

EKONOMSKA MISAO I PRAKSA
ČASOPIS SVEUČILIŠTA U DUBROVNIKU

ECONOMIC THOUGHT AND PRACTICE
PERIODICAL OF THE UNIVERSITY OF DUBROVNIK

SVEUČILIŠTE U DUBROVNIKU
DUBROVNIK



UNIVERSITY OF DUBROVNIK
DUBROVNIK

Izdavač/Published by
SVEUČILIŠTE U DUBROVNIKU
UNIVERSITY OF DUBROVNIKU

Glavni i odgovorni urednik/Editor in Chief
Đuro BENIĆ

Uredništvo/Editorial staff
Ivo BAN - University of Dubrovnik, Đuro BENIĆ - University of Dubrovnik, Rita
CASTELLANI - University of Perugia, Italy, Marija DRAGIČEVIĆ - University of
Dubrovnik, Iraj HASHI - Staffordshire University, United Kingdom, Brano MARKIĆ -
University of Mostar, Bosnia and Herzegovina, Ivan PAVIĆ - University of Split,
Kunibert RAFFER – University of Vienna, Austria, Paul ROOSENS – University of
Antwerp, Belgium, Vesna VRTIPRAH – University of Dubrovnik

Tajnik uredništva/Editorial Board Secretary
Marija DRAGIČEVIĆ

Prijevod i korektura na engleskom/Translation and proof-reading into English
Helena BRAUTOVIĆ

Adresa izdavača /Publisher's address
Sveučilište u Dubrovniku
20000 Dubrovnik, Čira Carića 4

Telefon/Telephone: +385 (0) 20 445-700, 356-055
Telefax: +385 (0) 20 356-060

e-mail: ekon.misao@unidu.hr

Radovi objavljeni u časopisu EKONOMSKA MISAO I PRAKSA referiraju se u
sekundarnim publikacijama:
Journal of Economic Literature, Pittsburgh

Časopis izlazi dva puta godišnje

Izdavanje časopisa Ekonomska misao i praksa novčano podupire Ministarstvo
znanosti, obrazovanja i športa Republike Hrvatske

Kazalo

PRETHODNO PRIOPĆENJE

Doris Peručić DOPRINOSI MARKETINGA RAZVOJU POMORSKIH KRSTARENJA U DRUGOJ POLOVICI 20. STOLJEĆA	151
--	------------

Jasminka Šohinger, Darko Horvatin FINANCIAL LIBERALIZATION IN CROATIA	173
---	------------

Igor Živko KAMATNI RIZIK U BANKARSTVU – IZVORI I UČINCI	199
---	------------

PREGLEDNI RAD

Zoran Kovačević, Ksenija Vuković PERFORMANSE PODUZEĆA U HRVATSKOM SEKTORU INFORMACIJSKO-KOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE (ICT)	217
--	------------

Stijepo Letunić UTJECAJ CIJENA I OGRANIČENOSTI RESURSA NAFTE NA GOSPODARSTVO SVIJETA	241
--	------------

Perica Vojinić WOMAN AT WORK IN CROATIA	259
---	------------

Vesna Vrtiprah

**KULTURNI RESURSI KAO ČINITELJ
TURISTIČKE PONUDE U 21. STOLJEĆU**

279

Upute suradnicima

297

Contents

PRELIMINARY COMMUNICATION

Doris Perućić MARKETING CONTRIBUTIONS TO THE SEA CRUISES DEVELOPMENT IN THE SECONDHALF OF THE 20th CENTURY	151
---	------------

Jasminka Šohinger, Darko Horvatin LIBERALIZACIJA FINANCIJA U HRVATSKOJ	173
--	------------

Igor Živko INTEREST RATE RISK IN BANKING – SOURCES AND EFFECTS	199
--	------------

REVIEW

Zoran Kovačević, Ksenija Vuković PERFORMANCES OF ENTERPRISES IN CROATIAN INFORMATION-COMMUNICATION SECTOR (ICT)	217
---	------------

Stijepo Letunić INFLUENCE OF THE PRICE AND OIL RESOURCE SCARCITY ON THE WORLD ECONOMY	241
---	------------

Perica Vojinić ŽENE NA TRŽIŠTU RADA U HRVATSKOJ	259
---	------------

Vesna Vrtiprah

**CULTURAL RESOURCES AS A TOURIST SUPPLY
FACTOR IN THE 21st CENTURY**

279

Instructions to Contributors

297

PRETHODNO PRIOPĆENJE

PRELIMINARY COMMUNICATION

Mr. sc. Doris Peručić
Zagreb

DOPRINOSI MARKETINGA RAZVOJU POMORSKIH KRSTARENJA U DRUGOJ POLOVICI 20. STOLJEĆA

UDK / UDC: 379.85:656.61

JEL klasifikacija / JEL classification: L83, M31

Prethodno priopćenje / Preliminary communication

Primljeno / Received: 26. listopada 2006. / October 26, 2006

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 04. prosinca 2006. / December 04, 2006

Sažetak

U radu se istražuje uloga i značaj marketing strategija brodarskih kompanija u razvoju modernih pomorskih krstarenja na sjevernoameričkom tržištu u drugoj polovici 20. stoljeća. Kretanja na tom tržištu bitno su utjecala na svjetsko tržište pomorskih krstarenja. Moderna pomorska krstarenja razvijaju se krajem 60-ih godina, dok se osobito dinamičan rast potražnje bilježi od 80-ih godina. Zahvaljujući dobro oblikovanoj i djelotvornoj marketinškoj strategiji brodarskih kompanija, sredinom 70-ih godina došlo je do transformacije pomorskog krstarenja od proizvoda namijenjenoga uglavnom putnicima visoke platežne moći i starije životne dobi, za koje je brod bio plovni objekt što im omogućuje plovidbu u luksuznom ambijentu i posjet novim i zanimljivim krajevima i lukama - do proizvoda namijenjenoga svim potrošačima koji odlaze na krstarenje radi odmora i zabave na brodu. Tako je brod prestao biti način prijevoza i postao je ploveći hotel - destinacija, a krstarenje turistički proizvod koji nudi odmor i zabavu, uz mnoštvo različitih sadržaja. Tijekom godina brodarske kompanije uspješno su prilagođavale ponudu krstarenja zahtjevima postojećih i novih segmenata potrošača. S promjenom marketinških strategija došlo je i do promjene strukture putnika - sve su zastupljeniji oni mlađe životne dobi, s manjim godišnjim prihodima, a rast potražnje poticao je brodare da grade nove i sve veće brodove. Prosječni godišnji rast broja putnika na krstarenjima u razdoblju 1980. - 2000. godine iznosio je 8%. U usporedbi s međunarodnim turizmom, svjetsko tržište pomorskih krstarenja ostvarilo je najveći rast.

Ključne riječi: pomorska krstarenja, sjevernoameričko tržište, brodarske kompanije, marketinške strategije.

UVOD

U dosadašnjim istraživanjima nedovoljno pozornost posvećivalo se ulozi marketinških strategija u razvoju pomorskih krstarenja, a upravo su imale odigrane ključnu ulogu u razvoju industrije kružnih putovanja morem. Naime, sredinom 70-ih godina prošloga stoljeća zbog promjene marketinške strategije i repozicioniranja čitavoga sektora na tržištu, raste potražnja za pomorskim krstarenjima. Jedan od razloga relativno brzom razvoju tržišta pomorskih krstarenja, bilo je osvajanje novih segmenata potrošača i razvoj nove koncepcije krstarenja koja nudi odmor i relaksaciju uz mnoštvo sadržaja i zabave na brodu. U radu se analizira uloga marketinga u razvoju modernih pomorskih krstarenja u drugoj polovici 20. stoljeća i njegov utjecaj na razvoj potražnje na sjevernoameričkom tržištu jer se brodarske kompanije osnovane u Sjedinjenim Američkim Državama krajem 60-ih i početkom 70-ih godina prošloga stoljeća mogu s pravom smatrati začetnikom modernoga razdoblja pomorskih krstarenja. Sjevernoameričko tržište čini 4/5 svjetskoga tržišta pomorskih krstarenja.

1. MARKETINŠKE STRATEGIJE BRODARSKIH KOMPANIJA U DRUGOJ POLOVICI 20. STOLJEĆA

Krstarenja su morem pomorskoprijevozna i turistička usluga rasprostranjena po čitavom svijetu (Ban, 1995, 180). Tijekom svojega razvoja, pomorska krstarenja doživljavaju velike promjene - od zastarjeloga i dosadnog načina putovanja namijenjenoga potrošačima visoke platežne moći, postaju atraktivni oblik odmora, koji nudi plovidbu brodom zbog zadovoljstva i zabave, namijenjen svim segmentima tržišta. Krstarenja postaju važan fenomen 70-ih godina 20. stoljeća, kad brodarske kompanije počinju graditi nove brodove prije svega za pomorska krstarenja kao zabavno-odmorišni turistički proizvod. Tako 80-ih, a posebice 90-ih godina, pomorska krstarenja dobivaju još više na važnosti (Mancini, 2004, 8).

Do znatnih promjena na tržištu pomorskih krstarenja dolazi 60-ih godina prošloga stoljeća poradi razvoja zračnog prometa i pada potražnje za pomorskim prijevozom. Zbog pojave zrakoplova brodarske su kompanije zapale u teškoće. Prijevoz putnika morem nije mogao konkurirati zračnom prometu. Kompanije koje su uspjele opstati na tržištu, uključile su u svoju ponudu u zimskom razdoblju uz redoviti prijevoz putnika i krstarenja morem u regijama s povoljnim klimatskim uvjetima. Zbog povoljne klime, kao regija za pomorska krstarenja počinje se razvijati Karipsko otočje, u to vrijeme nedostatno pristupačno zbog nedostatka hotelskih kapaciteta i slabe povezanosti s velikim turističkim emitivnim centrima SAD-a (Ward, 2006, 23). Na krstarenje se tad odlazilo radi plovidbe brodom koja omogućuje posjet zanimljivim lukama i još nedovoljno poznatim mjestima. Krstarilo se manjim brodovima na kojima nije bilo mnogo dodatnih sadržaja. Ozračje na brodu bilo je strogo formalno, putnici odvojeni ovisno o vrsti kabine kojom se koriste, a cijena nedostupna američkoj obitelji s

prosječnim primanjima. Krstarenje je uglavnom trajalo 7 ili 14 dana, i jedino su potrošači starije životne dobi imali vremena i novca za taj oblik odmora. Putnici na krstarenjima bili su malobrojni, uglavnom iz velikih obalnih gradskih središta. Krstarenja su se percipirala kao neobičan način putovanja u znamenita mjesta, a u isto su vrijeme značila i određeni društveni status. Kvaliteta je broda za putnike bila manje bitna, više su pozornosti pridavali razgledavanju luka. Iako su brodarske kompanije u svojim sloganima obećavale zabavu na brodu, ona je uglavnom izostajala (Dickinson, 1997, 38).

Krajem 60-ih i početkom 70-ih godina u SAD-u osnivaju se brodarske kompanije koje razvijaju novu marketinšku strategiju i svoju ponudu temelje samo na krstarenju kao turističkom proizvodu. Da bi se prilagodile uvjetima na tržištu, koji se konstantno mijenjaju, mnoge brodarske kompanije postale su svjesne potrebe razvoja djelotvorne marketinške strategije koja će „specificirati što (ciljeve koji bi se trebali postići), gdje (na koje se tržište fokusirati), kako (koje resurse i aktivnosti alocirati svakomu proizvodu/tržištu kako bi se iskoristile povoljne tržišne prilike i umanjile prijetnje), da bi se postigla konkurentna prednost“ (N. Renko, 2005, 17). Na izbor i oblikovanje marketinške strategije velik utjecaj imale su specifičnosti odnosa što vladaju na turističkom tržištu, specifičnosti krstarenja kao turističkoga proizvoda, specifičnosti turista kao potrošača i njegova ponašanja na turističkom tržištu. Time krstarenje prestaje biti pomorskoprijevozna usluga, a postaje plovidba koja nudi nova iskustva i zabavu na brodu.

Sjevernoameričko tržište pomorskih krstarenja započelo je svoj brzi razvoj 1966. godine osnivanjem brodarske kompanije Norwegian Caribbean Line, koja je 1987. godine promijenila ime u Norwegian Cruise Line (Cartwright, 1999, 36). U istom razdoblju osnovane su i brodarske kompanije Royal Caribbean Cruise Line (1969.) i Carnival Cruise Line (1972.) (Cartwright, 1999, 37); one su dale svoj pečat razvoju moderne koncepcije krstarenja, opstale su do današnjih dana i postale vodeće kompanije na tržištu.¹ Brodarska kompanija Norwegian Cruise Line smatra se začetnikom razvoja modernih pomorskih krstarenja. Ta je kompanija transformirala pomorska krstarenja na starim brodovima, prvenstveno izgrađenima za preoceansku plovidbu, koja su bila u ponudi krajem 60-ih godina na regionalnom tržištu Južne Floride, u suvremeni odmorišni proizvod na novoizgrađenim brodovima posebno dizajniranima za krstarenje po Karipskom otočju, i usmjerila ga je prema nacionalnom tržištu. Njezina flota od četiri moderna broda za pomorska krstarenja plovila je cijelu godinu na istomu itinereru s lukom ukraja Miami (Dickinson, 1997, 24).

Veliku ulogu u razvoju moderne koncepcije pomorskih krstarenja imala je brodarska kompanija Carnival Cruise Line, što ju je osnovao Ted Ariston

¹ Tri vodeće korporacije, Star Cruises Group u sklopu koje je Norwegian Cruise Line, Royal Caribbean International (u sklopu koje je Royal Caribbean Cruise Line) i Carnival Corporation (u sklopu koje je Carnival Cruise Line) raspolažu danas sa 79,5% ukupnog kapaciteta svjetske flote za krstarenje (Peisley, 2006, 3).

