UTJECAJ TURISTIČKE PROMOCIJE NA UBLAŽAVANJE EFEKTA KRIZE U TURIZMU

Karlo, Mia

Master's thesis / Diplomski rad

2016

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:124:705223

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

UTJECAJ TURISTIČKE PROMOCIJE NA UBLAŽAVANJE EFEKTA KRIZE U TURIZMU

Mentor:
Doc.dr.sc. Ivana Bilić

Student:
univ.bacc.oec Mia Karlo
Broj indeksa: 2152908

Split, lipanj, 2016.

SADRŽAJ:

1. UVOD.....4

1.1. Problem,predmet i objekt istraživanja.....4

1.2. Svrha i ciljevi istraživanja.....8

1.3. Temeljne znanstvene hipoteze istraživanja.....10

1.4. Struktura i sadržaj diplomskog rada.....12

2. FINANCIJSKA KRIZA PREGLED OD 2008. – DO 2014. GODINE....13

2.1. Sažetak financijske krize.....13

2.2. Uzroci financijske krize.....17

2.2.1. Porast kamatnih stopa, proširenje kreditiranja te pad vrijednosti nekretnina.....17

2.2.2. Pet ključnih uzroka – odluka i procesa.....19

2.3. Vrste financijskih kriza.....21

2.3.1. Bankarske krize.....21

2.3.2. Valutne krize.....23

2.3.3. Dužničke krize.....24

2.4. Investicije u doba krize.....26

2.4.1. Općenito o investicijama u turizmu.....26

2.4.2. Prilike i prepreke u investiranju u turizam.....28

2.4.3. Današnji trendovi.....29

3. ANALIZA UTJECAJA FINANCIJSKE KRIZE NA TURISTIČKO POSLOVANJE ZEMALJA MEDITERANA OD 2008. – 2014.....32

3.1. Promjena BDP-a kroz godine u zemljama Mediterana.....32

3.1.1. Portugal.....33

3.1.2. Španjolska.....35

3.1.3. Italija.....37

3.1.4. Hrvatska.....40

3.1.5. Grčka.....43

3.2. Promjena turističkih kretanja kroz godine u zemljama Mediterana.....46

3.2.1. Portugal.....47

3.2.2. Španjolska.....48

3.2.3. Italija.....49
3.2.4. Hrvatska.....50
3.2.5. Grčka.....51
3.3. Investicije u turizam kroz godine u zemljama Mediterana.....52
3.3.1. Portugal.....52
3.3.2. Španjolska.....53
3.3.3. Italija.....54
3.3.4. Hrvatska.....55
3.3.5. Grčka.....56

4. ISHOD SUODNOSA FINANCIJSKE KRIZE I ULAGANJA U TURIZMA U ZEMLJAMA MEDITERANA.....58
4.1. Portugal.....59
4.2. Španjolska.....61
4.3. Italija.....63
4.4. Hrvatska.....65
4.5. Grčka.....67
4.6. Ishod suodnosa.....69

5.ZAKLJUČAK.....71
Literatura.....73
Popis ilustracija.....77
Sažetak.....81
Summary.....82

1.UVOD

1.1. Problem,predmet i objekt istraživanja

Turizam je velika i kompleksna pojava s ekonomskim, ekološkim i društveno-kulturnim utjecajima na mjesta i ljude koji sudjeluju u njemu. Baš kao što turizam može biti glavni uzrok promjene također se sam mijenja zbog vanjskih čimbenika. Pod konceptom turizma Buttler (2008) podrazumijeva rezultat interakcije lokalnih, nacionalnih i međunarodnih snaga, trendova i načina razmišljanja, zajedno s utjecajem pojedinih ključnih dionika, političkih ideologija, svjetska zbivanja (prirodnih i ljudskih) i promjenjivim ukusima potrošača.

Zemlje Mediterana već stoljeće privlače goste na ljetovanje te imaju tradiciju koja godinama nije bila kompromitirana. No 2008. godine započela je teška financijska kriza koja nije ostavila niti jednu zemlju ravnodušnom. Europa je završila turističku sezonu 2009.-te lošije za 6%. U istraživanju Kapiki (2012) ukazuje kako su odredišta u srednjoj, istočnoj i sjevernoj Europi bila posebno teško pogođena, a rezultati u zapadnoj, južnoj Europi i zemljama Mediterana bili su relativno bolji. Upravo zbog toga se u ovom radu pristupa istraživanju kakav je suodnos BDP-a zemalja Mediterana i pokazatelja turističkog poslovanja.

Prema članku „Crash course“ (The Economist, http://econ.st/1nkL9NO (pregledano, 08.04.2016)) uzrok globalne ekonomske krize koja je nastupila 2008. godine je propadanje Lehman Brothers, globalne banke, te je skoro taj događaj skoro doveo do potpunog propadanja financijskog sustava. Prema podacima EUROSTAT-a, širenje financijske krize u većini zemalja svijeta izravno je utjecalo na turističko tržište, jer potrošnja turističkih proizvoda ne zadovoljava osnovne potrebe stanovništva i nije prioritet za potrošnju.

Osim toga, turistička potrošnja se smatra vrlo skupom, te su turistički proizvodi uključeni u kategoriju relativno visokih vrijednosti robe je zaključio Borza (2014) u svom istraživanju.

Smanjenje gospodarskih aktivnosti je imalo primjetan utjecaj na turističko tržište. Zaposlenicima su prijetili otkazi te stroži uvjeti zaduživanja, te su započeli otkazivati turistička poslovanja. Steiner et al. (2011) donose zaključak da su se kasnije putovanja još

više smanjila zbog straha od recesije, u kombinaciji s inflacijama i rastom cijena, što posljedično rezultira smanjenjem inozemne potražnje za turističkim uslugama u destinaciji za odmor.

Kao primjer države koja je u najvećoj ekonomskoj krizi u Europi a ipak turistički sektor od svih državnih sektora je jedini koji nije bio pod negativnim utjecajem. Glavni proizvod grčkog turizma "sunce, pijesak i more", bogatstvo povijesti, kulture, tradicije i spektakularni prizori. Grčka je među zemljama EU-a koje su pogođene stvarno teškom međunarodnom ekonomskom krizom.

Prema istraživanju Guduraša (2014) Grčka je zabilježila negativan rast realnog BDP-a (-0,2%) u 2008. i -3,1% u 2009. godini, kada EU27 registrirana čak 4,5% rast realnog BDP. U 2012. godini, doprinos BDP-u i zaposlenosti se malo povećao (manje od 1% bod), a 2013. godine je došlo do blagog povećanja doprinosa na svim područjima. Da se zaključiti da je grčki turizam doživjeo neke promjene koje su posljedice međunarodne ekonomske krize. Prema rezultatima Guduraša (2014) pokazalo se da je turizam u Grčkoj pogođen krizom, ali se brzo oporavio relativno, u usporedbi s drugim sektorima zbog svojih raznolikih međunarodnih izvora tržištima.[1]

Gledano u cjelini, Mediteranska regija je vodeća svjetska turistička destinacija, iako unutar nje postoje znatne razlike. Iz godišnjeg izvještaja Europa.eu (Lankar, http://bit.ly/1TVNXPH (pregledano, 04.04.2016)) se bilježi 30% turističkih dolazaka i 25% ukupnih prihoda od globalnog turizma, sa 80% turističkih posjeta iz Europe, posebno iz Njemačke.

Naravno u mnogim zemljama se uspoređuje odnos koliko turističko poslovanje utječe na rast ili pad BDP-a. Iz članka „Nedodirljiv grčki turizam“ (Dnevnik.hr, http://bit.ly/1Ow56eh (pregledano, 03.04.2016)) turizam je jedan od najvažnijih gospodarskih grana za Grčku koja je njime prošle godine zaradila barem 29 milijardi eura, što čini gotovo 17% BDP-a. U Italiji čak 60% BDP-a čini prihod od turizma.

[1] Guduraš, D.(2014): **Economic crisis and tourism: case of the greek tourism sector,** Ekonomska misao praksa, vol.2, str 613-632

Prema istraživanju „The Authority“ (WTTC, http://bit.ly/1LD3rrw (pregledano, 03.04.2016)) uloga turizma u ukupni BDP je značajna. Samo u zemljama Mediterana turizam je 2014. godine činio 7.9% direktnog doprinosa BDP-u, a 14.2% ukupnog doprinosa BDP-u. Sama brojka dokazuje važnost turizma u kretanjima BDP-a.

Učinci krize su prisutni u svijetu, u svim sektorima djelatnosti,a posebno na tržištima usluga ili sektorima koji ne proizvode kako bi se osigurale osnovne potrebe (kao hranu, odjeću, komunalije). U istraživanju Borza (2014) dolazi do zaključka da na turističkom tržištu efekti financijske krize su zabilježeni jednostavnije nego na ostalim tržištima. Samo za primjer kako se situacija promijenila u Grčkoj donosi isječak iz članka „Kriza udara“ (Net.hr, http://bit.ly/1WARPJM (pregledano, 03.05.2016)) : “Iz udruge turističkih agencija Grčke stiže informacija da se od početka tjedna svakoga dana otkazuje i do 50 tisuća rezervacija za ljetovanja.”

Sukladno posljedicama Borza (2014) dolazi do zaključka da populacija koja je zabilježila blokade i financijska ograničenja kao rezultat globalne krize mogla bi primijeniti dvije vrste stavova, potpuno drugačije:

- Odreći se potpuno, ili bar na kratko troškova turizma
- Identificirati se u turističkim proizvodima, preporučljivo u onim jeftinijim, kako bi se smanjilo nezadovoljstvo zbog financijske krize

Jedno istraživanje koje su proveli Rodriguez i Rivadulla (2012) za Španjolsku gledao se period od 2001.-2009. godine o preferenciji posjetitelja i kako promjena u ekonomiji države utječe na njihove preferencije. Zaključak je donesen da Španjolsku zahvaća velika sezonalnost gdje gosti preferiraju doći od svibnja do rujna kada su cijene prihvatljivije nego van sezone ali broj gostiju se povećao drastično u sezoni jer je država zbog krize dopustila mnogim nisko budžetnim avio kompanijama poslovanje na njihovim aerodromima. Ovo je klasičan primjer istraživanja o utjecaju ekonomske situacije države na turizam.

Prema rezultatima UNWTO-a (http://bit.ly/1XuIQc2 (pregledano 03.04.2016)) međunarodni turistički dolasci su porasli u 2010 za 4,2%, te su se vratili u svoje prije krize vrhunske razine, što predstavlja rast od 5 do 6% u odnosu na 2009. godinu. Od njih se očekuje da se vrate na dugoročni prosjek od 4% u 2011. Iz istraživanja Kapiki (2012) isčitavamo da Svjetski savjet

za putovanja i turizam (engl. The World Travel and Tourism Council – u daljnjem tekstu će se koristiti kratica WTTC) procjenjuje da je od kombinirane izravne i neizravne djelatnosti, Putovanje i turizam (engl. Travel and Tourism – u daljnjem tekstu će se koristiti kratica T&T) sektor sada iznosi 9,2% globalnog BDP-a, 4,8 % svjetskog izvoza i 9,2 % svjetskog ulaganja, što znači da se vraća na poziciju razine prije krize.

Većina istraživanja se vrši na ukupnu promjenu turističkih kretanja u suodnosu s bruto domaćim proizvodom (u daljnjem tekstu će se koristiti kratica BDP) i većina rezultata pokazuje da nisu povezani. Istraživanje za primjer uzmimo od Kapiki gdje je izračunato da je pad BDP-a Grčke opao od 2007-2010 godine za 2% i pad turističkog poslovanja za vrtoglavih 18,06%. No ovo su sve brojke bez zaključka.

Nakon izloženih hipoteza u radu i prikazanih podataka kroz godine pomoću Microsoft Excell programa ću raditi usporedbe i računanja razlika iz godine u godinu te doći do konkretnih zaključaka. Države koje su izabrane za usporedbu imaju od strane WTTC-a pisane godišnje izvještaje vezane za BDP i turistička kretanja ali ne usporedbe kroz godine.

Problemi koji bi se mogli putem javiti jest da podatci se ne podudaraju odnosno da se pokaže da ipak turistička sezona ne ovisi o visini BDP-a što može veliko utjecati na veličine država i popularnost država ali to jest igra sa hipotezama i mogućnost njihova odbacivanja.
Kao jedno od rješenja moguće je istražiti razinu BDP-a i turističkog poslovanja te ih se usporedi na temelju danih podataka.

Više manje sve države Europe su u turizmu i njima je u interesu održati određeni postotak posjetitelja godišnje. Zemlje Mediterana imaju godine tradicije privlačenja gostiju. No problemi nastali posljednjih godina ne jenjavaju. Podatci iz članka „Kako Mediteranska kriza utječe na planove turista“ (The Guardian, http://bit.ly/1TbLyQ1 (pregledano, 09.04.2016)) tvrde kako kriza u zemljama Mediterana uzima svoj danak na turizam u samom srcu sezone, ali stručnjaci misle kako će učinak na svaku zemlju biti vrlo različit.

Naravno imamo zemlje Mediterana koje su više zahvaćene negativnim efektima financijske krize. Što to rade države koje su uspješnije u turističkim pokazateljima usprkos krizi? Po čemu se razlikuju?

Predmet istraživanja će tako biti države Portugal, Španjolska, Italija, Hrvatska i Grčka, odnosno one koje su najuspješnije u turizmu na Mediterane a sve su pogođene financijskom krizom. Istraživati će se da li se mijenjao BDP i turistička kretanja u donosu na investicije promidžbe u turizmu pojedine države.

1.2. Svrha i ciljevi istraživanja

Financijska kriza ne jenjava iako se mnogo ulaže od strana država kako bi se smanjili njeni učinci. Upravo zato što financijska kriza utječe na stabilnost država i njihovo poslovanje moja je želja u svom diplomskom radu istražiti koliko zapravo financijska kriza je utjecala i dalje utječe na turističko poslovanje odrđenih zemalja Mediterana koje toliko ovise o turizmu.

Doprinos ovog istraživanja je da će se empirički sagledati dugoročna povezanost bruto domaćeg proizvoda i turističkih pokazatelja države. Upravo iz razloga što ova tema jest istražena lako je doći do podataka ali svojim istraživanjem internet stranica i literature nisam naišla na niti jedan rad koji uspoređuje ove navedene podatke u razdoblju od 8 godina na ovim državama koje su uzete kao primjer ovog rada, a koje predstavljaju bitne turističke odrednice u ovom dijelu svijeta. S druge strane, kroz ovaj rad će se produbit istraživanje, a u odnosu na to kako je ulaganje u turističku promidžbu povezano s efektima krize na promatrane zemlje. Kriza eurozone ove je godine utjecala na smanjenje putovanja između zemalja u krizi, a najviše se negativno odrazila na turizam Grčke. Iz članka „Kako se kriza odrazila na turističke zemlje Europe“ (Liderpress.hr, http://bit.ly/25hIJqi (pregledano, 04.04.2016)) da se čitati da ostale južnoeuropske destinacije za odmor, među kojima su i najveće turističke zemlje svijeta Španjolska, Italija i Portugal, koje su same u većoj krizi, prošle bolje zabilježivši čak rast turističkih dolazaka iz Europe u odnosu na prošlu godinu.

Upravo zbog ovakvih članaka gdje se da iščitati da je jedna turistička sezona za jednu državu bila uspješna a za drugu ne i obratno je zbunjujuće. Iz tog razloga odgovornost se pripisuje meni da sve podatke prikupljene izanaliziram i donesem konkretan zaključak koliko je uistinu financijska kriza utjecala na turističko poslovanje država Portugala, Španjolske, Italije, Hrvatske i Grčke! Na temelju definiranog problema i predmeta istraživanja mogu se odrediti

ciljevi istraživanja kao osnovna svrha prikupljanja teorijskih podataka. Kao osnovni cilj rada je uvidjeti da li financijska kriza i njen utjecaj osciliranja BDP-a i turističkih kretanja ima povezanost s uloženim investicijama u promidžbu turizma.

Ulaganjem u turizam, vlade ulažu u blagostanje u zajednici, socijalno i ekonomski - a također u zaštitu i očuvanja gradova i povijest regije. Ulaganje u turizam dovodi do poboljšanja u zajednici s javnim i privatnim sektorom koji rade na promišljenom planiranju i poboljšanju izgrađenog okoliša, naglašavanju prirodne zaklade i zadovoljenju potreba stanovnika , dok se širi topla dobrodošlica i sigurno okruženje za posjetitelje na tom području.

Podrška vlade (ili nedostatak istog) za turizam i turizam povezanog ulaganja je kritičan. Nacionalne, regionalne i lokalne vlasti , kako u industrijski razvijenom svijetu i zemljama u razvoju, zaključani su u oštroj konkurenciji za investicijske tokove. Upravo zato je važno razumjeti kako država ili regija koja se procjenjuje iz danog razloga gore u tim uvjetima, vrlo rano u procesu identifikacije prilika za ulaganje procjeniti potencijalne prepreke te učinkovito ih prevladati.

Investicije u turizmu čine značajan udio globalnog ulaganja, u prosjeku 9,4% globalnog ulaganja u 2010. godini i postizanja visokih 50% u nekim regijama. No najveći cilj mog rada jest prikupiti relevantne podatke i prikazati njihovu analizu i usporedbu jer investitorima tj. državnim tijelima često nedostaju pouzdani, usporedivi i pravodobni podatci o turizmu i drugi podatci potrebni za adekvatne prognoze i plan za razvoj. Pomoću danih podataka ćemo za cilj imati uspoređivati i rangirati zemlje Mediterana po njihovoj ekonomskoj aktualnoj situaciji i turističkim poslovnim kretanjima.

1.3. Temeljne znanstvene hipoteze istraživanja

Kako bi se uopće neko istraživanje se provelo, potrebno je prethodno definirati određene hipoteze koje u tom radu želimo provjeriti. U problem istraživanja navedene su dileme oko određivanja samog utjecaja, pa se shodno prethodnoj teorijskoj podlozi u ovom istraživanju postavljaju ove sljedeće hipoteze:

Način 1 – postoji li razlika u između kretanja BDP-a i investiranja u promidžbu:
H0: Ne postoji razlika između kretanja BDP-a i investiranja u promidžbu
H1: Postoji razlika između kretanja BDP-a i investiranja u promidžbu

Način 2 – da li su promjene turističkih kretanja povezane s ukupnim investicijama u promidžbu turizma:
H0: Promjene turističkih kretanja kroz godine nisu povezana s ukupnim investicijama u promidžbu turizma
H1: Promjene turističkih kretanja kroz godine je povezana s ukupnim investicijama u promidžbu turizma
Gore navedene hipoteze biti će prihvaćene ili odbačene na temelju znanstvenog istraživanja koje će biti provedeno. Znanstveno istraživanje je specifična intelektualna djelatnost kojoj je temeljna svrha otkrivanje i dokazivanje znanstvenih istina pomoću znanstvenih metoda.

Prva način je za rad najvažnija jer spaja dva važna elementa gdje je za cilj vidjeti da li se oni komplimentiraju ili su oboje nezavisni. Koliko BDP utječe na investiranje u promidžbu turizma i obratno je jedno od važnijih pitanja zemalja gdje je turizam veliki izvor prihoda. Drugi način je već gledanje u detalje da li investiranje u promidžbu utječe na rast ili pad dolazaka i noćenja u godini. Oba načina su važna jer pokazuju da li države zaista drže do investiranja u promidžbu turizma usprkos financijskoj krizi i koliko im to pomaže ili pak odmaže.

Rad će se temeljiti na sekundarnim podatcima, odnosno podacima dobivenim iz razne literature koja sadrži podatke o već odrađenim istraživanjima.

U izradi rada koristiti će se sljedeće znanstvene istraživačke metode (Zelenik, 2000:172) :

- **Induktivna i deduktivna metoda**

Induktivna metoda je sustavna primjena induktivnog načina zaključivanja kojim se na temelju analize pojedinačnih činjenica dolazi do zaključka. S druge strane deduktivna metoda je sustavna primjena deduktivnog načina zaključivanja u kojemu se iz općih sudova izvode posebni i pojedinačni zaključci.

- **Metoda analize i sinteze**

Metoda analize je postupak znanstvenog istraživanja i objašnjenja stvarnosti putem raščlanjivanja složenih misaonih tvorevina (pojmova, sudova i zaključaka). S druge strane metoda sinteze je postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem spajanja, sastavljanja jednostavnih misaonih tvorevina u složene i složenijih u još složenije.

- **Metoda dokazivanja i opovrgavanja**

Dokazivanje je izvođenje istinitosti pojedinih stavova na temelju znanstvenih činjenica ili na temelju ranije utvrđenih istinitih stavova. Svrha je ove metode utvrditi točnost neke spoznaje. To je zapravo metodski postupak kojim se umjesto dokazivanja teze, ona odbacuje i pobija.

- **Deskriptivna metoda**

Metoda deskripcije je postupak jednostavnog opisivanja ili ocrtavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja. Znanstveni opis predmeta ili pojava je utoliko spoznajno vredniji ukoliko je objektivniji, detaljniji, svestraniji i potpuniji.

- **Statistička metoda**

Statistička metoda je induktivno generalizatorska jer se na temelju obilježja određenog broja elemenata neke skupine ili serije pojava, izvodi opći zaključak o prosječnoj vrijednosti obilježja, devijaciji od srednje vrijednost

1.4. Struktura i sadržaj diplomskog rada

Diplomski rad je raščlanjen na pet uzajamno povezanih cjelina, uključujući uvod i zaključak. Svaka tematska cjelina je dalje raščlanjena na potpoglavlja što se može uočiti iz prikazane strukture diplomskog rada.

U prvom dijelu diplomskog rada, uvod, definira se problem, problem i objekt istraživanja, Također, objašnjava se svrha i znanstveni i operacionalni ciljevi istraživanja, te se daju temeljne znanstvene hipoteze istraživanja kao I struktura diplomskog rada.

U drugom dijelu pod naslovom financijska kriza pregled od 2008.-2014. godine dan je teorijski pregled definiranja financijske krize i njenih karakteristika, odnosno koji su uzroci financijske krize i koje su vrste financijskih kriza.

Treće poglavlje nosi naslov analiza utjecaja financijske krize na turističko poslovanje zemalja Mediterana od 2008-2014. Kao što sam naslov kaže ovo je najvažnije poglavlje rada gdje će se analizirati svi mogući utjecaji financijske krize na turističko poslovanje.
Najvažnija komponenta ovog dijela rada jest vidjeti kako promjene BDP-a i turističkih kretanja u doba financijske krize su isto ovisile i o visini investicija u turizmu.

Ishod suodnosa financijske krize i ulaganja u turizam u zemljama Mediterana je četvrto poglavlje gdje će se detaljnije analizirati svi podatci istraženi i izračunati u trećem poglavlju. Sam cilj ovog rada će biti sumeriran u ovom poglavlju jer cilj rada jest vidjeti koliko su zapravo povezane financijska kriza i ulaganje u turizam u određenim zemljama Mediterana.

U posljednjem dijelu, zaključak, sustavno i koncizno se formuliraju i prezentiraju rezultati znanstvenog istraživanja koji su u ovom diplomskom radu opširnije izneseni i objašnjeni. Objašnjava se doprinos i implikacije dobivenih rezultata.

2. FINANCIJSKA KRIZA PREGLED OD 2008. – DO 2014. GODINE

2.1. Sažetak financijske krize

Prema članku „Plodovi licemjerja“ (Stiglitz, http://bit.ly/1CFHCkC (pregledano, 08.04.2016)) autor tvrdi da: “Iza rasprava o budućoj politici stoji rasprava o povijesti – rasprava o uzrocima naše sadašnje situacije. Bitka za prošlost odlučit će bitku za sadašnjost.” Svjetska ekonomija trenutačno je suočena s krizom dramatičnih razmjera: institucije poput UN-a, MMF-a i Svjetske banke govore o najdubljoj recesiji nakon Drugog svjetskog rata, čije se posljedice još uvijek ne mogu u potpunosti sagledati.

Ususret trenutne situacije potrebno je podrobno objasniti suštinu i smisao financijske krize odnosno što ona znači. Financijska kriza označava krizu bankarstva i novčarstva, koja krene krizom tržišta nekretnina. Uzrok krize bude većinom brzi pad cijena nekretnina koje su se nakon dugog razdoblja rasta cijena razvile u nerealnim razmjerima. Istodobno sve više i više dužnika nisu više u stanju podmiriti obaveze kredita: djelomično zbog rasta kamatne stope i dijelom zbog manjka prihoda.

