

Turistička satelitska bilanca Republike Hrvatske

Kristić, Rebeka

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Dubrovnik / Sveučilište u Dubrovniku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:155:111935>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-12**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Dubrovnik](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U DUBROVNIKU
ODJEL ZA EKONOMIJU I POSLOVNU EKONOMIJU

REBEKA KRISTIĆ
TURISTIČKA SATELITSKA BILANCA REPUBLIKE
HRVATSKE

ZAVRŠNI RAD

Dubrovnik, lipanj, 2021.

SVEUČILIŠTE U DUBROVNIKU
ODJEL ZA EKONOMIJU I POSLOVNU EKONOMIJU

TURISTIČKA SATELITSKA BILANCA REPUBLIKE
HRVATSKE

ZAVRŠNI RAD

Studij: Poslovna ekonomija

Studijski smjer: Turizam

Kolegij: Ekonomika turizma

Mentor: prof. dr. sc. Ivana Pavlić

Student: Rebeka Kristić

Dubrovnik, lipanj, 2021.

SAŽETAK

Sve veći porast turističkih kretanja, posebice u zadnjih par desetljeća, doveo je do brojnih promjena koje su nastale pod njegovim neposrednim utjecajem. Najveće takve promjene koje su nastale zbog turizma doživjele su turistički receptivne zemlje. Turizam je pojava modernog doba, a može imati razne izravne i neizravne učinke na neku zemlju i njezino nacionalno gospodarstvo. Zbog masovnosti i složenosti turizma, njegov stvarni ekonomski doprinos ne može se precizno odrediti ni izračunati. Iz tih razloga razvila se potreba za izradom općeprihvaćene i jedinstvene metode mjerenja cjelokupnih učinaka turizma, kako bi se točno mogao odrediti njegov stvarni utjecaj i uloga u nekoj zemlji. Tako je došlo je do nastanka statističkog izračuna pod nazivom Turistička satelitska bilanca (TSA), čiji rezultati jasno pokazuju značaj turizma za ukupno nacionalno gospodarstvo. Mnoge zemlje služe se Turističkom satelitskom bilancom već godinama, no u Hrvatskoj je tek 2008. izrađena prva eksperimentalna verzija satelitske bilance za 2005. od strane Instituta za turizam. Takav jedan izračun, poput TSA, je od velikog značaja jer omogućava detaljnije sagledavanje važnih komponenti koje su vrlo često skrivene i nisu obuhvaćene pri sagledavanju utjecaja turističkih aktivnosti. Prvu TSA kao sredstvo mjerenja, razvile su dvije međunarodne organizacije; UNWTO i OECD, u suradnji s još velikim brojem značajnih institucija. TSA je nastala kao dodatak već uspostavljenom Sustavu nacionalnih računa (SNA) kako bi se lakše i bolje uključivale statistike turizma u statistiku nacionalnih računa i da bi se omogućila međunarodna usporedivost tih podataka. Satelitski račun turizma postao je 2019. dio službene statistike Republike Hrvatske pa se tako dobiveni rezultati izračuna mogu uspoređivati s rezultatima drugih zemalja. U Hrvatskoj su dosadašnji satelitski računi istaknuli i ukazali na vrlo visok značaj turizma u gospodarstvu, ali i u udjelu BDP-a. Jedna od najpozitivnijih strana TSA je što ona omogućuje potpunije sagledavanje učinaka od ostalih i prijašnjih metoda te je globalno prihvaćena, a obuhvaća ne samo dolaske i noćenja kao izravne učinke, već i mnoge druge vrijednosti kao udio zaposlenih u turizmu, turističke izdatke, bruto investicije, turističku potrošnju, turističku proizvodnju, itd. Za svaku zemlju preporuča se izrada Turističkih satelitskih računa, a u Hrvatskoj, kao razvijenoj turističkoj zemlji, je odlučeno da će se objavljivati svake dvije godine i postat će dio službene statistike, čime bi se znatno unaprijedila i sama kvaliteta izračuna sveukupnog BDP-a.

Ovaj završni rad ima za cilj pobliže analizirati specifičnosti integriranih satelitskih računa i prema njima procijeniti realne doprinose koji nastaju kao posljedica turističkih kretanja na području Republike Hrvatske. Podaci i izračuni kao informacijska osnova potrebna za precizno određivanje veličine turističkog utjecaja, koristit će se iz raspoloživih statističkih izvora. Na temelju dobivenih podataka iz postojećih modela TSA iznositi će se zaključci kako bi se mogla procijeniti uloga turizma u cjelokupnom gospodarstvu Hrvatske.

Ključne riječi: Turizam, Turistička satelitska bilanca, Republika Hrvatska

ABSTRACT

The growing increase in tourist trends, especially in the last few decades, has led to several changes that have occurred under its direct influence. The biggest changes of the kind that have occurred due to tourism have been experienced by tourism-receptive countries. Tourism is a phenomenon of the modern age and can have various direct and indirect effects on a country and its national economy. Due to the massiveness and complexity of tourism, its actual economic contribution cannot be precisely determined or calculated. For these reasons, the need to design a generally accepted and unique method of measuring the overall effects of tourism has emerged to accurately determine its actual impact and role in a country. Thus, a statistical calculation called the Tourist Satellite Balance (TSA) was created, the results of which clearly show the importance of tourism for the overall national economy. Many countries have been using the Tourist Satellite Balance for years, but it was not until 2008 that the first experimental version of the satellite balance for 2005 was developed in Croatia by the Institute for Tourism. Such a calculation, like the TSA, is of great importance because it allows a more detailed view of important components that are very often hidden and not included in the consideration of the impact of tourism activities. The first TSA as a means of measurement was developed by two international organizations: the UNWTO and the OECD, in cooperation with a large number of other significant institutions. The TSA was created in addition to the already established System of National Accounts (SNA) to facilitate and better include tourism statistics in national accounts statistics and to allow for international comparability of these data. In 2019, the tourism satellite account became part of the official statistics of the Republic of Croatia, so the calculation results obtained in this way can be compared with the results of other countries. In Croatia, previous satellite accounts have highlighted and pointed to the very high importance of tourism in the economy, but also in the share of GDP. One of the most positive aspects of the TSA is that it provides a more complete view of the effects than other and previous methods and is globally accepted, and it includes not only arrivals and overnight stays as direct effects but also many other values such as employee share in tourism, tourism expenditures, gross investment, tourists' consumption, tourist production, etc. The preparation of Tourist Satellite Accounts is recommended for each country, and in Croatia, as a developed tourist country, it has been decided that it will be published every two years and will become part of official statistics, which would significantly improve the quality of overall GDP.

This final paper aims to analyse in more detail the specifics of integrated satellite accounts and to assess the real contributions that arise as a result of tourist trends in the Republic of Croatia. Data and calculations as an information basis needed to accurately determine the magnitude of the tourism impact will be used from available statistical sources. Based on the obtained data from the existing TSA models, conclusions will be drawn in order to assess the role of tourism in the entire Croatian economy.

Key words: Tourism, Tourism Satellite Account, Republic of Croatia

SADRŽAJ:

SAŽETAK.....	I
ABSTRACT	II
1. UVOD	1
1.1. Definicija rada	1
1.2. Svrha i ciljevi rada	1
1.3. Metodologija rada.....	2
1.4. Struktura rada	3
2. UTJECAJ TURIZMA NA NACIONALNO GOSPODARSTVO.....	4
2.1. Različiti pogledi na turizam u odnosu na nacionalno gospodarstvo.....	5
2.2. Pojam turističke potrošnje	7
2.3. Obilježja turističke potrošnje.....	8
2.3.1. Investicijska potrošnja u turizmu	9
2.3.2. Turizam kao izvor sredstava javne potrošnje.....	9
2.3.3. Turistička potrošnja kao dio agregatne potrošnje.....	10
3. TURISTIČKA SATELITSKA BILANCA	11
3.1. Povijesni razvoj turističke satelitske bilance	12
3.2. Struktura turističke bilance.....	14
3.3. Tablice TSA	15
4. TURISTIČKA SATELITSKA BILANCA NA PRIMJERU REPUBLIKE HRVATSKE..	21
4.1. TSA za 2011.....	22
4.2. TSA za 2016.....	26
4.3. Usporedba TSA Republike Hrvatske s ostalim zemljama	32
4.4. Rezultati istraživanja	36
5. ZAKLJUČAK	37
LITERATURA.....	38
INTERNET	39
PRILOZI.....	39
Popis slika	39
Popis tablica	39
Popis grafikona.....	40
Popis dijagrama	40

1. UVOD

Turistička satelitska bilanca (TSA) može se definirati kao izračun koji uključuje niz podataka vezanih za sve izravne i neizravne učinke koje turizam ima na cjelokupno gospodarstvo neke zemlje. Sveukupni utjecaj turizma kao vrlo složene gospodarske aktivnosti, i svih djelatnosti povezanih s njime, je jako teško precizno izračunati ili definirati. TSA obuhvaća velik opseg podataka koji podrazumijevaju postotak zaposlenosti u turizmu, turističku proizvodnju, bruto investicije, turističku potrošnju, turističke izdatke, itd. Također za razliku od ostalih metoda izračuna koristi strana, ali i domaća noćenja što značajno mijenja konačan rezultat bilance. Iako njegov učinak nije jasno određen, za svaku turističku zemlju preporuča se izrada turističkog satelitskog računa, zbog toga što omogućava planiranje turističke politike te sažima opsežan broj podataka.

1.1. Definicija rada

Predmet istraživanja završnog rada je turistička satelitska bilanca (TSA) Republike Hrvatske. U Hrvatskoj se koristi od 2014. godine, a nastala je kao izračun podataka vezanih za 2011. Važnost nastanka satelitskog računa može se ogledati kroz već davno poznati problem ekonomskih stručnjaka u Republici Hrvatskoj u preciznom mjerenju veličine ekonomskih učinaka turizma. Većina europskih zemalja se već godinama služi TSA kao glavnom metodom za statističko mjerenje turističkog uspjeha. Ključna uloga TSA je da ona detaljno analizira sve doprinose koji nastaju kao posljedica turističke aktivnosti na području Republike Hrvatske.

1.2. Svrha i ciljevi rada

Svrha i ciljevi ovog rada su utvrđivanje važnosti izrade satelitskog računa za Republiku Hrvatsku te analiziranje i procjena svih njezinih podataka i informacija, i na temelju toga donošenje zaključka o utjecaju turizma na nacionalno gospodarstvo. Zbog naglog razvoja turizma u svijetu, a osobito kod nas stvorila se potreba za stvaranjem takvog izračuna koji će nam u najvećoj mogućoj mjeri ukazati na učinke turizma za gospodarstvo određene zemlje. Stvarna uloga koju turizam ima na određeno gospodarstvo je najviše došla do izražaja u doba pandemije izazvane virusom Covid-19 koja je drastično pogodila turizam. Pojava novog virusa izazvala je veliki pad turističkih kretanja u cijelom svijetu, a jedan od najvećih razloga toga je što je upravo kretanje stanovništva način bržeg širenja virusa. Također pojava globalne

pandemije uzrokuje financijske krize u gospodarstvima te ljudi određeno vrijeme neće biti u stanju trošiti na turistička putovanja. Usporedbom podataka nastalih obavljanjem aktivnosti povezanih s turizmom iz prethodnih razdoblja s onim iz doba pandemije ostvaruje se smisao ovakvog oblika računa. To dokazuje koliko je važan ovakav statistički izračun i koja je svrha njegove izrade. Cilj mu je usporediti turistička kretanja u različitom vremenu i u različitim gospodarskim prilikama. Glavno obilježje ciljeva je njihova jasnoća, realnost i mjerljivost, a upravo je mjerljivost obilježje ciljeva koje omogućava uspoređivanje podataka i poduzimanje novih i poboljšanih aktivnosti u odnosu na planirane. TSA pruža kvalitetne i detaljne informacije vezane za turističke aktivnosti svih turističkih regija u Hrvatskoj i njihovih pojedinih razvijenih turističkih destinacija. Satelitski račun obuhvaća aspekte turizma od strane i ponude i potražnje, kako na regionalnoj tako i na lokalnoj razini. S obzirom na činjenicu da se turizam sastoji od više složenih gospodarskih aktivnosti koje nije uvijek moguće jasno definirati ni izdvojiti, dolazi do potrebe za uspostavljanjem satelitskih računa radi pregledavanja makroekonomskih važnosti turizma. Sukladno navedenom predmetu istraživanja rada, njegovim ciljevima i svrsi postavljene su sljedeće hipoteze:

H1: Uspostavljanje satelitskih računa može uvelike pridonijeti optimizaciji destinacijskog menadžmenta

H2: Turistička satelitska bilanca međunarodno je prihvaćena i pomaže pri shvaćanju makroekonomske važnosti turizma

H3: Za Republiku Hrvatsku, kao razvijenu turističku destinaciju, preporučena je izrada regionalnih satelitskih računa

1.3. Metodologija rada

Pri pisanju ovog završnog rada koristit će se provjerene metode kojima se služi znanstveno istraživanje. Za pisanje teorijskog dijela rada primjenjivat će se različite znanstvene metode kao što su metoda analize, sinteze, dedukcije, indukcije, opće metode deskripcije i komparacije prikupljenih kvantitativnih i kvalitativnih podataka. Pri prikupljanju informacija i podataka vezanih za istraživački dio rada koristit će se vrijednosti dobivene iz izvora Državnog zavoda za statistiku (DZS), Instituta za turizam te Eurostat-a koji predstavljaju vjerodostojni izvor statističkih podataka vezanih za Turističku satelitsku bilancu Republike Hrvatske. Tako prikupljene kvantitativne vrijednosti obuhvaćaju domaće i inozemne turiste svih demografskih skupina, a isključivo u godinama 2011. i 2016. za koje su izrađene odgovarajuće TSA. Za zapisivanje brojevanih podataka i njihovo objašnjavanje služit će se grafovima, dijagramima, tablicama i sl.

1.4. Struktura rada

Ovaj završni rad sastoji se od četiri poglavlja koja se skladno povezuju u jednu zaokruženu cjelinu. Prvo poglavlje uvodi čitatelja na predmet istraživanja, ciljeve i svrhu izrade rada sa postavljenim hipotezama te metode kojima se služi pri pisanju rada. Navedene hipoteze bit će potvrđene ili opovrgnute u zaključku rada.

Drugo poglavlje čini teorijski dio rada. U tom dijelu opisuju se glavne karakteristike i obilježja turizma te razlog zbog kojeg je i došlo do globalne potrebe za izradom unificiranog statističkog računa pod nazivom Turistička satelitska bilanca. Također su detaljno objašnjeni ključni pojmovi poput turističkog sustava, turističke potrošnje te investicijske potrošnje u turizmu, koji znatno utječu na određivanje i definiranje rezultata koji nastaju ovakvom metodom mjerenja utjecaja turizma na gospodarstvo neke zemlje. Čitatelja se jasno uvodi na osnovne informacije i podatke potrebne za lakše i bolje razumijevanje praktičnog dijela rada.

Teorijski dio nadopunjuje se sa priloženim slikama, tablicama i dijagramima, koji pružaju podatke najčešće u kvantitativnom obliku kao što su npr. broj dolazaka turista, broj noćenja, udio zaposlenih u turizmu te brojne druge. Ti modeli zajedno tvore empirijski dio rada.

Na kraju završnog rada donesen je zaključak u kojem su sažeta sveukupna stajališta autora vezanih za Turističku satelitsku bilancu Republike Hrvatske, donesena na temelju raspoloživih podataka i informacija.

2. UTJECAJ TURIZMA NA NACIONALNO GOSPODARSTVO

Turizam je globalni fenomen koji obuhvaća aktivnosti putovanja i boravka putnika povezane s napuštanjem njegovog uobičajenog mjesta prebivališta. To je jedna od najmasovnijih i najdinamičnijih suvremenih društveno-ekonomskih pojava. Turizam kao društveni fenomen koji je svojim obuhvatom i veličinom počeo utjecati na gospodarstvo pojavio se tek u drugoj polovici 19. st. Nastao je kao rezultat brojnih izuma koji su doveli do porasta životnog standarda posebno zapadnoeuropskih zemalja. Stvoreni su uvjeti koji su osim značajnih pozitivnih učinaka na gospodarstvo tih zemalja rezultirali i promjenama u cjelokupnom društvu, a posebno na način provođenja slobodnog vremena. To je vrijeme sve većeg zanimanja za putovanja iz rekreacije i zabave. Relativno su brzo uočene ekonomske koristi od ovog novog društvenog fenomena, pogotovo u Engleskoj koja je u to doba bila vodeća ekonomska sila. To je razdoblje gospodarske ekspanzije u kojoj je važnu ulogu imao razvoj prometa. Ova međusobna uvjetovanost i povezanost razvoja prometne industrije i putovanja često se u turističkoj literaturi naziva „međuovisnost prometa i turizma“, a kao potvrda toga većina autora smatra kako su tri revolucije u razvoju prometnih sredstava neposredno povezane s tri revolucije u razvoju turizma.

