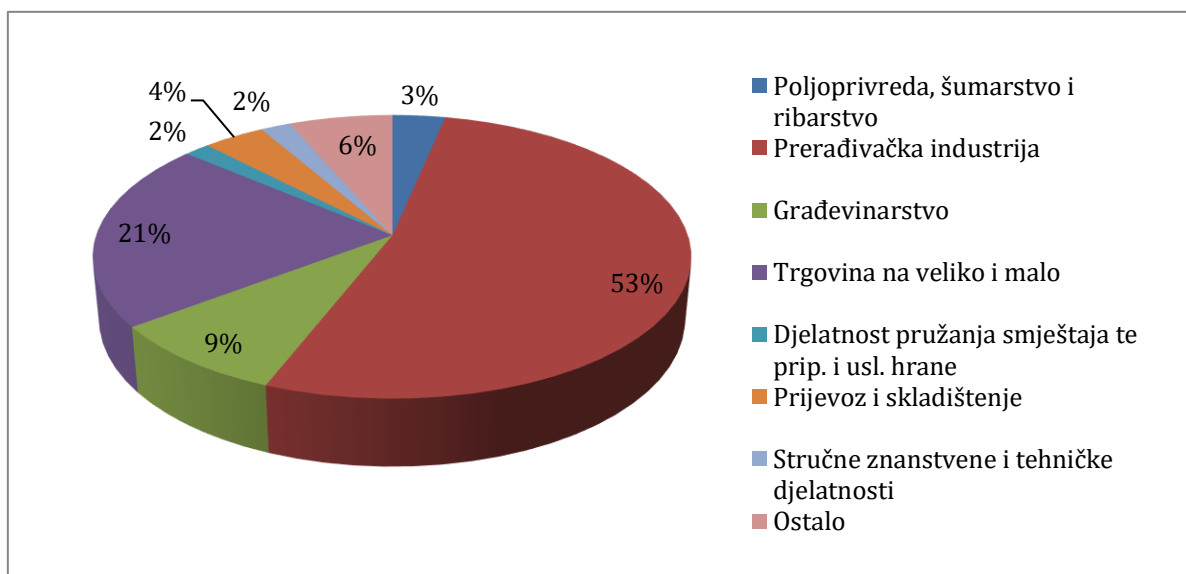
Graf 17. Udjeli izabranih djelatnosti u poslovanju Grada Zagreba poduzetnika 2015.



Izvor: Makroekonomski razvoj Grada Zagreba i financijski rezultati poslovanja poduzetnika u razdoblju 2008.-2015.

U nastavku je prikazana struktura gospodarstva Međimurske županije koja je 5. po doprinosu ukupnom BDP-u RH 2016., a koja je istovremeno iste godine imala udio od samo 0,3% u ukupnim dolascima turista u RH (HGK, 2016). Iz grafa 18. vidljivo je da većinu prihoda Međimurske županije generira prerađivačka industrija, dok djelatnosti pružanja smještaja te pripremanja i usluživanja hrane generiraju tek 2% prihoda.

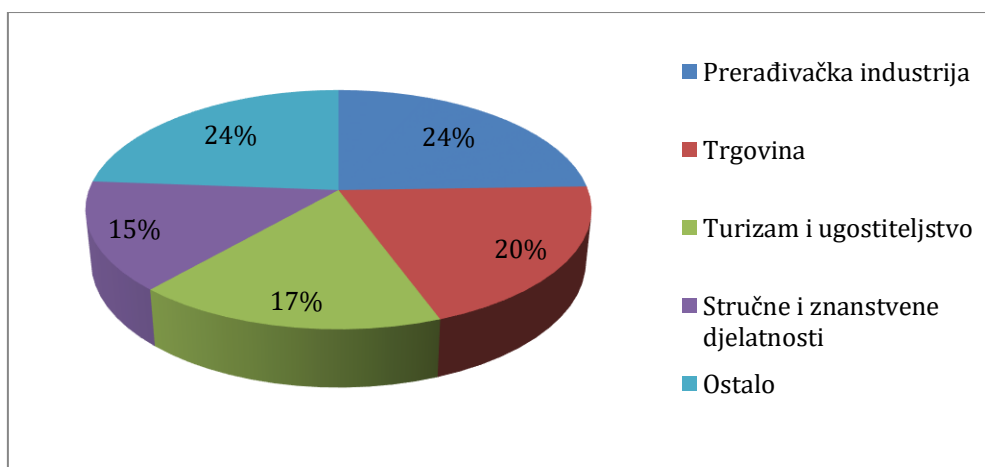
Graf 18. Struktura gospodarstva Međimurske županije prema ukupnom prihodu 2016.