(ujedno jedan od osnivača Norwegian Caribbean Line) kako bi ponudom bezbrižnoga i neformalnog obiteljskog odmora na moru konkurirao uspješnim odmaralištima na Floridi i Karipskom otočju (Swarbrooke, 1999, 323). Uvidjevši da postoji veliki potencijal za razvoj pomorskih krstarenja unutar segmenta potrošača srednje i niže platežne moći i mlađe životne dobi, koji prije nisu imali dodira s krstarenjem, razvio je on novu koncepciju krstarenja s plovidbom radi zabave u neformalnoj atmosferi. Segment potrošača srednje i niže platežne moći pružao je mogućnost za agresivan rast jer je znatno veći od segmenta potrošača visoke platežne moći. Cijena krstarenja koju je nudio Carnival bila je prihvatljiva svim dobnim skupinama. Kako bi privukla nove potrošače, ova kompanija uvodi na tržište brodove što nude odmor, razonodu, relaksaciju, zabavu, športske i druge aktivnosti koje turisti mogu naći i u tradicionalnim ljetovalištim na kopnu, i promovira svoje brodove kao brodove „zabave“ (*fun ship*). Takva ponuda omogućuje putnicima da uživaju u svim sadržajima i pogodnostima što ih nudi tradicionalno ljetovalište dok plove zanimljivim svjetskim regijama. Nova koncepcija zabavno-odmorišnog krstarenja namijenjenoga masovnom tržištu bitno je različita od dotadašnje čvrsto urezane u potrošačku svijest. Nakon što u ponudu uvodi još jedan brod, 1976. godine Carnival ide korak dalje i mijenja raspored ukrcaja u luci u Miami. Kako se oba broda ne bi našla u istoj luci u isto vrijeme, nudi ukrcaje nedjeljom, što je u to vrijeme bilo nezamislivo zbog općeprihvaćenoga mišljenja da je potražnja za takvim itinererom (nedjelja na nedjelju) veoma mala (Dickinson, 1997, 33).

Nova strategija doživjela je velik uspjeh najprije na sjevernoameričkom tržištu, a zatim i na drugima, te je osigurala kompaniji Carnival Cruise Line ulogu lidera na svjetskom tržištu pomorskih krstarenja, koju je zadržao do danas. Tu strategiju slijedile su i druge brodarske kompanije. Brod je prestao biti način prijevoza i postao je ploveći hotel - destinacija, a krstarenje turistički proizvod koji nudi odmor i zabavu, uz mnoštvo različitih sadržaja na brodu. Brodarske su kompanije identificirale nove potencijalne segmente potrošača i razvile su nove programe krstarenja. Segmentacija tržišta postala je ključna za razvoj i opstanak brodarskih kompanija a pomno isplanirana marketinška strategija imperativ uspješnom poslovanju na svjetskom tržištu pomorskih krstarenja. Brodarske kompanije nisu samo segmentirale svoja tržišta i prilagođavale programe krstarenja odabranoj ciljnom tržišnom segmentu već su ciljale i na određene tržišne niše. Tako dolazi i do razvoja tematskih krstarenja prilagođenih određenim skupinama potrošača.

Broj putnika na krstarenjima u samo je deset godina porastao za 190%, tj., s 500 tisuća putnika, koliko ih je bilo 1970. godine, na 1,4 milijuna putnika u 1980. godini (Hobson, 1993, 454). Krstarenja postaju masovna pojava, namijenjena svim segmentima potrošača bez obzira na životnu dob i socioekonomski status. Grade se sve veći brodovi, koji imaju *air condition* za regulaciju velikih vrućina i vlage, stabilizatore, velika pozornost posvećuje se sigurnosti putnika i posade te higijenskim uvjetima. Kvaliteta i ponuda sadržaja ovise o kategoriji broda i ciljnom segmentu potrošača. Dinamičan rast potražnje

za pomorskim krstarenjima bilježi se od druge polovice 80-ih godina osnivanjem novih kompanija, gradnjom novih brodova, ciljanjem na druge segmente potrošača i prilagodbom ponude i ostalih elemenata marketinškoga spleta zahtjevima putnika – turista (veličina i opremljenost brodova, cijene i duljina trajanja krstarenja, razvoj programa koji uključuju osim krstarenja prijevoz zrakoplovom do luke ukrcaja i iskrcaja, sve veća ulaganja u promociju itd.).

Uvođenje tzv. *fly-cruise* programa pridonijelo je razvoju industrije kružnih putovanja i ujedno dovelo do promjene rasporeda luka ukrcaja. Naime, brodarske su kompanije brzo uvidjele prednosti industrije zračnog prometa i razvile su tzv. *fly-cruise* programe, dakle one koji uključuju prijevoz zrakoplovom do luke ukrcaja, krstarenje i povratak zrakoplovom do mjesta putnikova stalnog boravka. Potražnja za takvim programima je rasla jer je cijena aranžmana pokrivala trošak krstarenja i prijevoza do luke ukrcaja i iskrcaja. Brodarske kompanije zakupljivale su sjedala u zrakoplovu (što je snižavalo cijenu leta), a neke su imale i vlastite *charter* letove. Na taj način mogle su ući na nova geografski udaljenija tržišta i približiti luke ukrcaja velikim i udaljenim gradskim središtima. Aranžman koji uključuje prijevoz zrakoplovom i krstarenje također je omogućio da se brodovi približe regiji krstarenja i da se skрати boravak na brodu, tj. da se razvijaju mini krstarenja koja traju 2-3 dana. S porastom popularnosti *fly-cruise* aranžmana 80-tih godina prošlog stoljeća mijenja se raspored luka ukrcaja. Povećava se promet u lukama koje su bliže regiji krstarenja, npr. u Seattlu promet putnika na pomorskim krstarenjima smanjen je za 81% u razdoblju 1982.-1990., u New Yorku za 19%, dok je u istom razdoblju promet u San Juanu porastao za 603%, a u Port Evergladesu za 436%, jer je na sjevernoameričkom tržištu krstarenje Karipskim otočjem bilo najtraženija destinacija (Perry Hobson, 1993, 457). Tako je industrija zračnog prometa, koja je početkom 60-ih godina prošlog stoljeća uzrokovala krizu brodarskih kompanija, pridonijela bržem razvoju pomorskih krstarenja kao turističkoga sektora i približila je udaljene regije lukama ukrcaja, i tako je pridonijela razvoju novih emitivnih tržišta.

Velika stopa rasta broja putnika, dinamičnost sektora koji karakteriziraju stalne promjene u ponudi i potražnji, ali i sve veća konkurencija među brodarskim kompanijama, dovode do stanja u kojemu opstanak na tržištu bez djelotvorne marketinške strategije postaje gotovo nemoguć. U takvim uvjetima brodarske kompanije razvijaju konkurentne marketinške strategije i identificiraju mogućnosti za postizanje daljnjega rasta unutar postojećeg poslovanja: povećavajući udjel na tržištu koristeći se svojim sadašnjim proizvodima (strategija tržišne penetracije), razvojem novih tržišta za svoje sadašnje proizvode (strategija razvoja tržišta), razvojem novih proizvoda potencijalno zanimljivim sadašnjem tržištu (strategija razvoja proizvoda) i diversifikacijom proizvoda.

Tablica 1.

Identificiranje tržišnih mogućnosti temeljem kroz razvoja
proizvoda/tržišta

	Postojeći proizvod	Novi proizvod
Postojeća tržišta	1. rast na postojećim tržištima	2. razvoj proizvoda
Nova tržišta	3. razvoj tržišta	4. diversifikacija

Izvor: Ph. Kotler, J. Bowen, J. Makens, Marketing for Hospitality & Tourism, Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New York, 1996, 61.

Tako se 80-ih godina sve se više brodarskih kompanija, kako bi zadržale i povećale stečeni udjel na tržištu, okrenulo strategiji tržišne penetracije i potražilo načine kako zadržati svoje stalne potrošače, pridobiti potrošače konkurencije i ohrabriti postojeće potrošače da češće odlaze na krstarenja. Promociju su uglavnom usmjeravale potrošačima koji su već bili na krstarenju, davale su popuste i druge pogodnosti vjernim putnicima, nudile članstvo u raznim klubovima koji stalnim potrošačima jamče više pogodnosti pri ponovnom odlasku na krstarenje istim brodom ili s istom kompanijom, dostavljale su na kućnu adresu informacije o novim ponudama, posebnim pogodnostima, popustima itd. Na taj način stvarale su bazu podataka o karakteristikama svoje ciljne skupine, njihovim preferencijama i životnim navikama što im je pomagalo pri donošenju odluka o politici proizvoda i ostalim elementima marketinškoga spleta.

Tržište pomorskih krstarenja, prema socio-ekonomskim obilježjima putnika, segmentiralo se na (Perry Hobson, 1993, 455):

- Masovno tržište - potrošači niže platežne moći. Krstarenja su kraća, brodovi većega kapaciteta (više od 1.200 putnika), s kompletno organiziranim programom na brodu, zabavom i noćnim klubovima. Godišnji prihodi putnika turista kreću se između 20-39.000 \$, a prosječan trošak putovanja po danu po osobi je 125-200\$, ovisno o trajanju krstarenja i kategoriji kabine.
- Srednje tržište - potrošači srednje platežne moći. Ova skupina potrošača ima najveći udjel na tržištu. Krstarenja su na brodovima veličine od 500 do 2.200 putnika a optimalna veličina je brod kapaciteta od 700 – 1.000 putnika. Prihodi putnika turista kreću se od 40 do 59.000 \$ a prosječan trošak putovanja po danu i po osobi je između 200 - 350\$.
- Luksuzno tržište - potrošači visoke platežne moći. Krstare na manjim brodovima, kapaciteta cca 700 putnika, koji imaju veći broj osoblja po putniku, veće kabine i više prostora. Prihodi putnika turista veći su od

60.000 \$, a prosječni trošak putovanja po danu i po osobi viši je od 350\$.

- Specijalizirano tržišta - potrošači koji traže avanturu i ekskluzivnost na odmoru. Krstarenja su na malim brodovima ili velikim jahtama. Brodovi su obično kapaciteta 50 -150 putnika i posebno su opremljeni, npr. opremom za ronjenje i. sl. U ovu skupinu ubrajaju se i jedrenjaci.

90-tih godina stvoren je imidž krstarenja kao prilično skupoga i luksuznog proizvoda kod ljudi koji nikad nisu bili na krstarenju. Imidž ekskluzivnosti i formalnosti na brodu naglašavan je i u propagandnim porukama prezentirajući putnike u lijepoj odjeći na krstarenju, luksuzne sobe na brodu, vrhunske usluge i svečane večere. Taj imidž stvarala su i imena brodova, koja su često sadržavala riječi poput *Crown* (kruna), *Majesty* (veličanstvo), *Prince* (princ), *Queen* (kraljica) i sl. Nije se prenosila poruka o iskustvu i vrijednosti krstarenja. Čak 52,8% potencijalnih potrošača, prema istraživanjima koje je proveo lanac nezavisnih putničkih agencija specijaliziranih za prodaju krstarenja (*Cruise Holiday*), izjasnilo se kako je cijena krstarenja visoka (Dickinson, 1997, 157). Osim toga posljedica korištenja strategijom penetracije je i smanjenje udjela novih putnika, tj. onih kojima je to prvo krstarenje, u ukupnom broju putnika. Tako 70-ih i 80-ih godina, kad je broj putnika vrtoglavo rastao, njihov je udio iznosio je 65-75%. U 90-im udjel novih putnika se smanjuje i prema procjeni CLIA-e² 1994. godine nije bio viši od 40% (Dickinson, 1997,162). Upravo su ti novi putnici prethodnih godina stvorili stalne korisnike koji su ponovno odlazili na krstarenja.

Iako je potražnja za pomorskim krstarenjima od 1980. godine u porastu (tablica 4), sredinom 90-ih godina (u razdoblju od 1994. do 1995. godine) dolazi do usporavanja rasta i opadanja broja putnika na sjevernoameričkom tržištu. Prema Dickinsonu to je posljedica korištenja marketinškom strategijom tržišne penetracije većine brodarskih kompanija kako bi postigle veći tržišni udjel na postojećem tržištu (Dickinson, 1997). Kao glavni uzrok takvu stanju na tržištu pomorskih krstarenja, Peisley navodi usporavanje ulaganja brodarskih kompanija u nove kapacitete – brodove (Peisley, 1998, 2), a takva se mišljenja i Svjetska turistička organizacija (*Worldwide Cruise Ship Activity*, 2003).

² Cruise Line International Assotiation – udruga što obuhvaća većinu brodarskih kompanija koja djeluje na sjevernoameričkom tržištu

Tablica 2.
Broj putnika na krstarenjima i broj kapaciteta na sjevernoameričkom tržištu u razdoblju 1989.-1997.

Godina	Broj putnika (000)	Promjene %	Brodске postelje	Promjene %
1989.	3.286	3,7	72.369	-
1990.	3.640	10,8	83.533	15,4
1991.	3.979	9,3	86.631	3,7
1992.	4.136	3,9	97.539	12,6
1993.	4.480	8,3	103.988	6,6
1994.	4.448	0,7	104.031	0,0
1995.	4.378	1,6	106.097	2,0
1996.	4.656	6,3	110.292	4,0
1997.	5.050	8,5	118.399	7,4

Izvor: T. Peisley, The North American Cruise Market, Travel & Tourism Analyst, No.4., Travel & Tourism Intelligence, London, 1998, 2

Neravnoteža ponude i potražnje početkom 90-ih godina i korištenje marketinškom strategijom tržišne penetracije dovode i do negativne tendencije korištenja raspoloživim kapacitetima.

Tablica 3.