Želje i potrebe turista s vremenom su se mijenjale i postajale sve složenije i zahtjevnije. Postalo je vidljivo da potreba za putovanjem potiče razvoj ne samo prometne industrije, već i brojnih drugih djelatnosti. Dolazi do gradnje brojnih megahotela, turističkih naselja, zabavnih parkova i sl. s različitim uslugama i sadržajima, a to je indirektno potaknulo razvoj svih onih djelatnosti koje na bilo koji način opslužuju turizam i sudjeluju u kreiranju turističkog proizvoda. Po tome se može zaključiti da je suvremeni turistički proizvod složen odnosno integralni proizvod što znači da je on rezultat većeg broja usluga i proizvoda različitih djelatnosti. Upravo njegova složenost je bila razlog nastanka potrebe za stvaranjem određenog statističkog računa na području nacionalnog gospodarstva kako bi se u što moguće većoj mjeri mogao utvrditi doprinos turizma u nacionalnom gospodarstvu neke zemlje.

Prva takva istraživanja o turizmu pojavila su se tek u drugoj polovici 20. stoljeća. U relativno kratkom vremenskom periodu došlo je do naglog razvoja turizam što je imalo za posljedicu značajne pozitivne ekonomske i društvene učinke. Brojni teoretičari turizma nastojali su objasniti kako i u kojem opsegu turizam kao društveni fenomen utječe na ekonomiju zemlje. Otežavajuća okolnost kod donošenja procjena, osim naglog rasta bile su i stalne promjene u turizmu.

Da bi se lakše odredio njegov stvarni utjecaj prvo je nužno definirati osnovne pojmove turizma i njegove elemente radi izbjegavanja nesporazuma te kako bi se postiglo njegovo razumijevanje. Turizam je zasigurno sastavni dio svakog nacionalnog gospodarstva, ne obuhvaća sve djelatnosti, ali se većinu njih dotiče i u određenoj mjeri utječe na njihov razvoj.

Neke od glavnih ekonomskih koristi koje donosi turizam u nekoj zemlji su rast dohotka, rast zaposlenosti, kapitalnih ulaganja, javnih prihoda te poticanje regionalnog rasta i razvoja.¹

Smatra se da je razvoj turizma za slabije razvijene zemlje dobra prilika za što brži gospodarski razvoj i izlazak iz siromaštva jer turizam zbog svoje složenosti potiče na razvoj i druge djelatnosti, dok razvijenim zemljama turizam predstavlja dodatni poticaj za razvoj gospodarstva.

Kako bi se ekonomski učinci od turizma izrazili u brojkama za neko nacionalno gospodarstvo važno je prethodno odrediti mjesto i obuhvat turizma u njegovoj strukturi, a zatim odrediti koje sve gospodarske djelatnosti i u kojoj mjeri čine gospodarsku strukturu turizma. U turističkoj literaturi moguće je naići na različita mišljenja o tome kojoj točno ekonomskoj kategoriji pripada turizam. Često se danas umjesto pojma turizam koriste pojmovi poput „turistička industrija“ ili „industrija putovanja“. Oni koji izbjegavaju upotrebu pojma turistička industrija najčešće su se služili terminima „turistička djelatnost“, „turistički sustav“ ili „turistički sektor“ pa čak i „turističko gospodarstvo“. U domaćoj turističkoj literaturi najčešće korišteni pojmovi su „turistička djelatnost“, i „turistički sektor“. Većina autora i inozemnih i domaćih nije vodila računa o pravilnoj upotrebi termina za opisivanje turizma, a rijetki su u svojim radovima istaknuli problem svrstavanja turizma u specifičnu ekonomsku kategoriju.

Da bi se uspješno odredila struktura turizma i sve što on obuhvaća, prvo je nužno odrediti kojoj ekonomskoj kategoriji on točno pripada kako bi se moglo doći do ispravnih zaključaka. Za provođenje takve analize određuje se polazišna osnova i okvir unutar kojeg se provodi analiza svih učinaka turizma kao pojave, a zatim se metodom eliminacije dolazi do konačnog odgovora tako što se prvo kreće od općenitog obuhvata turizma do konkretnog, a zatim od užeg prema širem².

2.1. Različiti pogledi na turizam u odnosu na nacionalno gospodarstvo

Kada se govori o turizmu kao dijelu nacionalnog gospodarstva zasigurno se javlja problem njegova svrstavanja. Razlog leži u njegovoj sveobuhvatnosti, složenosti, opsegu i utjecaju na nacionalno gospodarstvo. To dovodi do pitanja koji dio nacionalnog gospodarstva predstavlja turizam ili još bolje rečeno gdje u ekonomskoj teoriji svrstati turizam. Svi teoretičari turizma slažu se u mišljenju da je turizam ekonomska kategorija, ali njihova razmišljanja i pogledi na turizam se razlikuju, od onih najjednostavnijih promišljanja koji turizam smatraju samo aktivnošću pa sve do onih koji na turizam gledaju kao na oblik gospodarstva. Svaka od ovih

¹ Čavlek, N. et al. (2011.) Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga, str. 237.

² Ibidem, str. 239.

teorija nesumnjivo je pridonijela kvalitetnijem procjenjivanju uloge turizma u nacionalnom gospodarstvu, ali sva su ta razmišljanja imala i određene nedostatke. Nastojalo se „staviti“ turizam u određene okvire što dovodi do nemogućnosti uzimanja svih učinaka do kojih dovodi turizam u gospodarstvu neke zemlje. Turizam nadilazi sve ove njemu, na određen način, postavljene okvire jer njega čini skup komplementarnih usluga i proizvoda različitih gospodarskih djelatnosti i nerijetko mnogi od tih proizvoda i usluga ne bi se samostalno realizirali da nisu uključeni u sustav turističke ponude.

Stoga se za objašnjenje i analizu složenih društvenih pojava i procesa u suvremenoj ekonomskoj analizi često koristi opća teorija sustava. Sustav podrazumijeva skup međuovisnih, povezanih elemenata ili podsustava koji zajedno čine neku logičku ili funkcionalnu cjelinu, a čijim se međusobnim djelovanjem postižu temeljni ciljevi funkcioniranja sustava.³

Kreiranje određene turističke ponude utječe na uključivanje sve većeg broja različitih djelatnosti u stvaranju takvog turističkoga proizvoda koji može zadovoljiti potrebe suvremenih turista. Svaka od gospodarskih djelatnosti ima neke svoje posebne ciljeve razvoja, koji su u određenom dijelu i zajedničke jer kroz turističku ponudu kreiraju jedan složeni, ali istovremeno i jedinstveni turistički proizvod. Cilj svakog subjekta u turizmu kreiranje je takvog turističkog proizvoda koji će u najvećoj mogućoj mjeri zadovoljiti želje i potrebe turista. Svaki subjekt ima svoju ulogu, svoj smisao i sukladno tome poduzima određene aktivnosti te je tako povezan s drugim subjektima i na taj način čine sustav čiji je cilj kreiranje turističkog proizvoda.

Ukupnost veza i odnosa između svakog od subjekata i njihovih aktivnosti nastalih kao posljedica razvoja turizma naziva se turističkim sustavom.⁴ Turizam predstavlja integralni sustav u okviru nacionalnog gospodarstva i nije ga moguće svrstati niti u jednu ekonomsku kategoriju. Njegovo djelovanje nadilazi sve ekonomske kategorije, djelatnosti, grane, sektore i industrije, a čine ga međusobno povezani dijelovi različitih gospodarskih djelatnosti koje zajedno čine logičku i funkcionalnu cjelinu⁵ čiji je cilj stvaranje odgovarajuće turističke ponude.

S obzirom da je turizam složen sustav njegov obuhvat u nacionalnom gospodarstvu nije lako potpuno metodološki definirati. Unatoč brojnim znanstvenim skupovima vezanih na ovu temu i dalje nije u potpunosti usavršen jedinstveni način na koji će se mjeriti ekonomski učinci turističkih kretanja te globalno uspoređivati statistički podaci te općeprihvaćene i jedinstvene metode utvrđivanja cjelokupnog obuhvata turizma u nekom nacionalnom gospodarstvu.

³ Petrić L. (2007.) Osnove turizma. Split: Ekonomski fakultet, str. 65.

⁴ Weber S., Mikačić V. (2004.) Osnove turizma. Zagreb: Školska knjiga, str. 165.

⁵ Čavlek, N. op. cit., str. 243.

Kao odgovor na sve veću problematiku mjerenja uloge turizma, u zadnjih par godina razvila se nova statistička metoda izračuna učinaka koja bi omogućila što veću preciznost i mjerljivost podataka te bi omogućila uspoređivanje na nacionalnim razinama, a razvila se kao dopuna satelitskim nacionalnim računima turizma (SNA) pod nazivom Turistička satelitska bilanca (TSA). Za izradu i uspostavu tog još relativno novog modela zaslužne su brojne međunarodne institucije koje su postavile i potvrdile dva dokumenta sa točno određenim metodološkim okvirima koji se moraju poštivati pri izradi TSA. Takvi standardizirani okviri velikim dijelom ostvaruju već dugo planirani cilj usklađenosti i mogućnosti uspoređivanja podataka o turizmu na svim razinama.

2.2. Pojam turističke potrošnje

Ekonomski utjecaj u gospodarstvu koji nastaje kao posljedica razvoja turizma najviše se može primijetiti u turistički receptivnim zemljama, poput Hrvatske. Takve zemlje vrlo često svoju stabilnost i razvoj temelje na pozitivnim ekonomskim rezultatima koje donosi turizam. Utjecaji koji proizlaze iz turističkih radnji ne bi bili mogući bez potrošnje posjetitelja na odabrane proizvode i usluge koji se nude od strane prezentirane turističke ponude. Zbog toga se može reći da je turistička potrošnja osnovno polazište svih učinaka i da uspjeh ponude uvelike ovisi o odlukama koje će turist donijeti za vrijeme putovanja i za vrijeme boravka u destinaciji⁶. Koliko i na što točno će turist trošiti ovisi o čimbenicima koji su prisutni na strani ponude i tržištu, dok se neki od njih mogu sami pretpostaviti, neki se mogu utvrditi tek nakon što turisti započnu koristiti usluge ili pokažu zahtjev za njima.

Turističku potrošnju kao pojam može se definirati kao aktivnost trošenja dobara i usluga u nekoj destinaciji tj. financijski iskaz spremnosti turista da kupuje i konzumira određenu robu i usluge⁷. Ona je dio osobne potrošnje namijenjen putovanju i boravku izvan mjesta stalnog boravka, a razlog tomu može biti odmor, zabava, rekreacije, zdravlje, edukacije i sl. Potrošnja je posljednja stavka koja se nalazi u lancu potreba – potražnja – potrošnja i može se ostvariti u gotovini kao novac ili u obliku stvari odnosno kupljene robe, poklona, karata, itd. Faze koje turistička potrošnja obuhvaća nastaju od donošenja odluke o putovanje pa sve do konačne realizacije putovanja. Prema tome razlikuju se tri osnovne faze, a to su: „u mjestu stalnog boravka, za vrijeme putovanje i u turističkoj destinaciji“.

Turističko tržište je vrlo kompleksno i složeno, a pored ugostiteljstva u sebi sadržava i još velik niz pratećih gospodarskih djelatnosti u nacionalnoj ekonomiji. To je mjesto na kojem turistička potražnja realizira turističku potrošnju, a analizom se može utvrditi da na tom tržištu

⁶ Ibidem, str. 310.

⁷ Geić S. (2007.) Organizacija i politika turizma: Kulturološko-ekologijski sociogospodarski aspekti. Split: Sveučilište u Splitu, str. 160.

djeluju brojni ovisni podsustavi u sferi turističke ponude koji čine zasebna tržišta zajedno sa djelatnostima koje predstavljaju kompleks turističkog proizvoda kao npr. ugostiteljstvo, hotelijerstvo, trgovina, promet, druge uslužne i proizvodne djelatnosti, itd.

Sve djelatnosti se ogledavaju u obrascu turističke satelitske bilance, posebno kroz međusektorsku input-output analizu jer ona pokazuje sve inducirane i multiplikativne elemente turističke potrošnje. U novije vrijeme se radi obuhvaćanja svih segmenata turističke potrošnje i zbog brojnih i kompleksnih ekonomskih učinaka turizma koristi statistička mjera koja se naziva Turistička satelitska bilanca (TSA). To je instrument koji mjeri učinke turizma i njegov utjecaj koji ostvaruje putem svoje multiplikativne funkcije, na sve djelatnosti koje sudjeluju u kreaciji turističkog proizvoda. Metoda turističke bilance nastala je od strane Svjetske turističke organizacije, a Svjetski savez za turizam i putovanja (WTTC) sa sjedištem u Londonu, je na primjeru 160 zemalja primjenjivao ovu metodu uz pomoć Oxfordskog sveučilišnog centra⁸.

U Hrvatskoj je prva satelitska turistička bilanca nastala 2002. i pokazala je da su se dotadašnje 4 milijarde USD prihoda od turizma po novoj metodologiji povećale na 7,3 milijarde USD, po čemu je turizam u DBP Hrvatske zauzimao čak 22% (Geić, 2007:164). U ovoj metodologiji se osim klasičnih dolazaka i potrošnje domaćih i stranih turista, također još ubraja potrošnja koju ostvaruju raznovrsne ostale djelatnosti koje aktivno sudjeluju u izradi kompleksnog i složenog turističkih proizvoda neke zemlje.

2.3. Obilježja turističke potrošnje

Turistička potrošnja je specifičan segment finalne potrošnje i može se objasniti na isti način kao i ostali segmenti finalne potrošnje a to je kroz investicije nastale zbog turizma, turistička potrošnja kao dio osobne potrošnje, javna potrošnje s osnova izvora sredstava od turizma za tu potrošnju i „nevidljivi izvoz turističkih usluga⁹. Osobna potrošnja je je najvažniji dio agregatne potrošnje i ona zajedno sa svojim udjelom u BDP-u je različita u svakoj pojedinoj državi. Prema OECD-u osobna potrošnja u europskim državama iznosi oko 60%¹⁰. Kako bi se odredila količina turističke potrošnje unutar osobne potrošnje, potrebno je raspolagati podacima o detaljnoj strukturi osobne potrošnje. To nije jednostavno jer je turizam često obuhvaćen mnogim drugim gospodarskim djelatnostima, a ne samo jednom. Da bi se utvrdila turistička potrošnja u osobnoj najbolje i najtočnije je provoditi ankete za turiste i na temelju tih podataka donositi zaključke.

⁸ Ibidem, str. 163.

⁹ Blažević B. (2007.) Turizam u gospodarskom sustavu. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment, str. 337.

¹⁰ Vuković I. (2001.) Financijsko ekonomski multiplikativni efekti turizma na ekonomski razvoj Europe. Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija i Fakultet za turizam i ugostiteljstvo Ohrid, str. 193.

2.3.1. Investicijska potrošnja u turizmu

Investicije imaju multiplikativni utjecaj na proizvodnju, kada se investicije povećaju, proizvodnja se također poveća za taj isti investirani iznos. Nakon nekog određenog vremena multiplikativni efekt prouzročen investicijama proširit će se kroz čitav sustav i zato se zove investicijski multiplikator. Jedinično povećanje investicija povećat će domaći dohodak za iznos multiplikatora, i obratno¹¹. Zato se može reći da investicijski multiplikator djeluje u oba smjera. Povećanje investicija može povećati proizvodnju samo u situaciji nedovoljne zaposlenosti proizvodnih faktora. Investicijska politika u turizmu bi trebala biti takva da za cilj ima modernizaciju i poboljšanje hotelske suprastrukture i infrastrukture te obogaćenje i diverzifikaciju postojeće turističke ponude novim uslugama i kvalitetom u turističkim destinacijama¹². Investicijska potrošnja je dio agregatne potrošnje, a turističke investicije su dio cjelokupne investicijske potrošnje koja svojim rastom putem multiplikatora utječe na domaću zaposlenost i proizvodnju, a također doprinosi i stvaranju nove ponude i vrijednostima.