Izvor: HGK

Jedna od županija koja, uz glavni grad Zagreb prema BDP-u po stanovniku 2016., najviše pridonosi BDP-u RH, a ima i jedan od najboljih Indeksa regionalne konkurentnosti RH i druga je po Indeksu gospodarske snage županija, je Istarska županija. Budući da je to i županija u kojoj se ostvaruje najveći broj turističkih noćenja u RH 2017. u nastavku je prikazana struktura gospodarstva Županije prema prihodima 2016. (Graf 19). Vidljivo je kako najveći dio prihoda generira također prerađivačka industrija, zatim trgovina. Udio stručnih i znanstvenih djelatnosti koje su često prethodno spominjane kao generatori rasta, generiraju gotovo istu razinu prihoda kao i turizam.

Graf 19. Struktura gospodarstva Istarske županije prema ukupnom prihodu 2016.



Izvor: HGK

Naravno, kod mjerenja oportunitetnog troška potrebno je uzeti u obzir specifičnosti pojedinih destinacija i mogućnosti da se određeni sektori razvijaju u promatranim destinacijama. Činjenica da se jedan sektor uspješno razvija u jednoj regiji ne mora značiti da će se uspješno razvijati i u nekoj drugoj. Svaka zemlja ili regija ima svoju povijest, politiku, geografska obilježja, demografsku sliku, stupanj ekonomske razvijenosti, resurse i različite uvjete u kojima dolazi u interakciju s globaliziranom turističkom industrijom. Uzimajući u obzir navedeno, Splitsko-dalmatinska županija potencijal za gospodarski rast ima u nekad moćnoj prerađivačkoj industriji koju je, uz povećanje ulaganja i oslanjanje na postojeći visokoobrazovani kadar, moguće obnoviti te povećati broj tvrtki koje uspješno posluju i izvoze. Mogućnosti za razvoj i investicije brojne su s obzirom na izniman potencijal – izvanredna prirodna i klimatska osnovica, tradicija u pomorstvu, ribarstvu, maslinarstvu, vinogradarstvu, voćarstvu, vađenju i obradi kamena te graditeljstvu, prilike su za promjenu trenda depopulacije ruralnih područja i za bolje gospodarsko stanje Županije (HGK, 2016).

Promatrajući strukturu gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije te strukturu županija koje ostvaruju veći BDP per capita, može se zaključiti da mogući razvoj industrije, znanstvenih i stručnih djelatnosti te informacijskih i komunikacijskih tehnologija predstavljaju oportunitetni trošak razvoja turizma za Splitsko-dalmatinsku županiju. **Na temelju navedenih podataka može se zaključiti kako je potrebna detaljnija analiza oportunitetnih troškova razvoja turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji** koja zbog ograničenosti vremena i prostora ne može biti dijelom ovog diplomskog rada, ali može biti temom drugog istraživanja.

4.2.5. Eksternalije

Razvoj turizma rezultira dodatnim troškovima za lokalne zajednice kao što su troškovi za prikupljanje otpada, upravljanja prometom, uslugama zaštite stanovništva (policija, službe spašavanja, vatrogasci i sl.) te pružanja zdravstvenih usluga. Zbog nedostatka pouzdanih podataka na razini Splitsko-dalmatinske županije ovaj dio će se opisno prikazati.

Budući da je u Splitsko-dalmatinskoj županiji samo u prvih osam mjeseci 2018. ostvareno milijun i 846 tisuća dolazaka, vrlo lako je zaključiti da se samim time povećavaju i troškovi lokalne zajednice. Službe za prikupljanje otpada i održavanje čistoće imaju povećan obujam posla. Zbog povećanog prometa na prometnicama, posebice onima uz obalu, policija ima dodatne intervencije i pojačanu kontrolu za što je potreban i dodatan broj službenika u sezonskim mjesecima. Uz navedene, kod procjene učinaka turizma, važno je u obzir uzeti i troškove službi spašavanja i zdravstvenih ustanova čiji se obujam posla također pojačava zbog povećanog broja turističkih dolazaka.