Korištenje brodskim kapacitetima na sjevernoameričkom tržištu

Godina	Korištenje kapaciteta %
1970.	90,0
1975.	95,0
1980.	96,0
1985.	93,0
1986.	95,0
1987.	96,0
1988.	97,0
1989.	93,0
1990.	88,9
1991.	87,0
1992.	87,6
1993.	88,0
1994.	84,3
1995.	79,6
1996.	80,6

Izvor: I. Ban, Svjetsko tržište pomorskih krstarenja (II.) (ponuda na tržištu pomorskoprijevoznih i turističkih usluga), Ekonomska misao i praksa, br.1, Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu, Dubrovnik, 1998, 31 i V. Dickinson, Selling the Sea, An Inside Look at the Cruise Industry, John Wiley & Sons, Inc., New York, 1997, 133

Stanje na tržištu 1994.-1995. godine natjeralo je mnoge brodarske kompanije da preispitaju svoje poslovanje i da se okrenu marketinškoj strategiji širenja na nova tržišta i prilagode svoj proizvod novim tržišnim zahtjevima. Kako bi postigle veću popunjenost, budući da se od 1995. godine trend rasta broja novih kapaciteta ponovo nastavlja, brodarske kompanije okrenule su se novim emitivnim tržištima ne samo na području sjeverne Amerike već i šire, novim segmentima potrošača na već postojećim tržištima, proširile su ponudu novim destinacijama, novim programima na brodu itd.

Brodarske kompanija, uz svoje vjerne potrošače, nastojale su sve više pridobiti i one koji se za svoj odmor koriste drugim turističkim proizvodima, npr. odmorom u ljetovalištima na kopnu. Promidžbenim aktivnostima uspjele su promijeniti sliku krstarenja kao skupog proizvoda. U porukama ekonomske propagande isticali su upravo ona obilježja krstarenja što ga čine različitim od drugih oblika odmora, naglašavale su kako krstarenje nudi jedinstveno iskustvo i originalni oblik odmora. Da je krstarenje specifičan oblik odmora, potvrđuju i stavovi putnika prema kojima su obilježja što krstarenje čine drukčijim od ostalih oblika odmora - sljedeća (Cartwright, 1999, 56):

- luksuzni tretman na odmoru,
- mogućnost posjeta različitim mjestima za vrijeme jednog putovanja bez dodatnog pakiranja,
- kompletan aranžman koji uključuje zabavu i odmor,
- sigurnost,
- posjeti interesantnim destinacijama.

Pad potražnje za krstarenjima na sjevernoameričkom tržištu bilježi se samo dvije godine (1994.-1995.), da bi nakon toga potražnja nastavila rasti. Brodarske su kompanije pomno planiranim marketinškim aktivnostima ponovno ciljale na nove potencijalne korisnike, te su, sustavnim istraživanjem tržišta i praćenjem zahtjeva i trendova na tržištu, neprestano prilagođavale programe krstarenja postojećim i novim segmentima potrošača. Posebno atraktivno tržište za brodarske kompanije bio je segment obitelji s djecom. Tom tržištu mnoge su brodarske kompanije prilagodile ponudu brodova – kabine i organizirane sadržaje za djecu različitih dobnih skupina. Tako je Premier Cruise Line odabrala obitelji s malom djecom kao svoje ciljno tržište i uvela Disneyeve likove na svoje brodove, te se pozicionirala kao službena kompanija World Disney World-a (Hobson, 1993, 454) sve do 1998., kad World Disney osniva vlastitu brodarsku kompaniju. Obiteljsko je tržište rastuće tržište koje čini kupce u dobi od 35 do 55 godina. Naime, tijekom 90-ih godina pripadnici „*baby – boom*“ naraštaja, rođeni između 1946. i 1964. godine, ušli su u razdoblje karakterizirano zasnivanjem obitelji. Putovanje smatraju svojim pravom, a ne privilegijom i luksuzom. (Moutinho, 2005, 38).

Kako bi osigurale bolji plasman, brodarske su se kompanije povezale i počele tijesno surađivati s kanalima distribucije, prvenstveno putničkim agencijama. Početkom 90-ih čak se 98% *bookinga* obavljalo preko agencija, i one su predstavljale najvažniji distribucijski kanal (Hobson, 1993, 454). Brodarske kompanije i CLIA (*Cruise Line International Association*) jačaju suradnju s agencijama kako bi bolje promovirali krstarenja i razvili tržište. Mnoge su se agencije specijalizirale samo za prodaju krstarenja zbog povećane potražnje za kružnim putovanjima i provizija većih nego od prodaje ostalih turističkih aranžmana te dobre organizacija samog *bookinga*.

Masovna krstarenja postaju sve zastupljenija a neke velike kompanije, kao Carnival Cruise Line, Royal Caribbean Cruise Line, P&O (Peninsular and Oriental Steam Navigation Company), grade svoj komercijalni uspjeh upravo na konceptu masovnosti, pa im je ona, ali i financijska uspješnost, glavno obilježje. Brodovi masovnosti rastući su oblik ponude na tržištu pomorskih krstarenja, ali nisu jedina značajka toga tržišta. Štoviše, taj koncept pridonosi vidljivoj podjeli ponude na dva dijela: ponuda koja je sve više usmjerena na zabavu i same sadržaje na brodu i ponuda koja je više okrenuta klasičnom stilu krstarenja, što znači više raskoši, pristajanja u lukama, razgledavanja kulturnih i povijesnih znamenitosti. Takva je ponuda posljedica raznovrsne potražnje i zrelosti nositelja

pomorskih krstarenja koji u tržišnoj utakmici nastoje udovoljiti svim zahtjevima. U prilog toj tvrdnji je i činjenica da se sve više nude tematska krstarenja. Taj oblik ponude nije novina na tržištu, ali je sve češći i raznovrsniji (Ban, 1998, 27).

2. UTJECAJ MARKETINGA NA RAZVOJ POTRAŽNJE ZA POMORSKIM KRSTARENJIMA

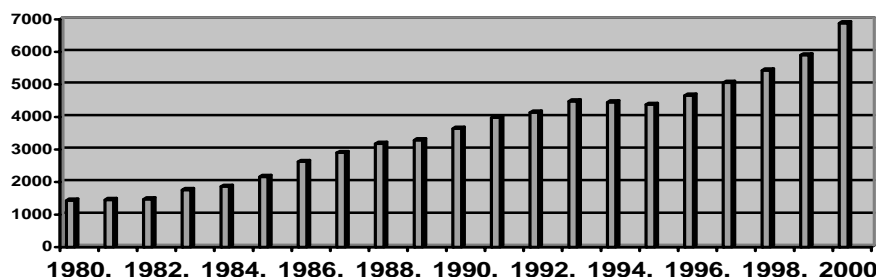
Razvojem djelotvornih marketinških strategija i njihovom uspješnom implementacijom na tržištu pomorskih krstarenja, mnoge brodarske kompanije uspješno su se pozicionirale na različitim tržištima i u različitim segmentima potrošača, što je rezultiralo rastom potražnje za pomorskim krstarenjima. Na porast broja putnika utjecao je i visok stupanj zadovoljstva putnika na pomorskim krstarenjima. Krajem 90-ih godina na sjevernoameričkom tržištu 18,6% putnika bilo je dva puta na krstarenju, 30,9% tri i četiri puta, a čak 28,8% bilo je pet i više puta na krstarenju (Duman i Mattila, 2005, 317).

Tablica 4.

Potražnja za pomorskim krstarenjima na sjevernoameričkom tržištu - SAD i Kanada u razdoblju 1980.–2000. godine

Godina	Broj putnika (000)	Godišnje promjene (%)
1980.	1.431	
1981.	1.453	1,54
1982.	1.471	1,24
1983.	1.755	9,31
1984.	1.859	5,93
1985.	2.159	16,14
1986.	2.624	21,54
1987.	2.898	10,44
1988.	3.175	9,56
1989.	3.286	3,50
1990.	3.640	10,77
1991.	3.979	9,31
1992.	4.136	3,95
1993.	4.480	8,32
1994.	4.448	-0,71
1995.	4.378	-1,57
1996.	4.656	6,35
1997.	5.051	8,48
1998.	5.428	7,46
1999.	5.894	8,59
2000.	6.882	16,76

Izvor: Cruise Lines International Association (CLIA), *The Overview Spring 2004*



Izvor: Tablica 4.

Slika 1. Potražnja za pomorskim krstarenjima na sjevernoameričkom tržištu - SAD i Kanada (u 000) u razdoblju 1980. – 2000. godine

Najveće stope rasta broja putnika na krstarenju ostvarene su 80-ih godina temeljem krstarenja kao turističkoga proizvoda koji nudi odmor i zabavu uz mnoštvo različitih sadržaja na brodu. Do opadanja broja putnika dolazi sredinom 90-ih godina, ali trend se rasta potražnje nastavlja već nakon 1995. godine na osnovi promjene marketinške strategije, širenjem na nova tržišta, ulaganjem u izgradnju novih brodova, prilagođavanjem ponude zahtjevima korisnika, proširenjem ponude novim destinacijama itd.

Rast potražnje poticao je brodare da grade nove i sve veće brodove. To su im omogućivali ostvareni prihodi i profit zarađen upravo s pomoću tih novih brojnih sadržaja na brodovima, koji upravo zbog svoje raznolikosti i bogatstva ponude privlače putnike turiste i bilježe dodatne prihode (Ban, 1998, 18). Tako su 60-ih i 70-ih godina brodovi bili manjeg kapaciteta, 750 – 1.200 putnika, da bi se 80-ih godina počeli graditi veći brodovi nerijetko kapaciteta cca od 2.000 putnika. U isto vrijeme grade se i *mega* jahte i manji brodovi kako bi se zadovoljili zahtjevi drugih segmenata potrošača (Hobson, 1993, 456). Uvođenjem novih, sve većih brodova kompanije povećavaju broj brodskih postelja na tržištu i obogaćuju svoju ponudu. Tako je potrošačima omogućen širok izbor itinerera, koji uključuju veliki broj destinacija na svim kontinentima, u trajanju od 2 dana do 3 mjeseca, ali i izbor najmodernije opremljenih i dizajniranih brodova što su u novijoj povijesti postali destinacija sami za sebe. S obzirom na to da se 90-ih godina grade sve veći brodovi što nerijetko primaju i do 3.000 putnika i još najmanje 1.000 članova posade, sa sve više sadržaja, moguće je govoriti o brodu kao ne samo plovećem hotelu nego i o malom gradu.

Tablica 5.

Svjetska flota za krstarenje prema veličini brodova

Veličina broda (gt)	1985. godina			1998. godina		
	broj brodova	udjel %	udjel (gt*) %	broj brodova	udjel %	udjel (gt) %
1.000 – 15.000	84	57,1	29,9	8	39,1	10,7
15.000 – 30.000	51	34,7	46,8	61	27,1	20,5
30.000 – 50.000	10	6,8	17,2	31	13,7	19,1
50.000 – 70.000	1	0,7	3,0	17	7,6	15,9
70.000 – 100.000	1	0,7	3,1	26	11,6	30,5
100.000 +	-	-	-	2	0,9	3,3
Ukupno	147	100,0	100,0	225	100,0	100,00

Izvor: I. Ban, V. Vrtiprah, Gigantizam in Cruise Shipping, Proceedings of the 12th IGWT Symposium «Quality for the XXI st Century», Vol. II. The Poznan University of Economics Publishing House, Poznan, 1999, 1037

*Bruto tonaža – jedinica obračuna za sve plovne objekte u skladu s odredbama Međunarodne konvencije o baždarenju brodova

Tablica 6.

Kretanje kapaciteta brodova za krstarenja na sjevernoameričkom tržištu

Godina	Brodске postelje	Promjene (%)
1981.	41.073	
1982.	47.266	15,80
1983.	47.834	1,20
1984.	52.392	9,53
1985.	56.771	8,36
1986.	60.446	6,47
1987.	66.610	10,53
1988.	72.268	8,17
1989.	72.369	0,17
1990.	83.533	15,39
1991.	86.631	3,71
1992.	97.539	12,10
1993.	103.988	6,62
1994.	103.296	-0,67
1995.	105.161	1,80
1996.	110.230	4,82
1997.	118.013	7,06
1998.	138.373	17,25
1999.	148.750	7,50
2000.	166.201	11,73

Izvor: Cruise Lines International Association (CLIA), The Overview Spring 2004

Glavni razlog gradnje sve većih brodova je ekonomija veličine jer takav brod može primiti više putnika uz niže troškova prijevoza po jedinici prijevoza, i može ponuditi jeftinije aranžmane te ostvariti veće prihode i dobiti. Veliki brodovi ujedno povećavaju rizik u poslovanju jer više uloženog kapitala pretpostavlja visok stupanj iskorištenosti raspoloživih kapaciteta. Rizik popunjavanja kapaciteta kompanije uglavnom rješavaju agresivnim marketingom (temeljitom obradom tržišta, intenzivnim komuniciranjem s tržištem i velikim ulaganjima u promidžbu). Zato su i ulaganja u marketing kako bi se što bolje pozicionirale na sve konkurentnijem tržištu. Veliku ulogu u promidžbi krstarenja imala je CLIA (*Cruise Lines International Association*), osnovana sredinom 70-ih godina da pomogne razvoju i promociji pomorskih krstarenja.

S promjenom marketinških strategija brodarskih kompanija došlo je i do promjene strukture putnika. Tijekom godina mijenjala se njihova dob, platežne mogućnosti, motivi i način putovanja. Pomorska krstarenja postaju masovna pojava nemijenjena odmoru i zabavi na brodu. Klasična krstarenja, motivirana mirnom plovidbom u luksuznom ambijentu, posjetom luka i razgledavanjem

kulturno-povijesnim znamenitosti posjećenih gradova, s duljim trajanjem krstarenja - potiskuju nabijeni program i posve drukčiji putnici koji se u kratkom vremenu i uz relativno malo novca žele dobro zabaviti. Istraživanje obilježja putnika na sjevernoameričkom tržištu pokazuje promjene u tri osnovna smjera (Ban, 1999, 57):

1. putnici su mlađe životne dobi,
2. sve su zastupljeniji putnici s manjim godišnjim prihodima,
3. više je putnika s djecom.