Krajem 2008. godine financijska je kriza poprimila globalne razmjere i uzdrmala svjetsku ekonomiju. Neposredan pokretač krize bio je slom tržišta drugorazrednih hipoteka u SAD-u, no uzroci leže u doktrinarnim i pragmatičnim rješenjima koja su već duže vrijeme prevladavala na Zapadu. Intervencijama nacionalnih država, najprije u inancijskom, uskoro i realnom sektoru, zaustavljen je daljnji pad gospodarske aktivnosti. Antirecesijske mjere sve se više promišljaju globalno, gdje se skupina G - 20 nameće kao glavni koordinator svjetske ekonomske politike. U uvjetima suvremene globalizirane ekonomije praktički nema nacionalne ekonomije koja bi bila imuna na eksterne poremećaje. Dugogodišnje odsustvo razvojne strategije i neodgovorno ponašanje nositelja izvršne vlasti, a potom i izostanak primjerene reakcije kada je kriza već nastupila, nacionalnu su ekonomiju učinili izrazito ranjivom u nastaloj kriznoj situaciji. Njene se posljedice po gospodarski napredak još uvijek ne mogu sa sigurnošću procjenjivati, kako na globalnoj, tako ni na nacionalnoj razini.

Niz okolnosti pogodovao je lakšem zaduživanju banaka i njihovoj spremnosti na dodjeljivanje kredita kućanstvima. Od ‘80ih godina u više je navrata provođeno smanjenje poreznog opterećenja snižavanjem najviše porezne stope na dohodak te poreza na kapital i

imovinu. Posljednje reforme u tom smjeru provode se za vrijeme prvog mandata predsjednika Busha. Financijske krize iz proteklog desetljeća, poput one u istočnoj Aziji 1997. i Rusiji 1998., rezultirale su prilivom velike količine inozemnog inancijskog kapitala na američko tržište. Ti su trendovi dodatno pothranjivani potrebama SAD-a za servisiranjem vanjskotrgovinskog deicita, koji u istom razdoblju poprima zabrinjavajuće razmjere.

Prema članku „Pluća i slaba karika svjetske ekonomije" (Belkaid, Le monde diplomatique 5/2008, 12, str.7) u ovom desetljeću, nakon terorističkih napada na New York i Washington u rujnu 2001. godine i sloma IT tržišta ("dot – com bubble"), federalne su rezerve u strahu od recesije vodile vrlo labavu monetarnu politiku. Glavne su kamatne stope u dvije godine pale sa 6,25% na 1,10% najnižu stopu u posljednjih pedeset godina.

Smanjenje produktivnih investicija bilo je praćeno snažnim rastom potrošnje (pokriva dvije trećine američke ekonomije11) i nekontroliranom kreditnom ekspanzijom, na čemu se, uz povlašten položaj dolara, temeljio brz ekonomski rast i održavanje visoke stope zaposlenosti, uz cijenu gomilanja vanjskog duga. Rast zaduženosti kućanstava u ozračju koje nije omogućavalo povećanje dohodaka, poticano od strane inancijske industrije, bilo je dijelom i politički motivirano. U predsjedničkim kampanjama George W. Bush zalagao se za društvo vlasnika ("ownership society"), a isti je program preuzeo i Nicolas Sarkozy. Razloge nam objašnjava Alan Greenspan: „Bio sam u potpunosti svjestan da ublažavanje dodjele hipotekarnih kredita povećava inancijski rizik i da stjecanjem vlasništva nad nekretninama zahvaljujući subvencioniranim posudbama iskrivljuje zakone tržišta. Ali sam isto tako smatrao, i još uvijek smatram, da povećanje broja vlasnika jača potporu tržišnom kapitalizmu. Smatrao sam, dakle, i još uvijek smatram da je širenje vlasništva nad nekretninama vrijedno povećanog rizika. Zaštita vlasničkog prava, s obzirom na njenu važnost u tržišnoj ekonomiji, traži kritičnu masu vlasnika da bi se sačuvala politička potpora."

Po članku „Crisis in the heartland" (Gowan, http://bit.ly/1OwCx5T (pregledano, 09.04.2016) ukupan dug gospodarstva SAD-a rastao je s 163% BDP-a 1980. do 346% BDP-a 2007. godine. Pri tom je značajno obratiti pozornost na strukturu duga. U istom razdoblju dug kućanstava porastao je s 50% na 100% BDP-a, a unutrašnji dug financijskog sektora porastao je s 21% na 116%.

Vladalo je uvjerenje da su moderna tržišta kapitala postala toliko napredna da će se rizik uvijek moći prodati dalje, investitori su se oslanjali na izvještaje agencija za procjenu rizika koji su se pokazali krajnje nepouzdanima te (najvažnije) se vjerovalo da je proces rezanja i sjeckanja (engl. Slicing and dicing) duga učinio financijski sustav stabilnijim. Njime je (navodno) rizik ogluhe raspoređen na milijune investitora, pa je stoga sustav postao sposobniji za amortizaciju eventualnih šokova.

Cijene nekretnina na američkom tržištu dosegle su vrhunac u srpnju 2006., nakon čega je slijedio ozbiljan pad, koji je uzrokovao slom tržišta drugorazrednih hipoteka (subprime mortgages) u kolovozu 2007. godine, zatim širenje ogluha na druge hipotekarne razrede i probleme u međubankovnoj trgovini. Tijekom 2008. zabilježen je daljni pad cijena nekretnina od 17%, a 40% drugorazrednih hipoteka iz 2006. postalo je problematično do druge polovice 2008. Unatoč energičnim intervencijama države, u SAD-u, Japanu i Europi, tijekom 2008. kriza se proširila i zahvatila globalno inancijsko tržište. Upozorenje o ozbiljnosti situacije došlo je s krahom Bearn Stearnsa, pete najveće investicijske banke u SAD-u prema knjizi „Prva globalna financijska kriza 21.stoljeća“ (Reinhart, Felton, 2008:235). Ona je u ožujku sanirana zajedničkom intervencijom Federalnih rezervi (u vidu jamstva na imovinu u iznosu od trideset milijardi dolara) i JPMorgan Chasea (koji je preuzima za dva dolara po dionici, nasuprot cijeni od šezdeset dolara nekoliko mjeseci ranije).

Krajem 2008. globalni financijski sustav našao se pred kolapsom i morao je biti spašavan daljnjim državnim intervencijama. Nastojeći ponovno pokrenuti inancijski sustav, razvijene zemlje pružile su državna jamstva za štedne depozite i međubankovne posudbe, dokapitalizirale banke javnim fondovima i preuzimale rizične plasmane, odobrile iskalne olakšice, utjecale na visinu kamatnih stopa te poduzele niz drugih mjera čija je vrijednost iznosila otprilike 4000 milijardi dolara. Krize takvih razmjera događaju se jednom u ljudskom životu, a do sada su zabilježene 1820., 1873. i 1929. godine. Stoga se još uvijek ne može sa sigurnošću procijeniti kakve će biti posljedice, no njihovo će saniranje u svakom slučaju biti bolno i dugotrajano. Treba tek vidjeti hoće li nakon početnog oporavka induciranog državnim intervencijama nastupiti drugi val recesije.

Globalna financijska kriza ukazuje na nepomirljive unutrašnje proturječnosti jednog modela razvoja. Kapitalizam, osobito onaj koji se s neoliberalnim reformama odrekao izgradnje

društvene kohezije, osuđen je na stalno poboljšavanje materijalnih uvjeta života građana jer je to jedini legitimacijski mehanizam koji mu stoji na raspolaganju. Vladalo je uvjerenje da je to jedini mogući put u bolje sutra, no svijet se suočio s opasnošću od gospodarskog kolapsa koji bi imao nesagledive socijalne posljedice, što je jasan znak da taj model nije funkcionirao.

Jedan od simboličnih pokazatelja diskurzivne težine uvodno spomenutih pojmova kojima se opisuju različiti gospodarski poremećaji može biti učestalost njihove upotrebe na Internetu. Pretraživanjem tih pojmova na Internetu 10. siječnja 2016. (pretraživač Google) bio je ovaj redoslijed pojmova prema broju spominjanja u dokumentima na hrvatskom i engleskom jeziku.

Tablica 1. Učestalost upotrebe riječi na Internetu

Rang	Pojam	Broj pojavljivanja
1.	Kriza	152.000.000
2.	Depresija	71.200.000
3.	Recesija	35.300.000
4.	Financijska kriza	16.600.000
5.	Ekonomska kriza	9.900.000
6.	Velika depresija	6.580.000
7.	Ekonomska recesija	1.590.000
8.	Ekonomska depresija	540.000
9.	Veliko stezanje	245.000

Izvor: www.google.com (10.01.2016)

To znači radikalan zaokret, provođenje korijenitih reformi koje će biti bolne za sve, osobito za sve na ovaj ili onaj način privilegirane kategorije društva. Čini se da je nova Vlada toga svjesna, no pitanje je ima li dovoljno snage da poduzme potrebne mjere i odupre se pritiscima interesnih skupina i političkih struktura kojima to ne ide u prilog.

2.2. Uzroci financijske krize

Dobitnik Nobelove nagrade za ekonomske znanosti Paul Krugman posljednje dvije godine često koristi spoznajno i masovno-psihološki još radikalnije, prijeteće pojmove, kao što su „ekonomska katastrofa“ i „ekonomski ambis“ (što bi se moglo prevesti kao gospodarski bezdan, ponor, provalija, propast i pakao; manje kao „ekonomski ponor“). Iza svakog drugog od ranije navedenih, istoznačnih i suznačnih pojmova, postoje brojne normativne i teorijske definicije te se ti pojmovi, nažalost, ne koriste, čak i u ozbiljnim znanstvenim raspravama, na način koji bi isključio jezične (semantičke), teorijske i političke nesporazume.

Svjetska financijska kriza koja je u SAD-u počela 2007. godine pojavnom „balona“ na tržištu nekretnina (nakon toga se prenijela na bankarski i cijeli financijski sektor, a zatim i na realni sektor, posebice građevinarstvo i automobilsku industriju) i europska dužnička kriza koja je dramatične razmjere dosegnula 2010. godine prijetećim ekonomskim slomom zemalja-svinja (PIIGS: Portugal, Island, Irska, Grčka i Španjolska) i prijetnjom slomom Europske monetarne unije, nije donijela samo tipične gospodarske probleme koje takve krize donose (porast nezaposlenosti, pad bruto domaćeg proizvoda, pad proizvodnje, kriza gospodarskog povjerenja, javljanje i porast općeg osjećaja nesigurnosti i straha od budućnosti), već je potaknula nominalno nove, a suštinski stare teorijske, političke i kulturne "ratove" između zagovornika ideja o tržišnom liberalizmu i državnom intervencionizmu u ekonomskoj politici i gospodarskoj praksi suvremenog svijeta. [2]

2.2.1. Porast kamatnih stopa, proširenje kreditiranja te pad vrijednosti nekretnina

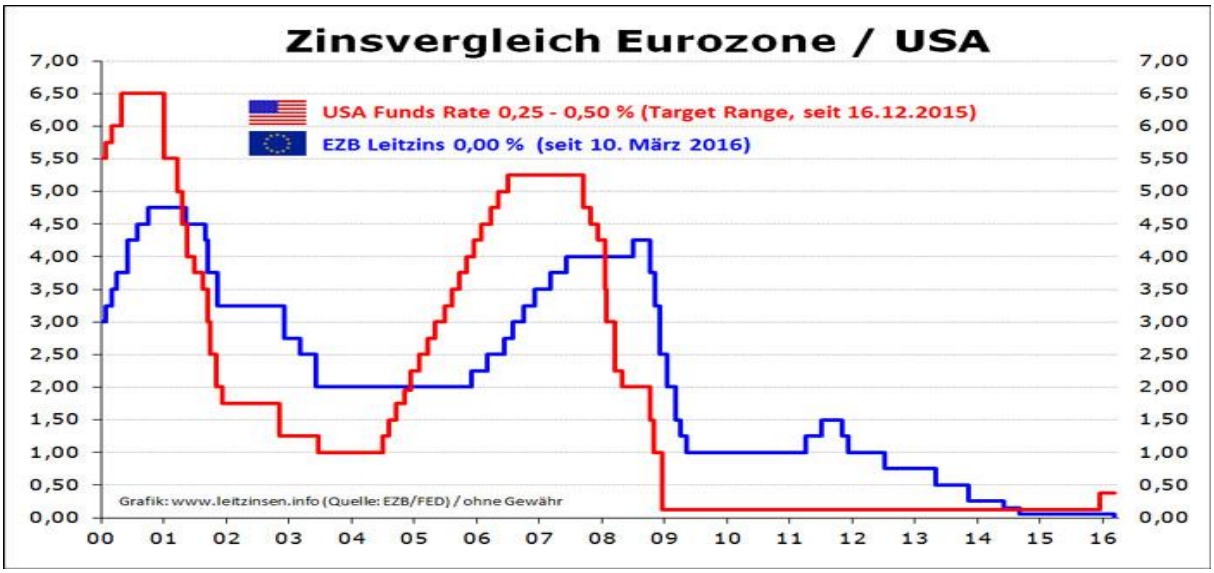
Krizi je prethodilo dugo razdoblje relativno niskih realnih i nominalnih kamatnih stopa. Međutim treba i napomenuti da su kamatne stope od 80-ih godina u svijetu veće od stope rasta bruto domaćeg proizvoda, što je moglo pridonijeti izuzetno dinamičnim razvoju globalnih financijskih tržišta. Velika novčana štednja u velikom dijelu svijeta tražila je mogućnost isplativog ulaganja na financijskim tržištima i to je dovelo do (iz današnjeg kuta gledanja), podcijenjivanja rizika ulaganja povezanog s hipotekarnim kreditima. Nakon

[2] Letica, B. (2010) : **Prva svjetska financijska kriza u dvadeset i prvom stoljeću: uzroci i posljedice,** DÉLKELET-EURÓPA– SOUTH-EAST EUROPE INTERNATIONAL RELATIONS QUARTERLY Vol. 1. No. 3

velikog pada vrijednosti dionica tijekom nastanka dot-com krize središnja američka banka je za stimulaciju američkog gospodarstva snizila kamatne stope na vrlo nisku razinu.

S tim niskim kamatima počeo je ubrzani rast cijena nekretnina u SAD. Dodatno je djelovao i vanjskotrgovinski deficit u SAD koji je bio financiran novčanim sredstvima tržišta kapitala. Kina je značajne dijelove viška prihoda od izvoza ulagala u vrijednosnice Sjedinjenih Država, što je snizilo efektivnu godišnju kamatnu stopu državnih vrijednosnica. Politika niskih kamatnih stopa je provedena također u velikom dijelu drugih industrijski razvijenih zemalja.

Zbog niske kamatne stope osobama s nižim prihodima bilo je omogućeno priuštiti si dom. Bodreni takvom politikom, banke su odobravale kredite s promjenjivom kamatnom stopom zajmoprimcima s umjerenim ratingom. Zbog niske kamatne stope, rate su u početku bile male. Rizik od povišenja kamatne stope snosili su dužnici, čega oni često nisu bili svjesni pri dizanju kredita. Zbog rasta potražnje, rasle su cijene nekretnina. Banke su koristile taj razvoj da bi dužnicima nudile dodatne kredite. Uz stalni rast cijena nekretnina, u slučaju nesolventnosti dužnika, kredit je banka mogla namiriti iz prodaje imovine uz višu tržišnu vrijednost. Banke su se osjećale sigurnima, a uz rast cijena dužnici su vjerovali, da u hitnim slučajevima mogu preprodati nekretninu s dobitkom i vratiti dug hipoteke. Gradnja velikoga broja nekretnina dovela je do preporoda građevinarstva i rasta potrošačke potražnje.



Slika 1. Kamatne stope središnje banke

Izvor: Die Welt der Leitzinsen im Überblick, **www.leitzinsen.info,** (pregledano, 16.04.2016)

Usporavanje gospodarstva SAD-a od 2005. godine, te naknadno povećanje kamatne stope središnje američke banke na do 5,25% u lipnju 2006 je izazvalo lančanu reakciju. Zajmoprimci s niskim dohodcima nakon povećanih stopa promjenjivih kredita nisu više mogli vraćati hipoteke i morali su prodavati svoje kuće. Rastući broj nekretnina na prodaji, koji je kulminirao u srpnju 2006. doveo je do pada vrijednosti nekretnina. Nesolventnost dužnika je tada dovela i banke i investitore do gubitaka. U proljeće 2007. u Sjedinjenim Državama nekoliko desetaka banaka, koje su bile specijalizirane na financiranje ove vrste kredita nekretnina, predale su zahtjev za stečaj.

2.2.2. Pet ključnih uzroka – odluka i procesa

Uz sistemske uzroke krize, ugrađene u same temelje radikalnog ekonomskog liberalizma i tržišnog fundamentalizma, koje je moguće otkriti znanstvenim "gledanjem unatrag", potvrđujući tako poznatu tezu kako je eksplanatorna vrijednost društvenih znanosti znatno veća od prognostičke, nipošto ne treba podcijeniti ni sasvim konkretne uzroke koje znanstvenik bez izravnog uvida u proces donošenja makroekonomskih i sistemsko ekonomskih odluka teško može sagledati. Upravo zbog toga je izuzetno važan članak "Capitalist Fools" (Kapitalističke budale) koji je Joseph Stiglitz objavio u reviji Vanity Fairu siječnju 2009. Članak je neobičan prije svega zbog toga što ga je jedan nobelovac objavio u reviji koja sadržajno pokriva tematiku života američke više srednje klase i svakodnevni život bogatih i slavnih ljudi. Taj članak i njegov autor dio su novog kulturnog i profesionalnog trenda u načinu komuniciranja suvremenih vrhunskih znanstvenika, pa i nobelovaca, koji sve više uz klasične medije znanstvenog i javnog komuniciranja (znanstveni časopisi, knjige, predavanja, znanstveni članci) koriste i druge vidove komunikacije: novine, revije, društvene mreže (posebice Facebooki Twitter), blogove itd.

U nevelikom, popularno pisanom članku “Kapitalističke budale” (Stiglitz, http://bit.ly/1OwCx5T (pregledano, 08.04.2016)) je nabrojano i objašnjeno, po autorovom mišljenju, pet ključnih uzroka – odluka i procesa – koji su doveli do sadašnje američke i svjetske financijske krize. Ti uzroci sežu u relativno davnu prošlost i protežu se na razdoblje od 30 godina u kojem su u Bijeloj kući bila tri republikanska predsjednika: Ronald Wilson Reagan (1981–1989), George Herbert Walker Bush (1989–1993) i George Walker Bush

(2001–2009). I jedan demokratski: William Jefferson Clinton (1993–2001), kojem je Stiglitz bio savjetnik.

Prvi uzrok: odluka predsjednika Reagana iz 1987. godine da smijeni guvernera središnje banke (Fed) Paula Volckera i da na njegovo mjesto imenuje Alana Greenspana. Prema Stiglitzu Volcker je radio upravo ono što guverner mora raditi: osigurao je smanjenje inflacije od 11 na 4 posto i monetarnu politiku koja je omogućila gospodarski rast. Istodobno je bio privržen načelima i praksi nadzora središnje banke nad poslovnim bankama i drugim financijskim organizacijama. Kao protivnik svakog oblika regulacije, pa i onog središnje banke, kaže autor, Greenspan je inicirao katastrofu koja je 2007. godine zaprijetila američkom gospodarstvu: "Poplava novca (likvidnosti) uz propale brane regulacije osigurala je propast."

Drugi uzrok: 1999. godine nakon što su financijske institucije uložile 300 milijuna dolara u lobiranje u Kongresu i javnosti, usvojen je zakon, koji je vezan uzime senatora Phila Gramma, kojim se ukida razlika između komercijalnih i investicijskih banaka. Nakon toga sve su banke u Americi zapravo postale investicijske, pa su i tradicionalno konzervativne komercijalne banke (koje su pažljivo raspolagale novcem svojih štediša) postale rizični burzovni i investicijski igrači. "Inovativni" financijski derivati postali su nakon toga tempirane bombe i "oružja za masovno uništavanje".

Treći uzrok: Nova ekonomska i vojna politika Georga W. Busha nakon 2001. godine treći je i ključni uzrok krize. Ključni elementi te nove politike bili su: (a) smanjenje poreza, posebice poreza na kapitalnu dobit, (b) smanjenje kamatnih stopa središnje banke, (c) proširenje kruga poreznih olakšica na sve investicije, pa i one u nekretnine, i (d) vođenje rata u Iraku koje je za posljedicu imalo nagli rast cijena nafte, a time i radikalno povećanje proračunskog deficita SAD-a. Obilje novca i deregulacija doveli su do pojave i poplave drugorazrednih kredita i "balona" na tržištu nekretnina.

Četvrti uzrok: Slom klasičnog računovodstvenog i revizorskog sustava sredinom 2002. godine. Opcijske dionice poticale su menadžere svih financijskih institucija nafriziranje završnih računa jer je njihova zarada zavisila o papirnatom knjigovodstvenom uspjehu. Stiglitz uzrok krize vidi i u sustavu plaćanja agencija za ocjenu kreditne sposobnosti, jer te organizacije (Moody's, Standard & Poor's) plaćaju oni koje one ocjenjuju. "Inovativni" financijski derivati omogućavali su falsificiranje rejtinga i zavaravanje potencijalnih investitora iz zemlje i inozemstva koji zapravo nemaju ni približan dojam, kamoli uvid u predmete svojih investicija.

Peti uzrok: Stiglitz tvrdi da je izvorni dokument koji je Henry Paulson, ministar financija u Bushovoj administraciji, 3. kolovoza 2008. pripremio kao sanacijski paket imao svega tri stranice. Taj opskurni dokument, piše Stiglitz, "trebao je ministru financija osigurati 700 milijardi dolara koje bi on trošio prema vlastitoj volji (diskreciji), bez nadzora ili pravosudne kontrole". Bio je to "čin izuzetne arogancije" na temelju kojeg je bivša administracija počela davati "gotovinu za smeće" (cash for trash). Taj dokument za Stiglitza je ipak tek opća metafora površnosti, neznanja i neodgovornosti kojima je administracija Georga Busha na samom kraju svog mandata američki i svjetski financijski i realni sektor gotovo dovela do stanja velike recesije i depresije.

2.3. Vrste financijskih kriza

Svakodnevno kruže nove informacije o sveprisutnoj financijskoj krizi, koja je ostavila tragove u svim društvenim staležima i generacijama, bez obzira na njihove obrazovne profile ili zanimanja. Krize su rezultirale revolucionarnim otkrićima, započinjali su se ratovi, dolazilo je do tehnoloških skokova, inovacija u zakonima i proizvodima, a gospodarska se moć selila s jednog kraja svijeta na drugi. U osnovi se razlikuje između bankarske krize, monetarne krize ili krize financijskoga sustava, u kojima pojedina država ili pojedine zemlje nemogu podmirivati inozemni dug.

2.3.1. Bankarske krize

Bankarsko poslovanje karakterizira preuzimanje različitih vrsta rizika (rizik likvidnosti, kreditni rizik, kamatni rizik i valutni rizik). Bankarski sektor je jedan od najdinamičnijih segmenata ukupnog ekonomskog sistema u pogledu povećanja obujma ukupnih transakcija usljed rasta postojećih i “ulaska” novih banaka, stalnih financijskih inovacija, jačanja pritiska i konkurencije od strane nebankarskih financijskih institucija, manje ili veće regulacije. U takvom okruženju logično je da dolazi do pogoršanja performansi i krize pojedinih banaka, djelova ili ukupnog bankarskog sistema u pojedinim nacionalnim ekonomijama.

Osnovna pretpostavka uspješnog funkcioniranja bankarskog sektora je uspostavljanje i kontinuirano poboljšavanje sistema regulacije i supervizije i adekvatan bankarski menadžment kako bi se otklonili negativni utjecaji iz okruženja i spriječila kriza u

poslovanju banke, odnosno na vrijeme uočili prvi simptomi pogoršanja rezultata poslovanja i problemi koji mogu dovesti do krize. Ukoliko kriza ipak nastupi, bez obzira na intezitet i uzroke, neophodno je poduzeti odgovarajuće mjere za njeno rješenje koje se odnosi na temeljito restruktuiranje banke, a koje će ovisno od dubine krize i drugih relevantnih aspekata dovesti do rehabilitacije ili bankrota banke ili banaka zahvaćenih krizom.

Tri ključna područja koja su usmjerana na izlazak iz mraka i utvrđivanje stvarnog stanja zdravlja bankarskog sistema obuhvaćaju:[3]

- Dosljednu primjenu računovodstvenih standarda fokusiranu na: (a) odgovarajuću klasifikaciju aktive, (b) rezerviranja za potencijalne gubitke i (c) onemogućavanje pripisivanja obračunate nenaplaćene kamate zajmovima koji se ne servisiraju.

- Obavezno kontinuirano iznošenje istinitih informacija o poslovanju banaka za potrebe supervizorske vlasti i javnosti, kako bi se i jedni i drugi ponašali u skladu sa stvarnim stanjem – supervizija preko poticanja zdrave bankarske politike i prakse i korigiranja loše, a javnost preko napuštanja loših i davanja povjerenja dobrim i zdravim bankama.