5. Zaključna razmatranja

U ovom radu suočeni su pozitivni i negativni učinci turizma, odnosno ekonomske koristi i troškovi od turizma na primjeru gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije. Splitsko-dalmatinska županija je jedna od najistaknutijih turističkih regija u Republici Hrvatskoj te ima veliki potencijal za razvoj različitih oblika turizma. **Glavni razlog istraživanja ekonomskih učinaka turizma bilo je stanje gospodarstva u Splitsko-dalmatinskoj županiji koje je na još uvijek nezadovoljavajućoj razini, dok se iz godine u godinu postižu rekordni turistički rezultati.** Potrebu istraživanja potakla je i bolja demografska te gospodarska slika pojedinih županija u Republici Hrvatskoj u kojima turizam nije dominantna djelatnost kao i Regionalni indeks konkurentnosti EU prema kojem su primorske regije orijentirane na turizam nerazvijenije od regija u unutrašnjosti u kojima turizam nije dominantan sektor. U cilju ispitivanja navedenih nalaza na primjeru Splitsko-dalmatinske županije definirana su dva istraživačka pitanja na koja je nakon provedene analize, uz određena ograničenja istraživanja, u nastavku dan odgovor.

P1: Može li turizam biti pokretač gospodarskog rasta Splitsko-dalmatinske županije?

Na temelju proučene znanstvene literature te empirijske analize ekonomskih učinaka od turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji, može se zaključiti da turizam zaista predstavlja pokretač gospodarskog rasta za Splitsko-dalmatinsku županiju, pri čemu je bitno napomenuti da se govori o učincima cijelog sustava koji je razvijen za zadovoljavanje turističkih potreba, a ne o određenoj djelatnosti. Na temelju doprinosa platnoj bilanci, generiranih prihoda te multiplikativnog efekta, generirane zaposlenosti i poticanja poduzetničkih aktivnosti, jasno je da turizam pozitivno djeluje na mnoge makroekonomske agregate. Rast broja turističkih dolazaka i noćenja, porast turističke potrošnje i sve veći interes za putovanja u Splitsko-dalmatinsku županiju na glavnim europskim i svjetskim emitivnim tržištima utječe i na povećanu gospodarsku aktivnost u županiji i stvara prilike za daljnji rast i razvoj.

P2: Može li turizam, kao dominantna djelatnost-sektor, donijeti Splitsko-dalmatinskoj županiji dugoročno održiv gospodarski rast i razvoj?

Za Splitsko-dalmatinsku županiju turizam nedvojbeno predstavlja pokretač gospodarskog rasta te su neosporne sve ekonomske koristi koje turizam generira za županiju. No zbog iznesenih negativnih učinaka turizma i postojećeg gospodarskog stanja u Splitsko-dalmatinskoj županiji koje još nije na zadovoljavajućoj razini u odnosu na potencijal, postavlja se pitanje može li turizam kao dominantan sektor u gospodarstvu donijeti dugoročno

održiv gospodarski rast i razvoj Županiji? Odnosno je li turistički razvoj iskorišten tako da se unaprijedi njegova suradnja sa ostalim gospodarskim granama i da strateške investicije u turizmu angažiraju ostale sektore poput građevinarstva, prerađivačke industrije, poljoprivrede te informacijskih i komunikacijskih tehnologija?

Uzimajući u obzir investicije i ulaganje u nove tehnologije, strukturu poduzetništva te zaposlenih osoba u turizmu dolazi se do zaključka kako navedena suradnja izostaje jer struktura gospodarstva nije dovoljno heterogena i prema projekcijama autora **gotovo 50% BDP-a Splitsko-dalmatinske županije generira turizam**. Ta činjenica je zabrinjavajuća jer **gotovo pola prihoda gospodarstva generira izrazito osjetljiv sektor**, što znači da bi ukoliko, zbog nekog eksternog šoka poput ekonomske krize, terorističkog napada ili jednostavno zbog promjene trenda na strani potražnje, izostane turistička potražnja, izostala i značajna količina prihoda za gospodarstvo Županije.