Početakom 70-ih godina putnik na krstarenju imao u prosjeku 65 godina (Worldwide Cruise Ship Activity, 2003, 41), 1985. godine taj se prosjek smanjio na 58 godina (Hobson, 1993, 456), a devet godina nakon toga prosjek je bio 50 godina (tablica 7.). U razdoblju od 1988. do 1990. godine povećao se broj bračnih parova na krstarenju za 6%, a broj obitelji koje odlaze na krstarenje s djecom, za 60%. U istom razdoblju smanjio se broj putnika dobne skupine s više od 60 godina koji su se prvi put odlučili za krstarenje, u odnosu prema putnicima mlađe životne dobi. Prema CLIA National Market Profile Study 1990. godine, najveću stopu rasta ima segment putnika između 25 i 40 godina. U istom razdoblju 35% putnika imalo je godišnji prihod manji od 40.000\$ (20.000 – 40.000\$). Isti je postotak putnika s godišnjim prihodima 40.000 – 60.000\$, dok je 30% putnika imalo prihode veće od 60.000\$ godišnje (Hobson, 1993, 456).

Tablica 7.

Sociodemografska obilježja putnika na sjevernoameričkom tržištu
1994.-1996. godine

Obilježja	1994	1996
Žene (%)	54,0	47,0
Muškarci (%)	46,0	53,0
Godine (%)		
25-39	29,0	34,0
40-59	36,0	35,0
60 +	35,0	31,0
Prosjek godina	50	49
Godišnji prihodi (%)		
20.000-39.999 US\$	31,0	26,0
40.000-59.999 US\$	30,0	33,0
60.000-90.999 US\$	28,0	25,0
100.000 + US\$	11,0	16,0
Prosječni godišnji prihodi (US\$)	63 000	66 000
Bračni parovi (%)	76,0	75,0
Samci (%)	24,0	25,0
Obitelji s djecom (%)	27,0	32,0
Odmor s djecom (%)	54,0	54,0
Odmor bez djece (%)	46,0	46,0
Obitelji bez djece (%)	73,0	68,0

Izvor: T. Peisley, The North American Cruise Market, Travel & Tourism Analyst, No.4., Travel & Tourism Intelligence, London, 1998, 9 (prema istraživanju CLIA 1994 i 1996 godine)

U razdoblju 1994. – 1996. godine opada prosječna starost putnika na krstarenju (od 50 na 49 godina), povećava se broj putnika mlađe životne dobi (25-40 godina), obitelji s djecom i putnika s prosječnim godišnjim prihodima od 40.000 – 60.000 \$. Takav trend promjena obilježja potrošača nastavio se i u sljedećih desetak godina.

Početak ovog stoljeća na sjevernoameričkom tržištu na krstarenjima više od polovice putnika (55,2%) su obitelji, a 38,6% ih je na krstarenju prijateljima (Duman i Mattila, 2005, 317). Najzastupljeniji su putnici u dobi od 46 do 55 godina s prosječnim godišnjim prihodom od 40.000 do 80.000 \$.

Tablica 8.

Sociodemografska obilježja putnika u 2000.-2001. godini

Sociodemografska obilježja	%
Spol	
Žene	53,6
Muškarci	41,2
Godine	
18 – 35	10,7
36 – 45	23,3
46 – 55	32,1
56 – 65	12,6
66 – i više	18,6
Godišnji prihodi	
Do - 40.000 US\$	13,8
40.000 – 79.999 US\$	25,7
80.000 – 119.999 US\$	21,7
120.000 – 159.999 US\$	9,3
160.000 – 199.999 US\$	5,7
200.000 – i više US\$	5,0
Obrazovanje	
Fakultet	14,3
Tehničke škole	4,3
Neka vrsta koledža	24,3
Koledž	31,7
Srednja škola	24,3

Izvor: T. Duman, A.S. Mattila, The Role of Affective Factors on Perceived Cruise Vacation Value, Tourism Management, No. 26. Elsevier, Amsterdam, 2005, 317.

Kao posljedica promjene obilježja putnika opada potražnja za dugotrajnim i skupim putovanjima, raste potražnja za putovanjima od samo nekoliko dana koja pružaju raznovrsne sadržaje, zabave, zanimljivosti za relativno malo novca.

Tablica 9.

Putnici na krstarenju prema trajanju putovanja

Duljina krstarenja (dani)	1980. (000)	udjel %	1996. (000)	udjel %	rast % 1996./1980.	1997. (000)	udjel %	rast % 1997./1996.
2-5	347	24,3	1.669	35,9	381,0	1.696	33,6	1,6
6-8	846	59,1	2.467	53,0	191,6	2.784	55,2	12,9
9-17	221	15,4	504	10,8	128,1	550	10,9	9,7
18+	17	1,2	16	0,3	-5,8	20	0,3	25,0
Ukupno	1.431	100,0	4.656	100,0	225,4	5.050	100,0	8,5

Izvor: T. Peisley, *The North American Cruise Market, Travel & Tourism Analyst, No.4., Travel & Tourism Intelligence, London, 1998, 10 (prema istraživanju CLIA)*

Najveći interes na sjevernoameričkom tržištu je za krstarenjima koja traju 6 do 8 dana. Najveću stopu rasta u razdoblju od 1980. do 1996. godine imaju kraća krstarenja od 2 do 5 dana a zatim krstarenja od 6 do 8 dana. Potražnja za dugim i skupim putovanjima opada. Njihov udjel, mjereći ga brojem putnika, pao je na oko 10% u 1997. godini. Obilježja putnika koji odlaze na kraća krstarenja bitno se razlikuju od onih na duljim krstarenjima. Na kraćim krstarenjima putnici su (Mncini, 2004,16):

- mlađe životne dobi,
- niže platežne sposobnosti,
- manje obrazovani,
- uglavnom zaposleni puno radno vrijeme,
- zainteresirani za destinacije masovnog turizma, poput Karipskog otočja,
- prvi put na krstarenju.

Na duljim krstarenjima putnici su:

- starije životne dobi,
- više platežne moći,
- obrazovaniji,
- vjerojatno umirovljeni,
- zainteresirani za destinacije koje se smatraju egzotične. kao npr. Južna Amerika,
- već bili na krstarenju.

Obilježja putnika na krstarenju dijelom se razlikuju od onih koji svoj odmor provode u ljetovalištima na kopnu. Istraživanja pokazuju da se 63% putnika na krstarenju želi vratiti u regiju koju su upoznali tijekom krstarenja, u odnosu prema ostalim turistima većina ih je zadovoljnija ponudom različitih aktivnosti i zabave, udobnošću smještaja, sigurnošću na odmoru, a čak 69% ih je

zadovoljno vrijednošću za novac (za razliku od samo 31% turista u ljetovalištima na kopnu) (CLIA, The Overview Spring 2004).

Uspješno marketinško djelovanje brodarskih kompanija prema tržištima, prilagodba promjenljivim uvjetima na tržištu i zahtjevima ciljnih tržišta, te ispunjenje potreba i očekivanja putnika turista pozitivno su utjecali na potražnju za ovakvim oblikom odmora. Prosječna godišnja stopa rasta od 8% u proteklih dvadeset godina prošlog stoljeća na sjevernoameričkom tržištu - govori u prilog ovoj tvrdnji.

ZAKLJUČAK

Razvoj djelotvornih marketinških strategija omogućio je brodarskim kompanijama ne samo opstanak na tržištu nego i razvoj i rast u promjenljivom i konkurentskom okruženju. Brodarske kompanije godinama su uspješno pratile promjene na strani potražnje, promjene obilježja putnika i motiva putovanja te su sukladno tomu manje ili više uspješno prilagođavale svoj proizvod tržišnim zahtjevima. Brodovi kojima je glavna namjena bila prijevoz putnika, postali su ploveći hoteli koji svojom konkurencijom smatraju tradicionalna ljetovališta. Visoka stopa rasta potražnje za krstarenjima rezultat je: dobro razvijene i implementirane marketinške strategije brodarskih kompanija, pozornog praćenja i prilagođavanja promjenama u okruženju, orijentiranosti prema tržištu, dubinskoga poznavanja ciljnih tržišta i vlastitih resursa poduzeća, te zadovoljavanja potreba i zahtjeva ciljnih tržišta. Većina brodarskih kompanija diferencirala je svoj proizvod kvalitetom usluge i ponudom te se uspješno pozicionirala na različitim tržištima i u različitim segmentima potrošača. SAD je postao lider na svjetskom tržištu pomorskih krstarenja, koji je ujedno i diktirao nove trendove.

LITERATURA

Ban, I., Svjetsko tržište pomorskih krstarenja (I.), Ekonomska misao i praksa, br. 2, Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu, Dubrovnik, 1995.

Ban, I., Svjetsko tržište pomorskih krstarenja (II.) (ponuda na tržištu pomorskoprijevoznih i turističkih usluga), Ekonomska misao i praksa, br.1, Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu, Dubrovnik, 1998.

Ban, I., Promjene na tržištu pomorskih krstarenja i njihov odraz na morske luke, Suvremeni promet, Vol. 19., br. 1-2, Institut prometnih znanosti, Zagreb, 1999.

Ban, I., Vrtiprah, V., Gigantizam in Cruise Shipping, Proceedings of the 12th IGWT Symposium «Quality for the XXI st Century», Vol. II. The Poznan University of Economics Publishing House, Poznan, 1999

Cartwright, R., Baird, C., *The Development and Growth of the Cruise Industry*, Butterworth – Heinemann Oxford, 1999

Cruise Lines International Association (CLIA), *The Overview* Spring 2004

Dickinson, V., *Selling the Sea, An Inside Look at the Cruise Industry*, John Wiley & Sons, Inc., New York, 1997

Duman, T., Mattila, A.S., The Role of Affective Factors on Perceived Cruise Vacation Value, *Tourism Management*, No. 26. Elsevier, Amsterdam, 2005

Hobson, J.S.P., Analysis of the US Cruise Line Industry, *Tourism Management*, Vol.14, Issue 6, Elsevier Science Ltd., Amsterdam, 1993

Kotler, Ph., Bowen J., Makens, J., *Marketing for Hospitality & Tourism*, Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New York, 1996

Mancini, M., *Cruising, A guide to the Cruise Line Industry*, Delmar Learning, New York, 2004

Moutinho, L., *Strateški menadžment u turizmu*, Masmedia, Zagreb, 2005

Peisley, T., The North American Cruise Market, *Travel & Tourism Analyst*, No.4., Travel & Tourism Intelligence, London, 1998

Peisley, T., The Future of Cruising – Boom or Bust? A worldwide Analysis to 2015, A Seatrade Research Report, Seatrade, March 2006

Renko, N., *Strategije marketinga*, Naklada Ljevak, Zagreb, 2005.

Swarbrooke, J., Horner, S., *Consumer Behaviour in Tourism*, Butterworth Heinemann, Oxford, 1999

Ward, D., Complete guide to Cruising & Cruise Ships 2006, Berlitz Publishing, London, 2006

Worldwide Cruise Ship Activity, World Tourism Organization, Madrid, 2003

Doris Peručić, M.A.

Zagreb

MARKETING CONTRIBUTIONS TO THE SEA CRUISES DEVELOPMENT IN THE SECOND HALF OF THE 20th CENTURY

Summary

The paper researches the role and the importance of the shipping companies' marketing strategies with the regard to the development of modern marine cruises in the North American market in the second half of the 20th century. Trends in this market considerably influenced the world market of the marine cruises. Modern marine cruises began to develop in the late 60s, while a remarkable dynamic growth of demand has been recorded since the 80s. Thanks to the well-structured and efficient marketing strategy of the shipping companies, marine cruises were transformed in the mid 70s. Marine cruises were mostly intended for the senior travellers with the high purchasing power. They sailed in luxurious ships and visited new and interesting places and harbours. Such cruises transformed into a product intended for all segments of consumers who cruise for fun and relaxation. Thus, the ship ceased to be only the mean of transportation and became a floating hotel –a destination. Cruising became a tourist product offering relaxation and fun, along with various facilities. The shipping companies have always been able to reconcile the cruising offer with the demand of existing and new segments of consumers. The change of marketing strategies caused the change of the structure of travellers. There is more and more young traveller with a lower annual income. In addition, the increase of demand has encouraged the shipping companies to build new and bigger ships. The average annual growth of the cruising travellers was 8% between 1980 and 2000. Marine cruises world market of the have accomplished the biggest growth if compared to the international tourism.

Key words: marine cruises, North American market, shipping companies, marketing strategies

JEL classification: L83, M31

Jasminka Šohinger, Ph. D.

Full Professor
Faculty of Economics
University of Zagreb

Darko Horvatin, M. S.

Senior Advisor
Croatian Pension Investment Fund Zagreb

FINANCIAL LIBERALIZATION IN CROATIA

UDK / UDC: 338.23:336

JEL klasifikacija / JEL classification: G19, P34

Prethodno priopćenje / Preliminary communication

Primljeno / Received: 13. listopada 2006. / October 13, 2006

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 04. prosinca 2006. / December 04, 2006

Summary

The change of the international capital flow structure, where the emphasis shifted from official lending to increased private capital flows, presented the transition economies with new challenges in the development of their financial systems. Starting with the comparative perspective of other transition economies, in this paper we focus on the effects that international private capital flows had on the Croatian banking sector as well as on how they helped shape its stock market. We analyze foreign direct investment and portfolio investment, two main components of international private capital flows, and we conclude with some insights and dilemmas regarding the desirable degree of openness of the capital accounts with regard to the relation between the economic growth and the long-term stability.