- Verifikaciju stvarnog stanja kombinacijom tri osnovna modaliteta: (a) interne kontrole unutar pojedinačne banke od strane njenog menadžmenta, (b) supervizorskih institucija, nezavisnih i specijalizirana ili supervizije locirane unutar Centralne banke ili Ministarstva financija, putem nadzora ili prismotre, uključujući odgovarajuće sisteme rangiranja banaka, i putem ispitivanja na terenu i (c) eksterne nezavisne stručne revizije.

Sve ove mjere i aktivnosti imaju za cilj da pridonesu istinite i pouzdane informacije o poslovanju banaka i bankarskog sektora u cjelini, o stvarnom kvalitetu njihove aktive, stvarnoj profitabilnosti ili gubitcima i stvarnoj adekvatnosti kapitala. Na bazi takvih cjelovitih informacija ocjenjuje se stvarno stanje zdravlja banaka i preduzimaju odgovarajuće regulatorne, djelom preventivne, a djelom korektivne mjere, zavisno od potreba.

[3] Božić, R.: **Bankarske krize i restruktuiranje banaka**, Ekonomski fakultet, Sarajevo, 1999, str. 60

2.3.2. Valutne krize

Razlog brojnih valutnih kriza svakako je povećana globalizacija i mobilnost kapitala na svjetskom tržištu, liberalizacija tekućeg računa i kapitalnog računa neusklađena s liberalizacijom i reformama ostalih gospodarskih sektora, kao i pojavljivanje mnogih novih tržišta i zemalja u tranziciji prema tržišnom gospodarstvu, uz slabljenje međunarodnoga monetarnog sustava (prestanak sustava fiksnog tečaja sa SAD-om početkom 1970-tih i prijelaz na slabo definirani sustav fluktuirajućeg tečaja).

S obzirom na uzroke, teorija valutne krize razlikuje nekoliko tipova krize. U literature o valutnoj krizi mogu se razlikovati tri generacije modela objašnjenja uzroka valutnih kriza. Prva generacija ("modeli špekulativnog napada") nastala je kao pokušaj objašnjenja valutnih kriza u Meksiku (1973. - 1982.) i Argentini (1978. - 1981.).

Modeli iz te generacije upućuju na neprimjerenu makroekonomsku politiku kao glavni uzrok valutnih kriza. Modeli druge generacije ("modeli klauzule izlaza"), konstruirani kako bi obuhvatili značajke špekulativnih napada u Europi i Meksiku u 90-ima, naglašavaju samoispunjavajuća obilježja valutne krize i pojavu višestrukih ravnoteža. Treća generacija izdvaja posljedice moralnog hazarda u bankovnom sustavu i efekt zaraze kao ključne determinante valutne krize te s pomoću njih objašnjava valutne krize u jugoistočnoj Aziji od 1997. do 1998. Također, postoje brojni modeli koji se odnose na pojedinačne slučajeve kriza i koji su alternativna objašnjenja uzroka valutnih kriza izvan konvencionalnih "generacijskih pravaca".[4]

Među važnijim tumačenjima valutne krize izvan "generacijskog" pravca izdvaja se Kindleberger-Minskyjev model koji opisuje tri faze valutne krize: manija, panika i kolaps. Manija je razdoblje pozitivnog dijela poslovnog ciklusa kad sudionici na tržištu restrukturiraju svoju imovinu u korist realne i financijske imovine. Paniku karakterizira efekt krda i natjecanje u promjeni realne i financijske imovine u najlikvidniji oblik imovine. Kolaps je konačan rezultat procesa.[5]

Usporedno s modelom koji razlikuje tri faze valutne krize, može se prikazati sličan model s pet različitih faza (Saqib, 2002.). Kriza počinje egzogenim šokom (rat, izbori,otkrića itd.) koji

[4] Krznar, I.: **Valutna kriza:teorija i praksa s primjenom na Hrvatsku**, HNB, I-13 (2004)
[5] Van Greuning, H., Brajović Bratanović, S.: **Analiza i upravljanje bankovnim rizicima**, MATE, Zagreb, 2006, str.78

jako utječe na ekonomski sustav mijenjajući profitne mogućnosti najmanje u jednom sektoru. Ako su nove profitne mogućnosti veće od starih, rast ulaganja i proizvodnje počinje se ubrzavati. Pretpostavlja se postojanje špekulacija koje potiču rast cijena "objekta" na koji je špekulacija usmjerena (na primjer, strana valuta,domaće ili strane obveznice, zemljište, građevinski objekti itd.).

Rast cijena privlači daljnja ulaganja i daljnji rast dohotka. Treća faza opisuje proces prevelike trgovine koji uključuje: špekulaciju (kupnja da bi se prodalo po većoj cijeni) i prevelika očekivanja (euforična percepcija o cijeni određenog objekta iznad temeljne vrijednosti). Kako se proizvodna ekspanzija nastavlja, kamatne stope, cijene i profiti nastavljaju također rasti. Tijekom razdoblja velikih profita, u jednom trenutku, nekoliko investitora s povlaštenim informacijama odluči prodati "objekt" koji su kupili. U ranoj fazi ulasci u špekulaciju se nastavljaju i na taj način uravnotežuju izlaske. Cijene prestaju rasti.

To je razdoblje kad špekulanti počinju uviđati da bi moglo doći do velikog izlaska iz "zajednice špekulanata" što na koncu uzrokuje paniku (zbog nedostatka likvidnosti koja bi omogućila svima da prodaju uz profit). Kako špekulanti prodaju "objekte", cijene im počinju padati, broj bankrota raste, a poslovna se situacija pogoršava. Panika završava kad cijene padnu dovoljno da opet privuku špekulante, kad trgovina prestane zbog donjeg limita cijene "objekta" ili kad monetarne vlasti uvjere tržište i osiguraju dovoljno likvidnosti da se panika smiri. Najžešće kritike toga modela obuhvaćaju njegovu preopćenitost koja ne daje rigorozno teoretsko objašnjenje valutne krize.

2.3.3. Dužničke krize

Dužnička kriza je situacija u kojoj zemlje nisu u mogućnosti ispunjavati ugovorne obveze po zajmovima dobivenim od stranih poslovnih banaka. Sredinom sedamdesetih godina nakon izbijanja naftne krize, na međunarodnom tržištu kapitala pojavila se velika količina slobodnih sredstava koja su najvećim dijelom proizašla iz viškova tzv. petrodolara zemalja izvoznica nafte. Zbog naglo porasle ponude kapitala i činjenice da su razvijene zemlje zapada ušle u recesiju, cijena kapitala postala je izuzetno niska.

Javni (državni) dug predstavlja ukupno ugovorene obveze države prema njezinim vjerovnicima nastale u prošlosti do danas. Nastaje kao kumulirani proračunski deficit niza

godina. Uži pojam od javnog duga jeste javni zajam. U razvijenim zemljama javni zajam predstavlja izvanredni državni prihod i najvažniji način stvaranja javnog duga. Država raspisuje javni zajam kroz emisiju državnih obveznica (uz preciziranu kamatnu stopu, rok dospijeća i plan otplate) kako bi namaknula dodatna sredstva u proračun, odnosno povukla slobodna novčana sredstva (štednju) iz financijskog sektora (uglavnom banaka) s ciljem pokretanja javnih radova općeg značaja i pokrića proračunskog deficita. Javni dug je instrument fiskalne politike, jer su sredstva javnog duga prihod državnog proračuna i njegovo servisiranje je obveza redovitih prihoda državnog proračuna.

Osim što javni dug izravno utječe na veličinu državnog proračuna, javni dug (zajam) je i instrument monetarne politike, odnosno instrument reguliranja ponude novca u opticaju kroz operacije na otvorenom tržištu. Karakteristike javnog duga (obujam, ročna i valutna struktura, način korištenja…) imaju veliki značaj za ukupni gospodarski razvoj zemlje, ali i na političku i socijalnu situaciju u zemlji. Javni dug može biti stimulirajući i destimulirajući instrument makroekonomske politike što ovisi o umijeću ili politici upravljanja javnim dugom. Sastoji se od vanjskog (zaduženje u inozemstvu) i unutarnjeg (vjerovnici su fizičke i pravne osobe unutar zemlje) duga.

Prilikom zaduživanja država se treba držati određenih principa. Osnovni princip jeste da kapital posuđen u inozemstvu ili tuzemstvu treba investirati u proizvodne i izvozno orijentirane projekte s višom profitnom stopom od kamatnjaka na uzete kredite, kako bi se osigurao dugoročni gospodarski rast, servisiranje duga i minimiziranje gubitaka od rizika promjene deviznih tečajeva. Samo kroz povećanje BDP-a, izvoza, konkurentnosti itd. može se doći do većih prihoda u proračunu i olakšati otplata javnog duga. Uporaba vanjskog duga u neproizvodne svrhe (npr. financiranje proračunskih deficita, tekuće potrošnje iz uvoza i slično) nužno smanjuje raspoložive prihode za otplatu duga i vodi gospodarstvo u dužničku krizu. Servisiranje vanjskog duga u uvjetima izostanka gospodarskog rasta smanjuje potencijalnu štednju, investicije i gospodarski rast. Radi izbjegavanja rizika promjene deviznog tečaja, valutnu strukturu inozemnih kredita treba biti što sličnija valutnoj strukturi prihoda od izvoza.

Zaduživanje kao način financiranja proračunskog deficita ili deficita tekućeg računa je skup zbog kamatnog opterećenja, a može doći i do neracionalnog korištenja jer su upotreba sredstava javnog duga i troškovi servisiranja javnog duga vremenski neusklađeni. Neracionalna upotreba sredstava javnog duga (na primjer na tekuće troškove funkcioniranja

države: plaće administracije, socijalna davanja…) dovodi do štetnih posljedica na području preraspodjele dohotka.

2.4. Investicije u doba krize

Kaže se da je štednja najbolja investicija u doba krize. U današnje vrijeme globalne ekonomske krize i recesije, sve većeg i prisutnijeg zaduživanja država i pojedinaca, upravljanje investicijama više nego ikada dobiva na značaju i postaje sve interesantnija tema. Pojedinci diljem svijeta svakodnevno su suočeni s egzistencijalnim problemima za koje rješenje vide uglavnom u kreditiranju od strane banaka i ostalih financijskih institucija. Nasuprot tome, investicije čine podnošenje žrtve ili odricanje od potrošnje u sadašnjosti da bi se povećala korisnost odnosno dobrobit u budućnosti. Štednja i investicije na prvi pogled stoje jedno nasuprot drugom, ali zapravo trebalo bi naći načina i da se štedi i da se investira, uz što manje zaduživanje.

2.4.1. Općenito o investicijama u turizmu

Turizam je danas zaslužan za stvaranje 9% svjetskog BDP-a, za 6% svjetskog izvoza te svako jedanaesto radno mjesto u svijetu (UNWTO, http://bit.ly/1dORPRJ (pregledano, 09.03.2016)). Do prije desetak godina Svjetska turistička organizacija predviđala je da će međunarodni turistički dolasci rasti po prosječnoj godišnjoj stopi od 4,3% i dosegnuti 1,6 milijardu turističkih dolazaka do 2020. godine te da će inozemna turistička potrošnja rasti po prosječnoj stopi od 6,7% godišnje. Globalna ekonomska kriza je, međutim, utjecala na reviziju predviđanja kretanja koja su dobila negativan predznak, a 2009. pokazala se kao jedna od najtežih za svjetski turizam bilježeći pad od 4,2% (UNWTO, http://bit.ly/1ZXY3RT (pregledano, 09.03.2016)). Nakon toga je uslijedio oporavak te su međunarodni turistički dolasci u 2014. godini dostigli brojku od 1,138 milijuna, što je povećanje od 4,7% u odnosu na prethodnu godinu (UNWTO, http://bit.ly/1RtFdN9 (pregledano, 10.03.2016)). Time je petu godinu zaredom zabilježen iznadprosječan rast i nadmašena predkrizna 2008. godina. Predviđanja su da će svjetski turizam nastaviti rasti po stopama od 3 do 4%, što će ubrzati globalni gospodarski oporavak.

Turizam i hotelijerstvo u Hrvatskoj su označeni kao strateške aktivnosti te potencijalno značajni pokretači ulaganja i generatori rasta nacionalnog gospodarstva (Narodne novine, 55/13). Njihovo poslovanje i razvoj na konkurentskoj osnovi određeni su nepovoljnim makroekonomskim okruženjem i poslovnom klimom u zemlji. Sustav poticaja ulaganjima je još uvijek u fazi oblikovanja, a nije dovršen ni proces privatizacije hotelskih društava. Učestale promjene zakona ugrožavaju stabilnost poslovanja, a porezno opterećenje ne stvara konkurentski okvir poslovanja i ulaganja.

Financiranje u turizmu odvija se na više razina, od državne do razine pojedinačnih poduzeća. Pri tome se najviše koriste krediti poslovnih banaka, subvencionirani krediti HBOR-a, poticaji Ministarstva turizma te sredstva EU fondova. Manje su zastupljeni drugi oblici fi nanciranja poput leasinga, faktoringa, korporacijskih obveznica, javno-privatnog partnerstva i inozemnih izravnih ulaganja. Gotovo su nepoznati novi fi nancijski instrumenti kao što je primjerice sekuritizacija potraživanja. Razlozi za to su u nedostatnoj razvijenosti tržišta kapitala i nepotpunoj zakonodavnoj strukturi (Pletikosa, 2008).

Svjetsko financijsko tržište još uvijek osjeća posljedice globalne financijske krize iz 2007. godine koja je dovela do promjene ranije uspostavljenih međunarodnih financijskih tokova. Potražnja na strani zemalja u razvoju i tranziciji, ali i razvijenih gospodarstava, često nadmašuje kvalitetnu ponudu kapitala. Strane izravne investicije (engl. Foreign direct investments – u daljnjem tekstu će se koristiti kratica FDI) igraju ključnu ulogu kao znatan izvor kapitala i što utječe na ekonomski rast. U takvom okruženju FDI zauzimaju dominantno mjesto, prolazeći pri tome kroz dramatične promjene. Međunarodni investitori, većinom velike transnacionalne korporacije, nastoje nastaviti trend ulaganja i širenja u inozemstvu. Kolebanje profita, smanjen pristup izvorima financiranja, oslabljene tržišne mogućnosti, kao i rizik od mogućeg pogoršanja stanja globalne ekonomije, dovode do smanjenja tokova FDI-a. Zabrinutost je prisutna i među primateljima stranih ulaganja, osobito u zemljama u razvoju čiji gospodarski rast i zaposlenost ovise o međunarodnim investicijama. Godina 2008. označava kraj pozitivnog ciklusa FDI-a koji je započeo 2004. godine i dosegao razinu od 1,9 bilijuna dolara u 2007. U 2008. godini je u odnosu na prethodnu godinu zabilježen pad FDI-a od 15% (UNCTAD, http://bit.ly/256siwP (pregledano, 07.04.2016)), a njihova ukupna razina u 2010. godini je i dalje bila niža nego prijašnjih nekoliko godina (UNCTAD, http://bit.ly/1rPp8vD (pregledano, 12.04.2016)).

U praksi, investicijske odluke donose se na temelju očekivanih prihoda. To znači da je prije poduzimanja određene investicije potrebno procijeniti njezinu efikasnost ili efekte koje će proizvodni fondovi imati tijekom vijeka trajanja. U procjeni efekata investicije valja procijeniti trajanje sredstava u koje se ulaže, zatim vremensku dinamiku i vrijednost proizvodnje koju će generirati investicija. Naime, nije svejedno da li će investicija povećati proizvod u prvim godinama nakon investiranja ili u kasnijim godinama.

2.4.2. Prilike i prepreke u investiranju u turizam

S ukupnim BDP-om većim od 10 bilijuna USD te sa 17.110 stranih ulaganja provedenih u posljednjih pet godina, šira mediteranska regija danas je jedna od najatraktivnijih svjetskih destinacija za FDI. Rezultati su to analize „EY BaroMed 2015 – The Next Opportunity“ koja uključuje 27 zemalja takozvane BaroMed regije (Albanija, Alžir, Bahrein, Bosna i Hercegovina, Cipar, Crna Gora, Egipat, Francuska, Grčka, Hrvatska, Izrael, Italija, Jordan, Katar, Kuvajt, Libanon, Libija, Malta, Maroko, Oman, Saudijska Arabija, Sirija, Slovenija, Španjolska, Tunis, Turska i Ujedinjeni Arapski Emirati (UAE)). Navedeni podaci javnosti su prezentirani u sklopu EY Strategic Growth Foruma koji se pod nazivom **„**Otključavanje potencijala Mediterana**“.**

I dok se kao glavne prednosti regije, koje su privukle globalne tvrtke i ulaganja, ističu gospodarski rast te povećanje prilika za ulaganje praćene poboljšanjem znanja te postojeće infrastrukture, kao najveće zapreke i dalje se ističu nestabilnost te nedostatak transparentnosti. Istraživanje govori kako Mediteran predstavlja područje koje je atraktivnije za ulaganje od Europe, Azije i Afrike pojedinačno. Kada se Mediteran uspoređuje s ostatkom Europe, investitori su istaknuli njen brži ekonomski rast te brojne poslovne prilike pokrenute demografskim pokazateljima i urbanizacijom, koju prate novi spektakularni gradovi te područja u zemljama Zaljeva, Turskoj i Sjevernoj Africi.

Osam važnih megatrendova koji će oblikovati investiranje u Mediteran su (http://bit.ly/1HbVPXM (pregledano, 20.04.2015):

1. Digitalna budućnost ili poboljšanje infrastrukture
2. Podizanje poduzetništva ili žeđ za financiranja
3. Lokalna odredišta ili svjetske FDI nacije
4. Megagradovi ili nacionalne prilike
5. Manjak prirodnih resursa ili obnovljiva energija
6. Društveni razvoj ili dostupne tehnologije
7. Odgovornost ili nestabilnost
8. Nove usluge ili stara industrija

2.4.3. Današnji trendovi

EU trenutno obuhvaća dvadesetosam najrazvijenijih zemalja Europe koje imaju jedno od najvećih turističkih tržišta, a istodobno sa svojim ljudskim, kulturno povijesnim, kapitalnim te prirodnim resursima, imaju najbolje uvjete za razvoj turizma u svjetskim razmjerima. U tom kontekstu treba uvodno istaknuti da EU ima više od 470 milijuna stanovnika tvrdi članak „Suvremeni trendovi u razvoju turizma u europskoj uniji i implikacije na Hrvatsku“ (Vuković, http.hrcak.srce.hr/file/92548 (pregledano, 09.04.2016)) te da je po stupnju ekonomske razvijenosti, mjereno per capita, sa bruto društvenim proizvodom od 23.000 američkih dolara jedna od vodećih ekonomskih grupacija u ekonomskom i turističkom razvoju. Po razini izdvajanja od svog bruto osobnog dohotka (primanja), stanovništvo EU ide u vodeće sile svijeta jer prema nekim procjenama izdvaja od godišnjeg bruto osobnog dohotka više od 10% za turistička putovanja.

Vuković isto nastavlja u članku da u isto vrijeme EU sudjeluje sa više od 40% od svjetskog turističkog prometa u svijetu, a Europa više od 75%, dok po izdacima za inozemni turizam sudjeluje oko 40% od 520 milijuna američkih dolara koliko su bila izdvajanja za inozemni turizam u svijetu 2004. godine. Isto tako, po ostvarenim prihodima od ukupnog turističkog prometa u svijetu, EU je sudjelovala sa više od 40%. EU je sa svojim članicama najemitivnija turistička zajednica u svjetskim razmjerima i u Hrvatsku iz EU dolazi više od dvije trećine inozemnih turista, što ima neposredni utjecaj na razvoj turizma u Hrvatskoj.

Turizam kao gospodarska i socijalna, te kulturna djelatnost jedna je od najznačajnijih djelatnosti suvremenog društva i gospodarskog razvoja u svjetskim razmjerima, a osobito je postao značajan u zemljama Europe. Europski turizam ima dugu tradiciju i on se razvija više od dvije stotine godina, a u svojem povijesnom je razdoblju prošao nekoliko faza. (Vuković, 2000: 192)

Novi potrošački trendovi, političke promjene, nova tehnologija, fragmentacija tržišta, globalizacija, vertikalna, horizontalna i dijagonalna integracija, zabrinutost zbog okoliša, gospodarska integracija i mnoga druga važna događanja - sve to pridonosi složenosti upravljanja poduzećem u turizmu. Predviđa se da će doći do velikog porasta turizma u sljedećih dvadeset godina. Promjenjivi gospodarski uvjeti, izmijenjeno ponašanje potrošača i nove tehnologije uzrokovat će nastanak novih tržišta.

Rastuća svijest o potrebi očuvanja okoliša utjecat će na politiku planiranja i turističku potražnju, a priroda, koja predstavlja glavni turistički resurs, sve će više nestajati i biti sve osjetljivija. Zahtijevat će se ekološki, dugoročni pristup planiranja turizma.

Stručnjaci predviđaju deset makrotrendova koji će imati znatan utjecaj na potrošača (Vuković, 2000:192):

1. globalizacija
2. tehnološko ubrzanje
3. mirnodopski rat
4. propast zbog duga
5. promijenjeno ponašanje
6. poticanje rasta
7. “centurizam” i očekivanja
8. sindrom blizine doma
9. usredotočenost na sebe
10. istraživanje

Globalno, EU je najveći regionalni generator prihoda od turizma u svijetu. Prema procjenama Svjetske turističke organizacije, od turizma je u svijetu 1997. godine ostvareno 443 milijarde USD prihoda, a u samoj Europi 228 milijardi USD, u čemu su zemlje EU sudjelovale s 40% u svjetskom i 78% u europskom totalu s ostvarenih 177 milijardi USD. Za samu Uniju taj je prihod predstavljao 2% BNP, 9% vrijednosti izvoza i 31% primitka cijelog sektora usluga. Na području EU realizira se 40% svjetskog i 60% europskog međunarodnog turizma.

Izvješće koje je prezentirano u sklopu EY Strategic Growth Foruma također identificira osam pokretača rasta direktnih stranih ulaganja u regiji: digitalnu potražnju, poduzetništvo, urbanizaciju, ekonomsku konkurentnost, industrijsku diversifikaciju, obnovljivu energiju, društveni razvoj i transparentnost.

S druge strane, ulagači se jasno izražavaju kada govore što zemlje regije koje se ne nalaze u Europi moraju učiniti kako bi se poboljšala njihova privlačnost. Postizanje političke stabilnosti trebalo bi biti prioritet, kao i poboljšanje sigurnosti pojedinaca i roba (33% u prosjeku u Sjevernoj Africi i Bliskom istoku), nakon čega slijedi razvoj obrazovanja, infrastrukture i međunarodne promocije.

3. ANALIZA UTJECAJA FINANCIJSKE KRIZE NA TURISTIČKO POSLOVANJE ZEMALJA MEDITERANA OD 2008. – 2014.

U zemljama koje su u većoj mjeri pogođene krizom prisutna je velika izloženost domaćem državnom dugu što može implicirati pitanja vezana uz stabilnost bankovnog sustava tih zemalja, posebno u kontekstu rješavanja dužničke krize na europskoj razini i poduzimanja mjera stabilizacije. Danas je zbog pada te stagnacije gospodarske aktivnosti došlo do porasta nezaposlenosti i povećanja fiskalnih deficita iznad stabilnih razina. Negativne pojave se očituju godinama nakon početka krize i njihova se tendencija tek mijenjala zavisno o pojedinim faktorima, ponajprije o dubini krize, relativnoj snazi ekonomskog sustava i stanju gospodarstva prije krize. Mjere s ciljem stabilizacije financijskih tržišta, povećanja opće likvidnosti i dokapitalizacije financijskih institucija povećale su izdvajanja u odnosu na BDP i otvorile potencijalne probleme u budućnosti vezane uz održivost takve pomoći, kasniju cijenu i negativne učinke takve pomoći. Izravna posljedica poteškoća u bankovnom sustavu je smanjenje BDP-a i poslovne aktivnosti poduzeća (Dell'Ariccia, Detragiache i Rajan 2008), posebno onih koja su u većoj mjeri oslonjena na vanjsko financiranje. U ekonomiji s manjim razvojem strani kapital čini bitan dio transfera proizvodnih sposobnosti, ali tek do ograničenog opsega koji je u skladu za okvirom ostvarivanja nekog stranog ulaganja. Financijska kriza je ostvarila relativno nepovoljniji utjecaj na razvijene zemlje koje imaju višu zaduženost i manji razvoj unutar svoje grupe nego na zemlje u razvoju. Posljedice financijske krize će još u dužem razdoblju imati negativan učinak na stope rasta zemalja s fiskalnim problemima i rastućom nezaposlenošću.

3.1. Promjena BDP-a kroz godine u zemljama Mediterana

Kada pišem zemlje Mediterana onda se to odnosi na države Portugal, Španjolsku, Italiju, Hrvatsku i Grčku. U ovom dijelu moga rada ću detaljno za pojedinu državu statistički obraditi BDP od 2008.-2014. godine odnosno promjenu BDP u godinama kada je kriza bila najjača u Europi.