2.3.2. Turizam kao izvor sredstava javne potrošnje

Fiskalna politika neke zemlje obuhvaća sve promjene koje nastaju na području javnih prihoda i javnih rashoda kako bi se došlo do stabilnosti cijena i zadovoljavajućeg razvoja. Može se postaviti pitanje kakav učinak ima turizam na fiskalnu politiku, ako se uzme u obzir da on pridonosi povećanju javnih prihoda koji su najvažniji izvor za javnu potrošnju neke zemlje. Porezi od turizma kao što su PDV, porez na plaće, porez na dobit, turistička taksa i sl. pune državnu blagajnu.

Postoje dvije stope PDV-a koje se primjenjuju u turizmu Hrvatske. Prva stopa iznosi 13% i primjenjuje se od 1. 1. 2020., a odnosi se na usluge smještaja ili smještaja s doručkom, polupansiona ili punog pansiona u hotelima ili objektima slične namjene, uključujući smještaj za vrijeme odmora te iznajmljivanje prostora u kampovima za odmor ili u mjestima određenima za kampiranje te smještaj u plovnim objektima nautičkog turizma. Smještajem u smislu ovoga Pravilnika smatra se noćenje i dnevni boravak u svim vrstama komercijalnih ugostiteljskih objekata.¹³ Druga stopa PDV-a koja se primjenjuje u turizmu u biti je opća stopa koja iznosi 25%, a primjenjuje se na sva alkoholna i bezalkoholna pića i napitke. Stopa od 13% prema nekim procjenama utjecat će na smanjenje prihoda državnog proračuna za oko

¹¹ Blažević B. op. cit., str. 340.

¹² Ibidem, str. 342.

¹³ Narodne novine, dostupno na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_1_16.html preuzeto: 20.06.2021.

900 milijuna kuna godišnje. Smanjenje poreznih stopa dovodi do rasta raspoloživog dohotka što bi povećalo graničnu sklonost potrošnji, a time i multiplikator i na kraju domaći proizvod. Dakle, smanjenje porezne stope trebalo bi učiniti hrvatski turizam konkurentnim kroz ulaganja u ugostiteljske objekte i zaposlenike što bi u konačnici rezultiralo većom kvalitetom ugostiteljskih usluga.

2.3.3. Turistička potrošnja kao dio agregatne potrošnje

Kada se govori o turističkoj potrošnji kao dijelu agregatne potrošnje uobičajeno se misli na devizni priljev ostvaren od turizma. Promatra se u okviru bilance izvoza i uvoza dobara i usluga i predstavlja neto izvoz. Neto izvoz ili vanjskotrgovinska bilanca računski se dobije kao razlika između izvoza i uvoza. Što je ova razlika veća u korist izvoza to se stvara veći pritisak na agregatnu potražnju za domaćim proizvodima, potražnja za domaćim proizvodima raste što opet dovodi do porasta bruto nacionalnog proizvoda. Iz ovog je vidljiv multiplikativni efekt neto izvoza na razinu domaće proizvodnje. Kako vanjska trgovina podrazumijeva tip otvorene privrede odnosno one koja je uključena u međunarodnu razmjenu, ovaj multiplikativni učinak nešto će biti manji zbog utjecaja uvoza.

Dugi niz godina, devizna potrošnja inozemnih turista bila je predmet zabune kod većine teoretičara turizma, i često korištena u dnevno-političke svrhe. Prvi korak u razbijanju mita oko devizne potrošnje turista je provođenje ankete pod nazivom TOMAS. To je primarni oblik istraživanja u okviru kojih se podaci prikupljaju osobnim intervjuom s turistima uz korištenje strukturiranog upitnika, a provode se s ciljem identifikacije stavova i potrošnje turista u hrvatskim turističkim destinacijama.¹⁴

Istraživanje turističke potražnje TOMAS ima u Hrvatskoj tradiciju dulju od 30 godina i jedno je od najstarijih kontinuiranih istraživanja obilježja posjetitelja u Europi. Riječ je o nizu istraživanja obilježja, stavova i potrošnje turista u Hrvatskoj čiji je metodološki okvir postavio Institut za turizam davne 1987. godine. Od tada su pod nazivom TOMAS provedena brojna istraživanja kojima je zajedničko da se provode istim metodama na usporedivim i reprezentativnim uzorcima ispitanika – turista. Najdulju tradiciju među istraživanjima TOMAS ima istraživanje ljetne turističke potražnje u primorskim destinacijama.¹⁵

¹⁴ Tomas istraživanja, dostupno na <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/programi-trzisnih-istrzivanja/tomas-istrzivanja> preuzeto 21.06.2021.

¹⁵ Marušić Z. (2020.) TOMAS Hrvatska 2019: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj. Zagreb: Institut za turizam, str. 15.

3. TURISTIČKA SATELITSKA BILANCA

Turizam igra važnu ulogu u nacionalnim gospodarstvima brojnih zemalja. Za veliki broj država turizam je bio ili je još uvijek značajan pokretač nacionalne ekonomije i tržišta rada, a ne doprinosi samo gospodarskom razvoju neke zemlje ili regije, već i njihovom društvenom i kulturnom razvoju i općoj dobrobiti. Svaka turistički receptivna zemlja ima svoje vlastite gospodarske i društvene resurse kojima raspolaže pa se zato svaka zemlja razvija u različitim gospodarskom, društvenom, ali i političkom okruženju. Zbog pojave takvih različitosti između zemalja mjerenje stvarnih učinaka turizma te njihovo međunarodno uspoređivanje znatno je otežano.

Upravo jednostavnije i preciznije mjerenje, ali i mogućnost uspoređivanja svih podataka koji proizlaze iz turističkih kretanja razlog su nastanka Turističke satelitske bilance (TSA) kao opće prihvaćenog i jedinstvenog statističkog izračuna koji je jasno definiran i određen metodološkim okvirima. Sustav TSA osmislile su i razvile brojne međunarodne institucije diljem svijeta s ciljem uspostavljanja vjerodostojnog i usporedivog sredstva za procjenu izravnih i neizravnih učinaka koje turističke aktivnosti imaju na nacionalnu proizvodnju, bogatstvo, prihode, zaposlenost, itd.

Iako ova metodologija sadrži jasne upute koje se trebaju koristiti pri njezinoj izradi, u mnogim zemljama ona je još uvijek tek u eksperimentalnoj fazi pa se za tako dobivene rezultate pišu različite napomene kojima se služi pri njihovoj interpretaciji. Najveći razlog otežane primjene i izračuna TSA je taj što se statistički sustavi svih zemalja trebaju uskladiti prema ovoj jedinstvenoj metodi kako bi tako prikupljeni podaci mogli biti usporedivi. Važno je razviti valjanu i općeprihvaćenu tehniku mjerenja i analize učinaka, ne samo radi potrebe međusektorske usporedbe jedne zemlje, već i međunarodnog turizma i usporedbe između različitih zemalja.

Sustav nacionalnih računa (SNA) skup je smjernica vezanih za organiziranje informacija o nekom gospodarstvu na koristan način¹⁶. Satelitski računi turizma ključne su komponente pri izradi TSA, a smatraju se kao dodatak već postojećih sustava nacionalnih računa. Osmišljeni su kako bi se omogućilo bolje uključivanje turističkih statistika u statistiku nacionalnih računa te kako bi se unaprijedila međunarodna usporedivosti ovakvih statistika. Satelitski računi turizma koriste iste koncepte, definicije i klasifikacije kao nacionalni računi te su to

¹⁶ Frechtling D. C. (1999.) The tourism satellite account: foundations, progress and issues. Department of Tourism and Hospitality Management, School of Business and Public Management, The George Washington University, str. 164.

međunarodno priznati okviri za mjerenje turističkih aktivnosti i važnosti turizama u nacionalnim ili regionalnim gospodarstvima.

U posljednjih par desetljeća zemlje su procjenjivale ekonomski utjecaj turizma kojekakvim mjerama služeći se pritom različitim definicijama i metodologijama. Dok se tradicionalna turistička statistika usredotočuje prvenstveno na broj posjetitelja, broj noćenja i sl. TSA može procijeniti koliko turizam doprinosi gospodarstvu te koliko radnih mjesta ostvaruje. Pribavljanje relevantnih podataka vezanih za turističke aktivnosti koji su sastavni dio svake uspješne TSA je zapravo njezin najzahtjevniji i najsloženiji dio. Turizam je zasad jedini poznati gospodarski sustav koji radi svoje kompleksnosti zahtijeva izradu ovakvih posebnih satelitskih bilanci, a sve s ciljem dobivanja potpune slike cjelokupnog gospodarskog utjecaja turizma.

3.1. Povijesni razvoj turističke satelitske bilance

Turistička satelitska bilanca još uvijek je relativno nov pojam u čijem su razvoju sudjelovale brojne međunarodne institucije, države i znanstvenici. Kako je tijekom godina došlo do njezine konačne realizacije i primjene može se ustanoviti promatrajući njezin povijesni razvoj.

Francuska je bila prva zemlja koja je 1960-ih razvila „satelitske račune“ u svom sustavu nacionalnih računa (SNA), ali su u početku služili samo za potrebe analize sektora kućanstva¹⁷. 1980. Francuska je osmislila izraz "satelitski račun" u svrhe obavljanja računovodstvene prakse u pojedinim sektorima, a koji je zatim ostao slabo prepoznat u sustavu nacionalnih računa¹⁸. 1982. Svjetska turistička organizacija (WTO) je bila prva koja se zainteresirala za pokretanje skupa aktivnosti namijenjenih postizanju međunarodne harmonizacije turističkih koncepata i statistike. WTO predložila je 1983. uspostavu sustava koji će osigurati jedinstveno i sveobuhvatno sredstvo mjerenja svih učinaka koji proizlaze iz turističkih kretanja i omogućiti usporedbu dobivenih rezultata s drugim sektorima u nacionalnom gospodarstvu. Švedska se 1985. također obvezala razviti svoj turistički satelitski račun, ali se ograničila samo na podatke dane od strane turističke ponude¹⁹.

Dvije glavne međunarodne institucije koje su precizirale i utvrdile standarde za TSA bile su Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) i već spomenuti WTO. 1991. OECD je izdao Priručnik Turističkih ekonomskih računa (TEA) u kojem su se tada povezale turistička ponuda i potrošnja. TEA je bio sustav koji je obuhvaćao podatke vezane samo za hotele i

¹⁷ Carson, C. S. & Grimm, B. T. (1991). Satellite accounts in a modernized and extended system of economic accounts. *Business Economics*, 26(1), str. 59.

¹⁸ Paci E. (2001.) TSA Implementation project: Enzo Paci Papers on Measuring the Economic Significance of Tourism Volume 1. Madrid: WTO, str. 141.

¹⁹ Nordström, J. (1996). Tourism Satellite Accounts for Sweden 1992-93. *Tourism Economics*, 2(1), str. 13-41.

restorane, a ostale gospodarske djelatnosti bile su zapostavljene. TEA sustav se tijekom vremena proširio i napredovao u današnji TSA²⁰.

Posvećeni razvoju turizma u cijelom svijetu 1991. WTO i Kanadska vlada sufinancirale su međunarodnu konferenciju s temom "Putovanja i statistika u turizmu" koja se održala u Ottawi u lipnju 1991. Ovaj kongres okupio je više od 200 delegata iz 90 zemalja koji su raspravljali o različitim konceptima i pristupima pružanja dosljednih i sveobuhvatnih načina mjerenja turističkih aktivnosti i njenog ekonomskog utjecaja te su razvili preporuke za buduću upotrebu²¹. Usuglašene definicije raznovrsnih turističkih aktivnosti ozakonjene su u zajedničkom izvješću Odjela Ujedinjenih naroda za ekonomske i društvene informacije i analiza politike (UNDESA) i WTO. Na konferenciji se preporučilo i da se podrži koncept sustava satelitskih računa koji svoje glavne agregate izvode iz sustava nacionalnih računa (SNA) Ujedinjenih naroda i da ostale zemlje uvedu takve računovodstvene sustave u svoju analitičku bazu podataka o turizmu.

Konferencija u Ottawi potaknula je težnje za uvođenjem novih preporuka vezanih za turističke statistike koje je Komisija za statistiku Ujedinjenih Nacija (UNSD) odobrila na 27-om zasjedanju 1993. Tada uspostavljene preporuke zapisane u zajedničkoj publikaciji UNAVTO, a prevedene su na brojne jezike. Te godine organizacija WTO je također utemeljila Komisiju koja se sastojala od međunarodnih organizacija i malog broja predstavnika vlade kako bi utvrdila konkretan radni program s ciljem konačne realizacije WTO/UN preporuka o statistikama turizma. Veliki naponi i usmjerenost pri izradi standardiziranih definicija i klasifikacija koji služe za procjenu uloge turizma rezultirali su novim idejama od strane WTO što se tiče statistike turizma. WTO je proširio aktivnosti zajedno sa zemljama članicama uvođenjem „WTO preporuka o statistici turizma“ (WTO Recommendations on Tourism Statistics), koje je UNSD prihvatio 1993. One su navedene u obliku priručnika, a WTO nastavlja intenzivno provoditi brojne aktivnosti u obliku seminara i programa za razvoj statistike kojima bi se naglasila ekonomska važnost turizma²².

Kanada je 1994. prvi put primijenila sveobuhvatni sustav TSA za potrebe izračuna stvarnih ekonomskih učinaka turizma u Kanadi²³. Kanadski statističari Lappiere i Hayes zaslužni su za osnivanje i predstavljanje prvog TSA koji je obuhvaćao dovoljnu količinu podataka te je postao opće prihvaćen. Slijedeći primjer Kanade brojne druge države također su krenule s razvojem TSA kao što su Španjolska, Norveška, Švicarska, Dominikanska Republika, Australija, Singapur, Novi Zeland te Sjedinjene Američke Države. 1995. dolazi do izrade prve

²⁰ Ivandić N. and Pavlić I. (2020.): Integrirani model regionalnog satelitskog računa turizma: primjer Dubrovačko-neretvanske županije i grada Dubrovnika. str. 181.

²¹ Frechtling, D. C. op. cit. str. 163-170.

²² Paci E. (1998.) Tourism and hospitality management. Volume 4. No. 2. Madrid: WTO, str. 311.

²³ Meis, S. & Wilton, D. (1998.) Assessing the economic outcomes of branding Canada: Applications, results and implications of The Canadian Tourism Satellite Account. In Travel research roundup: Branding the travel market, proceedings of the 29th annual conference of the travel and tourism research association. str 159.-169.

verzije satelitskog računa za turizam u skladu s preporukama o statistikama turizma koje je 1993. usvojila Komisija za statistiku Ujedinjenih naroda (UNSD). 1998. vrši se implementacija četvrte predložene verzije TSA kao nacrt za konceptualni okvir TSA, a 2000. slijedi odobravanje međunarodnih standarda za izradu TSA od strane UNSD-a. Nakon brojnih godina pregovaranja i napornog rada od strane tima statističara, ekonomista i turističkih stručnjaka, TSA se pokazala kao nezamjenjiv alat za mjerenje.

3.2. Struktura turističke bilance

Neprestani rast turističkih kretanja koji se dogodio u posljednjoj polovici dvadesetog stoljeća, a koji još traje, doveo je do potrebe različitih državnih uprava i specijaliziranih turističkih organizacija diljem svijeta za razvoj novih, jedinstvenih i preciznijih alata za mjerenje socijalnog i ekonomskog utjecaja turizma na nacionalne ekonomije. Isprva su bile dostupne samo jednostavne procjene turističkih tokova i bruto primanja, uglavnom u stranoj valuti i generirane međunarodnim turizmom²⁴. Osim platne bilance, spominju se još neki modeli koji se neispravno tumače i čiji se rezultati neopravdano izravno uspoređuju kao pokazatelji zarade nastale od turizma. Veliki naponi uloženi su kako bi se što bolje proučila uloga ove nove i važne aktivnosti te su kao osnova uzeti podaci iz input – output modela, kao kvantitativnog modela za uočavanje međudjelovanja gospodarskih sektora, u nacionalnim računima. Time bi se pokazalo da su turistički projekti koji se trebaju poduzeti u okviru razvojnih planova turizma bili ekonomski i socijalno opravdani. Takva temeljita analiza i trud razlog je nastanka koncepta i strukture odgovarajućeg alata pod nazivom Turistička satelitska bilanca odnosno TSA.