Key words: *private capital flow, foreign direct investment, portfolio investment, Croatian economy*

1. INTRODUCTION

The opening up of capital accounts to international capital flows became an essential aspect of economic reforms following macroeconomic stabilization in the countries of Central and Eastern Europe. In the period preceding the reforms, during the 1980s, Western official lending in the form of commercial bank loans and trade finance to state-owned foreign trade banks was the predominant form of net capital flows to the region. Private capital was initially

hesitant and it started flowing in only after the programs of liberalization, privatization, and institutional change started happening on the ground.

From the point of view of the reforming economies, private capital flows provided for an increasingly important source of their external finance throughout the 1990s and well into the 2000s. Especially important in this process was direct equity investment, which helped the recipient countries cross the investment-savings gap and overcome the transitional recessions that caused GDP growth rates to be negative for a couple of years following the onset of reforms. During the past decade, all transition economies displayed relatively high rates of direct equity investment inflows happening simultaneously with the relatively high rates of growth of their GDP. An important aspect of this process has been the development of the domestic financial system, which forms a crucial link between capital inflows and economic growth.

The financial sector of the transition economies in Central and Eastern Europe underwent significant transformations as a consequence of international private capital inflows. Together with the processes of “Europeanization” and the accession driven reforms, foreign direct equity and portfolio investment speeded up and played an influential role in transforming domestic banking and in creating stock markets in all transition economies. Both also led to changes in the corporate governance structures and to the exposure of domestic firms to the scrutiny of international capital markets.

In this paper, after reviewing the composition and direction of international private capital flows, we will focus on the effects that international private capital flows had on the Croatian banking

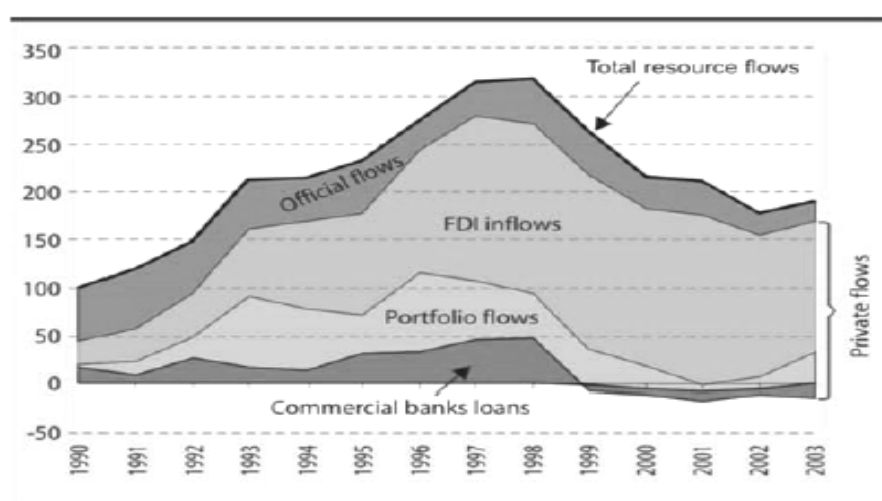
industry as well as how they helped shape its stock market. We will conclude with some insights and dilemmas regarding the desirable degree of openness of the capital accounts with regard the trade-off between growth and stability in the long run.

2. THE COMPOSITION OF INTERNATIONAL CAPITAL FLOWS

International equity capital flows consisting of direct and portfolio investment are balance of payments categories and they are recorded in the financial account of a country. Direct investment covers all transactions between direct investors and direct investment enterprises, so it includes direct equity investment and reinvested profits. Portfolio investment implies transactions in equity securities and debt securities, which are further classified into bonds and notes and money market instruments. Both international trade in financial assets in the various forms of cross-border portfolio holdings and the internationalization of production via foreign direct investment suggest an ever increasing international economic interdependence worldwide.

In the pretransition period, Western official lending to Central and Eastern European countries mainly took the form of commercial bank loans and trade finance to state-owned foreign trade banks and it was the predominant form of net capital flows to the region. Neither equity nor bond finance were in accordance with the socialist ideology and market practice. Net medium to long-term capital flows to the region averaged US\$1.2 billion per year in 1976-80, \$1.8 billion in 1981-85, and \$5 billion in 1986-90.¹

During the 1990s international capital flows to developing countries, with transition economies included, marked the tendency to replace official capital flows with a greater share of private capital flows. In the period 1990-2003 private capital flows were continuously the largest component of all capital flows, six times higher than official flows. This contrasts with the latter half of the 1980s and the early 1990s, when official flows and foreign direct investment flows were almost the same. The period 1990-2003 is shown in Figure 1.



Source: UNCTAD, *World Investment Report 2004*

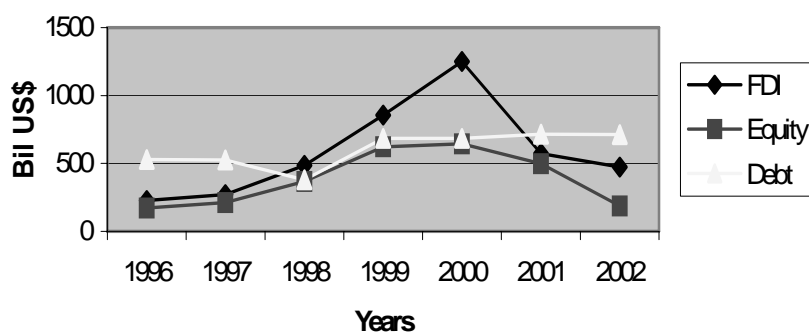
Figure 1: Total Resource Flows to Developing Countries (by type of flow) in 1990-2003 (in Bil US\$)

The approach to capital flows changed dramatically in the period after the fall of the Berlin Wall in 1989. The comprehensive package of economic reforms comprising overall liberalization of markets and prices, privatization and

¹ Lankes and Stern (1997), pp.59

institutional change in those economies changed perceptions and created palpable incentives for private capital to make its way into the region. In addition to the shift in paradigm in economic policies, which now became much friendlier to foreign investors, there was an abundance of physical and human capital which had been used inefficiently and, in the case of physical capital, which was largely obsolete. All this looked promising in the eyes of foreign investors in the sense that marginal productivity and profitability of capital invested in the region would be higher than average.

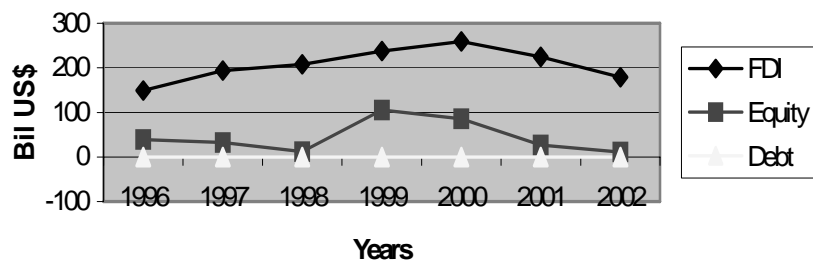
As regards the composition of private capital flows, it differs between developed and developing countries. Among the industrialized countries, portfolio equity investment and investment in debt securities generally represent the largest channels of capital inflows. For them portfolio investment consisting of equity and debt flows exceeds direct investment. Such tendencies are perfectly natural since high costs of production in developed countries generally make FDI expensive. On the other hand, the level of development and transparency of their financial markets make portfolio investment efficient. Although the share of equity in portfolio investment is rising, the bulk of foreign portfolio investment in developed countries takes place through debt securities. The latter part reflects the high level of development of financial markets in the industrialized countries. Figure 2 illustrates these relationships.



Source: *IMF Balance of Payments Statistics Yearbook, 2003*

Figure 2. FDI and Portfolio Capital Inflows in Developed Countries 1996-2002 (in Billions of US Dollars)

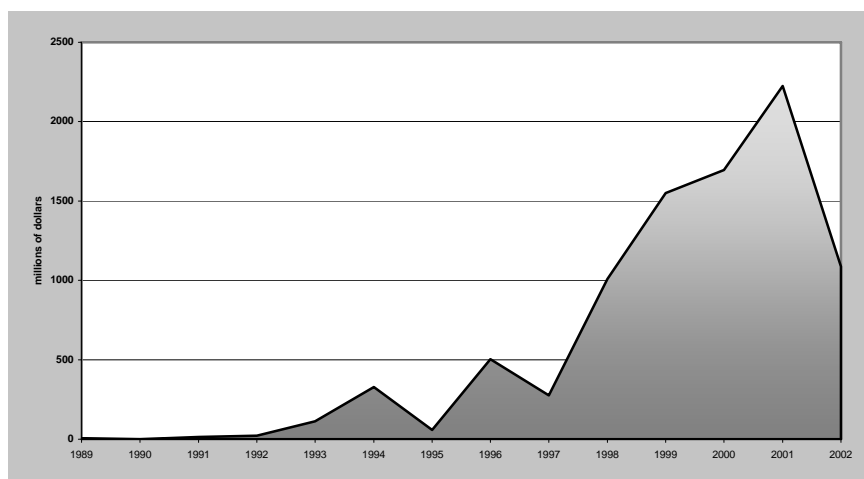
Developing countries reveal a pattern where it is direct investment that dominates private capital flows and portfolio investment, especially in its debt financing component, is far less significant. This is shown on Figure 3.



Source: *IMF Balance of Payments Statistics Yearbook, 2003*

Figure 3. FDI and Portfolio Inflows in Developing Countries 1996-2006 (in Billions of US Dollars)

Like other developing countries, the European transition economies exhibit the tendency to attract relatively more equity capital, in particular direct investment. Foreign direct investment normally includes greenfield investment as well as cross-border mergers and acquisitions (M&As). In fact, as a result of a large-scale wave of liberalization and de-regulation processes around the world in the past two decades, as well as the political and economic reforms in Central and Eastern Europe in the 1990s, cross-border M&A was the main mode of FDI entry. In fact, in the transforming economies privatization through FDI has been an integral part of the transition to a market economy. Cross-border M&A purchases in the transition economies are shown in Figure 4.

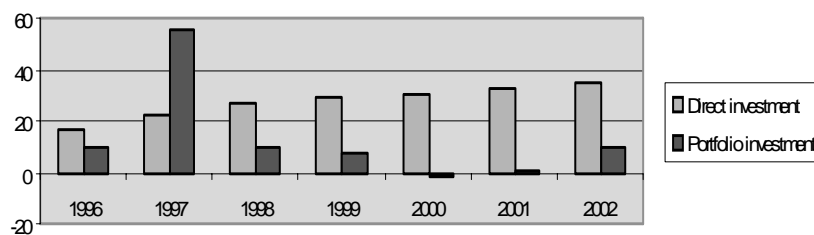


Source: World Investment Report, 2003.

Figure 4. Cross-border M&A Purchases in Central Eastern Europe (in Mil US\$)

Foreign acquisitions of domestic, mainly state owned firms in transition economies, as well as opening utilities to FDI privatization, brought foreign capital largely into the service sectors, such as trade and financial related activities, or telecommunications and power generation and distribution. However, due to the decline of the value of stocks traded on the world stock markets, cross-border M&As worldwide fell by 38 percent in 2002. Reflecting the winding down of privatization in some transition economies, the region also recorded a significant drop in M&As. They declined to one half of the 2001 value. With greenfield investment on the decline as well, what kept total FDI increasing in the transition economies was mostly the reinvested profits.

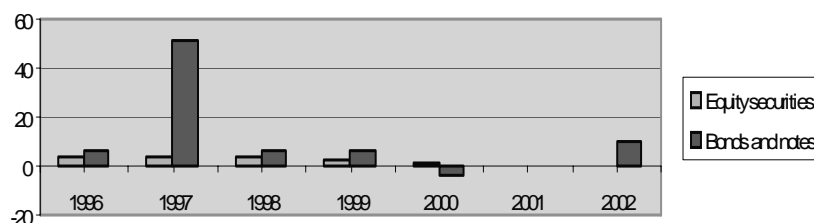
The first flows of foreign capital into transition economies consisted of foreign direct investment. However, the transition process changed radically the volume and composition of external capital flows into the region. As the perception of risk on the side of foreign portfolio investors changed, so did the inflows of portfolio capital. The composition of international private capital flows to transition economies in 1996-2002 is shown in Figure 5.



Source: IMF Balance of Payments Statistics Yearbook, 2003

Figure 5. Foreign Direct and Portfolio Investment to Central and Eastern Europe 1996-2002 (in Mil US\$)

The domination of direct investment relative to portfolio inflows in the transition economies of Central and Eastern Europe reflected the still low level of financial sector development. What stands out is the steadiness of inflow of FDI vs. the unpredictability and volatility of portfolio investment.



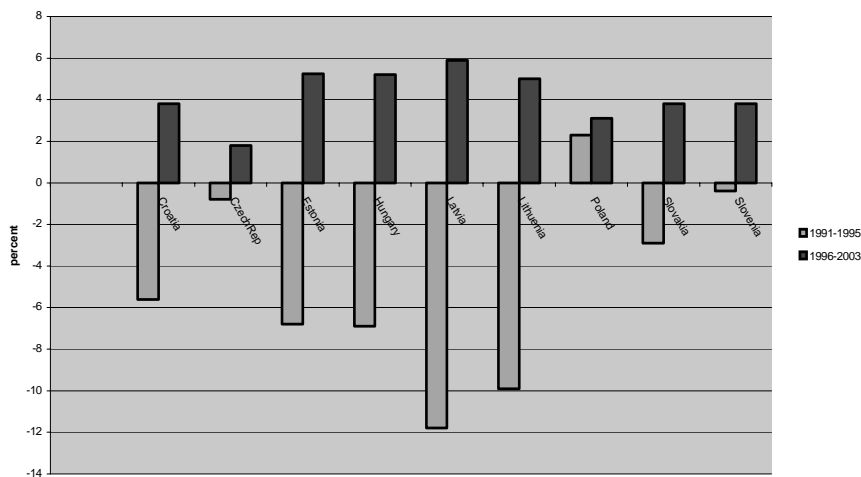
Source: IMF Balance of Payments Statistics Yearbook, 2003

Figure 6. The Composition of Portfolio Flows to Eastern Europe and Former Soviet Union 1996-2002 (in Mil of US\$)

When the composition of portfolio flows to Central and Eastern Europe is examined, it shows a relatively steady representation of equity securities, and their gradual diminution in 2001 and 2002, while bonds and notes provide for most of portfolio investment volatility. The high surge in 1997 represents huge investments into Russian securities.