Usporedno europska dužnička kriza dostiže od 2010. do danas dramatične razmjere i prijeti slomom kako Europske monetarne unije tako i nekih zemalja (Grčka, Portugal, Španjolska,

Italija) povlačeći za sobom temeljne ekonomske probleme porast nezaposlenosti i pad GDP-a.

Trošak financijske krize na realno gospodarstvo je do sada ostao neistražen, vjerojatno zbog zahtjevne izrade takve procjene. Kriza se predpostavila neodrživim balonom koji je umjetno povećao ekonomske pokazatelje, tako da što bi se zapravo trebalo koristiti kao mjerilo za mjerenje učinaka krize na realno gospodarstvo? Koliko su pouzdane trenutne procjene jaza outputa? Može li precjenjivanja ovih pokazatelja dovesti do podcjenjivanja trenutnog rizika od inflacije? Na kraju, kakav učinak će kriza imati na padu dugoročne produktivnosti u Europi i SAD-u , i što to znači za outpute?

3.1.1. Portugal

Godine 2013. prema članku "Nova velika kriza Europske unije" (Index.hr, http://bit.ly/1NvJdRF (pregledano, 09.04.2016)) Portugalu prijeti pad vlade. Ministri financija i vanjskih poslova podnijeli su ostavke zbog inzistiranja Europske unije na mjerama štednja, a portugalski mediji pišu da bi ostavke mogli ponuditi još neki ministri. Analitičari strahuju da bi situacija u Portugalu ponovo mogla razbuktati krizu u Europi. Zbog najnovije političke krize kamate na desetogodišnje obveznice Portugala rapidno su skočile za čak 1,32%, te se ponovo približile granici od 8%.

Sve su ovo bili naslovi koju su mi navirali tokom Internet pretraživanja financijske krize u Portugalu od siječnja 2016. do travnja 2016. i kako je ona utjecala na samu državu. U prošlosti je politika uvijek bila u prvom planu, a ekonomija u drugom, a sad je obratno ako se imaju u vidu najbogatije zemlje svijeta G20. Svi iščekivaju što će se događati u Europi i koje će mjere poduzeti Europska unija zbog straha da se kriza iz Europe ne prenese na Ameriku, ali i druge kontinente. Imajući na umu da mjere štednje neće biti dovoljne da eurozonu izvuku iz krize, Njemačko viđenje buduće Europske unije jest čvršća integracija eurozone.

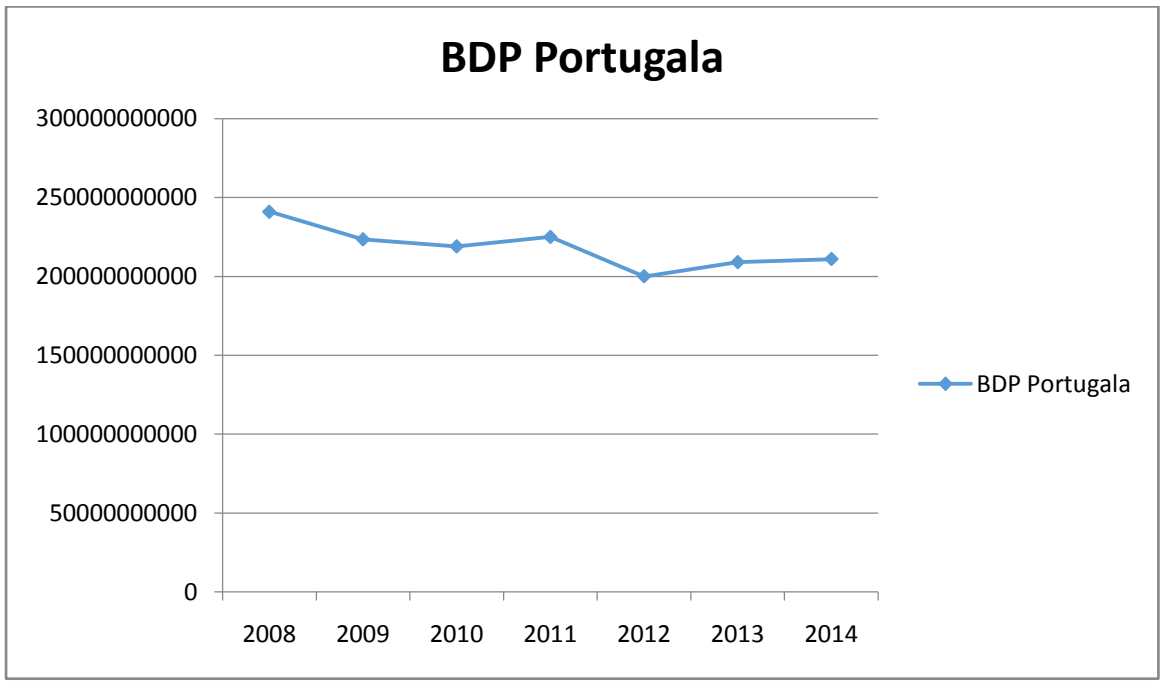
Sljedeća tablica će prikazati iznos BDP-a kroz godine 2008. do 2014. kada je kriza bila na vrhuncu.

Tablica 2: Iznos BDP-a Portugala od 2008. do 2014.

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
BDP	**241 mlrd €**	**223.5 mlrd €**	**219 mlrd €**	**225 mlrd €**	**200 mlrd €**	**209 mlrd €**	**211 mlrd €**

Izvor: http://data.worldbank.org/country/portugal (08.03.2016)

Iz priloženog se da zaključiti da je BDP padao kroz godine te se nikada nije oporavio do te mjere koliki je bio na početku krize. Kroz sve godine krize Portugal je dobivao novčanu podršku od Europske unije te je samo 2011. godine dobio 78 milijardi eura za sanaciju državnog proračuna. Kako bi se još pobliže pokazala oscilacija BDP-a biti će prikazana i grafički.



Grafikon 1: Iznos BDP-a Portugala od 2008. do 2014.

Izvor: http://data.worldbank.org/country/portugal (08.03.2016)

Da bi smanjio trošak rada, Portugal najprije mora smanjiti socijane doprinose (u tri godine kompanije bi na taj način uštedjele iznos od četiri posto BDP-a). Uz to, nužno je liberalizirati

tržište rada, što uključuje manje naknade za prekovremeni rad, sve beneficije, ali i nezaposlenost, zatim vezanje plaća uz produktivnost te promicanje fleksibilnog radnog vremena. Zemlja bi morala ubrzati privatizaciju državnih kompanija i smanjiti pretjerani utjecaj države na ekonomiju. Financijska kriza u Portugalu uzrokovala je nezaposlenost od 17%, a portugalsko gospodarstvo jedno je od onih koje je kriza najviše uzdrmala

3.1.2. Španjolska

Ono što je počelo kao financijska kriza ubrzo se preobrazilo u pravu ekonomsku krizu. Najviša stopa nezaposlenosti zabilježena je u Španjolskoj (20%, s time da je stopa nezaposlenosti mladih frapantnih 50%), zaustavljanje rasta gospodarstva, pogoršanje javnih financija, nepovjerenje tržišta i manjak likvidnosti napokon su doveli i do prave fiskalne krize u eurozoni. Naime, prije izbijanja ekonomske krize nikome nije niti padalo na pamet da bi ijedna članica eurozone mogla biti do te mjere ranjiva da bi mogla bankrotirati. Visoki javni dugovi su se tolerirali jer su investitori mislili da ih države mogu otplaćivati, a strukturne neusklađenosti nisu smatrane nepremostivom preprekom funkcioniranja eurozone kao cjeline.

U Španjolskoj se 2013. godine nalazilo 17 autonomnih pokrajina i gradova nalazi pred bankrotom prema članku "Što su pravi razlozi krize u Španjolskoj" (DW, http://bit.ly/1TEY5cY (pregledano, 08.03.2016)). Upravo to je razlog zbog kojeg je sve više Španjolaca zahtijevalo od vlade da se bori protiv korupcije i sive ekonomije. Mišljenje mnogih Španjolaca dijeli i generalni direktor jedne reklamne agencije Joaquin Gomez, koji je zbog posla stalno na putu između Španjolske i Njemačke. Njemu je neshvatljivo to što se njemačka vlada i EU ne bave stvarnim problemima Španjolske: „Siva ekonomija, bijedan poslovni moral i korupcija uništavaju zemlju i njen ogromni talent."

Na dugoročnom planu, štednjom ništa ne možemo promijeniti, siromaštvo će sve više rasti a nedjelotvorna konkurencija narušenih struktura proždire novac iz Bruxellesa."Postotak "loših kredita" u Španjolskoj je skočio na novi record svih vremena. Broj hipotekarnih zahtjeva je pao 90% od vrhunca tržišta. U Španjolskoj je osnovano više novih pokreta, platformi i zaklada koje su aktivne na političkom planu. Preko interneta, tiskovnih konferencija i uličnih demonstracija oni prosvjeduju zbog povećanja PDV-a, stope nezaposlenosti od 25%, skoro

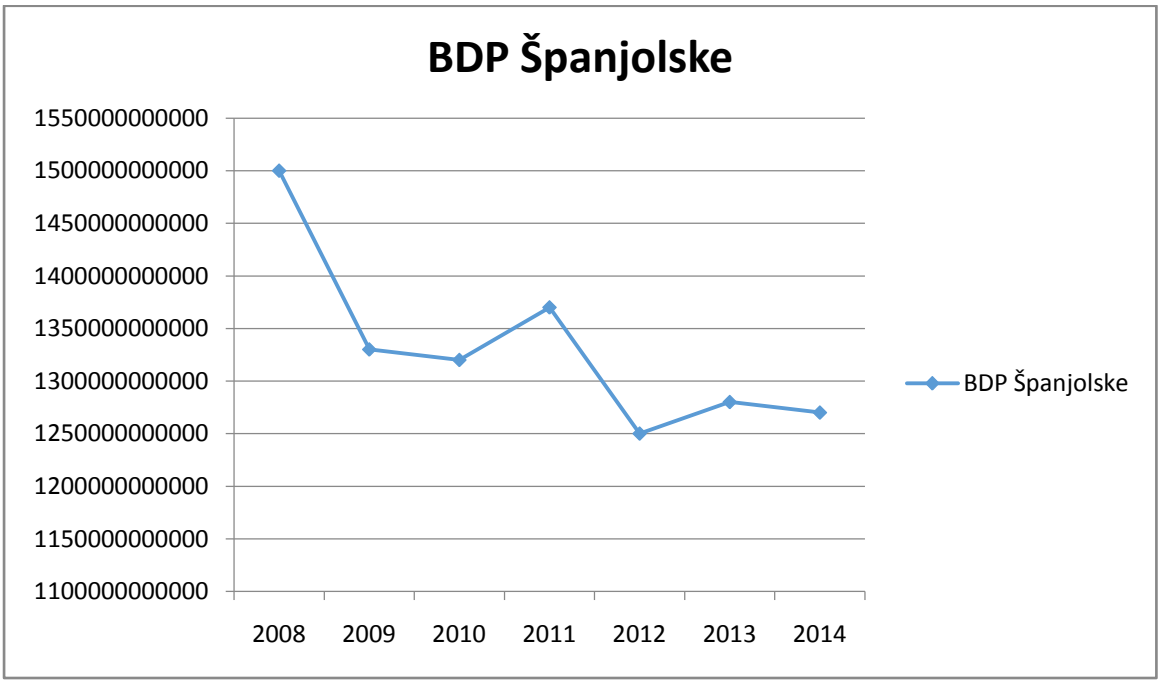
500 deložacija dnevno te kresanja socijalnih fondova. Svi oni zahtijevaju transparentniju demokraciju.

Tablica 3: Iznos BDP-a Španjolske od 2008. do 2014.

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
BDP	**1.5 bil €**	**1.3 bil €**	**1.3 bil €**	**1.3 bil €**	**1.2 bil €**	**1.2 bil €**	**1.2 bil €**

Izvor: http://data.worldbank.org/country/spain (08.03.2016)

Španjolska je na putu najbržeg gospodarskog rasta od 2007.godine, netom prije nego je kolaps tamošnjeg nekretninskog sektora gurnuo gospodarstvo u petogodišnju recesiju koja je izbrisala milijune radnih mjesta i gurnula banke, kompanije i potrošače u velike dugove. Projicirani rast ipak neće biti dovoljno snažan da bi u značajnijoj mjeri utjecao na izrazito visoku stopu nezaposlenosti koja je premašila 26%.



Grafikon 2: Iznos BDP-a Španjolske od 2008. do 2014.

Izvor: http://data.worldbank.org/country/spain (08.03.2016)

Španjolska je izašla iz razorne krize, zakoračivši u povoljno razdoblje sa snažnijim gospodarskim rastom u odnosu na svoje susjede, konstatirali su u Međunarodnom monetarnom fondu (MMF), no i upozorivši da njezinu oporavku i dalje prijete visoka nezaposlenost i sve veća popularnost populističkih stranaka. U Španjolskoj, četvrtom po veličini gospodarstvu eurozone, zavladao je kaos 2008. godine kada je globalna financijska kriza ubrzala korekciju koja se već događala u tamošnjem nekoć snažno bujajućem sektoru nekretnina. Od 2012. godine zemlja je provela značajnije reforme radnog zakonodavstva kojim se omogućilo poslodavcima lakše otpuštanje zaposlenika i smanjenje plaćam što je u značajnoj mjeri poboljšalo njezinu konkurentnost.

3.1.3. Italija

"Ako je grčka kriza akutna, onda je talijanska kronična: gospodarstvo Italije jedva da je raslo otkad su ušli u eurozonu", piše u članku "Italija, ne Grčka, u središtu pitanja Eura" (Barley, http://on.wsj.com/1G8b8Sn (pregledano, 09.03.2016)). Italija stenje pod teretom gospodarskih problema i financijskih obveza. U posljednjih pet godina propalo je 500.000 tvrtki. Mnogi za teško stanje optužuju političare jer nisu znali voditi državu i previše su rasipali javni novac. Vlada spas vidi u provedbi oštrih mjera štednje i reformama kojima bi se posrnulo gospodarstvo izvuklo iz krize. Premijer Renzi počeo je provoditi reformu tržišta rada.

Novim zakonom o radu tvrtke će moći lakše zaposliti, ali i otpustiti radnike. Talijani se tomu protive. Posljedice krize osjećaju se u cijeloj zemlji. Talijani tvrde od njezina početka da su se plaće gotovo prepolovile, a cijene drastično porasle. No postoji veliki problem koji nagriza društvo - korupcija.

U Italiji, prema statistici, na korupciju godišnje otpada više od 80 milijardi eura. Zamislimo li da javna potrošnja iznosi oko 800 milijardi eura, a da se 10 posto odnosi na korupciju, to znači da se velik novac odlijeva u nečije ruke, ističe Roberto Piccinini iz Zaklade za borbu protiv korupcije u javnom sektoru - LAB PA.

Prema članku "Evo što je Italija napravila da bi potaknula tromo gospodarstvo" (Index.hr, http://bit.ly/1TgPvSb (pregledano, 09.04.2016)) talijansko gospodarstvo jedno je od najtromijih u eurozoni. Dužnička kriza učinila je ferragosto 2014. godine najgorim koji Talijani pamte: tek svaki peti je išao na ljetovanje. Ali to je najmanji problem, jer treba preživjeti s prosječnom plaćom od 900 eura u zemlji koja duguje 1800 milijardi.

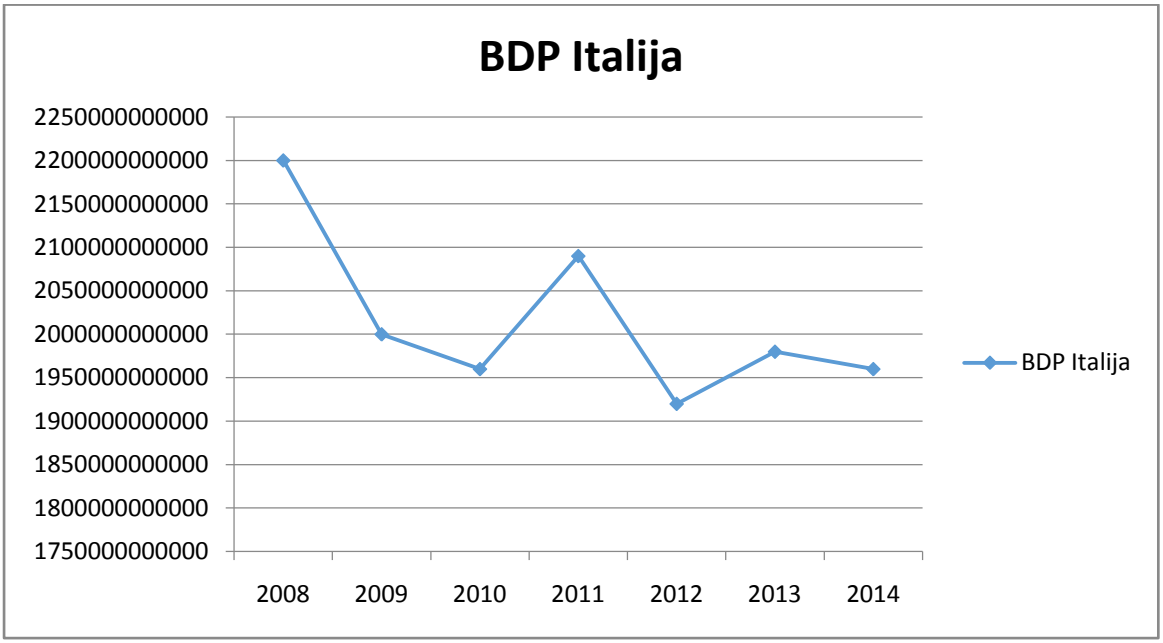
Tablica 4: Iznos BDP-a Italije od 2008. do 2014.

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
BDP	**2.2 bil €**	**2 bil €**	**1.9 bil €**	**2 bil €**	**1.9 bil €**	**1.9 bil €**	**1.9 bil €**

Izvor: http://data.worldbank.org/country/italy (08.03.2016)

"Mi smo zemlja velikih suprotnosti, kontradikcija. Ljudi izvana doživljavaju Italiju kao vrlo bogatu državu, zemlju u kojoj ljudi jako dobro žive i mogu sebi štošta priuštiti, ali zapravo samo 10 posto Italije živi tako. Ostalih 90 posto živi loše i plaća poreze. Oni mjesečno zarađuju 800-900 eura, što nije dovoljno za život. Mladi nemaju nikakvu perspektivu i odlaze u druge zemlje." (Fabrio, http://bit.ly/1Tib5cl (pregledano, 09.03.2016))

U međuvremenu pati sve ostalo; pate mladi, pati zdravstvo, pati školstvo, državne službe. Stvara se cijela jedna nova generacija ekonomskih izbjeglica iz Italije jer ne mogu ništa ponuditi, a i 4 milijuna radnika na crno. Italija je, vjerojatno, zasad prošla ono najgore. Bila je na rubu financijskog kolapsa, ali se uspjela vratiti. Na brzinu je povukla prave poteze, one o novim mjerama štednje. No, prijetnja je bila takva da su je Talijani sasvim dobro razumjeli. Treba štedjeti.



Grafikon 3: Iznos BDP-a Italije od 2008. do 2014.

Izvor: http://data.worldbank.org/country/italy (08.03.2016)

Glavne gospodarske grane osim turizma su moda, inženjerstvo, proizvodnja kemikalija, automobila i prehrambenih namirnica. Prema članku "Kriza u Italiji" (Večernji.hr, http://bit.ly/24V4kkE (pregledano, 15.04.2016)) sjeverne regije Italije su među najbogatijima po bruto domaćem proizvodu po stanovniku u Europi. Teška kriza 2011.godine zahvatila je talijanska brodogradilišta, posebno tvrtku Fincantieri koja će zatvoriti dva od osam brodogradilišta i otpustiti 2550 od 8500 zaposlenih. Tvrtka Fincantieri, sa sjedištem u Trstu, ima osam brodogradilišta u cijeloj Italiji. Prema planu industrijske obnove, koji je sindikatima predstavio delegirani upravitelj Giuseppe Bono, bit će zatvorena dva brodogradilišta (u mjestima Castellammare di Stabia i Sestri Ponente), a brodogradilište u mjestu Riva Trigoso (pokraj Genove) znatno će smanjiti kapacitete prebacivanjem proizvodnje vojnih brodova u brodogradilište u mjestu Muggianu (pokraj La Spezie) i zadržavanjem proizvodnje strojeva. Dugogodišnja kriza koja je posebno pogodila europska brodogradilišta, a sada i brodogradilišta koja proizvode goleme putničke brodove kakve radi Fincantieri, pogodila je i talijansku brodogradnju.

Nakon što je 2007. u cijelome svijetu bilo naručeno brodova za ukupno 85,9 milijuna tona nosivosti, u 2009. narudžbe su se smanjile za 55%, odnosno naručeno je brodova za 38,9 milijuna tona. Europska kvota u svjetskoj brodogradnji pala je sa 30%, kolika je bila osamdesetih godina, na samo 4%, koliko je iznosila 2010. Dakle, samo 4% brodova u svijetu sagradi se u europskim brodogradilištima. Od 2008. do 2010. u europskim brodogradilištima izgubilo je posao 50.000 osoba, odnosno 30% ukupno zaposlenih brodograditelja. U Italiji do sada nije bilo otpuštanja u brodogradilištima zahvaljujući državi koja je nastojala amortizirati krizu, ali pad narudžbi doveo je do stvaranja plana zatvaranja brodogradilišta i otpuštanja zaposlenih. Ova priča je bila samo diverzija na podatke iz grafikona gdje je najveći pad BDP-a bio u 2011.godini te jedna od posljedica jest ova priča sa zatvaranjem brodogradilišta i tisućama zaposlenika koji su dobili otkaze.

U Italiji 2014. godine živjelo je 9,56 milijuna siromašnih, od čega 4,81 milijuna u apsolutnom siromaštvu ili bijedi, rezultati su izvještaja Državnog instituta za statistiku (Istat, http://bit.ly/1U6Zk92 (pregledano, 12.05.2016))). To je 15,8% od ukupnog broja stanovnika zemlje i u porastu je u odnosu na prethodnu godinu, kada je postotak bio 13,6. Od početka ekonomske krize 2008. godine ovo je prvi put da se bilježi stvarno povećanje relativnog i apsolutnog siromaštva koje pogađa sve društvene kategorije, preneseno je iz Istata. Apsolutno siromaštvo ili bijeda podrazumijeva postotak stanovništva koje živi ispod određenog iznosa raspoloživog dohotka. Poboljšanje, odnosno smanjenje praga siromaštva,

evidentirano je samo u grupi starijih osoba koje žive same. Italija je u recesiju ušla krajem 2011. godine, a kriza ne prestaje. Nezaposlenost u toj zemlji je dosegnula rekordnu stopu od 12,2%.

Prema mišljenju stanovnika neki uverljivi koncept za smanjenje krize u Italiji nema ni jedna stranka. Većina stranaka tokom predizborne kampanje nije iznijela nikakav konkretni plan ili koncept po pitanju rješenja krize u gospodarstvu. Naime, ni bivši premijer Italije Silvio Berlusconi, ni najveća zvijezda izbornih kampanja, glumac Bepo Grilo, ali ni jedan predstavnik ljevice, nisu izašli s nekim konkretnim planom osim sa obećanjima da će smanjiti poreze i štednju. Jedino je bivši predsjednik talijanske vlade Mario Monti, najavio da će, ukoliko bude izabran, nastaviti s programom kao i do sada. Sve stranke žele da povećaju zaposlenost, ali nitko nema program po pitanju štednje. I u tome je najveći problem.

3.1.4. Hrvatska

Prema članku "Šest godina sporih reformi" (Liderpress.hr, http://bit.ly/1OwG2cy (pregledano, 09.04.2016) slijedi kratka kronologija Hrvatske situacije kroz godine krize:
Studeni 2008. – Dok se svijetom širi najveća financijska kriza od Velike depresije 1930.-ih, premijer Ivo Sanader na sastanku sa sindikatima prvi puta priznaje da su proračun i gospodarstvo u problemima. „Bez dramatike, visimo o niti", kazao je Sanader, pozvavši socijalne partnere na dogovor jer je država, kako se slikovito izrazio, „u banani".

Siječanj 2009. – Premda najveća globalna gospodarstva uranjaju u recesiju, a pod pritiskom je i hrvatsko, premijer tvrdi da Hrvatska nije u recesiji. "Očekujem, a mogu obećati da ću učiniti sve, da Hrvatska ne upadne u recesiju", rekao je Sanader.

Veljača 2009. – Nakon rekordnog pada industrijske proizvodnje, potrošnje i izvoza, ekonomisti traže uvođenje hitnih antirecesijskih mjera i oštro smanjenje proračuna, jer bi, kažu, kriza mogla potrajati cijelo desetljeće.