Kako bi se postigli što precizniji rezultati pri korištenju Turističke satelitske bilance, bilo je nužno uspostaviti jedinstveni i međunarodno prihvaćen okvir za provođenje statističkog izračuna učinaka turizma. Iako sam koncept satelitskog računa za turizam postoji već gotovo tri desetljeća, tek početkom 2008. glavna međunarodna gospodarska i državna tijela odobrila su dva dokumenta koja detaljno razrađuju ključne koncepte i zahtjeve za podacima o TSA, a to su *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008* (TSA:RMF 2008) i *2008 International Recommendations for Tourism Statistics* (IRTS, 2008). TSA stekao je veliku popularnost kao metoda procjene izravnih i neizravnih ekonomskih učinaka izazvanih potrošnjom posjetitelja na nacionalno gospodarstvo. TSA:RMF(2008) dokument je koji su 2010. razvile međunarodne organizacije UN, WTO, Eurostat i OECD, koje su 2008. također razvile i dokument (IRTS 2008). Prema podacima iz WTO od 2007. 70 zemalja započelo je izradu TSA²⁵.

²⁴ Paci E. op. cit., str. 139.

²⁵ Eurostat - Tourism Satellite Accounts (TSA) in Europe (2019 edition)

Većina europskih zemalja ima dobro uspostavljen sustav praćenja i bilježenja turističke potražnje povezane sa domaćim i stranim putovanjima, turističkim smještajem i turističkim izdacima. Iako takav je takva statistika vrlo relevantna, ne mjeri ukupni doprinos turizma nekom gospodarstvu.

Ovisno o tome kako je statistički sustav organiziran u nekoj zemlji, različite institucije ili agencije mogu biti uključene u prikupljanju podataka i sastavljanju službene turističke statistike te izradi izračuna TSA. Kod europskih zemalja u većini slučajeva ključne podatke prikuplja nacionalni statistički institut (NSI), no u nekim zemljama mnoge druge institucije mogu izraditi TSA. U slučaju kada je NSI odgovoran za sastavljanje TSA, radnje potrebne za izradu obavljaju se od strane ili jedinica koje se bave statistikom turizma ili jedinica zaduženim za nacionalne račune. Oba ovakva pristupa imaju svoje prednosti. Međutim, najvažnije je da turistički statističari i državni računovođe usko surađuju i objedinjuju svoja znanja i iskustvo.

3.3. Tablice TSA

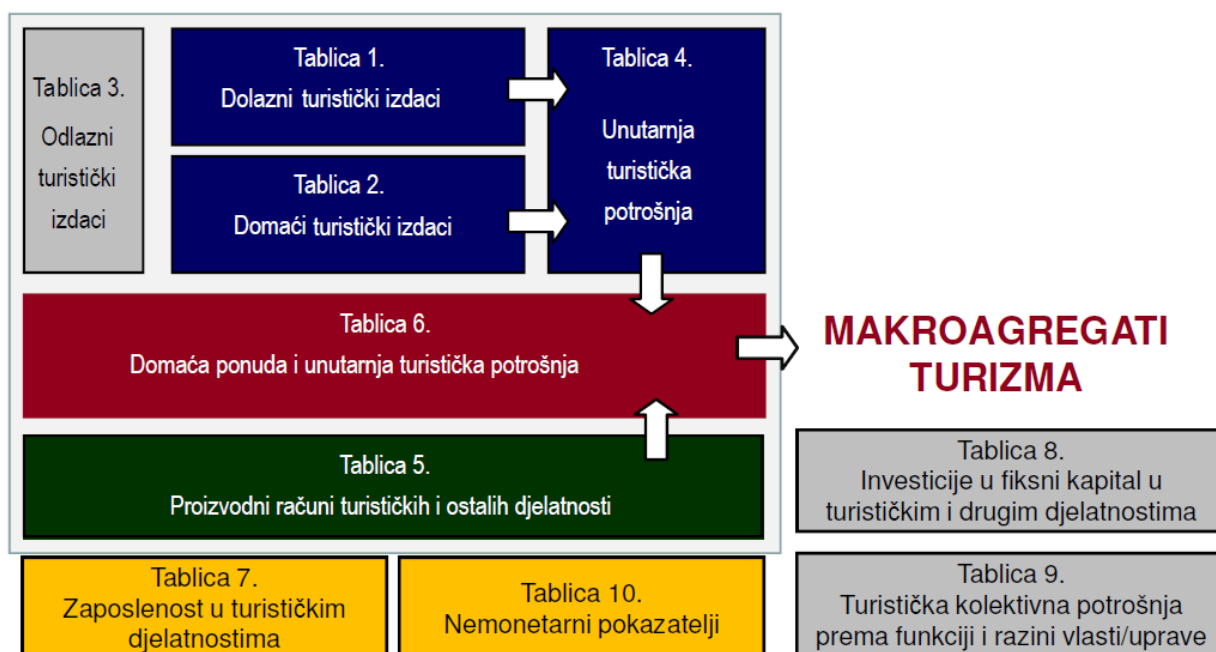
Međunarodno prihvaćen okvir za izradu pod nazivom TSA:RMF 2008 zajednički su razvili Statistički odjel Ujedinjenih naroda, Eurostat, OECD i UN-ova Svjetska turistička organizacija (UNWTO), a sastoji se od 10 tablica. Ove tablice su u skladu s općom turističkom ponudom svih zemalja, a te zemlje služe se tablicama tako da ih uspostave i koriste na nacionalnoj razini, sve sa ciljem opisivanja svoje ekonomske ravnoteže roba i usluga te proizvodnje svojih proizvođača, prema standardima iz Sustava nacionalnih računa 1993. Analiza ponude temelji se na makroekonomskim varijablama poput izravnog bruto domaćeg proizvod turizma, izravne bruto dodane vrijednosti, bruto dodane vrijednosti turističkih djelatnosti, unutarnje turističke potrošnje te unutarnji turistički izdaci²⁶. Njihovom usporedba dobije se mjera doprinosa turizma za cjelokupno gospodarstvo zemlje.

Pokrivenost podacima koja se dobije ovim tablicama razlikuje se od zemlje do zemlje. Tablice koji se odnose na ponudu i potražnju su relativno cjelovite, a čine ih tablice od tablice 1 do tablice 6 u sustavu TSA. Tablica 6 se često i naziva srž samog sustava TSA zbog toga što pokazuje iznos bruto dodane vrijednosti koja se temelji na potrošnji turista za svaku industriju koja ga uslužuje. To zahtijeva izradu valjane tablice za promatrano gospodarstvo jedne zemlje koje se temelji na input – output analizi. Ovakve Tablica 7 pokazuje udio zaposlenih u turizmu i djelatnosti vezane za turizam, ali ti podaci se moraju još dodatno utvrditi. Ovu informaciju korisnici vrlo često smatraju ključnom za analizu stvarne uloge turizma. Pokazatelj bruto investicija u osnovnom kapitalu i turističke kolektivne potrošnje su slabo

²⁶ novosti › Opatija-TSA-2011, dostupno na: <http://www.iztzg.hr> preuzeto 24.06.2021.

pokriveni, a čine ih tablice 8 i 9. Zatim, zadnja tablica pod brojem 10 sadrži primarne turističke statistike koje pomažu postaviti makroekonomske podatke o turizmu u perspektivu²⁷.

Ove varijable korisne su za procjenu važnosti turizma u gospodarstvu kao cjelini i u usporedbi s drugim gospodarskim djelatnostima. TSA je instrument za detaljnu i strukturnu, a ne samo za kratkoročnu analizu, te je zato je vrlo značajan za usporedbu pokazatelja za sve zemlje sudionice u smislu veličine utjecaja turističkih aktivnosti. Kao dodatak već objašnjenom sustavu TSA i njezinim odgovarajućim tablicama, priložen je grafikon tablica potrebnih za izradu TSA preuzet iz hrvatskog Instituta za turizam.



Slika 1: Tablice potrebne za izradu Turističkog satelitskog računa

Izvor: novosti › Opatija-TSA-2011, dostupno na: <http://www.iztzg.hr> preuzeto 24.06.2021.

Koncept tablica TSA određen prema Eurostat-u sadrži sljedeće potrebne informacijske osnove za izradu (Eurostat TSA in Europe 2019., Annex I:str.28.) :

TSA tablica broj jedan predstavlja dolazne turističke izdatke i ima tri pokazatelja:

- Ukupni izdaci dolaznog turizma
- Izdaci dolaznog turizma od strane turista/posjetitelja koji ostvaruju noćenje
- Izdaci dolaznog turizma od strane jednodnevnih posjetitelja/izletnika

TSA tablica broj dva su troškovi domaćeg turizma:

²⁷ Eurostat - Tourism Satellite Accounts (TSA) in Europe (2019 edition)

- Ukupni izdaci za domaći turizam
- Domaći turistički izdaci od strane turista/onih osoba koje ostvare noćenje
- Domaći turistički izdaci od strane jednodnevnih posjetitelja/izletnika

TSA tablica broj tri su odlazni turistički izdaci:

- Ukupni izdaci odlaznog turizma
- Izdaci odlaznog turizma od strane turista/posjetitelja koji ostvaruju noćenje
- Izdaci odlaznog turizma od strane jednodnevnih posjetitelja/

TSA tablica broj četiri označava unutarnju turističku potrošnju:

- Ukupna unutarnja turistička potrošnja
- Unutarnji turistički izdaci
- Izdaci za dolazni turizam
- Izdaci za domaći turizam
- Ostale komponente turističke potrošnje

TSA tablica broj pet predstavlja proizvodni račun turističkih i ostalih djelatnosti:

- Ukupna proizvodnja domaćih proizvođača (izražena u osnovnim cijenama)
- Ukupna prosječna potrošnja (izražena u prodajnim cijenama)
- Ukupna bruto dodana vrijednost (izražena u osnovnim cijenama)

TSA tablica broj šest prikazuje ukupnu domaću turističku ponudu i unutarnju turističku potrošnju:

- Bruto dodana vrijednost turizma U izražena u osnovnim cijenama)
- Ukupna vrijednost uvoza
- Porezi umanjeni za subvencije na proizvedene proizvode i uveze proizvode na nacionalnoj razini
- Tržišne i transportne marže
- Domaća ponuda (izražena u prodajnim cijenama)
- Unutarnja turistička potrošnja
- Omjer turizma (izražen u postotku)

TSA tablica broj sedam prikazuje udio zaposlenih u turističkim djelatnostima:

- Broj radnih mjesta
- Broj odrađenih sati
- Broj ekvivalentnih poslova s punim radnim vremenom
- Broj zaposlenih osoba

TSA tablica broj osam predstavlja investicije u fiksni kapital turizma i ima jedan pokazatelj:

- Ukupni iznos

TSA tablica broj devet označava turističku kolektivnu potrošnju i također ima samo jedan pokazatelj:

- Ukupni iznos

TSA tablica broj deset su nemonetarni pokazatelji i njih ima čak 19 a to su:

Dolazni turizam

- Broj jednodnevnih putovanja
- Broj putovanja koja ostvaruju noćenje
- Broj noćenja

Domaći turizam

- Broj jednodnevnih putovanja
- Broj putovanja koja ostvaruju noćenje
- Broj noćenja

Odlazni turizam

- Broj jednodnevnih putovanja
- Broj putovanja koja ostvaruju noćenje
- Broj noćenja

Smještaj u NACE 55.1

- Broj objekata
- Broj soba
- Broj kreveta

Smještaj u NACE 55.2

- Broj objekata
- Broj soba
- Broj kreveta

Smještaj u NACE 55.3

- Broj objekata
- Broj mjesta za šatore i kamp kućice

Smještaj u NACE 68.2.

- Broj objekata

Smještaj u NACE 68.3.

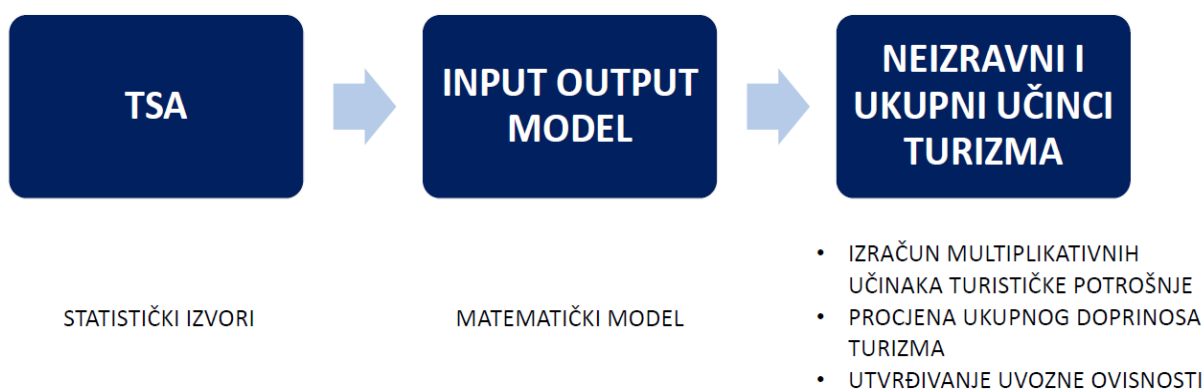
- Broj objekata

U gotovo svakoj zemlji izdaci za domaći turizam značajno doprinose gospodarstvu i stoga su ključna komponenta izrade svake TSA. Obuhvaća izdatke stanovnika radi ostvarivanja

putovanja unutar vlastite zemlje, zatim troškove povezane s odlaznim putovanjima, ali koji su nastali u zemlji prebivališta, kao npr. troškovi za putovanje u inozemstvo koji su plaćeni prijevozniku u vlastitoj zemlji ili kupnja novog kofera prije putovanja.

Satelitski računi turizma ukazuju na to kako turizam svojim djelovanjem izravno potiče brojne gospodarske djelatnosti sa obuhvatom koji je puno veći i širi od onoga što se uobičajeno smatra turizmom kao npr. usluge pružanja smještaja ili pripreme i usluživanja hrane, pića i napitaka (*catering*). Da bi se mogla uopće ostvarivati bilo kakva turistička kretanja nužno je djelovanje brojnih ostalih djelatnosti kao što je prijevoz putnika, razvoj kulturnih, sportskih i rekreacijskih aktivnosti, trgovina odnosno proizvodnja trgovačke robe itd.²⁸ Buduće akcije vezane za daljnje unapređenje i poboljšanje TSA trebale bi se usredotočiti na proširenje pokrivenosti TSA uključivanjem više zemalja i produbljivanje informacije uvođenjem više tablica i varijabli iz TSA: RMF 2008.

Turizam zbog svog već spomenutog međusektorskog djelovanja na nacionalnu ekonomiju neizravno dovodi do stvaranja dodane vrijednosti i u brojnim ostalim gospodarskim djelatnostima. Iako ne postoji ni jedan sto posto ispravan model za izračun ovakvih neizravnih učinaka s ciljem dobivanja ukupnog utjecaja turizma na gospodarstvo, jedan od boljih trenutno je korištenje input-output analize. Ta analiza mjeri kako output iz jednog industrijskog sektora može biti input za drugi industrijski sektor, a kojom se mogu lakše procijeniti multiplikativni učinci turističke potrošnje te kolika je uvozna ovisnost turizma. Satelitskom bilancom Hrvatske u budućnosti planira se pronaći način mjerenja učinaka u područjima koja ovog puta nisu izmjerena, kao što su cestarine, rent-a-car, putnički prijevoz u destinaciji, zdravstvene usluge i parking²⁹. Ta potrošnja bi dodatno povećala ostvarene učinke turizma.



²⁸ Satelitski račun turizma: koliko turizam doprinosi hrvatskom gospodarstvu, dostupno na: <https://arhivalitika.hr/blog/satelitski-racun-turizma-koliko-turizam-doprinosi-hrvatskom-gospodarstvu/> preuzeto: 25.06.2021.