To evaluate the impact of financial liberalization on the financial sector and on the economy as a whole, an important piece of information is to observe the behavior of GDP. All transition economies experienced some form of recession shortly after the reforms started getting implemented. By 1995 they all returned to positive territory in terms of their growth of GDP. Consequently, the

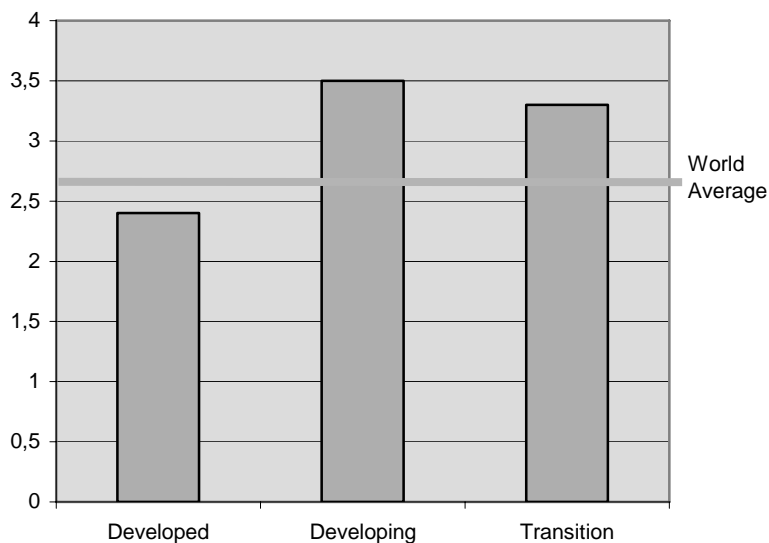
rising private capital flows during the past decade and a half are happening simultaneously with high rates of growth in the region. Figure 7 illustrates individual average growth rates over two five-year periods in the European transition economies.



Sources: UNCTAD Handbook of Statistics, 2004.

Figure 7. Average Real GDP Growth Rates in European Transition Economies 1991-1995 and 1997-2003

The average growth rates recorded in transition economies in relation to the world average are shown in Figure 8.



Source: UNCTAD Trade and Development Report, 2003.

Figure 8. Average World Output Growth Rates 1997-2002

As Figure 8 shows, average growth rates in transition economies exceeded the average world output growth rate by almost 1 percent. Developing and strengthening the weak and immature domestic financial systems was a necessary prerequisite for such growth as foreign capital needs financial institutions to move in a certain space and to allocate capital efficiently.

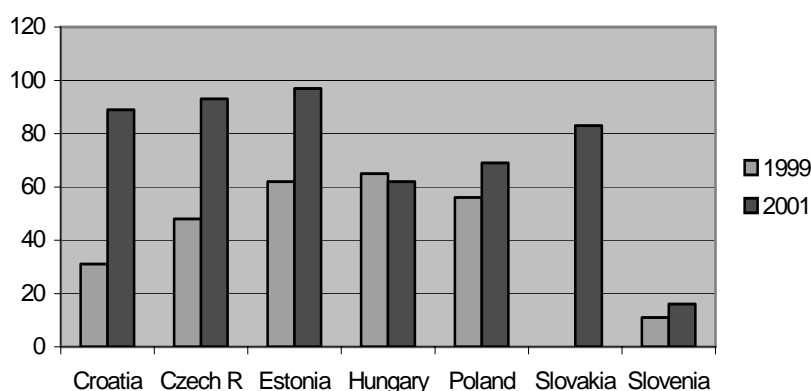
3. THE BANKING SECTOR IN EUROPEAN TRANSITION ECONOMIES

The extent to which capital flows can affect growth is largely determined by the level of development of the domestic financial system. The existing level of development of the financial system is reflected in its ability to exercise functions such as mobilizing savings, helping to allocate capital, and facilitating risk management. Domestic financial development is one of the most important links between capital inflows and economic growth. By allocating investment funds to those projects where the marginal productivity of capital is the highest, efficient financial intermediation improves the allocation of capital and it increases the overall or total factor productivity. Such developments are usually translated into higher economic growth.

The financial systems in the European transition economies have traditionally been “bank-centric”. In other words, stock markets did not exist prior to reforms. Consequently, the first reforms of the financial systems in transition economies started happening in their banking system. First the introduction of a two-tier banking system lifted sectoral restrictions on special banks, permitting private ownership of banks, and allowing foreign banks to enter the market. Then came the liberalization of the licensing policy, and the implementation of a legal framework and a supervisory system.

These early banking sector reforms often resulted in a liberal licensing policy coupled with weak supervision and shortcomings in the legal framework. Adequate bankruptcy laws either did not exist or simply were not enforced. A large number of newly founded banks often engaged in unsound practices, while the state-owned commercial banks, which emanated from the specialized financial institutions under the old monobank system, suffered from an inherited burden of bad loans and an insufficient initial capital base. The banking systems generally lacked capital and banking skills, and political intervention, coupled with the uncertain economic and institutional environment in the state-owned banks, lead to a quick accumulation of bad loans and a number of banking crises. During the ensuing large-scale bank recapitalization programs, substantial public funds had to be put up to prepare the state-owned banks for privatization.

The process of foreign bank entry in all transition economies intensified in the late 1990s and continued in the 2000s. This is partly due to the “Europeanization” process, which aims to unify the European banking markets. Figure 9 illustrates how intense the foreign bank penetration into the transition economies’ banking sector has been.



Source: Kraft, 2002.

Figure 9: Foreign Bank Share of Total Bank Assets in Transition Countries (in percent)

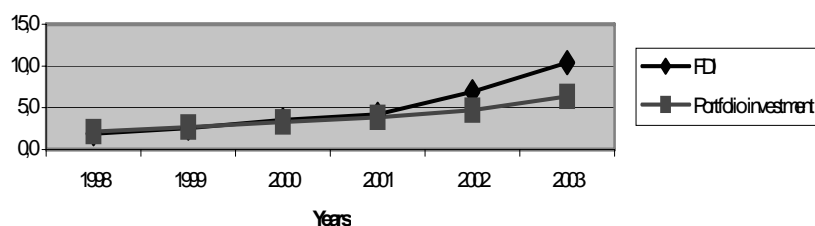
With the exception of Slovenia, foreign bank shares of total assets in local banks in transition economies are exceptionally high. Studies on the effects of such structure, however, have shown that it resulted in increased competition, bank efficiency, and the quality of banking products and services. The consequence of large foreign bank entry has been significantly better asset quality as well as an increase in overall lending under more favourable conditions than domestic banks.² The more general effects on the economies are transmitted through lowering the transaction costs of doing business. Such developments exert a positive impact on economic activity and the possibility of growth.

However, the most dynamic field of banking in CEE over the last few years has been consumer loans. That led to concerns about macroeconomic stability in a number of countries in the region, triggering restrictive measures by some of the central banks. With loans often being used to buy imported consumer goods, the deficit of the trade and current account balance have markedly increased. High current account deficits are especially troublesome if they cannot be financed by non-debt creating inflows (i.e. foreign direct investment), and can seriously threaten a currency stability. The central banks of Croatia, Bulgaria and Romania all have introduced a number of different measures to restrict credit growth. If anything, the economies need more corporate lending, particularly to small and medium sized enterprises, in order to raise productivity and improve quality.

4. GLOBAL CAPITAL FLOWS AND THE CROATIAN FINANCIAL SECTOR

International capital started flowing into Croatia in considerable amounts only after the war hostilities ended in 1995. As in other transition economies, foreign direct investment took a clear lead and it dominated portfolio investment in both equity and debt securities in the years to come. Figure 10 shows the composition of FDI and portfolio investment in Croatia during 1996-2003.

² Kraft, 2002.



Source: IMF Balance of Payments Statistics Yearbook, 2003

Figure 10. FDI and Portfolio Investment in Croatia 1998-2003 (in mil US Dollars)

Like its counterparts in the transition world, the Croatian financial system prior to reforms was also immature and underdeveloped. The degree of overall financial development as measured by the ratio of private credit to GDP of 40 percent remains relatively low by European standards. Although it has faced substantial changes since then, it is still dominated by banks. The inflows of foreign direct investment had the most direct impact on changing the scene in the Croatian banking industry.

4.1. Foreign Direct Investment and Banking in Croatia

Since 1995, when Croatia implemented its first privatization program and opened its market to foreign investors, the Croatian banking sector has attracted more than two billion USD in FDI. The main mode of entry was cross-border mergers and acquisitions and the main motivation for FDI was higher interest rate spreads and lower competition than in home markets. In 2005, 92 percent of the banking sector is in foreign ownership. The chronology of acquisitions of Croatian banks is presented in Table 1.

Table 1.

Acquisitions of Croatian Banks

Year	Bank	Buyer	Share %	PBV ratio	EUR mil.	Market share %
2004	Nova banka	OTP	96	2,7	236	2,53
2002	Riječka banka	Erste bank	85	1,82	55	6,6
2002	Dubrovačka banka	Charlem. Cap.	100	1,4	24	1,86
2002	Splitska banka	BACA	88	1,8	132	6,41
2002	Zagrebačka banka	UniCredito	82	1,7	626	26,45
2000	Varaždinska banka	Zagrebačka bank.	94	1,22	56,9	2,8
2000	Splitska banka	UniCredito	63	1,74	58	7,64
2000	Riječka banka	Bayer LB	60	1,3	76	7,2
2000	Privredna banka	IntesaBCI	66	1,72	302	16,9
2000	Dalmatinska banka	Regent	65	1,4	33	2,33

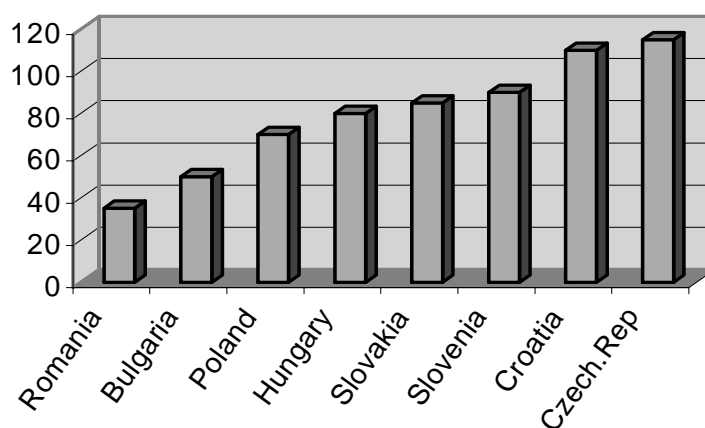
Source: RBA Research (2005)

The biggest wave of acquisitions happened during 2000, when five banks that represented 36,87% of the Croatian banking market came under foreign ownership. The average PBV ratio was 1,47 and the average price for one percent of the market amounted to 14,10 million euros. Four banks were taken over in 2002, among them were Zagrebačka banka - the biggest local bank with 26,45% market share. Within two years, banks became more expensive. The average PBV ratio rose to 1,68. The trend was followed by average price of market share – one percent valued at 16,37 million euro. For one percent of market share UniCredito has paid the highest price – 23,67 million euro. After that foreign banks controlled over 90 percent of banking assets in Croatia. Space for new foreign entrants was limited with two state banks (that are still waiting on privatization) and a few small private regional banks with very small market share. When the investment fund Charlemagne Capital announced the sale of Nova Banka, that was the last chance for international banks to acquire a local bank with significant market share. There was strong interest among big international banks (IntesaBCI, Erste Bank, Société Générale and OTP). The Hungarian OTP was very eager to finally step into Croatia and ready to pay the highest price. The real value of the highest PBV ratio of 2,7 paid for one Croatian bank becomes clear when we are reminded that for one percent of the banking market OTP paid 93,28 million Euros. This proves that the Croatian banking sector still has big potential for growth in the coming period. In the next few years Croatia's GDP is expected to grow at a rate of 4,5% annually, which is higher than in Western Europe, where the origins of foreign owners of the

Croatian banks are. This means that, like other banks before it, OTP will soon repay its investment and make a profit.

Amidst such intense FDI activities, the Croatian banking sector saw a lot of restructuring and consolidation with several major banks collapsing under the pressures of the new tides on the market during its 1998-99 banking crisis. Their weaknesses in risk management, substantial related party lending and single client exposure, inadequate provisioning and political interference in lending decisions in a system dominated by public sector banks made the Croatian banks vulnerable to the new macroeconomic realities. In 2003, only the top six banks accounted for almost 82% of total banking assets in Croatia. Despite restrictive measures by the Croatian Central Bank, total assets still grew by 14,4% in EUR.

The overall size of the Croatian banking system (in terms of total assets) surpassed GDP for the first time in 2003. The comparison with other transition economies is shown in Figure 11. Its assets amount to 100 percent of domestic GDP, which puts it among leading transitional countries, but it is still far from the EU average of 250 percent of GDP.