Također, ukoliko negativan migracijski saldo županije te strukturu i obrazovanost aktivnog stanovništva povežemo sa karakteristikama radne snage koju zahtjeva turistički sektor (niskokvalificirana radna snaga), **lako se može doći do zaključka kako će se javiti višak ponude visokoobrazovane radne snage, koja će u uvjetima otvorenog i fleksibilnog tržišta rada emigrirati**. Ta je činjenica zabrinjavajuća za dugoročnu održivost gospodarstva, budući da su u većini teorija rasta predstavljenih u poglavlju 2, ljudski kapital i tehnologija isticani kao čimbenici zbog kojih neke regije ostvaruju veći gospodarski rast od drugih. Ta činjenica potkrepljena je i predstavljenim empirijskim istraživanjima o regijama koje su specijalizirane u različitim djelatnostima, različitim makroekonomskim pokazateljima razvijenosti, ali i strukturom gospodarstva županija RH sa najboljim rezultatima u kojima turizam nije dominantna djelatnost. Također, na primjeru Istarske županije koja ostvaruje najveći udio noćenja u RH, a turizam joj nije dominantna djelatnost dok istovremeno ima dobre makroekonomske pokazatelje, može se zaključiti kako **je za generiranje dugoročno održivog gospodarskog rasta i razvoja potrebno razvijati i ostale ne-turističke sektore**. Naravno, i u turizmu postoji potencijal za uvođenje tehnologije i zapošljavanje visokoobrazovane radne snage koja će stvoriti dodatnu vrijednost turizmu Splitsko-dalmatinske županije, kao i turizmu Republike Hrvatske, i to u sferi hoteljerstva, marketinga i prodaje. Uzimajući u obzir da se u Splitsko-dalmatinskoj županiji većina smještajnih kapaciteta (gotovo 80%) nalazi u privatnom smještaju, odnosno u objektima u domaćinstvima, a turistička ponuda se svodi većinom na sunce i more, **može se zaključiti da u takvim uvjetima nema prostora za zapošljavanje visokoobrazovane radne snage**,

uvodenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija, a samim time za dugoročno održiv gospodarski rast i razvoj od turizma.

Naravno, navedene činjenice ne umanjuju ulogu turizma kao generatora gospodarskog rasta i razvoja, ali upozoravaju na opasnost prevelike ovisnosti o jednoj gospodarskoj grani, a posebice o turizmu. Turizam zaista može pomoći gospodarstvu zemalja u razvoju, ali je istovremeno bitno voditi računa da postoje određena ograničenja razvoja turizma, odnosno i na činjenicu da sve veći pritisak na atraktivne destinacije u županiji može dovesti do problema održivog rasta i razvoja te narušavanja nosivih kapaciteta destinacije, a time i turističke atraktivnosti destinacije koja u konačnici može rezultirati smanjenjem turističkih dolazaka i narušavanjem kvalitete života domicilnog stanovništva. Također, predstavljeni negativni ekonomski učinci upozoravaju na potrebu postojanja kvalitetnog političkog i institucionalnog okruženja koje će usmjeriti razvoj turizma na način da se negativni učinci minimiziraju, a koristi maksimiziraju.

Nakon provedenog istraživanja, može se zaključiti da isključivo turizam kao dominantan sektor ne može Splitsko-dalmatinskoj županiji donijeti dugoročno održiv gospodarski rast i razvoj, za što je potvrda i trenutno nezadovoljavajuće stanje županije s obzirom na potencijal. Uspoređujući stanje regija na međunarodnoj razini, kao i između županija u RH, može se zaključiti da Splitsko-dalmatinska županija mora uzeti u obzir oportunitetne troškove razvoja turizma te iste izbalansirati na način koji će omogućiti dugoročno održiv gospodarski rast i razvoj. Sve navedeno implicira da turizam u Splitsko-dalmatinskoj županiji, uz razvoj i ostalih ne-turističkih sektora, može odigrati vrlo važnu ulogu u prosperitetu regije.

Istraživanje je provedeno uz različita ograničenja, prvenstveno u neuravnoteženim i nepotpunim podacima na razini županija te nepostojanju određenih podataka na županijskoj razini, posebno u mjerenju eksternalija. Također, ograničenja su vezana i za vremensko razdoblje istraživanja. Uzimajući u obzir navedena ograničenja, unaprijednjem istraživanja moguće je unaprijediti analizu.

LITERATURA

1. Babu, S., Mishra, S. i Parida, B. (eds) (2008) *Tourism Development Revisited*, London: Concepts Issues and Paradigms
2. Bacheri, E., Manante, M., (1998) *Međunarodno gospodarstvo i turizam*. Sedmo izdanje o talijanskom turizmu. Rim
3. Behrens, R., Havranek P.M., (1991.) *Manual for the Preparation of Industrial Feasibility Studies*. Beč: UNIDO
4. Blažević, B., (2007.), *Turizam u gospodarskom sustavu*, Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment
5. Brownrigg, M. and Greig, M.A. (1976) *Tourism and regional development*. Speculative Paper 5. university of Edinburgh, Edinburgh: Fraser of Allander Institute
6. Tisdell C. (ed.) *Handbook on Tourism Economics. Analysis, New Applications and Case Studies* (str. 645–682). London: World Scientific Publishing Co
7. Centar za mirovne studije, (2016) *Nejednakosti u Splitsko-dalmatinskoj županiji*. Dostupno na: <http://nejednakost.cms.hr/wp-content/uploads/2016/10/NEJEDNAKOSTI-U-SPLITSKO-DALMATINSKOJ-Z%CC%8CUPANIJI.pdf> (28.03.2018.)
8. Cooper, C. et al. (2008) *Tourism: Principles and practice*. Fourth edition. Pearson Edinburgh: Education Limited
9. Cijene nekretnina u Hrvatskoj (2017). Dostupno na: https://www.njuskalo.hr/3d/test/odnosisjavnoscu/Njuskalo_Cijene-nekretnina_rujan_2017_final.pdf (09.07.2018.)
10. Cijene građevinskih zemljišta u Hrvatskoj (2017). Dostupno na: <https://news.crozilla.com/cijene-gradevinskih-zemljista-nize-no-lani/> (09.07.2018.)
11. Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O. i suradnici, 2011.,: *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Zagreb: Školska knjiga
12. Daoudi, A. and Mihalic, T. (1999) *Strategic importance of tourism as a part of an integrated development strategy of countries and places*. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0143251681900037> (20.06.2018.)