²⁹ Hut: satelitska bilanca potvrdila velik značaj turizma za domaće gospodarstvo, dostupno na: <https://hrturizam.hr/hut-satelitska-bilanca-potvrdila-velik-znacaj-turizma-za-domace-gospodarstvo/> preuzeto: 25.06.2021.

Slika 2: Ukupni učinci turizma dobiveni input – output analizom

Izvor: Satelitski račun turizma: koliko turizam doprinosi hrvatskom gospodarstvu, dostupno na: <https://arhivanalitika.hr/blog/satelitski-racun-turizma-koliko-turizam-doprinosi-hrvatskom-gospodarstvu/> preuzeto 25.06.2021.

Treba se napomenuti da se pri uspoređivanju i tumačenju rezultata TSA moraju uzeti u obzir metodološke razlike između nacionalne TSA koja je izrađena od strane neke države i TSA:RMF (2008). Prisutne su pojedine razlike i odstupanja u pokrivenosti i potpunosti podataka, razlike u statističkim mjerama (neke brojke su preliminarne, a neke su rezultat pilot projekata), zatim različite godine na koju se istraživanje odnosi, itd. Da bi se korisnicima pružila što jasnija ideja i slika o dobivenim rezultatima i njihovoj kvaliteti, često su uz grafikone i tablice priložena razna objašnjenja tamo gdje je to moguće. Pri usporedbi, analizi i interpretaciji TSA preporuča se uzimanje u obzir svih podataka u danim tablicama i grafikonima uz postavljena objašnjenja te ostalih relevantnih informacija radi što boljeg tumačenja.

4. TURISTIČKA SATELITSKA BILANCA NA PRIMJERU REPUBLIKE HRVATSKE

Ovaj dio rada osmišljen je kako bi se analizirali dobiveni rezultati novog instrumenta za analizu ekonomskog utjecaja na primjeru Republike Hrvatske, pod nazivom Turistička satelitska bilanca (TSA). Dobit će se uvid u koncept TSA i njena pokrivenost u zemlji i na temelju toga će se uspoređivati sa rezultatima iz ostalih zemalja, ali i rezultata dobivenih iz prethodnih razdoblja zemlje. Istražit će se glavna pitanja o kojima se raspravlja vezana za razvoj TSA te koja je važnost ovog statističkog izračuna onima koji žele bolje razumjeti ekonomske posljedice domaćeg i stranog turizma.

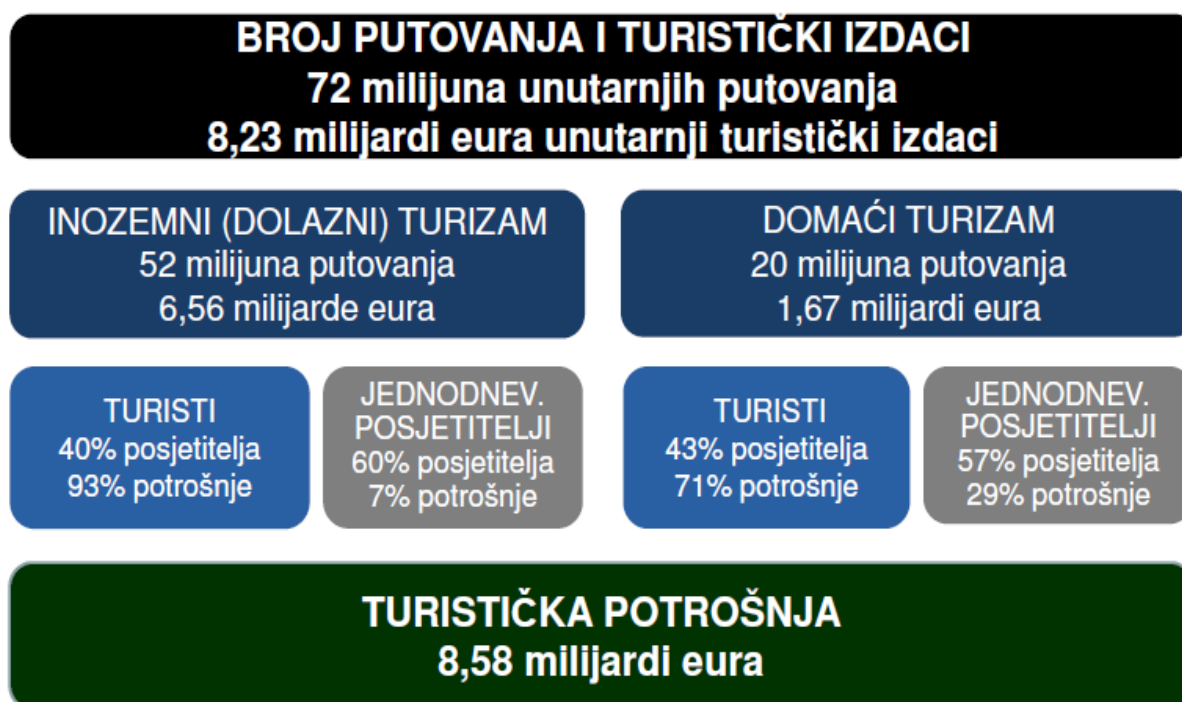
Izdvajanje turističkih aktivnosti oduvijek je stvaralo brojne nesuglasice i zabune. Turizam je složena pojava za koju je potrebno i preporučeno uspostavljanje satelitskog računa, posebno u turistički receptivnim zemljama, kao što je Hrvatska. Stručnjaci u Hrvatskoj već desetljećima pokušavaju riješiti probleme mjerenja ekonomskih učinaka turizma na gospodarstvo. Već od 2001. počele su rasprave i želja za uspostavom TSA. Posljednjih desetak godina značajno se pojačao napor na području uspostavljanja i primjene ovakvog metodološkog okvira na ovom području te njegovog daljnjeg razvoja. Prema podacima iz Instituta za turizam, Ministarstvo turizma poduzelo je pojedine aktivnosti vezane uz provođenje TSA, a to su: (Opatija-TSA-2011, preuzeto sa <http://www.iztztg.hr> 25.06.2021.): 2007. - Studija izvedivosti (Institut za turizam), 2008. - Eksperimentalna TSA za 2005. (Institut za turizam), 2010. - Eksperimentalna TSA za 2007. (Institut za turizam) te 2014. - TSA za 2011. (Institut za turizam).

Institut za turizam turistički satelitski račun izradio je i predstavio 2014. sa rezultatima za 2011. godinu. Nakon toga slijedi Državni zavod za statistiku (DZS) koji je 2019. objavio rezultate izračuna ekonomske važnosti turizma za Republiku Hrvatsku za 2016. u skladu s općim metodologijama satelitskog računa za TSA. U Ministarstvu turizma su tako 2019. predstavljeni dobiveni rezultati turističkog satelitskog računa za 2016. koji su nastali kao rezultat prve suradnje institucija vrlo važnih u hrvatskom statističkom sustavu turizma, a to

su: Ministarstva turizma, Državnog zavoda za statistiku, Ministarstva financija, HNB-a i Instituta za turizam³⁰.

Važnost ovako dobivenih rezultata za neku državu može se ogledati u informaciji da je satelitski račun turizma 2019. postao sastavni dio službene statistike Republike Hrvatske. Dobivene vrijednosti su u potpunosti usporedive s vrijednostima ostalih zemalja jer su tablice tih turističkih satelitskog računa izrađene i uspostavljene u skladu s opće prihvaćenim dokumentima za izradu satelitskih računa. Međunarodni metodološki okviri za izradu su uspostavili UN, UNWTO, Eurostat i OECD (2010.) kroz dokument „Satelitski račun turizma: Preporučeni metodološki okvir 2008.“, zatim UN, UNWTO, Eurostat i OECD (2008.) kroz dokument „Međunarodne preporuke za statistiku turizma 2008.“³¹ Satelitski računi turizma pruža vrlo kvalitetnu osnovu za uočavanje ključnog utjecaja koje ima turizma te za mjerenje doprinosa koje ima na nacionalnoj razini, no kako bi se dobili još bolji i precizniji rezultati, njegov obuhvat bi se trebao proširiti i na statistike regionalnih područja. Tako nastaje potreba za izradom regionalnih satelitskih računa koji bi se mogli uspostaviti i ostvariti daljnjim unaprjeđenjem metodološkog okvira turizma s ciljem praćenja raznih obilježja turističkih aktivnosti na regionalnoj i lokalnoj razini.

4.1. TSA za 2011.



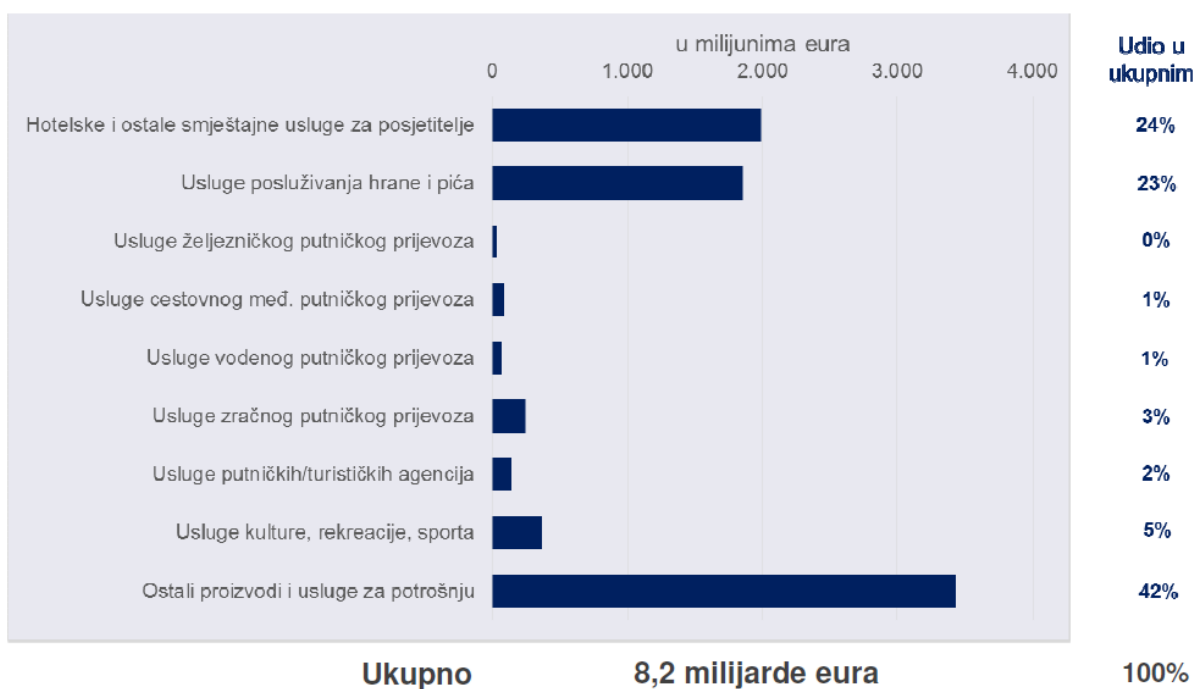
³⁰ Satelitski račun turizma: koliko turizam doprinosi hrvatskom gospodarstvu, dostupno na: <https://arhivanalitika.hr/blog/satelitski-racun-turizma-koliko-turizam-doprinosi-hrvatskom-gospodarstvu/> preuzeto 25.06.2021.

³¹ Institut za turizam, DZS i Ministarstvo turizma (15.01.2019.) TSA za 2016. godinu, Zagreb

Slika 3: Turistički izdaci i fizička potražnja u 2011.

Izvor: Institut za Turizam, preuzeto 25.06.2021.

Slika broj dva prikazuje broj putovanja i turističke izdatke za 2011. Prema podacima iz Ministarstva za turizam te godine ostvarilo se 72 milijuna unutarnjih putovanja, a turistički izdaci za iste iznosili su 8,23 milijardi eura. Od toga inozemni odnosno dolazni turizam ostvario je 52 milijuna putovanja, a potrošnja je bila 6,56 milijardi eura. 40% tih dolazaka ostvarivali su turisti sa udjelom turističke potrošnje od 93%, a jednodnevnih posjetitelja je bilo 60% sa udjelom potrošnje od 7%. Domaći turizam ostvario je 20 milijuna putovanja sa 1,67 milijardi eura. Od toga je 43% turista sa 71% udjela u potrošnji, a 57% jednodnevnih posjetitelja koji su ostvarili 29% ukupne potrošnje. Kada se ukupnim izdacima odnosno potrošnji od 8,23 milijarde u dodaju još inputi stambene rente, ona se penje na ukupno 8,58 milijardi eura u 2011. Može se procijeniti da u Hrvatskoj najviše potrošnje ostvaruju inozemni turisti te da gledano s aspekta turističke potrošnje o njima ovisi doprinos turizma u Hrvatskoj.



Grafikon 1: Turistički izdaci prema vrstama usluga 2011.

Izvor: Institut za Turizam, preuzeto 25.06.2021.

Grafikon dva prikazuje turističke izdatke u 2011. prema različitim vrstama pruženih usluga, izraženim u milijunima eura. Prema ovim informacijama jasno je da najveći dio izdataka otpada na proizvode i usluge za potrošnju (42%), što najviše obuhvaća trgovinu na malo jer nautičari, kampisti i drugi turisti većinom kupuju u trgovinama, na benzinskim postajama i drugdje. Zatim slijede izdaci za hotelske i ostale usluge smještaja namijenjene posjetiteljima (24%) te usluge posluživanja hrane i pića (23%). Izdaci za proizvode i usluge za potrošnju u

2011. dosežu skoro 3,5 milijuna eura, dok već spomenute druge dvije kategorije imaju sličnu količinu izdataka, oko 2 milijuna eura. Sve ostale vrste usluga su na jako niskoj razini u smislu potrošnje. Može se zaključiti da se vrlo malo trošilo na putnički i vodeni prijevoz (1%), a skoro ništa za željeznički prijevoz (0%). U spomenutoj godini od svih vrsta prijevoza putnika turisti najviše odabiru zračni prijevoz.

U skladu s rezultatima dobivenih na temelju TSA za 2011. Institut za turizam je također došao do sljedećih izračuna: izravna bruto dodana vrijednost turizma (IBDVT) iznosila je 3,97 milijarde eura, a udio IBDVT u ukupnoj bruto dodanoj vrijednosti bio je 10,5%. Zatim, izravni bruto domaći proizvod turizma (IBDPT) iznosio je 4,61 milijardu eura, što predstavlja 10,4% u ukupnom domaćem proizvodu. Također je izmjerena zaposlenost u turističkim djelatnostima koja prema ovim mjerenjima ostvaruje 124 tisuće zaposlenika, čiji je udio u ukupnoj zaposlenosti Hrvatske prema tome 9%. (Institut za turizam, TSA RH 2011: Opatija, 2014)

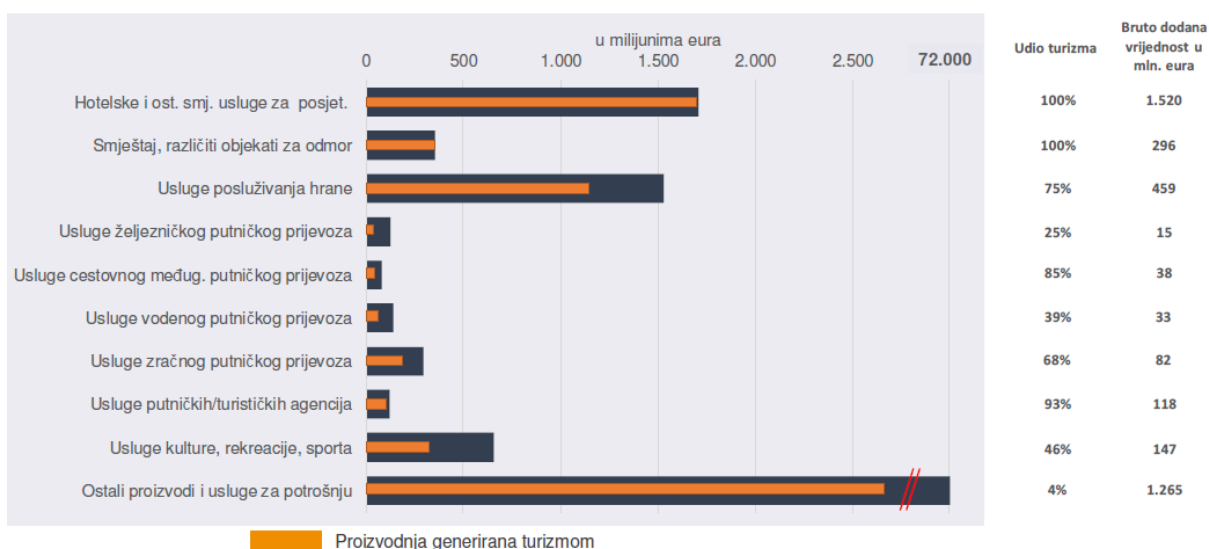
Predstavljeni izračuni 2011. upućuju na podatke o uvoznj ovisnosti turizma koja čini 8% ukupnog robnog međufaznog uvoza Hrvatske te podatke o ukupnom učinku turizma koji sadrži 14,3% bruto dodane vrijednosti Hrvatske. (Institut za turizam, TSA RH 2011: Opatija, 2014)

Tablica 1: Međunarodne usporedbe IBDVT-a i udjela turizma u BDP-u

	Godina	Udio izravne bruto dodane vrijednosti u %	Udio turizma u BDP u %
Hrvatska	2011.	10,5	10,4
Hrvatska	2007.	9,7	9,6
Austrija	2007.	5,4	5,4
Cipar	2007.	8,7	-
Češka	2007.	2,6	2,9
Danska	2006.	2,5	1,9
Francuska	2005.	3,7	4,0
Italija	-	-	-
Njemačka	2000.	3,2	5,0
Mađarska	2005.	5,3	1,4
Irska	2000.	2,9	6,6
Portugal	2004.	4,6	-
Slovenija	2003.	3,9	4,9
Španjolska	2005.	6,3	-
Švedska	2006.	2,9	2,9
Velika Britanija	2000.	3,8	-

Izvor: Eurostat: Report on the implementation of TSA in 27 EU Member States. Tourism Satellite Accounts in the European Union Volume 1. Methodologies and Working Paper, preuzeto 25.06.2021.