Ožujak 2009. – Vlada donosi „rebalans istine", kojim smanjuje proračunske prihode i rashode. Premijer Sanader poručuje da je gospodarska kriza izbacila na površinu spoznaju da je potrebno raditi na novoj paradigmi kapitalizma. „Oni koji zarađuju u dobrim vremenima, moraju danas, kada su vremena loša, snositi dio tereta i vratiti društvu dio profita", kazao je Sanader, nakon što mu je HDZ kupio novi luksuzni BMW.

Lipanj 2009. – Državni zavod za statistiku objavljuje da je BDP u prvom tromjesečju potonuo za 6,7 posto u odnosu na isto razdoblje prethodne godine, što je najveći pad od kada DZS vodi te podatke.

Ožujak 2010. – Guverner HNB-a Rohatinski poručuje da će 2010. biti godina stagnacije, bez strukturnih promjena. „Sve pokazuje da je monetarna politika bila pravovremena, a možda i previše efikasna jer se stvorio dojam da u vrijeme krize možemo živjeti i raditi kao i prije, pa nije bilo snage i motiva da se stvari počnu mijenjati. Zato smo sada u razdoblju preživljavanja, a ne u fazi brzog izlaska iz krize“, poručio je.

Kolovoz 2010. – DZS objavljuje da je BDP u drugom tromjesečju pao za 2,3% na godišnjoj razni, već šesti kvartal zaredom. Vlada donosi rebalans kojim se proračun smanjuje za 1,5 milijardi kuna i obećava zamrzavanja rashoda u 2011. na postojećoj razini.

Listopad 2010**.** – Razvila se javna polemika između Vlade i HNB-a jer je guverner Rohatinski kazao da je možda ipak trebalo pozvati u pomoć MMF. „Kriza u Hrvatskoj nije generirana iz financijskog sustava, kao u svjetskom gospodarstvu, nego urušavanjem gospodarskog modela iz prethodnih 10 godina, zasnovanog na priljevu inozemnog kapitala, koji nije bio utrošen u izgradnju izvozno orijentirane, konkurentne ekonomije“, kazao je Rohatinski, istaknuvši da bi u Hrvatskoj do krize došlo kad-tad, i da nije bilo svjetske.

Listopad 2011. - "Nema izlaska iz krize bez suštinskih reformi, nasuprot nerealnih očekivanja da će nastavak rasta svjetske ekonomije i završetak pregovora s EU predstavljati lokomotivu koja će povući i hrvatsku ekonomiju bez bolnih rezova. Stoga nova Vlada mora djelovati odmah", rekao je Rohatinski uoči parlamentarnih izbora.

Svibanj 2012. - „Hrvatska je u teškoj krizi i recesiji, no Vlada je i dalje optimistična da će u drugoj polovici godine krenuti investicije i početak gospodarskog oporavka“, kazao je ministar financija Slavko Linić, dok je premijer Milanović zamolio javnost za "razumno strpljenje", jer je Vlada tek započela borbu s krizom.

U 2013. rejting Hrvatske u neinvesticijski razred spustile su i druge dvije vodeće svjetske rejting agencije Moody's i Fitch.

Siječanj 2013. – Unatoč snažnom otporu, na snagu stupa Zakon o fiskalizaciji, kojim se uvodi financijska disciplina u trgovačku, kao i niz drugih djelatnosti.

Rujan 2013. - Premijer Milanović poručio je da će ekonomska situacija iduće godine biti bolja i najavio da će vlada kroz tri godine smanjiti proračunski deficit na 3%. "Imam lošu vijest za pesimiste, bit će bolje", rekao je Milanović u intervjuu za Novu TV.

Siječanj 2014. – Ministri financija članica EU-a prihvaćaju prijedlog Europske komisije o postojanju prekomjernog deficita u Hrvatskoj i preporuke za smanjenje deficita ispod 3 posto do kraja 2016. Ministar Linić najavljuje da će Vlada uskoro donijeti rebalans proračuna i mjere za smanjenje deficita za 2,3%, ili oko 7,5 milijardi kuna.

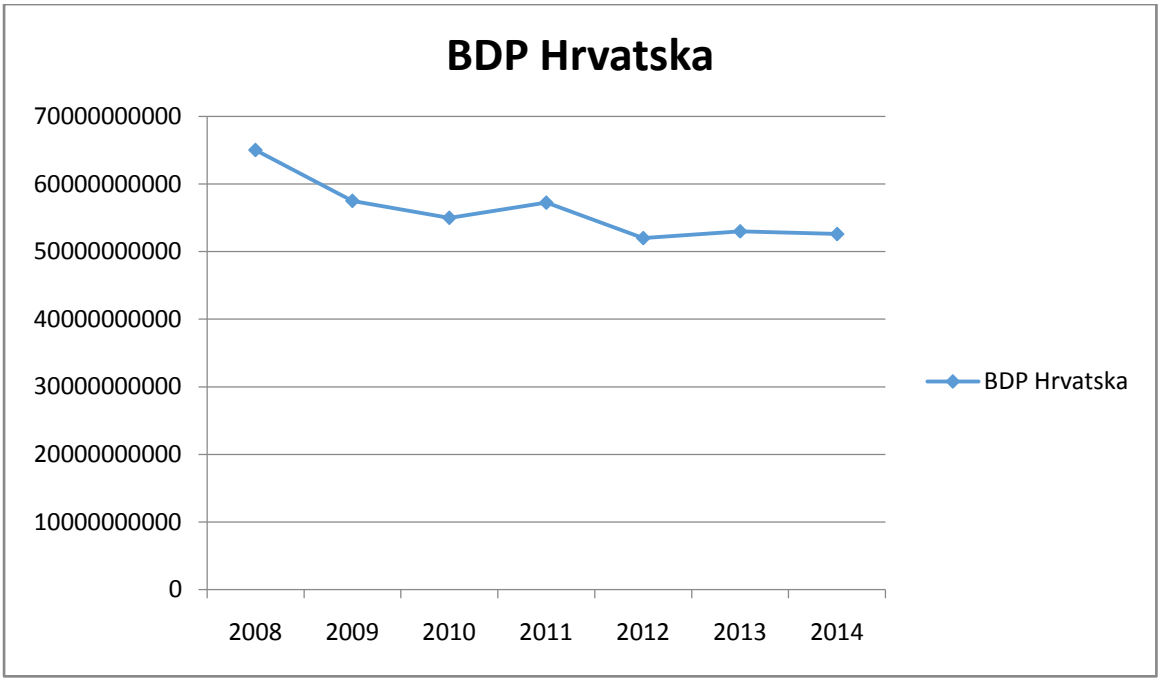
Tablica 4: Iznos BDP-a Hrvatske od 2008. do 2014.

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
BDP	**65 mlrd €**	**57.5 mlrd €**	**55 mlrd €**	**57.2 mlrd €**	**52 mlrd €**	**53 mlrd €**	**52.6 mlrd €**

Izvor: http://data.worldbank.org/country/croatia (08.03.2016)

U Hrvatskoj je sve započelo negdje sredinom ljeta 2008. godine kada su se počele osjećati posljedice krize koja je najprije zahvatila SAD, a potom i većinu zemalja Europske unije. Postalo je očigledno da najveća opasnost hrvatskoj ekonomiji prijeti od nedostatka kapitala. Bila je to izravna posljedica globalne financijske krize i nelikvidnosti među bankama, koje su počele usporavati novčane plasmane namijenjene investicijama. U takvoj situaciji došlo je do pada potrošačke moći i, posljedično, gospodarskih aktivnosti, pa je postalo jasno da će poduzetnici kada ne budu mogli financirati troškove poslovanja, morati zaustaviti investicije, smanjit će se prodaja, prihodi i zarada te će i država ubirati manje novca od poreza.

Članak "Godine koje je pojela kriza" (Nacional.hr, http://bit.ly/1TibtaK (pregledano, 09.03.2016)) govori da bi opstale, tvrtke će morati smanjiti troškove. Kao i uvijek, prvi na udaru naći će se radnici, a kada počnu otpuštanja, povećat će se socijalni izdaci države i samim time trošak državnog proračuna. U tekstu je objavljena sumorna prognoza o opasnosti da 50.000 radnika ostane bez posla. Ono što se dogodilo, bilo je, nažalost, još gore jer je broj nezaposlenih porastao za više od 70.000, a zbog neplaćanja države još nekoliko desetaka tisuća ljudi mjesecima radi, ali ne primaju plaće.



Grafikon 4: Iznos BDP-a Hrvatske od 2008. do 2014.

Izvor: http://data.worldbank.org/country/croatia (08.03.2016)

Razdoblje od 2008. do 2011. izgubljeno je za Hrvatsku. Ono što je buknulo u ljeto 2008. traje i danas, kad je na pomolu nova kriza u kojoj će najgore proći ionako desetkovan srednji sloj građanstva. Nama u Hrvatskoj svako novo povećanje panike i neizvjesnosti na svjetskim tržištima silno šteti i zato opasnost od izbijanja nove krize nositelji ekonomske politike moraju shvatiti krajnje ozbiljno. Osobno mislim da bi posljedice izbijanja nove krize, posebno u slučaju da i ovaj nalet dočekamo potpuno nespremni, mogle biti zaista katastrofalne po naše društvo.

3.1.5. Grčka

Grčka financijska kriza dogodila se spontano. Na desetine tisuća nezadovoljnih radnika započelo je demonstracije zbog vladinih mjera štednje sprovedenih u cilju reguliranja rastućeg deficita i dugova Grčke. Rast javnog duga predstavljao je najveći problem u Grčkoj u posljednjih nekoliko godina. Bilo je jasno da je potrebno izvršiti radikalne ekonomske reforme, i da joj u tome treba pomoć Europske Unije.

Mjerama koje je Vlada htjela da sprovede trebalo je smanjiti javni dug sa gotovo 13 na blizu 9% nacionalnog bruto proizvoda. Grčka financijska kriza počela je naizgled tako što su

dugovi Grčke porasli na oko 404 milijardi dolara, ili 113% bruto nacionalnog proizvoda zemlje. U moderno doba Grčka nije uspjela isplatiti kredite čak pet puta. To se dogodilo u ovih pet situacija: 1826., tijekom grčkog rata za nezavisnost od Osmanskog carstva; 1843. godine kad su prestali plaćati dugovanja do kojih je došlo 11 godina ranije kad su mnogo posudili kako bi mogli podržati carstvo bavarskog princa Otta, te pospješiti vojsku; 1860. godine, nakon čega su izbačeni s međunarodnog tržišta sve do 1878.; 1894., kad su "presušili" jer su pohlepno posudili prevelike svote nakon što im je dozvoljen povratak na tržište; te 1932. tijekom Velike gospodarske krize.

Grčka je potrošila ukupno 90 godina (gotovo pola vremena od stjecanja nezavisnosti) u financijskim krizama. Korupcija Grčku košta oko osam do 10 % godišnjeg BDP-a. Više od 100% prijavljenih dohodaka samozaposlenih Grka odlazi na dužnička servisiranja potrošačkih dugova. 49,7% mlade, aktivne populacije je nezaposleno. 63,5% Grka starih između 18 i 34 godine živi s roditeljima. Svega 23,9% grčke populacije mlađe je od 24 godine. Grčka je pet puta veća od američke države Massachusetts, no BDP Massachusettsa je dvostruko veći od grčkog. U ovom trenutku je Grčka u lošijem ekonomskom stanju nego SAD za vrijeme Velike depresije. (Express.hr, http://bit.ly/1JiIoW3 (pregledano, 06.04.2016))

Tablica 5: Iznos BDP-a Grčke od 2008. do 2014.

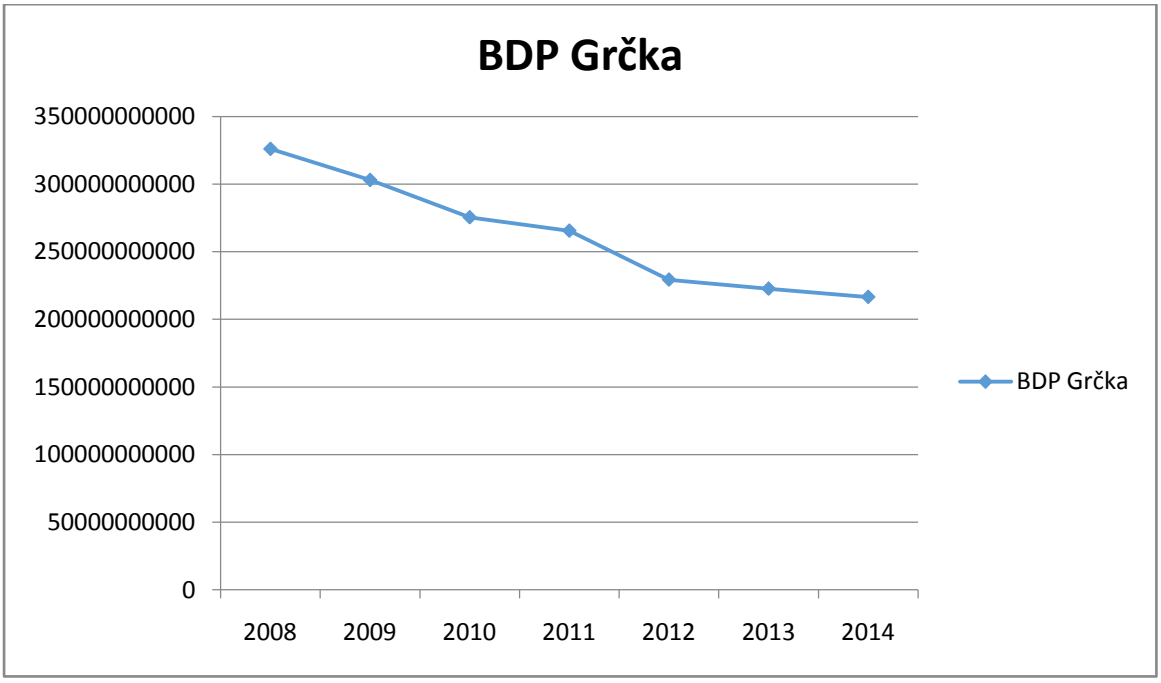
	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
BDP	**326 mlrd €**	**303 mlrd €**	**275 mlrd €**	**265 mlrd €**	**229 mlrd €**	**222 mlrd €**	**216 mlrd €**

Izvor: http://data.worldbank.org/country/greece (08.03.2016)

Prema članku "Što trebate znati o grčkom dugu" (Avaz.ba, http://bit.ly/1VYFSgy (pregledano, 09.04.2016)) Grčka vlada ukupno duguje oko 323 milijarde eura u godini 2014, a u tu cifru nije uključen dug građana i privatnih banki. Većinu duga drže zemlje Eurozone - oko 60 % (141.8 milijardi), 10% drži MMF, Europska centralna banka šest, grčke banke tri, druge vrste pozajmica predstavljaju 15 %, a na bilatelaralne dugove otpada oko 16%. Što se tiče zemalja, Grčka najviše novca duguje Njemačkoj, oko 68.2 milijarde eura, Francuskoj

43.8 milijradi, Italiji 38.4 milijarde, Španjolskoj 25 milijardi, Nizozemskoj 13.4, SAD-u 11.3, Ujedinjenom Kraljvstvu 10.8, Belgiji 7.5, Austriji 5.9 i Finskoj 3.7 milijardi eura.

Novac koji je dala Europa nije otišao u grčku ekonomiju, već isključivo u otplatu međunarodnog duga. Ipak, to je uklonilio samo dio duga, a u međuvremenu, dugom opterećena Grčka ekonomija pala je četvrtinu u roku do pet godina, nezaposlenost je porasla na 25 %, dok je nezaposlenost mladih na 50 %. Manjim brojem poslova, zemlja je izgubila na proizvodnji sirovina i ubiranju poreza, što je dodatno smanjilo prihode vlade. Da bi dobila novac od EU i MMF-a, grčke vlasti morale su sprovesti stroge mjere štednje, te mnogi u Grčkoj upravo to krive za pad ekonomije. No, EU i Njemačka uzvraćaju kritikama, kritikovajući Atenu što nije sprovela ekonomske reforme dogovorene pod sporazumom o izvlačenju. Jednostavno, EU ne želi promijeniti pravila kako bi olakšala Grčkoj, jer takav presedan dao bi za pravo i drugim zemljama, koje bi se mogle naći u sličnoj situaciji, da traže promjenu pravila. ((Avaz.ba, http://bit.ly/1VYFSgy (pregledano, 09.04.2016))



Grafikon 5: Iznos BDP-a Grčke od 2008. do 2014.

Izvor: http://data.worldbank.org/country/greece (08.03.2016)

Europska unija je pružila financijsku pomoć Ateni, kako se kriza ne bi proširila na cijelu Europu. Ali, zemlje europskog bloka još uvijek nisu spremne da sprovedu fundamentalne reforme potrebne za uspostavljanje financijske ravnoteže u ekonomiji unije. Pozajmica će možda spasiti Grčku, ali to neće biti dovoljno za rješavanje daleko većeg problema uravnotežavanja europske privrede u cjelini.

Grčka ekonomija je sve više pogođena bolnim efektima nove međunarodne krize. To znači nevolju za grčki ekonomski rast, posebno iz razloga što možda neće biti pomoći za veliku količinu domaćih proizvoda iz mreže za izvoz. Grčka će možda do daljnjeg morati da zaboravi dugo očekivano europsko i međunarodno ekonomsko okruženje koje je otpočelo u ovoj državi nakon 1990. godine i po svemu sudeći, završava se 2007. godine. To je bio veoma dobar period za ekonomiju Grčke, zemlja se u tom razdoblju dosta razvila. Zbog krize, zemlja je također pogođena serijom štrajkova koji su utjecali na trgovinu i druge sektore. To što se događa u Grčkoj moglo bi da ugrozi jedinstvo EU, građeno tokom proteklih šezdeset godina. Ako Europa na političkom planu ne napravi korak napred u odgovoru na grčku krizu, krenuće unatrag i dugi proces europske integracije početi će da se raspliće. (Scribd.com, http://bit.ly/1VYG27K (pregledano, 09.04.2016))

3.2. Promjena turističkih kretanja kroz godine u zemljama Mediterana

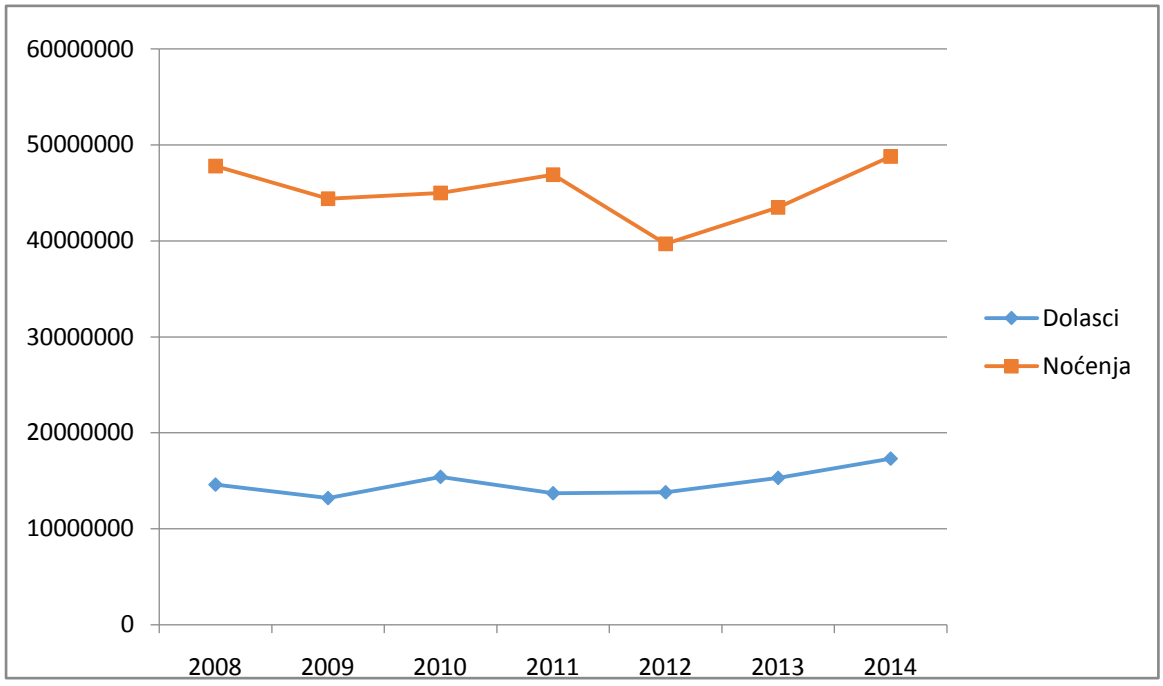
Gledana u cjelini, Mediteranska regija je vodeća svjetska turistička destinacija, iako unutar nje postoje znatne razlike. U njoj se bilježi 30% turističkih dolazaka i 25% ukupnih prihoda od globalnog turizma, sa 80% turističkih posjeta iz Europe, posebno iz Njemačke. Mediteranske zemlje u većini bilježe dobre turističke rezultate, čemu uz atraktivnost regije pridonose i velike vrućine, no neke zemlje poput Turske, Tunisa, Grčke i Egipta zbog različitih negativnih sigurnosnih situacija bilježe pad turističke potražnje, koji bi mogao dovesti u pitanje i njihova buduća turistička ostvarenja jer sigurnost postaje prevladavajući element u potražnji. Dio njihovog turističkog 'kolača' već su preuzele zemlje sličnih veličina i kapaciteta, poput Španjolske, Turske, Portugala, pa i Francuske i Italije, te Grčke i Turske, mada su i te dvije zemlje imale određenih poremećaja pa i sigurnosnih problema. (Liderpress.hr, http://bit.ly/1WBAfVH (pregledano, 12.04.2016))

Grčka je zbog svoje političko-financijske situacije svih godina ulazila s određenim minusom u odnosu na prijašnje turističke godine prije krize, i ma kako su joj ljetni rezultati dobri, pogotovo na otocima, teško da može to nadoknaditi.

Broj gostiju i broj noćenja je, pored prihoda od turizma, najvažniji pokazatelji uspješnosti turističke godine. Ako određena država uvidi uspješnost u turizmu u prijašnjoj godini automatski će htjeti poboljšati sljedeću te time omogućiti veći broj dolazaka i noćenja u sljedećoj turističkoj godini.

U ovom dijelu rada ću detaljno analizirati turistička kretanja zemalja Mediterana u godinama najjače financijske krize od 2008. do 2014.godine.

3.2.1. Portugal



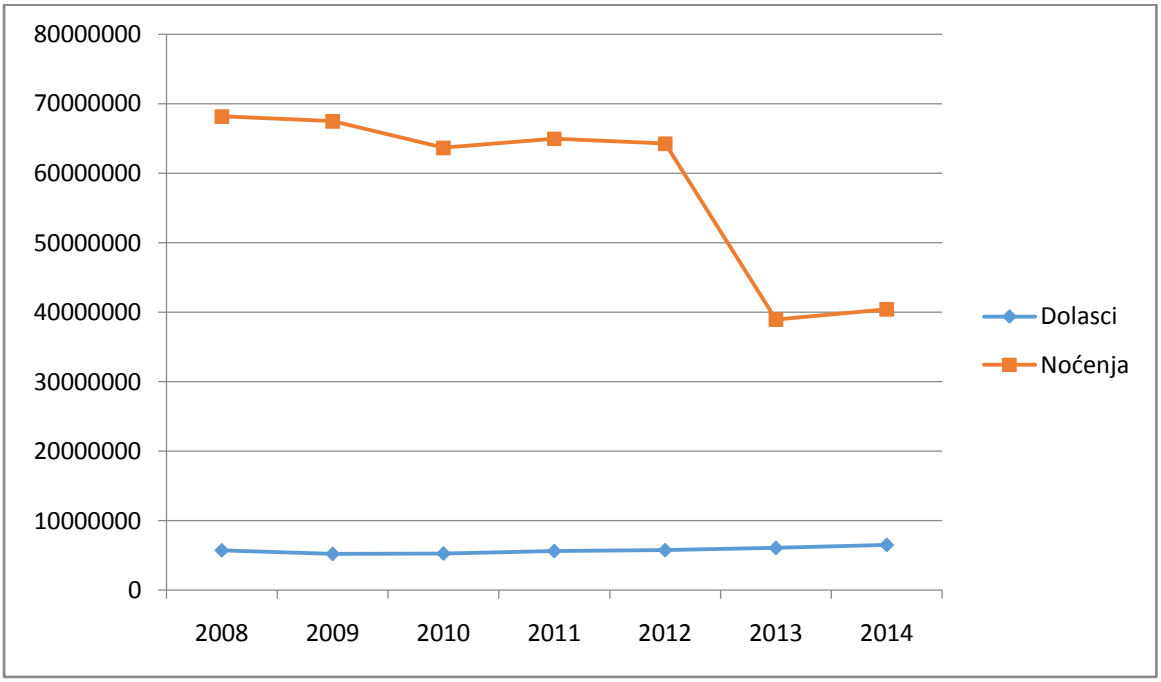
Grafikon 6: Omjer noćenja i dolazaka turista u Portugal od 2008. do 2014.