13. Državni zavod za statistiku. (2018). Dolasci i noćenja turista u 2017 4.3.2. Dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/04-03-02_01_2017.htm (25.03.2018.)
14. Državni zavod za statistiku. (2018). Indeks potrošačkih cijena. Dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/13-01-01_01_2018.htm (02.07.2018.)
15. European Commision. (2012) Analysis of the Main Factors of Regional Growth: An in-depth study of the best and worst performing regions. Cambridge: Cambridge Econometrics
16. European Commission, (2003). *A Study on the Factors of Regional Competitiveness*, Cambridge Econometrics: Cambridge. Dostupno na: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/3cr/competitiveness.pdf (03.04.2018.)
17. E visitor. Dostupno na: <https://www.evisitor.hr/eVisitor/hr-HR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fen-US> (26.04.2018.)
18. Gartner, W. (1996) *Tourism Development: Principles, Processes, and Policies*. John Wiley & Sons: Indianapolis
19. Grad Zagreb. (2016) Makroekonomski razvoj Grada Zagreba i financijski rezultati poslovanja poduzetnika u razdoblju 2008.-2015. Dostupmo na: <https://www.zagreb.hr/UserDocsImages/arhiva/MakroekonomskirazvojGZ.pdf> (20.07.2018.)
20. Hrvatska Gospodarska Komora. (2017) *HGK indeks gospodarske snage*. Hrvatska gospodarska komora: Zagreb. Dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/hgk-indeks-gospodarske-snage-07201759803f707ec38.pdf> (31.03.2018.)
21. Hrvatska Gospodarska Komora. (2017) *BDP i gospodarska snaga županija*. Hrvatska gospodarska komora: Zagreb. Dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/aktualna-tema-bdp-po-zupanijama-u-201458a4616b14b49.pdf> (31.03.2018.)
22. Hrvatska Gospodarska Komora. (2016) *Županije – velike gospodarske razlike na malom prostoru*. Hrvatska gospodarska komora: Zagreb. Dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/upanijevelikegospodarskerazlikenamalomprostoru5757722c5b20e65.pdf> (03.04.2018.)

23. Hrvatska narodna banka HNB. (2017) Indeksi cijena. Dostupno na: <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/odabrane-nefinancijske-statistike/indeksi-cijena> (20.07.2018.)
24. Hrvatski zavod za zapošljavanje. (2018) Izvješće o nezaposlenosti i zapošljavanju u 2017. godini u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Dostupno na: <http://www.hzz.hr/default.aspx?id=42057> (20.07.2018.)
25. Hunziker, W., Krapf, K. (1941) *Contributions to tourism education and tourism history*. Bern: Fédération Suisse du Tourisme
26. Henderson, J. (2003) Terrorism and tourism: Management the consequences of the Bali bombings. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. Volume 15. Dostupno na: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J073v15n01_03 (19.07.2018.)
27. International Monetary Found. Dostupno na: http://www.imf.org/external/datamapper/NGDP_RPCH@WEO/OEMDC/ADVEC/W_EOWORLD (19.04.2018.)
28. Institut za turizam. (2016) Hrvatski turizam u brojkama, Vol 10. No. 4. Dostupno na: <http://www.iztztg.hr/UserFiles/file/institut/Hrvatski-turizam-u-brojkama-2016-Broj-04.pdf> (20.05.2017.)
29. Institut za turizam. (2015) Tomas ljeta 2014: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj. Dostupno na: <http://www.iztztg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/Tomas-Ljeta-2014-Sazetak-iz-knjige.pdf> (03.07.2018.)
30. Institut za turizam. (2018) Tomas ljeta 2017: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj. Dostupno na: <http://hrturizam.hr/wp-content/uploads/2018/07/Tomas-Ljeta-2017-Stavovi-i-potrosnja-turista-u-Hrvatskoj.pdf> (03.07.2018.)
31. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (MINT). (2017). *Turizam u brojkama 2016.*, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske: Zagreb. Dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-06/Turizam_u_brojkama_HR_%202016.pdf (25.03.2018.)
32. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (MINT). (2013) Strategija razvoja hrvatskoh turizma do 2020. godine. Dostupno na: <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-turizma-11411/11411> (21.04.2018.)