Tablica broj jedan uspoređuje udio izravne bruto dodane vrijednosti i udio turizma u BDP-u. Podaci tablice izraženi su u postocima. Za Hrvatsku su uzeti podaci iz 2011. i 2007. Iz tablice je vidljivo da udio IBDVTA-a i turizma u BDP-u obilježava rast u budućim razdobljima. U usporedbi sa prikazanim kvantitativnim podacima ostalih država Hrvatska ima najveće brojke. Na drugom mjestu iza Hrvatske je Cipar sa udjelom 8,7% IBDVT, s podacima iz 2007. Treće



mjesto zauzima Španjolska sa 6,3%, a podacima iz 2005. Prema ovoj tablici može se iznijeti zaključak da je doprinos turizma hrvatskom BDP-u sa svojim izravnim i neizravnim učincima dosta veći nego u drugim zemljama, ali to nije neočekivan rezultat s obzirom da je turistički visoko receptivna zemlja.

Grafikon 2: Proizvodnja turističkih i ostalih djelatnosti, udio turizma i dodana vrijednost od turističke djelatnosti 2011.

Izvor: Institut za Turizam, preuzeto 25.06.2021.

Grafikon tri pokazuje udio turističke proizvodnje u ukupnoj proizvodnji. Na grafikonu narančasta linija predstavlja dio turističke proizvodnje, koja je uzrokovana ili potaknuta pojavom turizma, a izražena je u milijunima eura. U gotovo svim vrstama usluga koje se pružaju on obuhvaća većinu proizvodnje. Može se uočiti da u hotelskim i ostalim smještajnim uslugama te u uslugama smještaja i različitim uslugama za odmor u 2011. cjelokupna proizvodnja je generirana turizmom. Sukladno navedenom, udio turizma u proizvodnji spomenutih usluga je 100%. Veći dio prometne proizvodnje, željezničkog, cestovnog, vodenog i zračnog prometa, također su pod velikim utjecajem turističkih kretanja. Cestovni i zračni promet imaju udio turizma od 85% i 68%. U slučaju ostalih proizvoda i usluga za

potrošnju, turizam ima najmanji utjecaj od samo 4%, jer je brojčani izraz bruto dodane vrijednosti od turizma samo 1,265 milijuna eura od ukupnih 72 milijuna eura vrijednosti proizvodnje.

4.2. TSA za 2016.

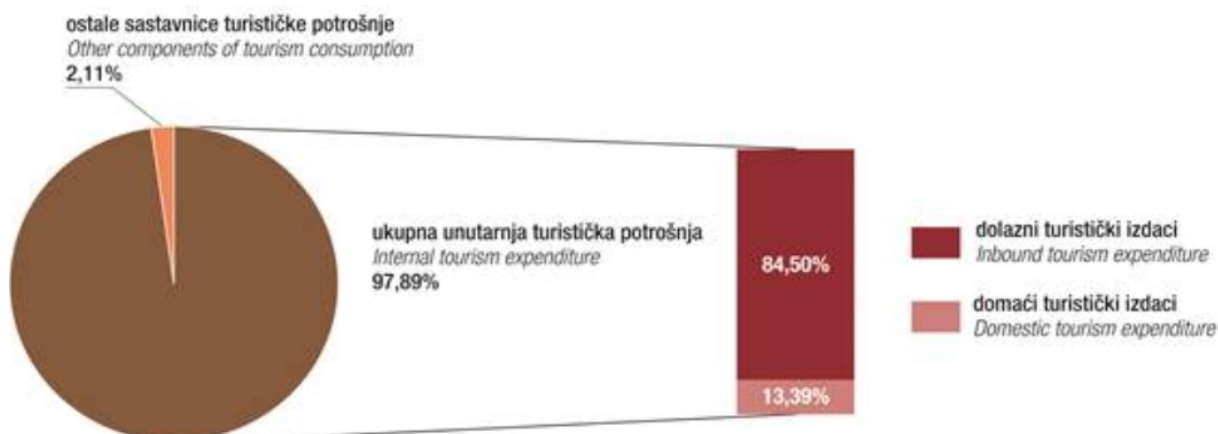
2019. Državni zavod za statistiku objavio je svoje rezultate TSA za 2016. Republike Hrvatske. Prikazani su najvažniji izračuni dobiveni primjenom satelitskog računa turizma, a to su vrijednosti unutarnje turističke potrošnje, dolazni turistički izdaci, domaći turistički izdaci, bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti, izravna bruto dodana vrijednost turizma te izravni bruto domaći proizvod turizma u 2016

Tablica 2: Unutarnja turistička potrošnja u 2016.

	2016.	
	mil. kuna	%
Unutarnja turistička potrošnja	78 616	100,00
Unutrašnji turistički izdaci	76 955	97,89
Dolazni turistički izdaci	66 433	86,33
Domaći turistički izdaci	10 523	13,67
Ostale sastavnice turističke potrošnje	1 661	2,11

Izvor: Državni zavod za statistiku, preuzeto 26.06.2021.

Tablica broj dva ukazuje na unutarnju turističku potrošnju 2016., a podaci su izraženi u milijunima kuna i postotcima. Procjenjuje se da je unutarnja turistička potrošnja u 2016. iznosila 78 616 milijuna kuna. Ona se sastoji od unutarnjih turističkih izdataka i ostalih sastavnica turističke potrošnje. Ostale sastavnice potrošnje iznosile su 1 660 milijuna kuna ili 2,11% od unutarnje turističke potrošnje. Unutarnji turistički izdaci iznosili su 76 955 milijuna kuna, što je 97,89% unutarnje turističke potrošnje, dok su domaći turistički izdaci iznosili 10 523 milijuna kuna odnosno 13,67%. Prema ovim podacima u 2016. prevladavaju dolazni turistički izdaci.



Dijagram 1: Unutarnja turistička potrošnja u 2016.

Izvor: Državni zavod za statistiku, preuzeto 26.06.2021.

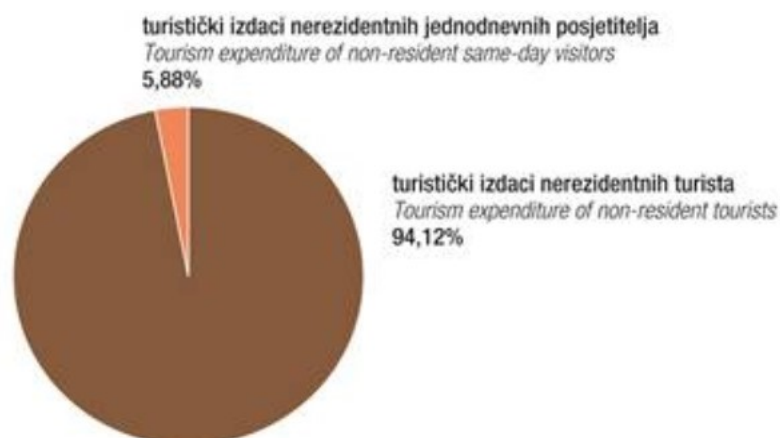
Na dijagramu jedan možemo vidjeti odnos ukupnih unutarnjih turističkih izdataka koji iznose 97,89% te ostalih sastavnica turističke potrošnje koje čine svega 2,11%. Dolazni turistički izdaci iznosili su 86,33% (66 433 milijuna kuna) unutarnjih turističkih izdataka, dok su domaći turistički izdaci činili 13,67% (10 523 milijuna kuna) unutarnjih turističkih izdataka 2016.

Tablica 3: Dolazni turistički izdaci prema vrsti posjetitelja u 2016.

	2016.	
	mil. kuna	%
Dolazni turistički izdaci	66 433	100,00
Turistički izdaci nerezidentnih turista	62 525	94,12
Turistički izdaci nerezidentnih jednodnevnih posjetitelja	3 907	5,88

Izvor: Državni zavod za statistiku, preuzeto 26.06.2021.

Prema tablici tri vidljivo je da dolazne turističke izdatke čine turistički izdaci nerezidentnih turista i turistički izdaci nerezidentnih jednodnevnih posjetitelja. Podaci su iskazani u milijunima kuna i postocima. Procjenjuje se da su dolazni turistički izdaci u 2016. iznosili 66 433 milijuna kuna. Turistički izdaci nerezidentnih turista koji su ostvarili barem jedno noćenje u Hrvatskoj, iznosili su 62 525 milijuna kuna ili 94,12% dolaznih turističkih izdataka. Izdaci jednodnevnih posjetitelja, znači onih koji nisu ostvarili noćenje, iznose 3 907 milijuna kuna, što čini 5,88% dolaznih turističkih izdataka. Sukladno navedenim podacima, jasno je da najviše turističkih izdataka ostvaruju turisti odnosno posjetitelji koji ostvaruju barem jedno



noćenje.

Dijagram 2: Dolazni turistički izdaci prema vrsti posjetitelja u 2016.

Izvor: Državni zavod za statistiku, preuzeto 26.06.2021.

Dijagram dva prikazuje da su turistički izdaci nerezidentnih turista koji su ostvarili noćenje bili 62 525 milijuna kuna ili 94,12% dolaznih turističkih izdataka u 2016., dok su izdaci nerezidentnih jednodnevnih posjetitelja tj. izletnika ostvarili 3 907 milijuna kuna ili 5,88% dolaznih turističkih izdataka u 2016.

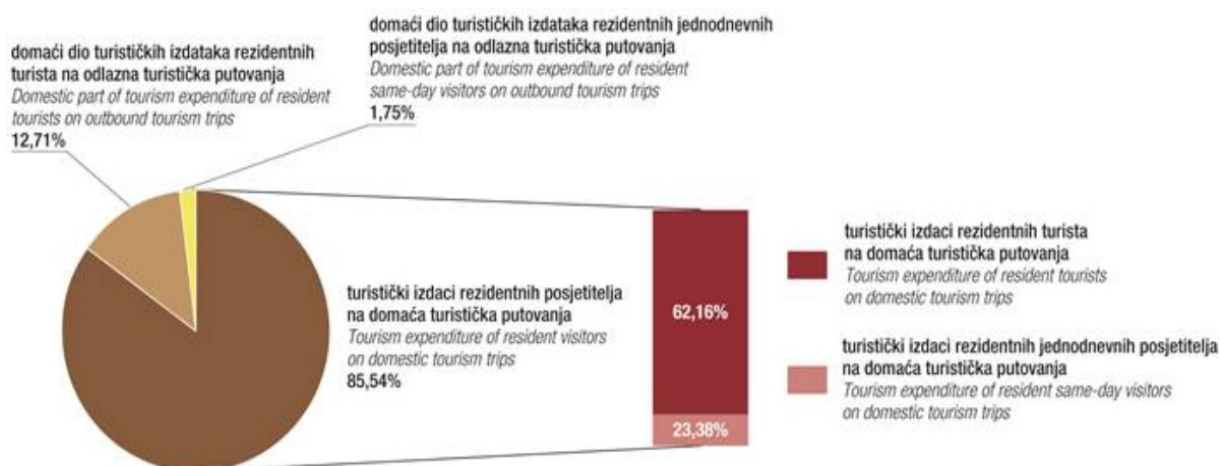
	2016.	
	mil. kuna	%
Domaći turistički izdaci	10 523	100,00
Turistički izdaci rezidentnih posjetitelja na domaća putovanja	9 001	85,54
Domaći dio turističkih izdataka rezidentnih posjetitelja na odlazna putovanja	1 521	14,46
Turistički izdaci rezidentnih posjetitelja na domaća putovanja	9 001	100,00
Turistički izdaci rezidentnih turista na domaća putovanja	6 541	72,66
Turistički izdaci rezidentnih jednodnevnih posjetitelja na domaća putovanja	2 461	27,34
Domaći dio turističkih izdataka rezidentnih posjetitelja na odlazna putovanja	1 521	100,00
Domaći dio turističkih izdataka rezidentnih turista na odlazna putovanja	1 337	87,87
Domaći dio turističkih izdataka rezidentnih jednodnevnih posjetitelja na odlazna putovanja	185	12,13

Tablica 4: Domaći turistički izdaci u 2016.

Izvor: Državni zavod za statistiku, preuzeto 26.06.2021.

Podaci tablice broj četiri uspoređuju se u milijunima kuna. Prema izračunima tablice može se uočiti da ukupni domaći turistički izdaci čine 10 523 milijuna kuna u 2016., od toga turistički izdaci rezidentnih posjetitelja na domaća putovanja čine 9 001 milijuna kuna te turistički izdaci rezidentnih posjetitelja na odlazna putovanja ostvaruju 1 520 milijuna kuna. Na domaća putovanja rezidentnih turista koji ostvaruju noćenje otpada 6 541 milijuna kuna (72,66%), a domaća putovanja rezidentnih turista koji ne ostvaruju noćenje čine 2 461 milijuna kuna

(27,34%). Na turističke izdatke rezidentnih turista na odlazna putovanja koji ostvaruju noćenje otpada 1 337 milijuna kuna (87,87%), dok turistički izdaci rezidentnih jednodnevnih posjetitelja na odlazna putovanja ostvaruju 185 tisuća kuna (12,13%).



Dijagram 3: Domaći turistički izdaci u 2016.

Izvor: Državni zavod za statistiku, preuzeto 26.06.2021.