Source: Croatian National Bank (2005)

Figure 11. Banking Assets in Relation to GDP in 2003 (in percent GDP)

Bank assets in Croatia have two major characteristics. Almost 70% of liabilities are denominated in foreign currency or indexed to foreign currency (predominantly EUR), which results in loan portfolios also largely indexed to foreign currency. The second characteristic is the high share of retail loans (around 48% of all loans). Credit to households increased to almost 30% of GDP, growing significantly faster than credits to private enterprises. Croatia has the

highest ratio of retail loans in % of GDP among all CEE countries, but still well below the EU average.

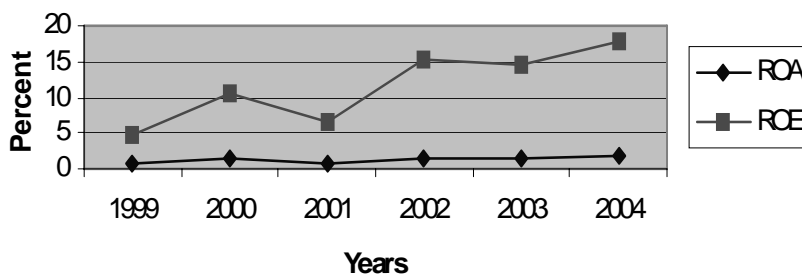
Table 2.
Loans and Interest Rate Spread in the Croatian Banking Sector 1999-2002

	1999	2000	2001	2002	2003
Loans to private enterprises (mil Eur)	n.a.	2.983	3.968	5.094	5.395
Loans to households (mil Eur)	n.a.	3.066	4.087	5.787	7.193
Average interest rate spread (percent)	9,3	7,1	6,8	9,4	9,8

Source: Croatian National Bank (2005)

It is not surprising that those banks granted more loans to households. That market segment still has tremendous potential for growth as people have needs in buying cars and real estate. In addition, the interest margins are high, around five percent. That is higher than the EU average, which is slightly under 3 percent. The problem for the host economy is that companies, which are the main drivers of development, are getting fewer loans. In the long run that is not sustainable as people somehow have to earn the money needed for loan repayment. Without new investments in the near future it will not be possible for such a trend to continue.

One of the most visible results of changes in the Croatian banking sector is the subsequent fall in interest rates. The interest rate on loans fell from 18 percent in 1997, to 8 percent in 2004. But with the interest margins still being so high, Croatia is still an attractive region for foreign banks. The Croatian banking sector's potential in retail business increases its profitability still further. The returns on assets and on equity are summarized in Figure 12.



Source: Croatian National Bank (2005)

Figure 12. Profitability of the Croatian Banking Sector 1999-2004 (percent)

Following the banking crisis of 1998-99, and given the subsequent improvements in the underlying business environment, the profitability and health of the Croatian banking system improved. This is illustrated by the improved capital adequacy ratio with non-performing assets declining from 10 percent at the end of 2000 to 7 percent at the end of 2001. Also, an average risk-weighted capital adequacy ratio rose to 18 percent compared to the statutory ratio of 10 percent, indicating that the banking system is relatively well capitalized.³

Currently only two banks remain state-owned but the Croatian government plans to privatize them as well. Also, some small privately-held banks still play a role in certain regions within the country. However, with continuing consolidation, many of the smaller banks are likely to become niche players, merge, or exit. In terms of international standards, Croatian banks are small in general. In 2005 the number of banks has been reduced from 46 to 37, which is still a lot given the population of the country of only 4.5 million inhabitants.

4.2. New Institutions in the Croatian Financial Sector

In the overall structure of the financial system in Croatia commercial banks still account for around 82% , although the competition of other institutions is slowly growing. Such institutions represent a healthy balance to the exclusively bank-based finance as they can increase the resilience of the entire financial system by preventing excessive reliance on banking. In addition, they increase the diversity of financing instruments allowing for ventures that, for political or other reasons, would not be able to obtain finance from banks. They also introduce an additional element of competition into the financial system, at least where the firms in the nonbank financial sector are not largely owned by the banks. Thus, a strong nonbank financial sector is important from the development point of view.

In Croatia, banks turned out to be the main generators of financial system development. They have established leasing companies, fund management companies and housing savings banks, which became important constituent parts of the financial system. They are presented in Table 3. In 2003 exceptional growth was recorded in the leasing industry as an alternative to ordinary credit.

³ World Bank (2002)

Table 3.

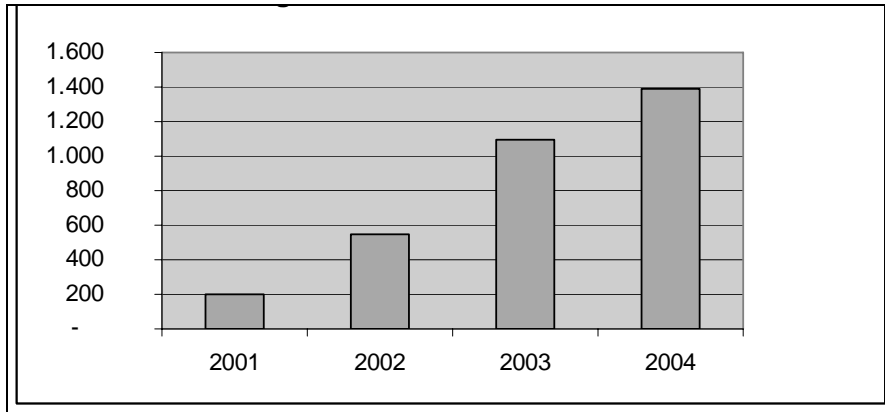
Croatian Financial Institutions in 2004

Institution	number of institutions	Total assets in USD million	%
Banks	46	35.106	82,0
Leasing companies	36	2.507	5,9
Insurance companies	26	2.302	5,4
Pension funds	8	1.146	2,7
Housing savings banks	4	690	1,6
Open-end investment funds	35	675	1,6
Savings & loans coop.	109	226	0,5
Closed-end & privatization inv. Funds	4	172	0,4
TOTAL		42.824	100,0

Source: Croatian National Bank (2005)

Leasing is a relatively new model of financing in Croatia. The first leasing company was established in 1995. After banks, leasing in Croatia is the biggest segment of the financial system. At the end of September 2004, assets under management of the leasing companies amounted to more than US\$2 million. Remarkable growth was recorded in the last three years, when leasing became the fastest growing segment of the financial sector.

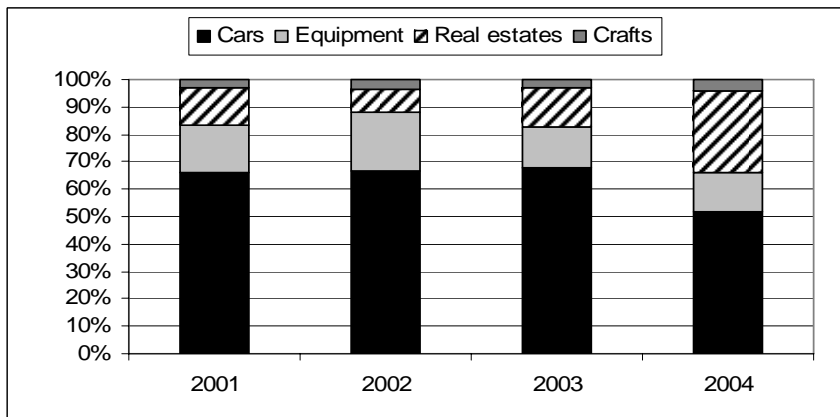
Figure 13 illustrates the speed and the momentum that leasing contracting has gained in Croatia in the past four years.



Source: Horvatin (2005)

Figure 13. Leasing – New contracts in USD million

As figure 13 shows, on the average 60 percent of leasing contracts is represented by cars, followed by real estate. Only in 2004, the car share fell below 50 percent because of the saturation on the car market. Clearly leasing is a new product on the market with a bright future when Croatian entrepreneurs find out how good a tool for improving cash flow it is.



Source: Privredni vjesnik (2005)

Figure 14. The Structure of Leasing in Croatia 2001-2004 (in percent)

The insurance sector is small and concentrated. Premiums collected are about three percent of GDP, compared to a range of six percent to eight percent in Western Europe. The market structure is somewhat distorted, with the state-

owned Croatia Osiguranje capturing almost 50 percent of market share, and the balance of the market is divided among other 25 privately owned companies. Non-life insurance still dominates, but life insurance is becoming more important, as it is being increasingly sold by foreign insurers that have long traditions in dealing with it. The legislation applicable to insurance companies and regulations issued by the Insurance Companies Supervisory Agency has been updated several times in recent years and it now conforms in many respects to the system prescribed for companies in the European Union.

The pension system reform started on January 1, 2002 and it is based on three pillars. The first pillar is based on “generation solidarity” and every employed person pays 15 percent of his or her gross salary into that fund. The second pillar comprises mandatory funds that capitalize five percent of gross salary that must be paid into such fund. The last pillar is voluntary and it is still undeveloped because the low living standards cause the savings to be generally low. There are four mandatory funds and four voluntary funds with 7 billion HRK under management. According to projections, private pension fund assets are expected to grow to be 17 percent of GDP in the next 20 years. Namely, during that period they will mostly be collecting payments and they will start to pay out significant amounts of money when the period of 20 years is up.

Investment funds are another new institution on the Croatian financial market. These products are not a real competition to traditional bank deposits, which Croatian people still prefer. Assets of open-end funds amount to less than two percent of banking assets. There two main reasons: small and underdeveloped local capital market, and, generally speaking, low knowledge about this product. Closed-end funds are mostly the results of the privatization process and there is no real future for them. Some of them will be liquidated and a greater part will be transformed into holding companies.

4.3. Portfolio Investment in Croatia

While foreign direct investment, mostly in the form of cross-border mergers and acquisitions, had a considerable impact on the banking sector, portfolio capital made a change in the corporate world and it stimulated the creation of domestic financial markets and the Zagreb Stock Exchange. Total portfolio investment into Croatian securities, in the three quarters of 2004 alone, amounted to 14,9 billion of USD, which is more than the three prior years combined. That was the consequence of an increased number of foreign investors (mostly investment funds from Slovenia, Sweden and USA), which entered into the Croatian capital market when Croatia started negotiations related to its accession to the European Union. Table 4 shows the detailed structure of portfolio capital inflows to Croatia 1998-2004.

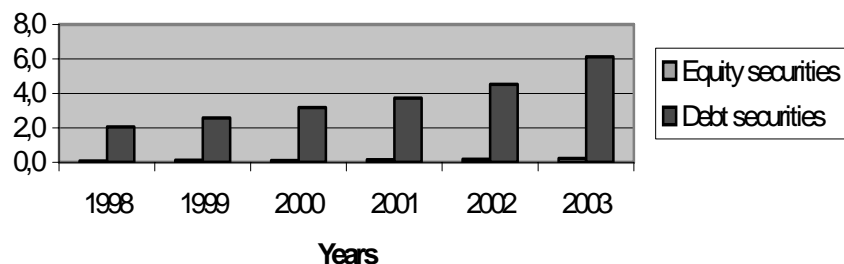
Table 4.

Portfolio Investment in Croatia 1998-2003 (in Mil US\$)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
1. Equity securities	87,3	128,3	108,8	145,4	180,8	213,1
1.1. Banks	36,5	61,5	36,5	36,2	37,7	48,2
1.2. Other sectors	50,8	66,8	72,3	109,2	143,0	165,0
2. Debt securities	2.058,0	2.571,8	3.179,6	3.731,8	4.524,8	6.124,5
2.1. Bonds	2.049,3	2.554,4	3.170,1	3.704,4	4.524,8	6.082,7
2.1.1. General government	2.049,3	2.523,2	3.141,2	3.677,1	4.357,1	5.646,5
2.1.3. Other sectors	0,0	31,2	28,9	27,3	167,7	436,2
2.2. Money market instruments	8,7	17,4	9,5	27,4	0,0	41,8
TOTAL	2.145,3	2.700,0	3.288,4	3.877,2	4.705,6	6.337,6

Source: Croatian National Bank (2005)

The comparison between equity and debt securities reveals a surprising ratio in Croatia when compared to other transition economies, and developing economies in general. While as a general rule equity investment dominates debt securities in countries with weak and underdeveloped financial markets, in Croatia it was the debt securities that clearly dominated equity. As Figure 15 shows, the inflow of portfolio capital in the form of debt securities was high and steady.



Source: IMF, 2003.

Figure 15. The Structure of Portfolio Investments in Croatia 1996-2003 (in mil US Dollars)

Such a structure leaves Croatia relatively vulnerable to possible sudden reversals of such inflows. In general it is safer if the countries opening up to international financial transactions first strengthen their markets and institutions. This includes upgrading prudential supervision, limiting the moral hazard created by excessively generous financial safety net, strengthening corporate governance as well as adopting transparent auditing and accounting standards and equitable bankruptcy and insolvency procedures.⁴

On the positive side, the result of an increased interest of foreign investors, annual turnover on the Zagreb Stock Exchange increased by more than 50 percent compared to 2003. Market capitalization rose by 70 percent, while the number of transactions increased by 43 percent. CROBEX, the Zagreb Stock Exchange index rose 30 percent.

⁴ Eichengreen, B. (2002), pp. 360.



Source: *The Zagreb Stock Exchange (2005)*.

Figure 16. Performance of CROBEX – the Zagreb Stock Exchange Index 1999-2004

Further development of the Croatian capital market and investments in local shares and bonds will depend on factors such as the privatization of the rest of the public companies through IPOs on the stock exchange as well as on the progress in integration with the European Union. Naturally, the decisions of local companies to raise capital on the capital market will be important determinants as well.