33. Mihalič, T. (2002c) Tourism and economic development issues. U: Sharpley, R., i Telfer, D.J. (eds) *Tourism and Development: Concepts and Issues* (str. 81–111). Clevedon: Channel View Publications
34. Mihalič, T. (2012) Economic impacts of tourism, particularly its potential contribution to economic development. U: Tisdell C. (ed.) *Handbook on Tourism Economics. Analysis, New Applications and Case Studies* (str. 645–682). London: World Scientific Publishing Co:
35. Krugman, P. (1981) Intra-industry specialization and the gains from trade. *Journal of Political Economy*; vol 89, No. 5
36. SDŽ. (2017). Izvješće o stanju u gospodarstvu Splitsko-dalmatinske županije s prikazom financijskih kretanja u 2016. godini. Splitsko-dalmatinska županija. Dostupno na: <https://www.dalmacija.hr> (05.04.2018.)
37. SDŽ. (2018) Analiza turističke sezone 2017. godine na području Splitsko-dalmatinske županije i osnovne smjernice za pripremu turističke sezone 2018. Dostupno na: <https://www.dalmacija.hr/> (06.06.2018.)
38. Sharpley, R., i Telfer, D.J. (2008) *Tourism and Development in the developing world*. London. Routledge
39. Sharpley, R., i Telfer, D.J. (eds) (2015) *Tourism and Development: Concepts and Issues* (str. 81–111). Clevedon: Channel View Publications.
40. Središnji državni portal – Indeks razvijenosti. Dostupno na: <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/regionalni-razvoj/indeks-razvijenosti/112> (03.04.2018.)
41. Šimičić, V., (2007), Hrvatski turizam i procjene njegovih gospodarskih učinaka, *Acta Turistica Nova*. 1 . Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=43715 (13.04.2018.)
42. Šimundić, B. (2012), Ima li turizam potencijal generatora rasta?, u: Crnjak-Karanović, B. i dr. (ur.), *Identitet jadranskog prostora Hrvatske: Retrospekt i prospekt*, znanstvena monografija, Ekonomski fakultet, Split, str. 181-194.
43. Šimundić, B., Kuliš, Z.. (2016) Turizam i gospodarski rast u mediteranskim zemljama: dinamička panel analiza. *Acta Economic et Turistica*, Vol. 1 No.2. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/160097> (20.05.2018.)

44. Theobald, William F. (2011) *Global Tourism*. Third edition. Elsevier Butterworth-
New York: Heinemann.
45. Telfer, D. J., Sharpley, R. (2016) *Tourism and Development in the Developing World*.
Second edition. London. Routledge
46. Tourism statistics (2016). Dostupno na: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics#Tourism_participation: EU residents make 1.2 billion trips](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics#Tourism_participation:_EU_residents_make_1.2_billion_trips) (26.07.2018.)
47. Turistička Zajednica Splitsko-dalmatinske županije. (2017) *Program rada TZ Splitsko-dalmatinske županije za 2018. godinu*. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije: Split. Dostupno na: https://www.dalmatia.hr/images/priopcenja/Program_rada_za_2018_godinu.pdf (03.04.2018.)
48. Turner, V. (1967). *The Forest of Symbols: Aspects of Ndembu Ritual*. Ithaca: Cornell University Press
49. UNWTO. (2017) *Tourism Highlights*. World Tourism Organization: Madrid. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> (26.03.2018.)
50. Vukonić B., Čavlek N. (2001), *Riječnik turizma*, Zagreb: Masmedia
51. Wall, G. and Mathieson, A. (2006) *Tourism Change, Impacts and Opportunities*. Toronto: Pearson Prentice Hall.
52. Zelenika, R. (2000) *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*, Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci.

POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIČKIH PRIKAZA

TABLICE

Tablica 1: Centrifugalne i centripetalne sile.....	17
Tablica 2. Vanjska migracija stanovništva po županijama 2017.....	38
Tablica 3. BDP po stanovniku po županijama RH.....	41
Tablica 4. Indeks gospodarske snage županija i njegove sastavnice 2017.....	42
Tablica 5. Struktura aktivnih pravnih osoba po djelatnostima 2016.....	43
Tablica 6. Prvih pet poduzetnika u županiji prema veličini dobiti u 2016. godini.....	45
Tablica 7. Rezultati turističkog prometa po regijama/komercijalni smještaj 2017.....	46
Tablica 8. Smještajni kapaciteti po vrstama ugostiteljskih objekata Splitsko-dalmatinske županije 2016. Godine.....	48
Tablica 9. Dolasci i noćenja po vrstama smještajnih objekata 2017.....	49
Tablica 10. Top 10 emitivnih tržišta na području SDŽ 2017.....	50
Tablica 11. Potrošnja turista u Splitsko-dalmatinskoj županiji 2014.....	51
Tablica 12. Platna bilanca: Robe i usluge (milijuni eura) 2008.-2017.....	53
Tablica 13. Uvoz i izvoz roba i pokriće salda roba prihodima od turizma 2016.....	54
Tablica 14. Prikaz financijskog poslovanja gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije po djelatnostima u 2015. i 2016. Godini.....	55
Tablica 15. Struktura ukupnog prihoda po djelatnostima za period 2012.-2016.....	56
Tablica 16. Prijavljene potrebe poslodavaca u 2017. i 2016. godini po djelatnostima.....	58
Tablica 17. Kretanje stope nezaposlenosti po kvartalima u RH i SDŽ.....	58
Tablica 18. Broj nezaposlenih i broj dolazaka turista 2016. i stupanj koleracije.....	60
Tablica 19. Prvih pet poduzetnika u županiji prema veličini dobiti 2016.....	61
Tablica 20. Uvoz i broj noćenja u Splitsko-dalmatinskoj županiji 2017.....	63
Tablica 21. BDP i udio turizma u BDP-u SDŽ 2015.....	64
Tablica 22. Cijene kuća i stanova po županijama 2016.....	66

GRAFIČKI PRIKAZI

Graf 1: Ukupni dolasci turista u svijetu od 2004. do 2016.....	33
Graf 2. Preseljeno stanovništvo Republike Hrvatske 2017. prema starosti i spolu.....	39
Graf 3. Struktura obrtništva u Splitsko-dalmatinskoj županiji.....	44
Graf 4. Kretanje turističkog prometa u SDŽ u razdoblju od 2007. do 2016.....	46
Graf 5. Struktura smještajnih kapaciteta u SDŽ 2016.....	47
Graf 6. Rast smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj po županijama 2016.....	48
Graf 7. Dolasci turista u destinacije u SDŽ 2017.....	50
Graf 8. Administrativne stope nezaposlenosti po županijama, 31.12.2017. godine.....	57
Graf 9. Kretanje broja zaposlenih u SDŽ, 2014.-2017.....	59
Graf 10. Kretanje nezaposlenosti prema spolu 2016.....	60
Graf 11. Struktura obrtništva u SDŽ 2016.....	61
Graf 12. Broj noćenja od 1946. do 2016. u RH.....	64
Graf 13. Kretanje turističkih noćenja od 1994. do 2016. u SDŽ.....	64
Graf 14. Mjesečni indeksi potrošačkih cijena od svibnja 2017. do svibnja 2018.....	66
Graf 15. Prosječne tražene cijene građevinskih zemljišta tijekom kolovoza 2017.....	67
Graf 16. Bruto domaći proizvod po stanovniku za Republiku Hrvatsku prema NKPJS-u 2012. 2. razina i županije.....	68
Graf 17. Udjeli izabраниh djelatnosti u poslovanju Grada Zagreba poduzetnika 2015.....	69
Graf 18. Struktura gospodarstva Međimurske županije prema ukupnom prihodu 2016.....	70
Graf 19. Struktura gospodarstva Istarske županije prema ukupnom prihodu 2016.....	70

SLIKE

Slika 1: Turistički multipikativni proces.....	29
Slika 2: Udio turizma u BDP-u po državama svijeta.....	33
Slika 3. Regionalni indeks konkurentnosti EU 2016.....	35
Slika 4. Promjene u regionalnom indeksu konkurentnosti od 2010. do 2016.....	35

PRILOZI

Prilog 1

Table 3.1 Illustration of international tourism and GDP in advanced and emerging and developing countries for 2010