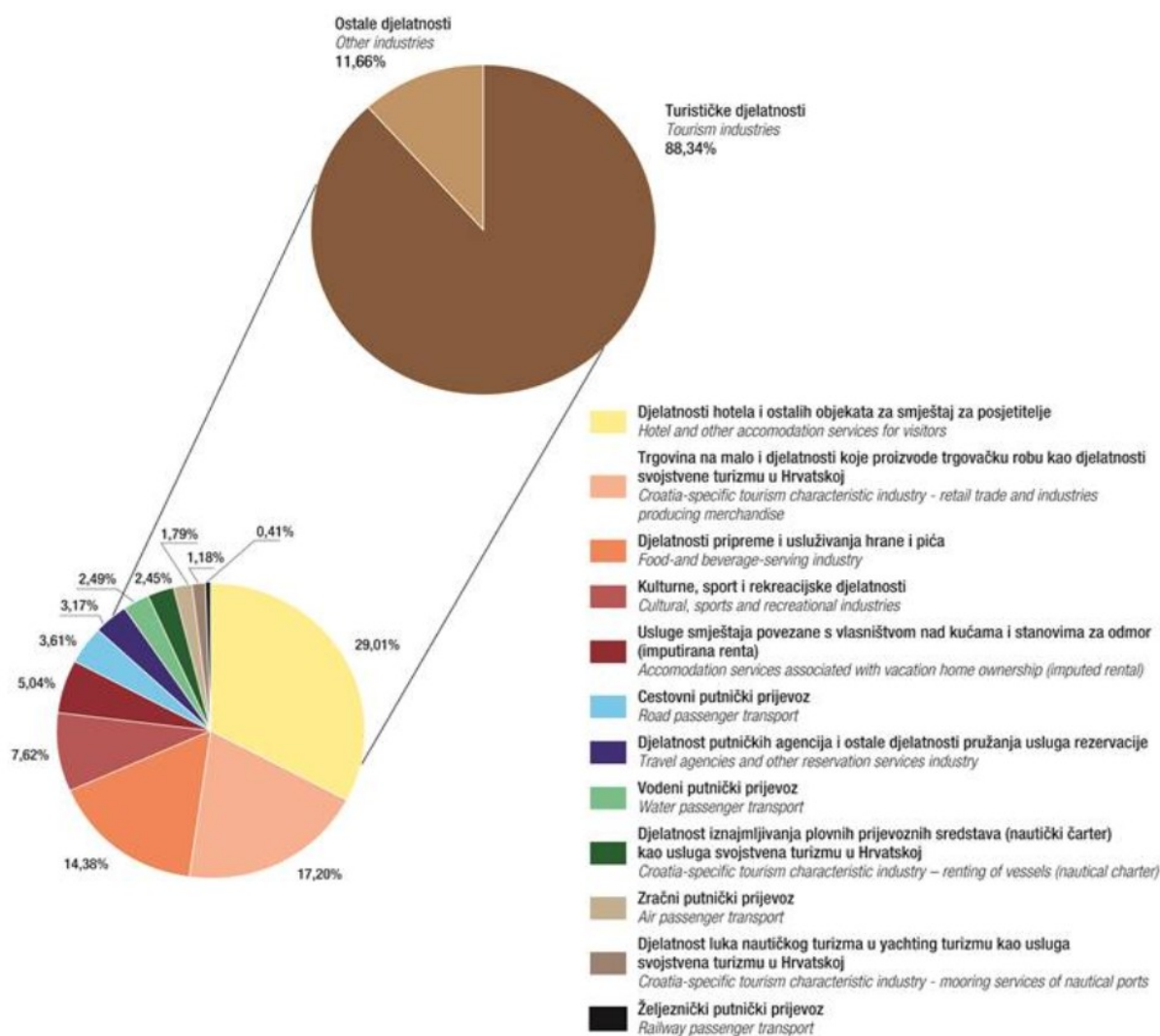
Na dijagramu tri prikazan je odnos izdataka rezidentnih turista i jednodnevnih posjetitelja na domaća ili odlazna putovanja u 2016. Rezidentni turisti koji ostvaruju noćenje, ali i jednodnevni posjetitelji koji troše na domaća putovanja sveukupno čine 85,54%, što je iznos od 9 001 milijuna kuna ukupnih turističkih izdataka rezidenata. Na odlazna putovanja rezidentni turisti i jednodnevni posjetitelji troše 1 520 milijuna kuna odnosno 14,46% ukupnih turističkih izdataka rezidenata.

Tablica 5: Bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti, izravna bruto dodana vrijednost turizma i izravni bruto domaći proizvod turizma u 2016.

	2016.
Bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti, mil. kuna	69 948
Udio bruto dodane vrijednosti turističkih djelatnosti u ukupnoj bruto dodanoj vrijednosti, %	24,01
Izravna bruto dodana vrijednost turizma, mil. kuna	31 734
Udio izravne bruto dodane vrijednosti turizma u ukupnoj bruto dodanoj vrijednosti, %	10,89
Izravni bruto domaći proizvod turizma, mil. kuna	40 040
Udio izravnog bruto domaćeg proizvoda turizma u ukupnom bruto domaćem proizvodu, %	11,40

Izvor: Državni zavod za statistiku, preuzeto 26.06.2021.

Tablica pet sadrži izračune tri pokazatelja, a koji su izračunati u milijunima kuna i prikazani svojim udjelima u ukupnoj bruto dodanoj vrijednosti ili ukupnom bruto domaćem proizvodu. Bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti iznosi 69 948 milijuna kuna, čiji je udio u ukupnoj ostvarenoj bruto dodanoj vrijednosti 24,01%. Izravna bruto dodana vrijednost turizma nakon izračuna turističkog udjela u proizvodnji za svaku od turističkih djelatnosti i



ostalnih djelatnosti ostvaruje 31 734 milijuna kuna odnosno 10,89% udjela u ukupnoj bruto dodanoj vrijednosti. Izravni bruto domaći proizvod turizma u 2016. iznosi 40 040 milijuna kuna što je udio od 11,40% u ukupnom bruto domaćem proizvodu.

Dijagram 4: Izravna bruto dodana vrijednost turizma po djelatnostima u 2016.

Izvor: Državni zavod za statistiku, preuzeto 26.06.2021.

Dijagram četiri prikazuje udio turističkih djelatnosti i ostalih djelatnosti u ukupnoj izravnoj bruto dodanoj vrijednosti turizma u 2016. Turističke djelatnosti taj udio ostvaruju sa 88,34% u ukupnoj izravnoj bruto dodanoj vrijednosti turizma, dok ostale djelatnosti čine 11,66% ukupne izravne bruto dodane vrijednosti turizma 2016. Vidljivo je da turističke djelatnosti značajno pridonose ukupnoj izravnoj bruto dodanoj vrijednosti turizma 2016. u Hrvatskoj, gdje najveći doprinos imaju djelatnosti hotela i ostalih objekata za smještaj posjetitelja, trgovina na malo i trgovinska roba namijenjena za turističku potrošnju te zatim djelatnosti pripreme usluživanja hrane i pića.

Prema izračunima iz Državnog zavoda za statistiku (2019.) za 2016. turistički omjer odnosno omjer unutarnje turističke potrošnje i ukupne ponude dobara i usluga iznosio je 0,0975 tj. 9,75% ukupne ponude dobara i usluga korišteno je za zadovoljenje turističke potražnje³². Satelitska bilanca izrađena za 2016. iznova je potvrdila koliko zapravo visok značaj odvijanje turističkih aktivnosti na području Republike Hrvatske ima za njezino nacionalno gospodarstvo, bez obzira radi li se o izravnim ili neizravnim utjecajima turizma. Prema Hrvatskoj udruzi turizma (HUT) 2016. turizam ukupno generira 317.000 radnih mjesta, od kojih je 108.000 direktno u turizmu, a preostalih 209.000 u njemu ovisnim i povezanim djelatnostima što predstavlja 20% svih radnih mjesta u Hrvatskoj³³.

U javnosti se do sada često pogrešno smatralo kako turizam čini 19 do 20% udjela u ukupnom BDP-u Hrvatske, no rezultat koji se dobije upotrebom turističkih prihoda iz platne bilance u odnosu na BDP nije jednak kao i stvarni udio vrijednosti turizma u BDP-u. Izravni BDP turizma 2016. ima udio od 11,40% u ukupnom BDP-u, no procijenjeno je da doprinos turizma sa svim svojim izravnim i neizravnim učincima u nacionalnom gospodarstvu Hrvatske iznosi 16,9% bruto domaće vrijednosti. Ta vrijednost pokazuje kako turizam ipak ne generira toliki udio dodane godišnje vrijednosti u Hrvatskoj kao što se to često smatra u javnosti. Još je izračunata i uvozna ovisnost turizma odnosno udio izravnog i neizravnog međufaznog uvoza nastalog turističkim ukupnim robnim i uslužnim uvozom Hrvatske koja ostvaruje 6,5%.

Uzimajući u obzir sve dosadašnje podatke TSA za 2016. koji objektivno pokazuju važnost ukupnih učinaka turizma, sasvim je jasno da će turizam postati središte interesa strateškog planiranja za daljnji razvoj Hrvatske. Do 2020. strategija razvoja turizma i valjane uspostave TSA trebala bi se najviše skoncentrirati na uspostavu regionalnih satelitskih računa izradom pilot projekata te osiguravanje pravovremenih informacija i kvalitetnu organizaciju, zatim u što većoj mjeri surađivati s ostalim svjetskim i europskim institucijama.

³² DZS: Satelitski račun turizma za Republiku Hrvatsku u 2016., dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/12-04-01_01_2018.htm preuzeto 26.06.2021.

³³ HUT: satelitska bilanca potvrdila velik značaj turizma za domaće gospodarstvo, dostupno na: <https://hrturizam.hr/hut-satelitska-bilanca-potvrdila-velik-znacaj-turizma-za-domace-gospodarstvo/> preuzeto 26.06.2021.

4.3. Usporedba TSA Republike Hrvatske s ostalim zemljama

U obuhvatu Europske unije prva izrada računa TSA održana je 2010., a u njoj su sudjelovale 23 zemlje članice. Takve radnje provodile su se pomoću statističkog ureda EU pod nazivom Eurostat, čiji je cilj bio prikupljati dostupne i dobrovoljno dostavljene podatke dobivene pomoću TSA država članica u određenim razdobljima, ali ne svake godine. Izvođenje TSA u sklopu Eurostat-a provelo se zasad četiri puta, nakon 2010. slijedila je 2013. u kojoj su sudjelovale 22 zemlje, 2016. kada je sudjelovalo 19 zemalja te 2019. sa 27 europskih zemalja³⁴. Najnovija izrada TSA održana je 2019. i u njoj je sudjelovalo najviše država, a posebno je važno istaknuti da su ovaj put sudjelovale i Njemačka, Italija i Velika Britanija. Sudjelovanjem ovih velikih zemalja stvara se potpunija slika utjecaja turizma, ne samo na nacionalnoj razini, već i na razini cijele Europske Unije. Od 2010. Eurostat svake tri godine poziva sve države članice da pošalju i prilože svoje podatke dobivene izradom svojih nacionalnih TSA, a da pri izradi se služe već spomenutim predloškom odnosno pomoću tablica.

Tablica 6: Međunarodna usporedba bruto dodane vrijednosti turizma, bruto dodane vrijednosti i doprinosa turizma bruto dodanoj vrijednosti 2016.

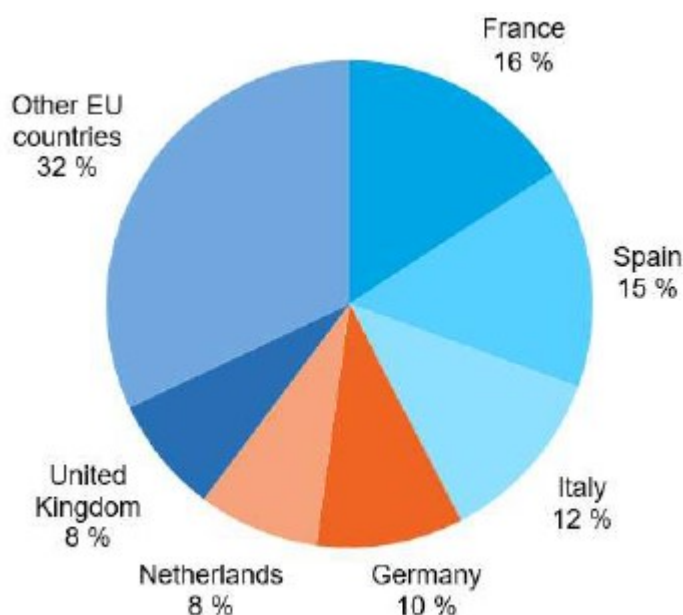
	Ref. godina	Bruto dodana vrijednost turizma (mil. eura, bazične cijene)	Bruto dodana vrijednost, (mil. eura, bazične cijene)	Doprinos turizma bruto dodanoj vrijednosti, u %
Austrija	2014	18.721	604.814	3,1
Danska	2013	7.424	223.851	3,3
Estonija	2011	566	14.616	3,9
Finska	2012	4.312	172.417	2,5
Hrvatska	2016	4,215	38.696	10,9
Italija	2015	87.823	1.463.717	6,0
Latvija	2013	837	20.110	4,2
Litva	2013	867	31.690	2,7
Mađarska	2012	4.823	83.634	5,8
Nizozemska	2014	20.336	604.814	3,4
Poljska	2012	6.862	344.985	2,0
Portugal	2015	10.468	156.839	6,7
Rep. Češka	2014	3.733	141.582	2,6

³⁴ Eurostat - Tourism Satellite Accounts (TSA) in Europe (2019 edition)

Rumunjska	2013	2.627	126.843	2,1
Slovačka	2013	1.739	67.522	2,6
Slovenija	2014	1.182	32.503	3,6
Španjolska	2011	64.756	983.670	6,6

Izvor: Državni zavod za statistiku, preuzeto 27.06.2021.

Tablica broj šest prikazuje kvantitativne podatke 17 europskih zemalja, prikazani podaci izraženi su u milijunima eura i postotcima. Za različite zemlje koriste se određene referentne godine odnosno uspoređivani su podaci iz različitih godina. Za postizanje bolje slike i međunarodne usporedbe koristi se izravna bruto dodana vrijednost turizma, a ne izravni bruto domaći proizvod turizma, zbog toga što se isključuju subvencije i porezi³⁵. Izravna bruto dodana vrijednost turizma Hrvatske u 2016. imala je udio od 10,9% u ukupnoj bruto dodanoj vrijednosti zemlje. Iz priložene tablice vidljivo je da Hrvatska ima najveći doprinos turizma, iza nje na drugom mjestu je Portugal sa udjelom od 6,7% u 2015., zatim Španjolskoj sa 6,6% u 2011. te Italija sa 6,0% također u 2015. Vraćajući se na prethodne podatke TSA Hrvatske iz 2011. i 2007. kada su udjeli izravne bruto dodane vrijednosti iznosili 10,5% i 9,7%, može se zaključiti da bi čak i tada, prije skoro deset godina, udio u Hrvatskoj bio najveći u usporedbi s drugim zemljama.

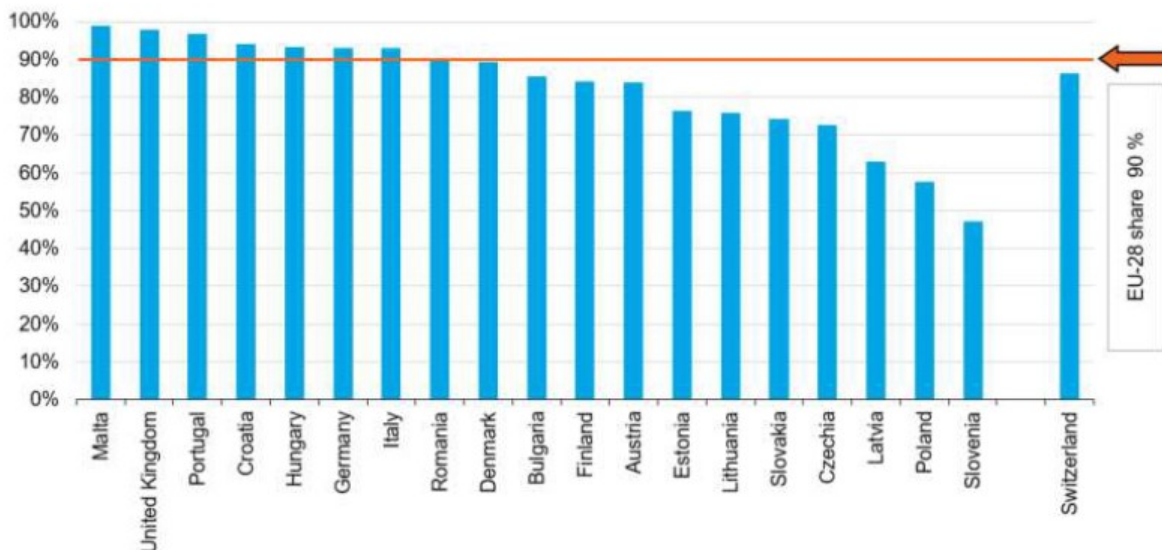


Dijagram 5: Dolazni turistički izdaci po zemljama 2016.

Izvor: Eurostat - Tourism Satellite Accounts (TSA) in Europe (2019 edition), preuzeto 27.06.2021.