Izvor: Instituto nacional de estetistica statistics Portugal, https://www.ine.pt/xportal (08.03.2016)

Iz priloženog grafikona možemo da isčitamo da se broj noćenja naglo smanjilo godine 2011.godine kada je kriza u državi i cijeloj Europi bila na vrhumcu. Nakon te godine se ponovo povećava broj i dolazaka i noćenja. Kad se samo pogleda grafikon BDP-a Portugala i nagli pad BDP-a u 2011.godini logički bi se zaključilo da će i turistička kretanja naglo pasti ali nije tako.

3.2.2. Španjolska

Za svakoga tko je posjetio Španjolsku i zna je prilično dobro , će biti malo iznenađenje da je zemlja tako blagoslovljen s jednom od najbogatijih raznolikosti terena i kulture u Europi, rangira kao svjetski četvrtom najpopularnijom turističkom odrednicom. Njezina turistička industrija je nastavila rasti tijekom krize, uz pomoć političkih previranja u Turskoj i drugih tržišnih konkurenata u sjevernoj Africi. Slom Španjolskog građevinarstva, tradicionalnog stupa gospodarstva koji je napravio čak do 18% bruto domaćeg proizvoda prije krize, znači da daljnji uspjeh turizma, na 11% BDP, postalo još važnije. Uz turizam koji nosi još veći ekonomski teret, pružajući sezonski olakšanje u obliku privremenog zapošljavanja i dovođenja stranaca s debelim novčanicima u vrijeme kada je domaća potrošnja propala, i rasprava o tome kako Španjolska može održavati i graditi uspjeh je u porastu.



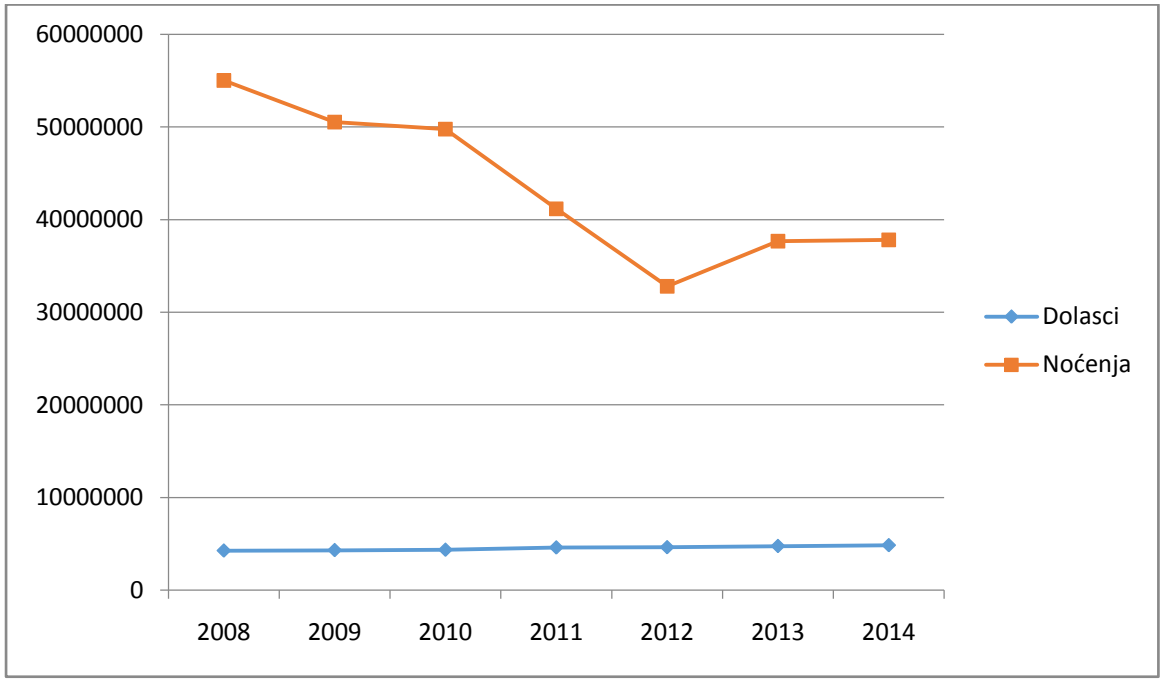
Grafikon 7: Omjer noćenja i dolazaka turista u Španjolskoj od 2008. do 2014.

Izvor: The World Bank, http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL (08.03.2016)

Iz priloženog grafikona se dolazi do zaključka da Španjolska kroz godine krize je imala relativno povećanje dolazaka turisti iz godine u godinu ali godine 2012. je imala nagli pad noćenja što se može povezati s tim da je za državu godina prije bila najkritičnija glede financijske krize i iz tog je iznjedrio strah turista te su samo dolazili u kratki posjet ali ne na duže od par dana. Već sljedeće godine slika se promijenila i broju noćenja se znatno povećao.

3.2.3. Italija

Italija je peto najposjećenije odredište u svijetu turizma po rangu sastavljenom od Ujedinjenih naroda Svjetske turističke organizacije, nakon Francuske, SAD-a , Kine i Španjolske. Kriza u Italiji pogađa turizam od početka financijske krize. Po prvi put u povijesti talijanskog turizma, rezervacije u hotelima su se smanjio. Iako stranci još uvijek smatraju Italiju jednom od najatraktivnijih destinacija za odmor, ono što čini razliku je poražavajući pad uobičajenog broja talijanskih turista, zbog krize i poreza. Negativan trend je utjecao i na zapošljavanje no određene regije Italije su ostale na istom broju turista kroz godine te time spašavaju sveukupnu statističku sliku dolazaka i noćenja. (Zevi, http://bit.ly/23V5wSC (pregledano, 12.04.2016))

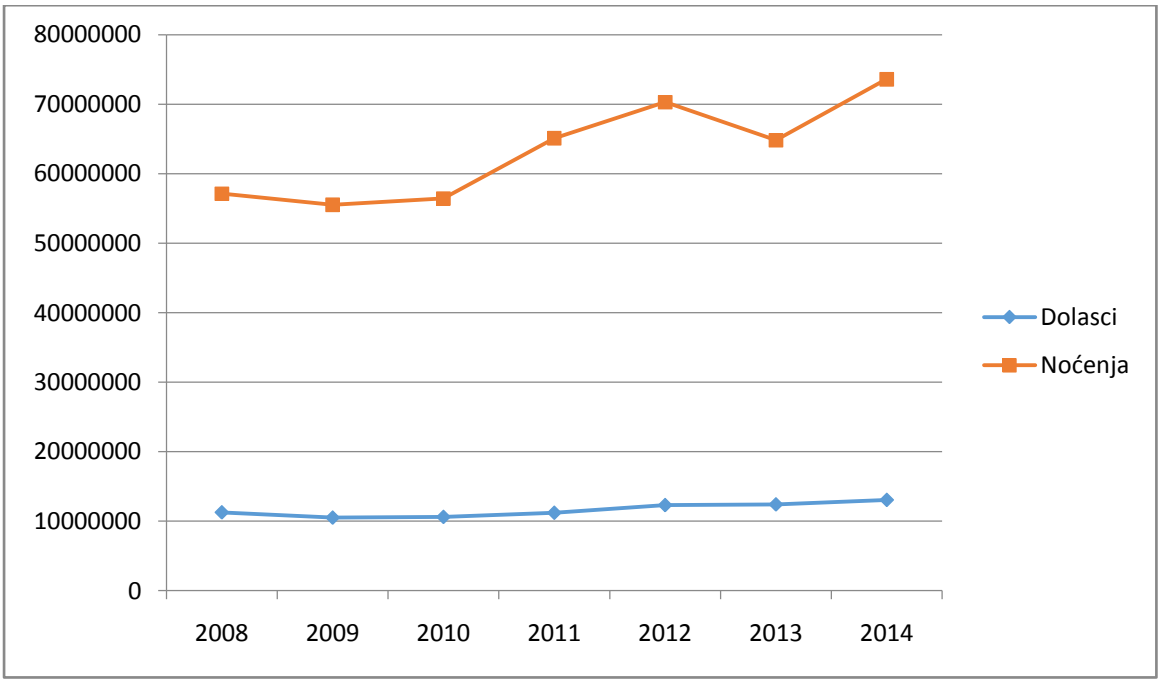


Grafikon 8: Omjer noćenja i dolazaka turista u Italiji od 2008. do 2014.

Izvor: The World Bank, http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL (08.03.2016)

Iz priloženog grafikona se isčitava relativno jednak omjer dolaska turista no noćenje je to koje ima velike promjene. Od 2010.godine kada Italija ulazi u financijsku krizu broj noćenja se drastično smanjio i tek 2012.godine ponovo ima pozitivan trend rasta.

3.2.4. Hrvatska



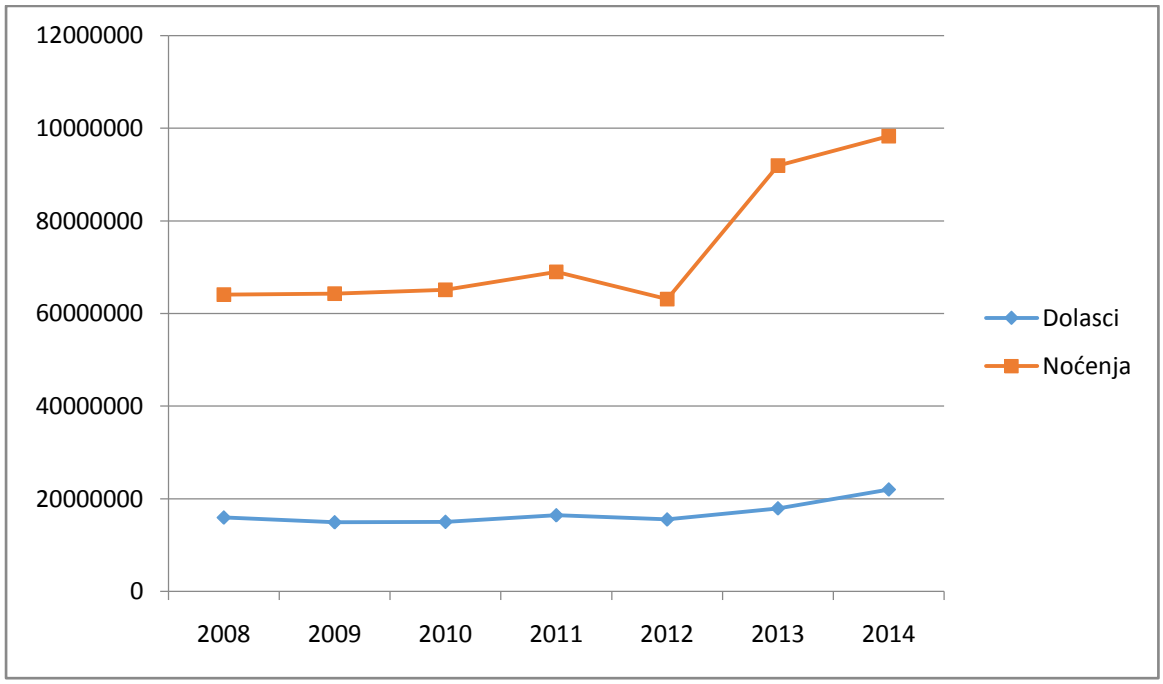
Grafikon 9: Omjer noćenja i dolazaka turista u Hrvatskoj od 2008. do 2014.

Izvor: The World Bank, http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL (08.03.2016)

Iz priloženog grafikona se može isčitati da hrvatski turizam i nije toliko bila pod utjecajem financijske krize bar što se tiče turizma. Dolasci su u pozitivnom trendu rasta a noćenja su relativno pala 2012.godine ali su odmah sljedeće godine dobila pozitivan trend. Iako nitko ne dvoji da svijet prolazi kroz najtežu gospodarsku krizu pojedini turistički segmenti pokazuju iznimnu žilavost. Određena otpornost na krizne situacije ipak se očekuje, i to u jeftinim letovima, kroz veći dohodak u nekim državama u razvoju te zbog navike ljudi u razvijenim zemljama da putuju. Turistima je poželjnija država bliža i dostupna automobilom nego ona daleka u koje se mora putovati zrakoplovom. Hrvatska je prije svega "automobilska destinacija", a imamo vrhunske autoceste odredišta i prvorazredni položaj pa joj gravitira pola emitivne Europe. Jadran je nizu zemalja prvo toplo more. Cijena bi mogla biti odlučujući faktor u odabiru odredišta za odmor.

3.2.5. Grčka

Dvije slike Grčke ovih dana obilaze svijet. Jedna je ona zemlja koja godinama svojim pejzažima, poviješću, sjajnim morem i još boljom gastronomijom privlači posjetitelje iz svih dijelova svijeta. Druga je ona slika Grčke u kojoj prosvjednici na ulicama transparentima govore 'Ne mjerama štednje', a za to se odluče i na referendumu, dok pokraj njih očajni umirovljenici u redovima pred bankomatom čekaju isplatu dnevnog limita. U ovakvim trenucima, kada se o sudbini građana jedne zemlje odlučuje na sastancima s čelnicima eurozone, pitanje je što je s turistima koji su u svemu tome i dalje samo - turisti. Najveći su ipak problem budući potencijalni posjetitelji, jer su oni počeli kočiti svoje namjere. Rezervacija je sve manje i svi su nesigurniji u odabiru Grčke kao destinacije.



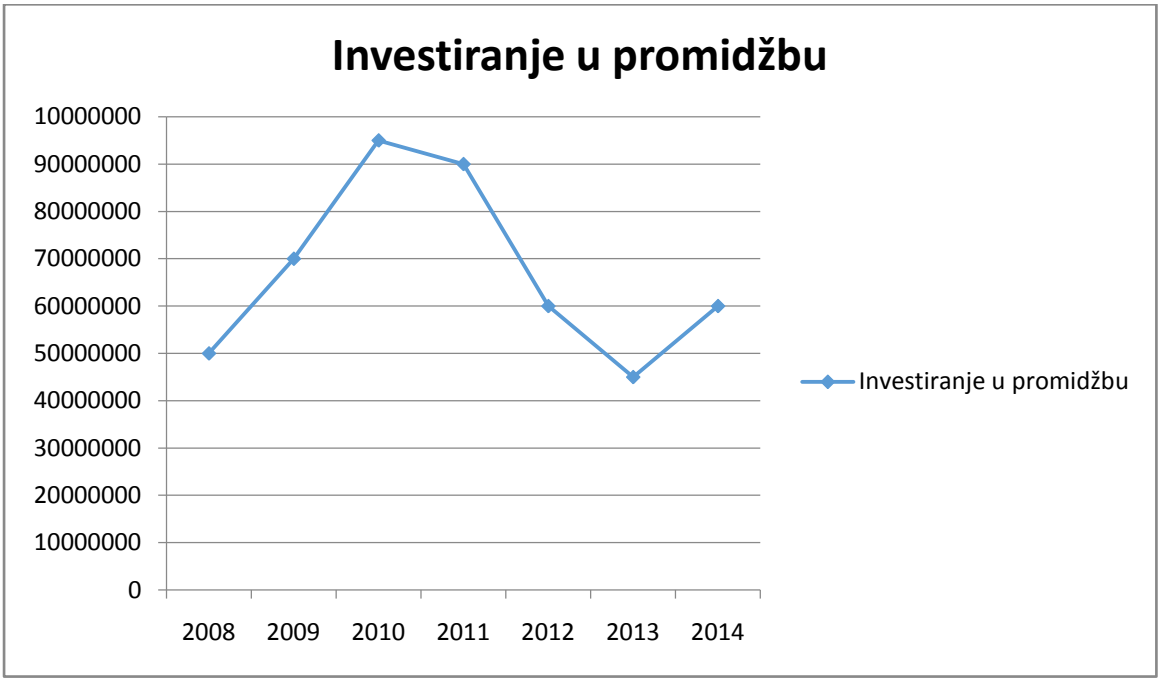
Grafikon 10: Omjer noćenja i dolazaka turista u Grčkoj od 2008. do 2014.

Izvor: The World Bank, http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL (08.03.2016)

Politička i privredna previranja negativno utječu. Spor oko grčkih dugova pogađa i turizam. Toliki broj turista kao 2014. godine još nije zabilježen u Grčkoj: zemlju pogođenu krizom prošle godine je posjetilo 24 miliona turista, što je novi rekord. No prijašnje godine i mali broj dolazaka je ostavio svoj otisak na grčko gospodarstvo koje je već u lošem stanju i trebati će mnogo vremena i više uspješnijih sezona da bi se grčki turizam vratio kao u "dobra stara vremena".

3.3. Investicije u turizam kroz godine u zemljama Mediterana

3.3.1. Portugal



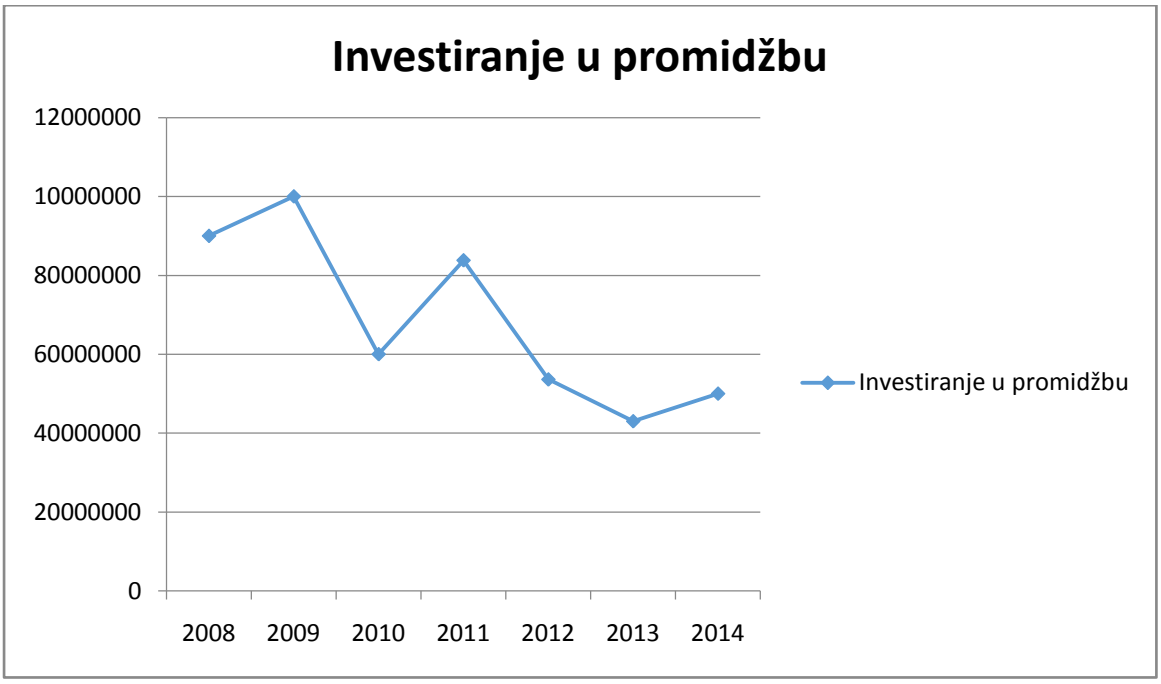
Grafikon 11: Investiranje u promidžbu u Portugalu od 2008. do 2014.

Izvor: OECD Tourism Trends and Policies, http://dx.doi.org/10.1787/tour-2014-en (08.03.2016)

Upravljanje Portugalom kao turističkom destinacijom, u pokušaju da se poveća njegov ugled na domaćoj te međunarodnoj razini i konsolidiranje image-a zemlje kao jedinstvene destinacije koja je bogata iskustvom, uz široku raznolikost krajolika i kulture. Planiranje i provođenje promocije zemlje kao turističke destinacije, kao i promicanje svoje robne marke, u tandemu s Regionalnim promocijskim turističkim agencijama i lokalnim ekonomskim igračima. Izrada izravnog kontakta i artikuliranje promotivne aktivnosti na međunarodnim tržištima turizma kroz portugalske trgovine i investicijskih ureda u različitim zemljama.

Razvoj i provođenje komunikacijskih aktivnosti koje promiču Portugal kao turističku destinaciju, objavljivanje velikih događaja i usklađivanje portugalskog sudjelovanja u međunarodnim sajmovima su jedni od načina promidžbe sveukupnog razvoja turizma Portugala.

3.3.2. Španjolska



Grafikon 12: Investiranje u promidžbu u Španjolskoj od 2008. do 2014.

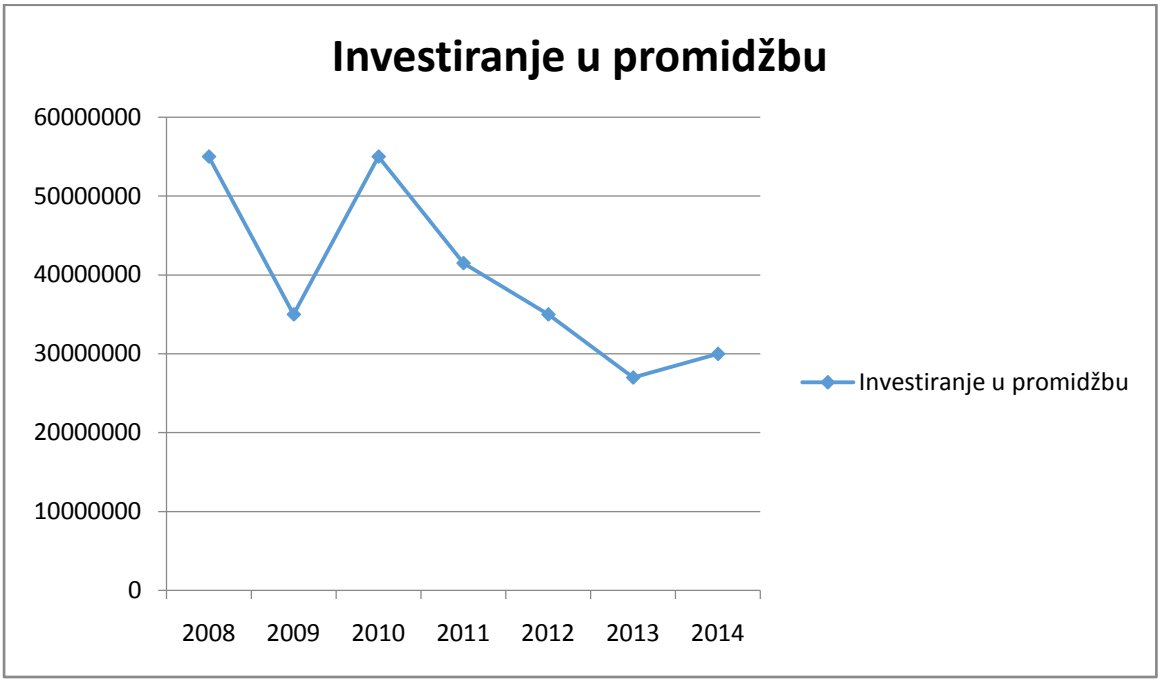
Izvor: OECD Tourism Trends and Policies, http://dx.doi.org/10.1787/tour-2014-en (08.03.2016)

Glavni objekt turističke politike nije samo povezan s izradom turističkog iskustva, već i njenom promidžbom. Tako da ideja promocije da je ona samo alat turističke politike se mijenja i dolazimo do zaključka da je promocija neisključiv dio turističkog doživljaja. Kriva ili loša promocija značila bi neuspjeh instrumentalnih ciljeva pozicioniranja, održivosti, kvalitete i učinkovitosti, čak i ako poveća broj dolazaka gostiju u kratkom vremenskom period (Borza, http://bit.ly/24V4UPf (pregledano, 17.04.2016))

TURESPAÑA je nacionalna agencija odgovorna za marketing turizma Španjolske u svijetu i za stvaranje vrijednosti za njen turistički sektor te promicanja ekološke, ekonomske, socijalne i srednje održivosti nacionalnih odredišta. Njezina misija je biti avangarda španjolske turističke strategije, koordiniranje i vođenje javnih i privatnih sudionika. Španjolski turistički brand, marketing i znanje su tri stupa na kojima Turespaña temelji svoju strategiju i performanse, a sve na temelju javno-privatnog partnerstva. Turespaña ima mrežu od 33 ministarstava turizma izvan stanica koje djeluju znanjem i marketingom kao poslovne platforme za sektor. Njihova uloga u inozemstvu je neophodno za provedbu strategije međunarodne turističke promocije. Nacionalni i Integralni plan turizma odobren od strane

Vlade je plan španjolske državne uprave za turizam u stvaranju temelja konkurentnog turističkog sektora u novom međunarodnom scenariju. (Tourspain.es, http://bit.ly/1fUSZsN (pregledano, 17.04.2016))

3.3.3. Italija



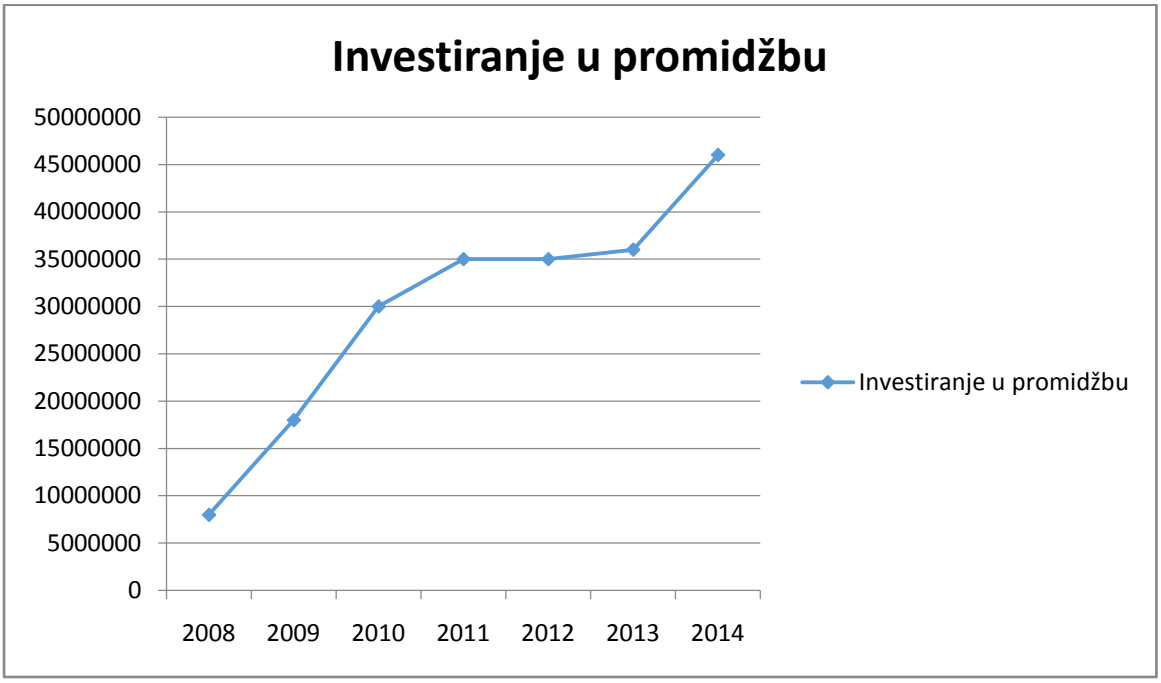
Grafikon 13: Investiranje u promidžbu u Italiji od 2008. do 2014.