World/Region/ Country	Top 20 international tourism arrivals countries (ranks)	International tourism receipts 2010 (US\$ billion)	International tourism expenditures 2010 (US\$ billion)	Difference (receipts expenditures) (US\$ billion)	International tourism arrivals 2010 (million)	International tourism receipts per international tourist arrival (US\$/night)	Tourism Expenditures per visitor per day (US\$)	GDP p.c. (US\$)	International tourism receipts per capita (US\$)	Travel and tourism economy contribution to GDP (%)
World		918	918	0	940	977		9858	132.88	1.35
Advanced countries		597	553	44	498	1198		44,704	596.70	1.33
USA	2	104	76	28	60	1731		47,184	325.88	0.69
Canada	15	16	30	-14	16	975		46,148	461.49	0.95
Austria	11	19	10	9	22	850	208	44,863	2226.19	4.09
Germany	8	35	78	-43	27	1290	561	40,509	422.66	0.89
France	1	47	39	8	77	607		39,460	742.04	1.49
UK	6	31	49	-18	28	1089		36,100	493.55	1.06
Italy	5	39	27	12	44	890	229	33,917	641.32	1.57
Hong Kong (China)	14	22	18	5	20	1104	345	31,758	3171.43	8.50
Spain	4	53	17	36	53	996	133	30,529	1138.83	2.95
Greece	17	13	3	10	15	847	163	26,934	1114.04	3.10

SAŽETAK

Analiza ekonomskih koristi i troškova od turizma na primjeru gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije

Turizam je, kao vrlo složen sustav pojava i odnosa, izuzetno važan u određivanju gospodarskog i društvenog razvoja. Broj međunarodnih putovanja kontinuirano raste što turizam čini jednim od najbrže rastućih sektora. Kontinuirani rast potiče pitanja o ulozi turizma u gospodarstvu. Doprinos turizma gospodarskom razvoju očituje se u doprinosu platnoj bilanci, generiranju prihoda i zaposlenosti, poticanju izvoza, utjecaju na investicije te na porast poduzetničke aktivnosti. Iako je fokus često na pozitivnim učincima turizma, takav brz razvoj ne može se ostvariti bez troškova. U ovom radu suočene ekonomske koristi i troškovi od turizma na primjeru gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije. Splitsko-dalmatinska županija je jedna od najistaknutijih turističkih regija u Republici Hrvatskoj te ima veliki potencijal za razvoj različitih oblika turizma. Glavni razlog istraživanja ekonomskih učinaka turizma bilo je stanje gospodarstva u Splitsko-dalmatinskoj županiji koje je na još uvijek nezadovoljavajućoj razini iako se iz godine u godinu postižu rekordni turistički rezultati. Nakon analize gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije te troškova i koristi od turizma, može se zaključiti da turizam generira gospodarski rast u županiji, no isključivo turizam kao dominantan sektor, bez razvoja ostalih sektora, ne može Splitsko-dalmatinskoj županiji donijeti dugoročno održiv gospodarski rast i razvoj, za što je potvrda i trenutno nezadovoljavajuće stanje županije. Predstavljeni negativni ekonomski učinci upozoravaju na potrebu postojanja kvalitetnog političkog i institucionalnog okruženja koje će usmjeriti razvoj turizma na način da se negativni učinci svedu na minimum, a koristi na maksimum kako bi se postigli širi razvojni ciljevi.

Ključne riječi: turizam, gospodarski razvoj, Splitsko-dalmatinska županija

SUMMARY

Economic benefits and costs of tourism in Split-dalmatia county

Tourism, as a complex system and phenomenon, is very important in determining economic and social development. Tourism has experienced continued growth and deepening diversification to become one of the fastest growing economic sectors in the world. Tourism development has produced economic benefits like contribution to balance of payments, income generation, increasing of export, employment generation and increasing entrepreneurial activities. Although attention tends to be focused on the economic benefits of tourism, such development can not be achieved without cost. In this study are faced economic benefits and costs of tourism in Split-Dalmatia County. Split-Dalmatia County is one of the most important touristic regions in Croatia with great potential for developing different types of tourism. Although tourist arrivals are increasing constantly, there are some problems with economic situation in the county and that situation is the main reason for this study. After Split-dalmatia county economic analysis, it can be assumed that tourism can generate economic growth for county. But only tourism as a dominant sector, without development other sectors, can not provide long-term and sustainable economic development. Current situation can be used as a proof of this finding. All of economic costs confirmend that tourism development need quality political and institutional background which can balance the positive and negative impacts of tourism within the context of broader development goals.

Key words: tourism, economic development, Split-Dalmatia County