³⁵ Satelitski račun turizma: koliko turizam doprinosi hrvatskom gospodarstvu, dostupno na: <https://arhivanalitika.hr/blog/satelitski-racun-turizma-koliko-turizam-doprinosi-hrvatskom-gospodarstvu/> preuzeto 26.06.2021.

Dijagram pet prikazuje udio dolaznih turističkih izdataka 2016. prema različitim europskim zemljama. Kriteriji za mjerenje izdataka uključivali su zbrajanje onih turista koji su ostvarivali noćenje i jednodnevnih posjetitelja ili izletnika. Sudjelovalo je 27 zemalja u 2019, a treba napomenuti da se podaci za različite zemlje temelje na širem rasponu referentnih godina i stoga nisu potpuno usporedivi. Francuska je zabilježila najveću vrijednost koja iznosi



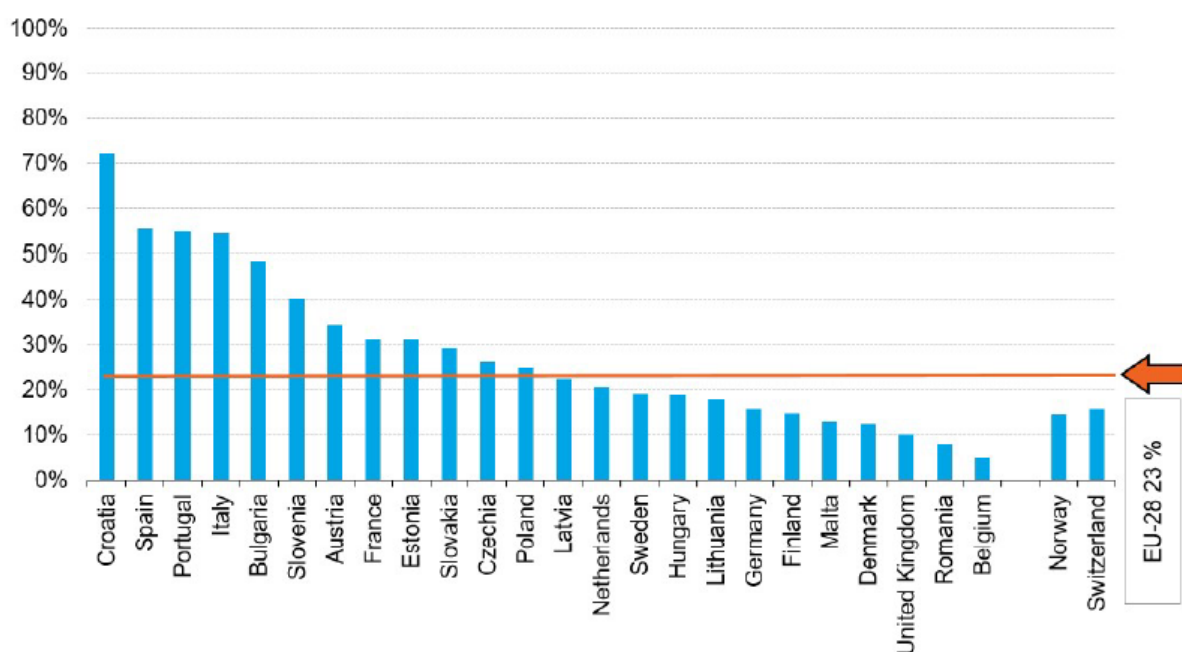
64 221 milijuna eura tj. 16% ukupnih turističkih izdataka EU. Španjolska je na drugom mjestu sa ostvarenih 59 213 milijuna eura i 15% udjela, a slijedi je Italija sa 48 148 milijuna eura i 12%, Njemačka 39 555 milijuna eura i 10%, Nizozemska sa 32 490 milijuna i 8% te Ujedinjeno Kraljevstvo sa 31 650 milijuna eura i također 8% udjela izdataka turista. Vidljivo je da ovih šest zemalja zbrojeno ostvaruje 68% ukupnog iznosa izdataka za dolazni turizam u EU, dok je Hrvatska u preostalim 32%.

Grafikon 3: Udio ukupnih dolaznih turističkih izdataka prema turistima koji su ostvarili noćenje 2016.

Izvor: Eurostat - Tourism Satellite Accounts (TSA) in Europe (2019 edition), preuzeto 27.06.2021.

Grafikon tri prikazuje udio ukupnih dolaznih turističkih izdataka prema turistima koji su ostvarili noćenje 2016., a ne uključuje jednodnevne turiste i izletnike. Rezultati su prikazani u postotcima. Na razini EU taj je udio iznosio 90%, što se procjenjuje na temelju podataka dobivenih od 20 država članica koje su uspjele razlikovati i odvojiti posjetitelje prema vrsti. Najveći postotak zabilježila je Malta koja ostvaruje 99% turističkih izdataka turista koji su ostvarili noćenje, zatim iza nje slijedi Ujedinjeno Kraljevstvo sa 98% te Portugal sa 97%. Zanimljivo je da je Hrvatska odmah na četvrtom mjestu sa ostvarenih 95%, što znači da u Hrvatskoj najviše turističkih izdataka čine upravo turisti koji ostvaruju noćenje. Osim

spomenutih zemalja, još tri zemlje imaju iznos veći od 90%, a to su Mađarska, Njemačka i Italija. Na zadnjem mjestu je Slovenija koja je zabilježila najmanji udio od 47% zbog velikog broja jednodnevnih tranzitnih putovanja kroz zemlju koja doprinose izdacima za dolazni turizam.



Grafikon 4: Udio turističkih dolaznih izdataka u odnosu na ukupnu međunarodnu trgovinu uslugama 2016.

Izvor: Eurostat - Tourism Satellite Accounts (TSA) in Europe (2019 edition), preuzeto 27.06.2021.

Grafikon četiri prikazuje u kojim zemljama EU je turizam važan pokretač međunarodne trgovine uslugama u 2016. Sudjelovalo je 27 zemalja EU, a procjenjuje se udio izdataka dolaznog turizam u odnosu na ukupni međunarodni promet trgovine uslugama. Prema izračunima zemalja u kojima su dostupni podaci obiju strana, prosječni izdaci dolaznog turizma EU iznose gotovo jednu četvrtinu odnosno 23% međunarodne trgovine uslugama. Najmanju vrijednost tu ostvarila je Belgija sa 5%, a najvišu su ostvarile Španjolska sa 56% udjela turističkih dolaznih izdataka u međunarodnoj trgovini usluga i Hrvatska sa 72% što je najviše zabilježeno u usporedbi s ostalim zemljama 2016.

4.4. Rezultati istraživanja

Za izvođenje praktičnog dijela završnog rada i provođenje brojnih analiza na temu Turističke satelitske bilance (TSA) Republike Hrvatske služilo se raznovrsnim grafikonima, tablicama i dijagramima. Može se doći do konkretnog zaključka koji se također često napominje u turističkoj teoriji Hrvatske, a to je da ta zemlja i njezino nacionalno gospodarstvo uvelike ovisi o odvijanju turističkih kretanja.

U usporedbi sa ostalim zemljama koje su sudjelovale i dobrovoljno priložile svoje podatke dobivene izradom nacionalnih TSA, Hrvatska je uvijek pri samom vrhu i sa gotovo najvišim kvantitativnim rezultatima kada se radi o utjecaju turizma. Tako dobivene informacije mogu jasno ukazati na vrlo visok izravan doprinos turizma gospodarstvu Hrvatske.

Na uvodnom dijelu završnog rada istaknute su tri hipoteze čiji je cilj ili dokazati ili opovrgnuti neku određenu pretpostavku. Prva hipoteza temelji se na procjeni kako bi izrada TSA mogla izazvati poboljšanje na području destinacijskog menadžmenta. Da bi se ovo postiglo, nužno je uzeti u obzir izradu regionalnih satelitskih računa za pojedine regije Hrvatske kao novog načina detaljnije i opsežnije upotrebe podataka. Ovi izračuni trebali bi započeti izradom pilot regionalnih projekata, kao eksperimentalnog dijela i od tu se dalje razvijati. Osim regionalnih izračuna, također je za svaku destinaciju vrlo bitan pojam održivog turizma, koji se u posljednje vrijeme sve više spominje i dobiva na važnosti, a podrazumijeva izradu okolišnih pilot projekata. Sve do sada navedeno jasno potvrđuje zadnju pretpostavku koja glasi da je za Republiku Hrvatsku, kao razvijenu turističku destinaciju preporučena izrada regionalnih satelitskih računa

Sljedeća hipoteza naglašava važnost TSA pri shvaćanju makroekonomske važnosti turizma. Ta tvrdnja je zasigurno točna, jer je to jedna od ključnih uloga računanja učinaka turizma i jedan od razloga nastanka TSA. Analize makroekonomske važnosti turizma mogle bi se još bolje izučavati dođe li do daljnjeg unapređenja turističke statistike i statistike gospodarskih sektora.

5. ZAKLJUČAK

Sukladno svim danim teorijskim objašnjenima i definicijama, ali i provedenim praktičnim istraživanjima može se istaknuti kako je nepobitna činjenica da u današnjem svijetu pojam turizma i provođenje raznih aktivnosti vezanih za turistička putovanja uvelike utječu na gospodarstva brojnih zemalja. Rezultat masovnih turističkih kretanja je upravo visoka važnost procjenjivanja, mjerenja i analize utjecaja takvih kretanja na neko gospodarstvo, ali i na mnoge druge ekonomske i socijalne aspekte neke države. Ukupni utjecaj koji ima turizam kao vrlo složena gospodarska aktivnost, i sve djelatnosti povezane s njime, je jako teško precizno definirati i izračunati.

Stručnjaci se već godinama bave problematikom izračuna ukupnih izravnih i neizravnih učinaka turizma, kako bi dobili ne samo stvarne podatke o njegovom realnom utjecaju na nacionalnu ekonomiju, već i da bi u skladu s dobivenim rezultatima mogli donijeti jasne zaključke vezane za poduzimanje potrebnih mjera. Donošenje novih mjera je nužno kako bi se još bolje razumjeli međusektorski odnosi u gospodarstvu jedne države te kako bi se postigla optimizacija turističkih politika i budućih aktivnosti planiranih za daljnji razvoj turizma neke zemlje.

Kao odgovor na potrebe izračunavanja uloge turizma pojavila se nova jedinstvena statistička metoda poznata pod nazivom Turistička satelitska bilanca ili skraćeno TSA, koju određuju standardizirani metodološki okviri pobliže opisani u dokumentima postavljenim od strane raznih međunarodnih institucija. Bile su potrebne brojne godine velikih napora različitih institucija, zemalja i pojedinaca kako bi se pronašao ovakav odgovarajući metodološki okvir za izradu TSA koji bi svi prihvatili.

TSA kao relativno novi instrument mjerenja učinaka turizma osmišljen je kao dodatak Sustavu nacionalnih računa (SNA) kako bi se omogućilo poboljšanje i proširenje statističkih mjerenja te postigla harmoniziranost i međunarodna usporedivost dobivenih računa. Glavni cilj projekta TSA bio je izmjeriti veličinu sveukupnih turističkih utjecaja i pokazati da je turizam značajan dio ukupnog gospodarstva, a ne manji gospodarski subjekt.

LITERATURA

1. Antunac I. (1985.) Turizam i ekonomska teorija. Zagreb: Institut za istraživanje turizma
2. Blažević B. (2007.) Turizam u gospodarskom sustavu. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment
3. Carson, C. S. & Grimm, B. T. (1991). Satellite accounts in a modernized and extended system of economic accounts. *Business Economics*, 26(1)
4. Čavlek, N. (2011.) Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga
5. Frechtling D. C. (1999.) The tourism satellite account: foundations, progress and issues. Department of Tourism and Hospitality Management, School of Business and Public Management, The George Washington University
6. Geić S. (2007.) Organizacija i politika turizma: Kulturološko-ekologijski sociogospodarski aspekti. Split: Sveučilište u Splitu
7. Ivandić N. and Pavlić I. (2020.): Integrirani model regionalnog satelitskog računa turizma: primjer Dubrovačko-neretvanske županije i grada Dubrovnika.
8. Marušić Z. (2020.) TOMAS Hrvatska 2019: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj. Zagreb: Institut za turizam
9. Meis, S. & Wilton, D. (1998.) Assessing the economic outcomes of branding Canada: Applications, results and implications of The Canadian Tourism Satellite Account. In Travel research roundup: Branding the travel market, proceedings of the 29th annual conference of the travel and tourism research association.
10. Nordström, J. (1996). Tourism Satellite Accounts for Sweden 1992-93. *Tourism Economics*, 2(1)
11. Paci E. (2001.) TSA Implementation project: Enzo Paci Papers on Measuring the Economic Significance of Tourism Volume 1. Madrid: WTO
12. Paci E. (1998.) Tourism and hospitality management. Volume 4. Madrid: WTO
13. Petrić L. (2007.) Osnove turizma. Split: Ekonomski fakultet
14. Vuković I. (2001.) Financijsko ekonomski multiplikativni efekti turizma na ekonomski razvoj Europe. Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija i Fakultet za turizam i ugostiteljstvo Ohrid
15. Weber S., Mikačić V. (2004.) Osnove turizma. Zagreb: Školska knjiga

INTERNET

1. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_1_16.html
2. <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/programi-trzisnih-istrazivanja/tomas-istrazivanja>
3. <http://www.iztg.hr/hr/projekti/tomas-istrazivanja/>
4. <https://ec.europa.eu/eurostat>
5. <http://www.iztg.hr>
6. <https://arhivanalitika.hr/blog/satelitski-racun-turizma-koliko-turizam-doprinosi-hrvatskom-gospodarstvu/>
7. <https://hrturizam.hr/hut-satelitska-bilanca-potvrdila-velik-znacaj-turizma-za-domace-gospodarstvo/>
8. <https://www.dzs.hr/>
9. https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/12-04-01_01_2018.htm

PRILOZI

Popis slika

<i>Slika 1: Tablice potrebne za izradu Turističkog satelitskog računa</i>	16
<i>Slika 2: Ukupni učinci turizma dobiveni input – output analizom</i>	20
<i>Slika 3: Turistički izdaci i fizička potražnja u 2011.</i>	23

Popis tablica

<i>Tablica 1: Međunarodne usporedbe IBDVT-a i udjela turizma u BDP-u</i>	24
<i>Tablica 2: Unutarnja turistička potrošnja u 2016.</i>	26
<i>Tablica 3: Dolazni turistički izdaci prema vrsti posjetitelja u 2016.</i>	27
<i>Tablica 4: Domaći turistički izdaci u 2016.</i>	28

Tablica 5: Bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti, izravna bruto dodana vrijednost turizma i izravni bruto domaći proizvod turizma u 2016. 29

Tablica 6: Međunarodna usporedba bruto dodane vrijednosti turizma, bruto dodane vrijednosti i doprinosa turizma bruto dodanoj vrijednosti 2016. 32

Popis grafikona

Grafikon 1: Turistički izdaci prema vrstama usluga 2011. 23

Grafikon 2: Proizvodnja turističkih i ostalih djelatnosti, udio turizma i dodana vrijednost od turističke djelatnosti 2011. 25

Grafikon 3: Udio ukupnih dolaznih turističkih izdataka prema turistima koji su ostvarili noćenje 2016. 34

Grafikon 4: Udio turističkih dolaznih izdataka u odnosu na ukupnu međunarodnu trgovinu uslugama 2016. 35

Popis dijagrama

Dijagram 1: Unutarnja turistička potrošnja u 2016. 27

Dijagram 2: Dolazni turistički izdaci prema vrsti posjetitelja u 2016. 28

Dijagram 3: Domaći turistički izdaci u 2016. 29

Dijagram 4: Izravna bruto dodana vrijednost turizma po djelatnostima u 2016. 30

Dijagram 5: Dolazni turistički izdaci po zemljama 2016. 33

IZJAVA

Izjavljujem pod punom moralnom odgovornošću da sam završni rad izradila samostalno, isključivo znanjem stečenim na Odjelu za ekonomiju i poslovnu ekonomiju, služeći se navedenim izvorima podataka i uz stručno vodstvo mentora prof. dr. sc. Ivane Pavlić, kojoj se još jednom srdačno zahvaljujem.

Rebeka Kristić