Izvor: OECD Tourism Trends and Policies, http://dx.doi.org/10.1787/tour-2014-en (08.03.2016)

Jedinstvenost i međunarodni značaj resursa jedne zemlje su važni čimbenici u određivanju njenog turističkog potencijala. Italija drži poziciju kao jedna od najboljih kulturnih destinacija u svijetu te je istaknuta velikim brojem jedinstvenih UNESCO zaštićenim monumentima. Jasno je da Italija i dalje ima vrlo jak međunarodni brend. Međutim, proces globalizacije je dovelo do povećane konkurencije i Italiji, kao i mnoga druga tradicionalna odredišta moraju održavati poziciju na međunarodnom tržištu kako bi se osiguralo da su proizvodi vidljivi na globalnoj sceni. Strukturna sigurnost, uz adekvatne i stabilne resurse, su neophodni kako bi se omogućilo Nacionalnoj agenciji za turizam (tal. Agenzia nazionale del turismo – u daljnjem tekstu će se koristiti kratica ENIT) prostora za planirati strateški i održavati kontinuiranu i učinkovitu nazočnost u prioritetnim tržištima.

Dok regije imaju odgovornost za razvoj i promicanje turizma, one također surađuju s ENIT na određenim promotivnim kampanjama. Međutim, postoje dokazi koji ukazuju da su trebali učinkovitije iskoristiti snažan talijanski brand kako bi se olakšao pristup udaljenim tržištima.

3.3.4. Hrvatska



Grafikon 14: Investiranje u promidžbu u Hrvatskoj od 2008. do 2014.

Izvor: OECD Tourism Trends and Policies, http://dx.doi.org/10.1787/tour-2014-en (08.03.2016)

Snažna potpora povećanju broja turističkih dolazaka u pred i posezoni te u kontinentalnim odredištima, uz naglasak na online promidžbu i razvoj turističkih zajednica u destinacijske menadžment organizacije i kompanije. Hrvatski se turizam na Internetu oglašava putem banner-a, na portalima i društvenim mrežama te u okviru e-marketinga. Uz spomenuto, provodi se i oglašavanje putem tražilica na vodećim emitivnim tržištima poput njemačkog, austrijskog, slovenskog, talijanskog, poljskog i drugih.

Hrvatska turistička zajednica (HTZ) ima za ciljeve:

1. poticanje i iniciranje razvoja i unapređivanje postojećeg turističkog proizvoda, iniciranje razvoja novih turističkih proizvoda područja za koje su osnovane, na način da upravljaju destinacijom na razini za koju su osnovane.

2. promocija turističkog proizvoda područja za koje su osnovane,

3. razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, te potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda određenog područja, a osobito zaštite okoliša te prirodne i kulturne baštine sukladno održivom razvoju.

3.3.5. Grčka



Grafikon 15: Investiranje u promidžbu u Grčkoj od 2008. do 2014.

Izvor: OECD Tourism Trends and Policies, http://dx.doi.org/10.1787/tour-2014-en (08.03.2016)

„Marketing Greece“, neprofitna organizacija s ciljem promicanja grčkog turizma na međunarodnoj razini, sprema program kako dovesti posjetitelje natrag nakon teške godine 2012. kada su mnogi ostali daleko zbog političke i socijalne nemire. Kako bi napravili potrebne investicije, da se osigura da „Marketing Greece“ bude pušten za rad i da zadovoljava svoje operativne potrebe, potreban kapital se očekuje od tvrtki u privatnom

sektoru. Glavni cilj je da se razviju ozbiljne strategije u sklopu promocije turizma i napraviti „Marketing Greece“ financijski održiv u razdoblju od tri godine. Tvrtka ima interaktivnu web stranicu, koja osigurava korisniku korisne informacije o odredištima, iskustvima, usluge smještaja, prijevoza i plovidbe oko Grčke. Razvoj mreže za odnose s javnošću u ključnim ciljnim tržištima poput Rusije, Velike Britanije, SAD-u, Francuskom i Njemačkom za oglašavanje raznih grčkih turističkih proizvoda i odredišta je u radovima.

Osim toga, organiziranje događaja s predstavnicima međunarodnih turističkih industrija, kao i pružanje savjetodavnih usluga u vezi dizajna turističkih proizvoda i promicanje stratešog plana su samo neki od zadataka tvrtke, uz stvaranje promotivni materijal koji će se potom distribuirati preko mreža odnosa s javnošću.

4. ISHOD SUODNOSA FINANCIJSKE KRIZE I ULAGANJA U TURIZMA U ZEMLJAMA MEDITERANA

Iz prijašnjih poglavlja dobili smo mali uvid u statističke podatke o BDP-u, turistička kretanja te investiranje u promidžbu u turizam zemalja Mediterana. Sada je na redu empirijski dio rada gdje ćemo pomoću programa SPSS odlučiti o postavljenim hipotezama i izabrati nultu ili H1 hipotezu i doći do zaključka cijelog rada. Za cilj imamo sljedeće hipoteze:

Način 1 - postoji li razlika u između kretanja BDP-a i investiranja u promidžbu :

H0: Ne postoji razlika između kretanja BDP-a i investiranja u promidžbu

H1: Postoji razlika između kretanja BDP-a i investiranja u promidžbu

Način 2 - da li su promjene turističkih kretanja povezane s ukupnim investicijama u promidžbu turizma :

H0: Promjene turističkih kretanja kroz godine nije povezana s ukupnim investicijama u promidžbu turizma

H1: Promjene turističkih kretanja kroz godine je povezana s ukupnim investicijama u promidžbu turizma

Analiza će se vršiti po državama. Nakon podrobnog objašnjavanja situacije pojedine države kroz godine financijske krize u prijašnjim cjelinama u ovom dijelu će se samo analizirati podatci te njihovo tumačenje. Podatci pojedine države će se uvrstiti u program SPSS. S time da se gleda korelacija između dva zavisna uzorka, jer jedan utječe na drugoga, koristit će se postupak određivanja hipoteze s zavisnim uzorcima a najbolji način izračunavanja korelacije prikupljenih podataka je "PAIRED SAMPLES TEST". Nakon što se podatci obrade u tablici gledamo varijablu Sig. (2-tailed) koja nam pokazuje signifikantnost i ona nam određuje da li prihvaćamo H0 ili H1 hipotezu. Ako je Sig. (2-tailed) veća od 0.05 možemo zaključiti da nema statističke signifikantnosti između dva uzorka te prihvaćamo H0 hipotezu. Ako je Sig. (2-tailed) manja od 0.05 možemo zaključiti da postoji statistička signifikantnost između dva uzorka te prihvaćamo H1 hipotezu. (Pivac, 2010:122)

4.1. Portugal

Prvo će se pogledati signifikantnost odnosa BDP-a Portugala te investiranje u promidžbu turizma. Nakon unesenih podataka doći ćemo do prvog zaključka.

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Portugal BDP - Investiranje	2.183E11	1.330E10	5.028E9	2.060E11	2.306E11	43.411	6	.000

Tablica 7: Paired samples test BDP-a i investiranja u promidžbu turizma Portugala

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju (13.04.2016)

Iz priloženog grafikona isčitajemo da je signifikantnost jednaka 0 što znači da prihvaćamo H1 hipotezu i zaključujemo da postoji razlika između kretanja BDP-a i investiranja u promidžbu u turizam. Ako se kretanje BDP-a u pozitivnom ili negativnom trendu rasta to automatski podrazumijeva više ili manje ulaganja odnosno investiranja u promidžbu turizma države.

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Portugal Nocenja - Investiranje	-2198571 4.286	1903500 5.347	7194555.765	-3959015 8.050	-4381270.521	-3.056	6	.022

Tablica 8: Paired samples test noćenja turista i investiranja u promidžbu turizma Portugala

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju (13.04.2016)

Po dobivenim rezultatima možemo isčitati da je signifikantnost veća od 0.05 te prihvaćamo H0 hipotezu koja govori da promjene broja noćenja kroz godine nisu povezane s ukupnim investicijama u promidžbu turizma. Iako bi se lako dalo doći do zaključka da ako jedna država ulaže više u promidžbu samog turizma da bi to automatski povećalo broj turističkih kretanja, u ovom slučaju noćenja, ali nije. U sljedećem grafikonu ćemo vidjeti drugo turističko kretanje a to je ukupni dolasci gostiju kroz godine financijske krize.

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Portugal Dolasci - Investiranje	-5238571.286	1943891.314	7347219.382	-7036371.465	-3440771.106	-7.130	6	.000

Tablica 9: Paired samples test dolazaka gostiju i investiranja u promidžbu turizma Portugala

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju (13.04.2016)

Iz priloženog grafikona isčitavamo da prihvaćamo H1 hipotezu odnosno da promjene broja dolazaka kroz godine su povezane s ukupnim investicijama u promidžbu turizma.

Kod Portugala imamo priču da od 2008. do 2014. godine kada je država bila u najvećoj financijskoj krizi imala priličan broj dolazaka i noćenja te je investirala u promidžbu turizma. No najvažnije od svega smo sagledali da li je zapravo to investiranje u promidžbu turizma utjecalo na turistička kretanja i kretanja BDP-a koliko su utjecala na investiranje. Iz dobivenih rezultata zaključujemo da postoji razlika između kretanja BDP-a i investiranja u promidžbu turizma te postoji razlika između broja dolazaka gostiju i investiranja u promidžbu turizma no ne postoji signifikantnost odnosno povezanost između broja noćenja gostiju i investiranja u promidžbu turizma.

4.2. Španjolska

Kod Španjolske u prijašnjoj cjelini smo mogli vidjeti da joj BDP svaku godinu oscilira, odnosno mijenja se brzo iz pozitivnog trenda rasta u negativni trend i obratno. Kod turističkih pokazatelja konstantno je povećanje broja gostiju ali noćenje je 2012. godine naglo palo ali se s godinama vraća na staro.

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Španjolska BDP - Investiranje	1.331E12	8.472E10	3.202E10	1.253E12	1.410E12	41.575	6	.000

Tablica 10: Paired samples test dolazaka BDP-a i investiranja u promidžbu turizma Španjolske

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju (13.04.2016)

Signifikantnost je manja od 0.05 i zaključujemo da postoji razlika između kretanja BDP-a i investiranja u promidžbu turizma.

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Španjolska Noćenja - Investiranje	5.139E8	1.123E8	42434967.687	4.101E8	6.178E8	12.111	6	.000

Tablica 11: Paired samples test noćenja turista i investiranja u promidžbu turizma Španjolske

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju (13.04.2016)

Po dobivenim rezultatima možemo isčitati da je signifikantnost manja od 0.05 te prihvaćamo H1 hipotezu koja govori da promjene broja noćenja kroz godine su povezana s ukupnim investicijama u promidžbu turizma. Kada Španjolska ulaže u promidžbu turizma po podatcima ona sebi osigura veći broj noćenja.

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Španjolska Dolasci - Investiranje	-1129300.000	2529520.048	9560687.712	-3468716.067	1210116.067	-1.181	6	.282

Tablica 12: Paired samples test dolazaka dolazaka i investiranja u promidžbu turizma Španjolske

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju (13.04.2016)

Iako se zaključilo da investiranje utječe na broj noćenja gostiju u slučaju dolazaka gostiju nije ista priča. Signifikantnost je veća od 0.05 što znači da se prihvaća H0 hipoteza gdje promjene broja dolazaka kroz godine nisu povezane s ukupnim investicijama u promidžbu turizma.

Kod Španjolske imamo drugačiji slučaj, gdje postoji razlika kretanja BDP-a i investiranja u promidžbu turizma i broj noćenja gostiju je povezan s ukupnim investicijama u promidžbu turizma. Razlika je u tome što u Španjolskoj, za razliku od Portugala, kretanje dolazaka gostiju nije povezano s ukupnim investiranjem u promidžbu turizma. Tako su bar prikazali podatci za najvažnije godine financijske krize a da li će se ovi podatci mijenjati kroz godine ne znamo.

4.3. Italija

Italija je jedan od država koju je jako pogodila financijska kriza i to se odražava na njen BDP i investiranje u promidžbu turizma. Od 2010. godine naglo pada investiranje te sumnjam da će se ikada vratiti na onaj iznos od 2009. i prije. Fascinantno je za Italiju da država slabo ulaže u turizam a opet ima skoro jednak broj dolazaka kroz godinu jer razlog tome sami brand i image države koja godinama uživa u prihodu od turizma.

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Italija BDP - Investiranje	1.976E9	9120052 4.748	3447055 8.274	1.892E9	2.060E9	57.32 2	6	.000

Tablica 13: Paired samples test dolazaka BDP-a i investiranja u promidžbu turizma Italije

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju (13.04.2016)

Signifikantnost je manja od 0.05 i zaključujemo da postoji razlika između kretanja BDP-a i investiranja u promidžbu turizma.

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Italija Noćenja - Investiranje	3.955E8	7433422 2.884	2809569 5.379	3.268E8	4.643E8	14.07 7	6	.000

Tablica 14: Paired samples test noćenja turista i investiranja u promidžbu turizma Italije

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju (13.04.2016)

Po dobivenim rezultatima možemo isčitati da je signifikantnost manja od 0.05 te prihvaćamo H1 hipotezu koja govori da promjene broja noćenja kroz godine su povezana s ukupnim investicijama u promidžbu turizma. Kada Italija ulaže u promidžbu turizma po podatcima ona sebi osigura veći broj noćenja.

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Italija Dolasci – Investiranje	5697428.571	1320024 8.001	4989224.779	-6510764.669	1790562 1.812	1.142	6	?97

Tablica 15: Paired samples test dolazaka dolazaka i investiranja u promidžbu turizma Italije

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju (13.04.2016)

Iako se zaključilo da investiranje utječe na broj noćenja gostiju u slučaju dolazaka gostiju nije ista priča. Signifikantnost je veća od 0.05 što znači da se prihvaća H0 hipoteza gdje promjene broja dolazaka kroz godine nisu povezane s ukupnim investicijama u promidžbu turizma.

Zadnjim testom se pokazala moja teorija da kretanje BDP-a i broj noćenja su povezana s investiranjem u promidžbu turizma no pošto Italija uživa u stvorenom brand-u svoje države ne mora toliko brinuti za broj dolazaka jer očito i kroz godine financijske krize nije imala veliki pad broja gostiju a i iako je imala pad nije bilo zbog smanjenog investiranja u promidžbu turizma.

4.4. Hrvatska

Oduvijek se znalo da Hrvatska ovisi o turizmu te da je to njen najjači izvoz i drago mi je da smo u prijašnjoj cjelini vidili kako iz godine u godinu, iako je financijska kriza bila, investira sve više i više u promidžbu turizma. Po sljedećim podatcima ćemo saznati točno koliko ovisi Hrvatski kretanje BDP-a i investiranje u promidžbu turizma.

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Hrvatska BDP - Investiranje	5.602E10	4.526E9	1.711E9	5.183E10	6.020E10	32.745	6	.000

Tablica 16: Paired samples test dolazaka BDP-a i investiranja u promidžbu turizma Hrvatske

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju (13.04.2016)

Signifikantnost je manja od 0.05 i zaključujemo da postoji razlika između kretanja BDP-a i investiranja u promidžbu turizma. Ako se kretanje BDP-a u pozitivnom ili negativnom trendu rasta to automatski podrazumijeva više ili manje ulaganja odnosno investiranja u promidžbu turizma države.

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Hrvatska Noćenja - Investiranje	33542857.143	7973467.908	3013687.596	26168629.249	40917085.037	11.130	6	.000

Tablica 17: Paired samples test noćenja turista i investiranja u promidžbu turizma Hrvatske

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju (13.04.2016)

Po dobivenim rezultatima možemo isčitati da je signifikantnost manja od 0.05 te prihvaćamo H1 hipotezu koja govori da promjene broja noćenja kroz godine su povezana s ukupnim investicijama u promidžbu turizma. Kada Hrvatska ulaže u promidžbu turizma po podatcima ona sebi osigura veći broj noćenja. To je već otprije znano da se što veći trud država da u promidžbu to veći bude dolazak gostiju.

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Hrvatska Dolasci - Investiranje	-1809857	1207422	4563629	-2926537	-6931771	-3.966	6	.007
		1.429	9.345	.732	1.103	.754			

Tablica 18: Paired samples test dolazaka dolazaka i investiranja u promidžbu turizma Hrvatske

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju (13.04.2016)

Iz priloženog grafikona isčitavamo da prihvaćamo H1 hipotezu odnosno da promjene broja dolazaka kroz godine su povezane s ukupnim investicijama u promidžbu turizma.

Dokazali smo ono što je već godinama pričano u našoj državi a to je da što većim investiranjem u promidžbu dolazi nam što više gostiju te ostaju duže odnosno broj noćenja je sve veći i veći. Kako bi se naravno samo povećao pozitivan trend rasta treba se ulagati što više u promidžbu što Hrvatska radi svake godine iako se nalazi u financijskoj krizi ali su shvatili da ako želimo održati naš najveći priljev prihoda konstantnim moramo ulagati. Koliko se da toliko se i dobije.

4.5. Grčka

Grčka ima negativan trend u BDP-u i ne investira u promidžbu turizma od 2009. godine onoliko koliko je prije tih godina. Ona je jedna od država Mediterana koja je najjače pogođena te se to reflektira na njene pokazatelje, kao što smo vidili u prijašnjim cjelinama.

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Grčka BDP - Investiranje	2.626E11	4.212E10	1.592E10	2.236E11	3.015E11	16.494	6	.000

Tablica 19: Paired samples test dolazaka BDP-a i investiranja u promidžbu turizma Grčke

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju (13.04.2016)

Signifikantnost je manja od 0.05 i zaključujemo da postoji razlika između kretanja BDP-a i investiranja u promidžbu turizma.

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Grčka Noćenja - Investiranje	284728 57.143	432975 80.654	1636494 7.254	-1157072 6.237	6851644 0.523	1.740	6	.133

Tablica 20: Paired samples test noćenja turista i investiranja u promidžbu turizma Grčke

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju (13.04.2016)

Po dobivenim rezultatima možemo isčitati da je signifikantnost veća od 0.05 te prihvaćamo H0 hipotezu koja govori da promjene broja noćenja kroz godine nisu povezane s ukupnim investicijama u promidžbu turizma. Iako bi se lako dalo doći do zaključka da ako jedna država ulaže više u promidžbu samog turizma da bi to automatski povećalo broj turističkih kretanja, u ovom slučaju noćenja, ali nije. U sljedećem grafikonu ćemo vidjeti drugo turističko kretanje a to je ukupni dolasci gostiju kroz godine financijske krize.

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Grčka Dolasci - Investiranje	-2839628 5.714	3218703 3.495	1216555 5.153	-5816432 6.794	1371755 .365	-2.334	6	058

Tablica 21: Paired samples test dolazaka dolazaka i investiranja u promidžbu turizma Grčke

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju (13.04.2016)

Iako se zaključilo da investiranje utječe na broj noćenja gostiju u slučaju dolazaka gostiju nije ista priča. Signifikantnost je veća od 0.05 što znači da se prihvaća H0 hipoteza gdje promjene broja dolazaka kroz godine nisu povezane s ukupnim investicijama u promidžbu turizma. Zaključak je da Grčka iako iz godine u godinu sve manje ulaže u promidžbu turizma to ne utječe na broj dolazaka gostiju ni njihova noćenja. Pošto ovi faktori nisu povezani ne utječu jedni na druge. Grčka kao i Italija uživa u brand-u svoje države i makar se događa financijska kriza i situacija nije odlična to goste neće odgovorit od odlaska u te države na odmor jer im je važnija njihova ljepota o kojoj se priča desetljećima nego kako se država nosi s financijskom krizom.

4.6. Ishod suodnosa

Zaključci dobiveni doneseni su na temelju istraživanja i korištenih varijabli u istraživanju ali naravno postoje mogućnosti kako postoje i druge varijable koje su potencijalno utjecale na rezultate, ali zbog ograničenog opsega svakog istraživanja pa i ovog, iste nisu razmatrane.

Portugal, kao i u mnogim zemljama, doživljava teška vremena. Nezaposlenost i porezi su porasli, plaće padaju. No, temperament ljudi znači da su u Portugalu reagirali uglavnom tužnom ostavkom, umjesto bijesom i nasiljem koje su viđeni u mjestima poput Grčke. Nove turističke inicijative se vide kao jedan od načina za poboljšanje Portugalskog blagostanja, naglasivši koliko je Algarve naselje, koje je predugo utjelovljene mnogih ljudi „Ideja o odmoru u Portugalu“ - zajedno s glavnim gradom Lisabonom i, u manjoj mjeri, Porto.

U Portugalu je 2014. godine otvoreno više od 50 novih hotela, svi s četiri ili pet zvijezdica. Privatni investitori su rdizajnirali mnoge zgrade u starom dijelu Lisabona i drugim dijelovima Portugala kako bi se iznajmili turistima, pomažući državnom građevinskom sektoru. Svi ovi ustupci su pridonijeli rekordnom broju od 10 milijuna posjeta u 2015. godini. Iako Portugal nema povezanost noćenja s promidžbom u turizam ima s brojem dolazaka i upravo ove investicije u građevinski sektor će utjecati na broj dolazak u državu.

Španjolski turizam se godinama bazira na „Sun, sea and sand“ (u nastavku teksta će se koristiti kratica 3S) što markira sezonski turizam kroz godinu, što dovodi do premali iskorištenosti turističkih kapaciteta. Iako je istraživanje pokazalo da dolazak gostiju je u porastu opet ne to nedovoljno te se čini čak da stagnira. Uz sezonski turizam isto tako se javlja i problem sezonskog zaposlenja gdje onda zaposlenici van sezone nemaju stalno zaposlenje. Španjolska ima plan kroz narednih nekoliko godina smanjiti visoku sezonalnost (Srpanj-Rujan) te uvesti mjere povećanja radnog zaposlenja van sezone. Isto tako bi bilo korisno da se poveća ponuda turizma s ciljnim segmentima koji su manje sezonski, više isplativi i imaju visoki potencijal za razvoj, karakteristike koje su zajedničke kulturnom turizmu.

Italija je država koja pati od sezonskog turizma te osjeća njegove utjecaje jače od Španjolske. Svake godine u Italiju dolazi sve više turista da bi se divili kulturnim znamenitostima i ljepotama Italije. No kako je i Italiju zahvatila financijska kriza ona više ne ulaže u

održavanje tih kulturnih znamenitosti i ne vidi se u skoroj budućnosti njihovo restauriranje. Restauriranje jest skupi pothvat i vlada Italije možda sad u krizi nije sklona trošenju sredstava na tome ali moraju shvatiti da im turizam trenutno potpomaže da se efekti krize manje osjete. Također u Italiji vlada nered glede promocije države jer ne postoji usklađena nacionalna kampanja za promociju turizma te svaki grad ili gradić sami sebe promoviraju. No mnogi brane turizam Italije što je tako neraspoređen i „neuredan" s izlikom da je to u mentalitetu građana i da oni nikad neće biti kao Nizozemci ili Švicarci jer su oni Talijani.

Godinama turizam krpa sve veće budžetske rupe, i da ga nema, već bi Hrvatska odavno bankrotirala. No, sve ukazuje da je dugoročno to neodrživo. Turizam ne može sam. I ekonomska kriza, a sada i prijetnja sigurnosti, ukazuju da industriju ništa ne može zamijeniti. Svaka zemlja koja drži do sebe daje joj prednost. Hrvatska ima najveći udio turizma u BDP-u u cijeloj Europskoj uniji: turizam čini oko 19 posto ili gotovo petinu domaće ekonomije. Hrvatska se tokom ovog istraživanja pozitivno prikazala gdje iz godine u godinu ulaže sve više i više u promidžu te se to reflektira na dolaske i noćenja gostiju. Naravno da bi to moglo biti bolje ali s time da su godine iza nas i ispred nas godine krize smatram da će turizam biti uspješan iz godine u godinu.

Grčku je zahvatila jaka kriza gdje se građani konstantno bune i izlaze na ulice protestirati. Mnogima bi to bio alarm za ne dolaziti u posjet ali stari posjetitelji koji godinama borave ljeti u Grčkoj znaju da su takvi prosvjedi bili i u godinama "mira i blagostanja". Tokom godina kriza vlada Grčke je sve manje i manje ulagala u promidžbu turizma ali nije se to reflektiralo negativno na dolaske i noćenja turista jer Grčka ima jak image u svijetu i nikakvi prosvjedi neće ljude odvojiti od ugodnog odmora. No trenutna izbjeglička kriza je poljuljala malo image Grčke gdje gosti iz straha izbjegavaju dolazak u tu zemlju te traže druge alternativne destinacije. U to ime Grčka mora osmisliti novu promidžbenu kampanju gdje osigurava siguran i ugodan boravak u svojoj državi.

5. ZAKLJUČAK

Financijska kriza je u jeku već skoro deset godina i zahvatila je većinu zemalja Europe. Njeni utjecaji su vidljivi još danas u gospodarstvima zemalja. Nama za cilj je bio pregled pet zemalja Mediterana koje uživaju u visokom prihodu od turizma ali imaju gubitke gospodarske od financijske krize. Globalna financijska kriza ukazuje na nepomirljive unutrašnje proturječnosti jednog modela razvoja. Goleme državne intervencije bile su jedini način da se izbjegne potpuna katastrofa. Jedna od intervencija koje smo obradili u radu je investiranje u promidžbu u turizam. Po zaključku rada možemo vidjeti da određene zemlje su imale pozitivan rast turističkih kretanja zahvaljujući sve većim investiranjem u promidžbu turizma dok neke države su iz godine u godinu sve manje investirale u promidžbu turizma i ponovo su imale svaku godinu pozitivan trend rasta noćenja i dolazaka gostiju. Kretanje BDP-a država je ovisilo o financijskoj krizi te njegovo kretanje je isto tako utjecalo na omjer investiranja u promidžbu u turizmu kod nekih država.

Kod svih analiziranih država smo imali ovisnost kretanja BDP-a i investiranja u promidžbu turizma. Znači da što je veći ili manji BDP biti će veća ili manja investiranja. Što se tiče turističkih kretanja podijelili smo ih na noćenja i dolaske gostiju. Tu smo već naišli na različite rezultate. Kod noćenja gostiju u državama Mediterana kod država Španjolske, Italije i Hrvatske postoji ovisnost broja noćenja i investiranja u promidžbu turizma. Noćenje je vrlo važan indikator jer nam govori koliko se gosti zadržavaju u pojedinoj državi te koliko im je ona privlačna da se zadrže duže od jednog dana. Kod država Portugala i Grčke broj noćenja gostiju i investiranje u promidžbu turizma nije povezano, što znači da ako se kroz godine mijenjao iznos investiranja u turizam nije utjecalo na broj noćenja gostiju.

Pri pregledu broja dolazaka gostiju sve zemlje su imale pozitivan trend rasta. Sad koliko je to imalo veze s investiranjem u promidžbu turizma smo istražili. U državama Portugalu i Hrvatskoj imali smo povezanost dvaju čimbenika što znači da u godinama financijske krize njihovo ulaganje u promidžbu turizma je utjecalo na broj gostiju koji su došli u posjet. Hrvatska je iznenadila jer je iz godine u godinu povećavala investiranja u promidžbu, usprkos financijskoj krizi i recesiji, te joj je to rezultiralo povećanim brojem dolazaka gostju. Države

Španjolska, Italija i Grčka nisu imale povezanost broja gostiju i investiranja u promidžbu turizma, te se dolazi do zaključka da iako su u financijskoj krizi u tim godinama bile gostima to nije bilo važno te te države uživaju u brand-u koji imaju te se njihov broj gostiju nije drastično smanjio u godinama financijske krize. Do vrlo zanimljivih zaključaka se došlo jer koliko god financijska kriza i recesija zvuče negativno ipak su se neke države potrudile da investiraju u promidžbu turizma i to im je naveliko vraćeno u pozitivnom rastu trenda broja gostiju i broja noćenja.

Neovisno o stabilnoj stopi očekivanog dugoročnog rasta, međunarodni je turistički promet povremeno izložen različitim egzogenim šokovima, bez obzira je li riječ o epidemiji neke bolesti, financijskoj i/ili gospodarskoj krizi većih razmjera ili političkih nestabilnosti i ratova. U kriznim okolnostima, a budući da je riječ o aktivnosti koja se financira iz diskrecijskog dohotka, broj turističkih putovanja u pravilu se značajno smanjuje u odnosu na uobičajeno stanje. Međutim, za razliku od nekih drugih gospodarskih aktivnosti, vrlo brzo po završetku kriznog stanja, međunarodni se turistički tokovi na globalnoj razini stabiliziraju i vrate u normalu. Pritom valja imati na umu da svako krizno stanje, svaka gospodarski i/ili politički inducirana nestabilnost ima svoje pobjednike i svoje gubitnike. Drugim riječima intenzitet turističkog prometa u pojedinim je svjetskim makroregijama, ali i zemljama različit u vremenu prije i poslije krize. Pritom su pobjednici uvijek one regije i one zemlje koje se najbrže prilagode novonastaloj situaciji na tržištu. Isto vrijedi i za pojedinačne gospodarske subjekte.

Države investirale ili ne investirale u promidžbu turizma pate od financijske krize i njihov je zadatak naći rješenja izlaska iz financijske krize. Drugi istraživači ne vide brz kraj financijske krize ali prema našem istraživanju može se vidjeti da iako država ne investira opet ima priličan broj gostiju i noćenja ali za duži period potrebno je dodatno investiranje pogotovo u zemljama koje su prema istraživanju imale ovisnost dvaju čimbenika. Ne sve države, ovdje uzete u obzir, žive od turizma. Ali ako je dokazano da turizam potpomaže u rastu BDP-a koji kasnije rezultira mogućim povećanjem investiranja što pomaže kasnije povećanju broja gostiju i noćenja te tako raste BDP, znači da bi se po tom pitanju države trebale više pozabaviti i time sebi rezultirati manje štete nastale financijskom krizom.

LITERATURA

- **Knjige**

1. Osmanagić-Bedenik, N. (2007) : **Kriza kao šansa,** Školska knjiga, Zagreb
2. Sučević, D., (2010) : **Krizni menadžment**, Lider, Zagreb
3. Bahovec V., Erjavec, N. (2009): **Uvod u ekonometrijsku analizu**, Element d.o.o., Zagreb, I izdanje
4. Belak, V. (2009): **Ispitivanje solventnosti poslovnog partnera**, Računovodstvo, revizija i financije, Zagreb, 9, 85-89
5. Šimić, S., (2012) : **Financijska kriza i globalizacija**, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Split, Split
6. Šonje, V., (2000) : **Financijska kriza**, Hrvatska narodna banka, Zagreb
7. Bokan, N., Grgurić, L., Krznar, I., Lang, M.(2010): **Utjecaj financijske krize i reakcija monetarne politike u Hrvatskoj,** Hrvatska narodna banka, Zagreb
8. Leko, V., Božina, L.(2005): **Novac, bankarstvo i financijske tržišta**, Adverta,
9. Pečarić, M., Nikolić N.(2007): **Osnove monetarne ekonomije ,**Ekonomski fakultet Split, Split
10. Pojatina, D.(2000): **Tržište kapitala** , Ekonomski fakultet Split, Split.
11. Starčević A.(2009): **Globalni financijski sustav nakon krize,** Druga ekonomska konferencija ZŠEM-a,p.5
12. Felton, A., Reinhart, C., (2008): **Prva globalna financijska kriza 21. stoljeća**, Novum, Zagreb
13. Bokan, N. (2009): **The impact of the financial crisis and policy responses in Croatia**, Croatian National Bank, Zagreb
14. Baum, T., Lundtorp, S., (2001): **Seasonality in tourism,** Pergamon, Amsterdam
15. Petrić, L., (2003): **Osnove turizma**, Ekonomski fakultet, Split
16. Belak, S. (2005) : **Uvod u znanosti**, Šibenik, Visoka škola za turistički menadžment u Šibenik
17. Šimić, S., (2012) : **Financijska kriza i globalizacija**, diplomski rad, Sveučilište u Splitu, Split
18. Renić, K., (2011) : **Financijska kriza i njeni odjeci u Hrvatskoj,** diplomski rad, Sveučilište u Splitu, Split

19. Henderson, J.C., (2011) : **Managing tourism crises**, Transferred to Taylor & Francis as of 2011
20. Laws, E., Prideaux, B., Chon, K.S., (2006) : **Crisis management in tourism**, CABI, Ujedinjeno Kraljevstvo
21. Butler, R. (2008.) : **Modern Tourism and Its Development in a PostModern Age**. Tourism Development Revisited.Concepts, Issues and Paradigms (str. 54–63). New Delhi: SAGE Publications Pvt. Ltd
22. Steiner, C., Richter, T., Dörry, S., Neisen, V., Stephenson, M. L., Lemma, A. F. , Mitchell, J. G. B. (2011.) **: Economic crisis, international tourism decline and its impact on the poor. An analysis of the effects of the global economic crisis on the employment of poor and vulnerable groups in the tourism sector**, Madrid: World Tourism Organization (UNWTO)
23. Blažević, B. (2007).: **Turizam u gospodarskom sustavu**, Opatija, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji
24. Butler, R.W. (1980).: **The concept of a tourism area cycle of evolution**, Implications for the menagement of resources, Canadian Geographer
25. Cooper, C., Fletcher, J., and others (2005).: **Tourism principles and practices**, Pearson education
26. Dulčić, A., Petrić, L. (2005).: **Upravljanje razvojem turizma**, Zagreb, Mate
27. Kušen, E. (2010).: **A system of tourism attractions**, Tourism, 58(4)
28. Lickorish, L.J., Jenkins, C.L. (2006).: **Uvod u turizam**, Split, Ekokon
29. Senečić, J. (1998).: **Promocija u turizmu**, Zagreb, Mikrorad
30. Zelenika, R. (2000).: **Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog rada (četvrto izdanje)**, Rijeka, Ekonomski fakultet u Rijeci
31. Belak, V. (2008).: **Tajne tržišta kapitala**, Zagreb, Belak Excellens
32. Kinoshita, Y. (2004).: **Estimating the determinants of foreign direct investment inflows: how important are sampling and omitted variable biases?**, Helskinki, Bank of Finland, Institute for Economies in Transition
33. Callan, E. (2015): **Full Circle: A memoir of leaning in too far and the journey back**, Library of Congress, SAD
34. Sorkin, A.R. (2010).: **Too Big to Fail: The Inside Story of How Wall Street and Washington Fought to Save the Financial System--and Themselves**, Penguin group, SAD

35. Lewis, M. (2013): **Oklada stoljeća**, Mate d.o.o.
36. Radošević, D. (2014).: **Financialisation and Financial Crisis in South-Eastern European Countries**, Academic Research
37. Piketty, T. (2012**).: Kapital u dvadeset prvom stoljeću**, Zagreb, Profil
38. Felton, A., Reinhart, C. (2008).: Prva **globalna financijska kriza 21.stoljeća**, Zagreb
39. Krugman, P.(2008).: **The Conscience of a Liberal**, New York, London: W.W. Norton & Company
40. Reinhart, C., Kenneth, R. (2009).: **The Aftermath of Financial Crises**, American Economic Review
41. Reinhart, C.M., Kenneth R. (2009).: **This Time is Different: Eight Hundred Years of Financial Folly**, Princeton: Princeton University Press
42. Horvat, S. (2010).: **Financijska kriza u teoriji svjetskog poretka**, Zagreb
43. Attali, J. (2009**).: Kriza, a poslije?**, Meander media, Zagreb
44. Novalić, F. (2014).: **Demokarcija i globalna kriza**, Sveučilišna knjižara, Zagreb
45. Soros, G. (2000).: **Kriza globalnog kapitalizma**, Feral Tribune, Split
46. Veselica, V. (2012).: **Svekolika hrvatska kriza**, Zagreb
47. Krugman, P.R. (2014**).: Odmah okončajmo ovu krizu**, Algoritam, Zagreb
48. Laitman, M. (2013).: **Vodič za novi svijet : zašto je uzajamno jamstvo ključ našeg oporavka od globalne krize**, Izdanja Antibarbarus, Zagreb
49. Varoufakis, Y. (2015).: **Globalni minotaur**, Profil knjiga, Zagreb
50. Zandi, M.M. (2010).: **Financijski šok : globalna panika i vladine sanacije - kako smo dospjeli ovamo i što moramo učiniti da bismo popravili stvar**, Mate, Zagreb
51. Graeber, D. (2013**).: Dug – prvih 5000 godina**, Fraktura, Zaprešić
52. Reinhart, C.M. (2012).: **Ovaj put je drukčije : osam stoljeća financijske gluposti**, Hrvatska gospodarska komora, Zagreb
53. Mason, P. (2016).: **Postkapitalizam – vodič za našu budućnost**, Fokus komunikacija, Zagreb
54. Staed, C.K. (2013).: **Rizik**, Edicije Božičević, Zagreb
55. Kotler, P. (2009).: **Kaotika : upravljanje i marketing u turbulentnim vremenima**, Mate, Zagreb
56. Laws, E., Prideaux, B., Chon, K.S., (2006) : **Crisi management in tourism**, CABI, Ujedinjeno Kraljevstvo

- **Članci**

57. Belak, V. (2009): **Ispitivanje solventnosti poslovnog partnera**, Računovodstvo, revizija i financije, Zagreb, 9, 85-89
58. Starčević A.(2009): **Globalni financijski sustav nakon krize,** Druga ekonomska konferencija ZŠEM-a,p.5
59. Guduraš, D.(2014): **Economic crisis and tourism: case of the greek tourism sector,** Ekonomska misao praksa, vol.2, str 613-632
60. Borza, M.,(2014): **The effects of financial crisis on tourism market,** CERNESIM Project, funded by POS CCE Programme, based on the Contract no. 257/28.09.2010.
61. Kapiki, S., (2012): **The Impact of Economic Crisis on Tourism and Hospitality,** Central European Review of Economics and Finance, Vol. 2. No 1 (2012) str. 19-30
62. Rodriguez, X., Rivadulla, R., (2012) : **Tourism in Spain : disaggregated analysis of the international demand**, Regional and Sectoral Economic Studies, Vol. 12-1
63. Butler, R. (2008.) : **Modern Tourism and Its Development in a PostModern Age**. Tourism Development Revisited.Concepts, Issues and Paradigms (str. 54–63). New Delhi: SAGE Publications Pvt. Ltd
64. Zelenika, R.(2000): **Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela**, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka

- **Internet izvori**

65. **http://www.tradingeconomics.com**
66. **http://www.huffingtonpost.com**
67. **http://www.jutarnji.hr**
68. **http://dnevnik.hr/vijesti**
69. **http://www.poslovni.hr/**
70. **https://hr.wikipedia.org/wiki**

POPIS ILUSTRACIJA

➢ POPIS GRAFIKONA

- **Grafikon 1: Iznos BDP-a Portugala od 2008. do 2014.**

Izvor: http://data.worldbank.org/country/portugal

- **Grafikon 2: Iznos BDP-a Španjolske od 2008. do 2014.**

Izvor: http://data.worldbank.org/country/spain

- **Grafikon 3: Iznos BDP-a Italije od 2008. do 2014.**

Izvor: http://data.worldbank.org/country/italy

- **Grafikon 4: Iznos BDP-a Hrvatske od 2008. do 2014.**

Izvor: http://data.worldbank.org/country/croatia

- **Grafikon 5: Iznos BDP-a Grčke od 2008. do 2014.**

Izvor: http://data.worldbank.org/country/greece

- **Grafikon 6: Omjer noćenja i dolazaka turista u Portugal od 2008. do 2014.**

Izvor: Instituto nacional de estetistica statistics Portugal, https://www.ine.pt/xportal

- **Grafikon 7: Omjer noćenja i dolazaka turista u Španjolskoj od 2008. do 2014.**

Izvor: The World Bank, http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL

- **Grafikon 8: Omjer noćenja i dolazaka turista u Italiji od 2008. do 2014.**

Izvor: The World Bank, http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL

- **Grafikon 9: Omjer noćenja i dolazaka turista u Hrvatskoj od 2008. do 2014.**

Izvor: The World Bank, http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL

- **Grafikon 10: Omjer noćenja i dolazaka turista u Grčkoj od 2008. do 2014.**

Izvor: The World Bank, http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL

- **Grafikon 11: Investiranje u promidžbu u Portugalu od 2008. do 2014.**

Izvor: OECD Tourism Trends and Policies, http://dx.doi.org/10.1787/tour-2014-en

- **Grafikon 12: Investiranje u promidžbu u Španjolskoj od 2008. do 2014.**

Izvor: OECD Tourism Trends and Policies, http://dx.doi.org/10.1787/tour-2014-en

- **Grafikon 13: Investiranje u promidžbu u Italiji od 2008. do 2014.**

Izvor: OECD Tourism Trends and Policies, http://dx.doi.org/10.1787/tour-2014-en

- **Grafikon 14: Investiranje u promidžbu u Hrvatskoj od 2008. do 2014.**

Izvor: OECD Tourism Trends and Policies, http://dx.doi.org/10.1787/tour-2014-en

- **Grafikon 15: Investiranje u promidžbu u Grčkoj od 2008. do 2014.**

Izvor: OECD Tourism Trends and Policies, http://dx.doi.org/10.1787/tour-2014-en

➢ POPIS SLIKA

- **Slika 1. Kamatne stope središnje banke**

Izvor: Die Welt der Leitzinsen im Überblick, **www.leitzinsen.info, (16.04.2016)**

➢ POPIS TABLICA

- **Tablica 1. Učestalost upotrebe riječi na Internetu**
- **Tablica 2: Iznos BDP-a Portugala od 2008. do 2014.**

Izvor**:** http://data.worldbank.org/country/portugal

- **Tablica 3: Iznos BDP-a Španjolske od 2008. do 2014.**

Izvor**:** http://data.worldbank.org/country/Spain

- **Tablica 4: Iznos BDP-a Italije od 2008. do 2014.**

Izvor**:** http://data.worldbank.org/country/italy

- **Tablica 5: Iznos BDP-a Hrvatske od 2008. do 2014.**

Izvor**:** http://data.worldbank.org/country/croatia

- **Tablica 6: Iznos BDP-a Grčke od 2008. do 2014.**

Izvor**:** http://data.worldbank.org/country/greece

- **Tablica 7: Paired samples test BDP-a i investiranja u promidžbu turizma Portugala**

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

- **Tablica 8: Paired samples test noćenja turista i investiranja u promidžbu turizma Portugala**

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

- **Tablica 9: Paired samples test dolazaka gostiju i investiranja u promidžbu turizma Portugala**

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

- **Tablica 10: Paired samples test dolazaka BDP-a i investiranja u promidžbu turizma Španjolske**

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

- **Tablica 11: Paired samples test noćenja turista i investiranja u promidžbu turizma Španjolske**

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

- **Tablica 12: Paired samples test dolazaka dolazaka i investiranja u promidžbu turizma Španjolske**

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

- **Tablica 13: Paired samples test dolazaka BDP-a i investiranja u promidžbu turizma Italije**

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

- **Tablica 14: Paired samples test noćenja turista i investiranja u promidžbu turizma Italije**

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

- **Tablica 15: Paired samples test dolazaka dolazaka i investiranja u promidžbu turizma Italije**

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

- **Tablica 16: Paired samples test dolazaka BDP-a i investiranja u promidžbu turizma Hrvatske**

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

- **Tablica 17: Paired samples test noćenja turista i investiranja u promidžbu turizma Hrvatske**

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

- **Tablica 18: Paired samples test dolazaka dolazaka i investiranja u promidžbu turizma Hrvatske**

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

- **Tablica 19: Paired samples test dolazaka BDP-a i investiranja u promidžbu turizma Grčke**

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

- **Tablica 20: Paired samples test noćenja turista i investiranja u promidžbu turizma Grčke**

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

- **Tablica 21: Paired samples test dolazaka dolazaka i investiranja u promidžbu turizma Grčke**

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

SAŽETAK

Tema ovog rada je statistički analizirati i doći do zaključka da li u godinama krize, od 2008. do 2014. godine, ulaganje u promidžbu turizma utjecalo na kretanje BDP-a i turistička kretanja pet zemalja Mediterana. Teorijski dio rada je obuhvatio literaturu iz područja financijske krize, njenih uzroka i posljedica te koje sve vrste financijskih kriza postoje te koje su njihove posljedice na zemlje zahvaćene financijskom krizom. Također, posebna pozornost je posvećena pojmu investiranja u doba financijske krize te kako u vremenu recesije i problema naći razloge i resurse za investiranje.

Rad se sastoji od teorijskog i empirijskog dijela istraživanja, razrađenih na temelju definiranog problema. Problem istraživanja je količina investiranja u promidžbu turizma te koliko to uistinu potpomaže državama da smanje efekte financijske krize.

Kao osnovni cilj rada je uvidjeti da li financijska kriza i njen utjecaj osciliranja BDP-a i turističkih kretanja ima povezanost s uloženim investicijama u promidžbu turizma. Nakon pomnog prikupljanja podataka od razlike od 7 godina podatci su se grupirali i detaljno po državama analizirali. Nakon toga slijedi empirijski dio gdje je u programu SPSS istraženo koliko svi čimbenici utječu jedan na drugog te zaključak samog rada. Za cilj je bio u godinama najviše financijske krize da li postoji uska povezanost kretanja BDP-a i turističkih kretanja naspram investiranja u promidžbu turizma.

Glavni rezultati istraživanja diplomskog rada su otkrili da su rezultati za pojedine države različiti te čak one koje iz godine u godinu sve manje investiraju u promidžbu turizma imaju sve veći broj dolazaka i noćenja u godini, dok države koje investiraju sve više iz godine u godinu isto imaju povećan broj noćenja i dolazaka u godini. Zaključak da koliko god investiranje u promidžbu turizma pomaže u izgradnji bolje turističke godine toliko i nije od prevelike važnosti.

Ključne riječi: financijska kriza, Mediteran, investiranje u promidžbu turizma

SUMMARY

The theme of this master's is analyse statistically and come to a conclusion wheather in the years of crisis, between 2008. until 2014., investing in promotion of tourism effected the changing of GDP and tourism movement of five Mediterranean countries. The theoretical part of the master's consists of literature in the area of financial crisis, her effects and consequences and what types of financial crisis there are and what are their consequences on countries effected by financial crisis. Also, special attention is paid to the term investing in time of financial crisis and how to in time of recession and problems find reasons and resources to invest.

The work consists of theoretical and empirical part of the research developed on the basis of clearly defined problem. The research problem is the amount of investments in promoting tourism and exactly how much they help countries to lower the effects of financial crisis.

The aim of this study is to see if financial crisis and her effect of oscillation of GDP and tourism movement has a connection with investing in promotion of tourism. After carefully colecting data from 7 years time the data have been grouped and in detail according to countries analyzed. After that comes the empirical part where in SPSS programe is researched how much all the factors influence each other and the very conclusion of the work. The aim was in years of the greatest financial crisis investigate the connection between GDP and tourism movement versus investing in tourism promotion.

The main results of this research have found that the results for each country are different and even the ones which from year to year invest less and less in promoting tourism still have greater number of comings and nights per year, while countries which invest more each year have more comings and nights per year. Conclusion is that how much investing in promotion of tourism helps in building better tourism season it is not as such of a great importance.

Key words: financial crisis, Mediterranean, investing in promotion of tourism