CONCLUSIONS

Following the economic and political reforms, and attracted by the potential of growth, international private capital started flowing into the emerging market economies of Central and Eastern Europe reducing the official capital flows to the region. The transition process affected the volume and the composition of external capital flows as investment and lending risk are closely associated not only with investment opportunities but also with improvements in the structural and institutional fundamentals. The shift from bank lending to foreign direct investment and portfolio capital inflows occurred after foreign investors became more confident at the prospects of economic reforms in transition economies. The composition of private capital flows showed continuous dominance of direct equity investment but, with the perceptions of risk changing, portfolio capital also made its way into the transition economies. Both types of flows caused significant changes in the domestic financial markets. In fact, the most significant efficiency gains from financial market liberalization

often result from improvements in domestic markets and this was the case in transition economies as well.

Both foreign direct investment and portfolio investment mean more for a host economy than just additions to the physical stock of capital. Foreign direct investment, in particular, gives an impetus to growth to a receiving economy, proportionally to its absorptive capacity, by bringing with it more advanced technology, management skills, and expanded access to global markets. Portfolio investment, on the other hand, opens up domestic companies and financial markets to the scrutiny of the world financial markets and imposes on them the rules of financial discipline. International capital flows promote growth in transition economies, among other ways, through transforming their financial systems and increasing their financial intermediation. Moreover, capital inflows foster higher economic growth above and beyond any effects on the investment rate provided the banking sector has reached a certain level of development. Using the example of Croatia, it was possible to illustrate how international capital flows spurred a major banking reform as well as the development of securities markets and non-bank financial institutions. In spite of some adverse effects of this transformation, the overall banking system in all transition economies and in Croatia has achieved remarkable stability.

It is important to stress, however, that positive properties of international capital flows should be weighted against their inherent volatility and the dangers that it can present to countries with weak financial markets. That is particularly true of portfolio capital, whose nature is that it is short-term and highly susceptible to the foreign investors' perception of risk and liquidity shock. While foreign direct investment is a more stable source of external finance that becomes a long term companion of the host country, portfolio capital, in both its equity and debt components, is subject to sudden reversals and it can cause spectacular short-term declines in output and even full-blown financial crises. That can be particularly dangerous for countries that are liberalizing their financial sectors while simultaneously opening up their economies to external capital.

It is, therefore, advisable that the host countries put in place a well designed financial liberalization scheme that will introduce into their capital accounts the right kind of buffers to constrain the undesirable volatility of portfolio capital flows, while actively encouraging productive direct investment. Taxing two kinds of capital differently might be one way of achieving that objective until domestic financial markets and institutional infrastructure do not reach the necessary level of development. Partial liberalization of capital accounts, with proper safeguards in place, can ensure that transforming the financial systems in the transition economies, international capital flows are indeed helping set the stage for an even higher economic growth in transition economies in the future. As stated by Eichengreen and Leblang (2002), the

implications of capital account liberalization for economic growth indeed remains one of the most pressing economic issues of our age.⁵

BIBLIOGRAPHY

Bailiu, J. N. (2000) «Private Capital Flows, Financial Development and Economic Growth in Developing Countries», *Bank of Canada Working Paper* 2000-15, pp. 1-31

Bank Austria Creditanstalt (2004), *CEE Report*, Vienna.

Bank Austria Creditanstalt (2004), *South-East Europe – A Region in Competition for FDI*, Vienna.

Deutsche Bundesbank (2003), “The role of FDI in emerging market economies compared to other forms of financing: Past developments and implications for financial stability”, *International Relations Department Frankfurt*, J2 / J2-2
Croatian National Bank (2005), www.hnb.hr

Eichengreen, B. (2002). “Capital Account Liberalization: What Do the Cross Country Studies Show Us?”, *World Bank Economic Review* 15, pp. 341-366.

Eichengreen, B. – D. Leblang (2003). “Capital Account Liberalization and Growth: Was Mr. Mahatir Right?” *The International Journal of Finance and Economics*, Volume 8, Issue 3, pp. 205-224.

European Commission (2002), *European Economy: Responses to the Challenges of Globalisation*, Special Report No 1 / 2002, Brussels

Feldstein, M (1997), *International Capital Flows*, University of Chicago Press: Chicago and London.

Horvatin, D. (2005), “Leasing u Hrvatskoj”, *Privredni vjesnik*, Zagreb, March 14, pp.6.
International Monetary Fund International Monetary Fund (2001), *World Economic Outlook*, October 2001, Washington D.C.-(2003), *Balance of Payments Statistics Yearbook*, Washington, D.C.

Kraft, E. (2002), “Foreign Banks in Croatia: Another Look», *CNB Working Paper* No. W-10.

Lankes, H.P. and N. Stern (1997), «Capital Flows to Eastern Europe» in M Feldstein (ed), *International Capital Flows*, University of Chicago Press, Chicago

Lipsey, R (1999), “The Role of FDI in International Capital Flows”, M Feldstein (ed), *International Capital Flows*, University of Chicago Press, Chicago

⁵ Eichengreen, B. - D. Leblang (2002)

Moosa, I (2002), *Foreign Direct Investment: Theory, Evidence and Practice*, Palgrave, New York

RBA (2004), *CEE Banking Sector Report*, Raiffeissen Zentralbank Osterreich AG and Raiffeissen Centrobank AG, Vienna.

Sohinger, J. and D. Horvatin, (2004) "Foreign Direct Investment and Competitiveness of The Croatian Economy", *Proceedings from the 2nd International Conference "An Enterprise Odyssey: Building Competitive Advantage – Globalization and the Political Economy of Development in Transition Economies"*, Graduate School of Economics and Business, Zagreb.

UNCTAD (2003), *Handbook of Statistics*, TD/STAT.28, New York and Geneva.

- (2003) *Trade and Development Report: Capital Accumulation and Structural Change*, United Nations, New York and Geneva.

- (2003) *World Investment Report*, United Nations, New York and Geneva.

- (2004) *World Investment Report*, United Nations, New York and Geneva.

Vujčić, B. (2005). www.pbz.hr/Download/205/01/12/5Vujcic.Vienna_2005.Final2.ppt

Dr. sc. Jasminka Sohinger

Redoviti profesor
Ekonomski fakultet
Sveučilište u Zagrebu

Mr. sc. Darko Horvatin

Viši savjetnik
Hrvatsko mirovinsko investicijsko društvo, Zagreb

LIBERALIZACIJA FINANCIJA U HRVATSKOJ

Sažetak

Promjena u strukturi međunarodnih tokova kapitala, gdje je naglasak prešao sa službenog zaduživanja na povećane tokove privatnog kapitala, stavio je tranzicijske zemlje pred nove izazove u razvoju njihovih financijskih sustava. Promatrajući prvo iz perspektive tranzicijskih zemalja u ovom radu mi se koncentriramo na učinke međunarodnih tokova privatnoga kapitala na hrvatski bankarski sektor kao i na to kakav je bio njihov utjecaj na formiranje burze kapitala. Mi analiziramo direktne strane investicije i portfolio investicije kao glavne komponente međunarodnih tokova privatnog kapitala i zaključujemo s nekim uvidima i dilemama glede poželjnog stupnja otvorenosti kapitalnog računa sa stajališta odnosa ekonomskog rasta i dugoročne stabilnosti.

Ključne riječi: tijek privatnog kapitala, direktna strana investicija, portfolio investicija, hrvatsko gospodarstvo

JEL classification: G19, P34

Mr. sc. Igor Živko

Asistent
Ekonomski fakultet
Sveučilište u Mostaru

KAMATNI RIZIK U BANKARSTVU – IZVORI I UČINCI

UDK / UDC: 336.7(368.025.6)

JEL klasifikacija / JEL classification: E43

Prethodno priopćenje / Preliminary communication

Primljeno / Received: 27. srpnja 2006. / July 27, 2006

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 04. prosinca 2006. / December 04, 2006

Sažetak

Kamatni rizik predstavlja jedan od ključnih financijskih (tržišnih) rizik za banku. Kako se banka ne može izolirati od utjecaja kamatnog rizika, a da bi se mogla zaštititi od nepovoljnih utjecaja kretanja kamatne stope, uprava mora spoznati izvore i oblike kamatnoga rizika. Također rad donosi oblike kamatnog rizika u bankarstvu čijom spoznajom banka može poduzeti određene mehanizme zaštite. Utjecaj kamatnog rizika na financijsko stanje banke promatra se kroz utjecaj na ekonomsku vrijednost i tržišnu vrijednost banke.

Ključne riječi: banka, kamatni rizik, izvori kamatnoga rizika, učinci kamatnog rizika, ALCO.

UVOD

Obavljajući svoje dvije temeljne funkcije, banka prikuplja depozite, izvore sredstava te ih usmjerava u kreditne plasmane, vrijednosne papire (investicije) i druge oblike pozajmica, čime se suočava s jednim od temeljnih rizika bankarskog poslovanja: rizikom kamatne stope. Za banku je kamatni rizik jedan od najznačajnijih oblika tržišnog rizika kojemu se banka izlaže obavljajući funkciju financijskog posrednika.

Kamatni se rizik za banku pojavljuje pri transformaciji kratkoročno pribavljenih sredstava u dugoročne plasmane. Poslovanje banke stalno je izloženo kamatnom riziku, stoga je nemoguće banku izolirati od utjecaja promjena kamatnih stopa. Kada kamatne stope rastu, prihodi banke mogu padati kada ona

svoje obveze otplaćuje po višim kamatnim stopama nego što su one koje naplaćuje na svoju aktivu. Mnoge banke mogu prilagoditi strukturu svojih bilanca da bi povećale svoju izloženost kamatnom riziku u nastojanju da ostvare veće prihode negoli u običnomu financijskom posredovanju. S druge strane, izbjegavanje rizika banci može biti problem, kao što su: potreba za stalnim restrukturiranjem bilance, ograničeno vrijeme za djelovanje, ograničena profitabilnost, izlaganje drugim rizicima i slično.

Gubitak zarade banke zbog lošeg ili neodgovarajućeg upravljanja kamatnim rizikom može ograničiti njezinu sposobnost da raste te je odvesti u propast. Banke mogu propadati ako se izlažu visokom kamatnom riziku u nastojanju da ostvare kratkoročne profitne ciljeve. Odnos između upravljanja rizikom, profitabilnošću i rastom banke danas je ključni element u upravljanju bankom. U tom trokutu značajno mjesto ima upravo kamatni rizik jer je on srce svakoga bankarskog posla te se njegovim oblicima i utjecajima na poslovanje mora posvetiti posebna pozornost, kao i metodama mjerenja, upravljanja i osiguravanja banke od kamatnog rizika.

Za upravu banke također je bitno razumijevati uzročno-posljedične veze između kamatnog rizika i drugih rizika koji se pojavljuju u poslovanju banaka. Posebno je bitan odnos između kamatnog rizika i kreditnog rizika u banci, kao i rizika likvidnosti.

1. POJMOVNO ODREĐENJE KAMATNOGA RIZIKA U BANKARSTVU

Temeljna funkcija banke jest koncentracija i alokacija slobodnih novčanih sredstava kroz prikupljanje depozita i odobravanje kredita. Obavljajući transformaciju sredstava u svojem poslovanju banke se izlažu utjecaju kamatnog rizika. Izloženost banke kamatnom riziku nastaje zbog promjena kamatnih stopa i ročne neusklađenosti plasmana i izvora.¹ Na prikupljene depozite banka s klijentima može ugovoriti fiksnu kamatnu stopu, što bi naizgled značilo rješavanje problema za banku kada je riječ o izloženosti kamatnom riziku. Međutim, ako bi kamatne stope na tržištu počele padati, banka bi bila suočena s oportunitetnim troškovima u svojem poslovanju, što bi se ogledalo u izmakloj koristi koju je banka mogla imati da je sredstva pribavila po nižim kamatnim stopama, iako fiksna kamatna stopa predstavlja sigurnost troškova izvora i jednostavnost u servisiranju duga za banku.

Utjecaj kamatnog rizika na poslovanje banke može se promatrati kroz utjecaj na bančinu knjigu (*banking book*) i knjigu trgovanja (*trading book*). Knjiga banke klasificira i bilježi sve tradicionalne bankovne aktivnosti koje se

¹ Madura, J.: *Financial Markets and Institutions*, 6th ed., Thomson - South-Western, Ohio, USA, 2002, str. 534-544.

djelomično preklapaju s investicijskim poslovima.² Sve transakcije koje se obavljaju na tržištu bilježe se u knjizi trgovanja banke. Razlika između ta dva segmenta bankovnog poslovanja vidljiva je u strategiji poslovanja. Bančina knjiga počiva na filozofiji - kupi i drži «buy and hold», dok u knjizi trgovanja dominiraju strategije trgovanja. Promatrano s toga aspekta, kamatni rizik moguće je podijeliti na: kamatni rizik sadržan u trgovinskim transakcijama banke (*traded interest rate risk*) i kamatni rizik bilance (*non-traded interest rate risk*). *Non-traded* kamatni rizik vezuje se za strukturu bilance banke, tj. *banking book*. *Traded* kamatni rizik vezuje se za utjecaj što ga promjene kamatnih stopa imaju na tržišnu vrijednost pozicija banke, kao npr. na vrijednost dužničkoga vrijednosnog papira. Knjiga trgovanja sadržava evidentirane sve financijske instrumente, robu ili robne derivate koje banka drži radi preprodaje i ostvarenja zarade iz tih trgovinskih transakcija, izloženosti proizašle iz repo ugovora i ugovora o posuđivanju vrijednosnih papira drugoj ugovornoj strani koji se nalaze u knjizi trgovanja, izloženosti proizašle iz revers repo ugovora, izloženost po naknadama, provizijama, kamatama po uvrštenim financijskim izvedenicama te financijske instrumente ostvarene na temelju ugovora o pokroviteljstvu izdanja vrijednosnih papira. Utjecaj kamatnog rizika po svim pozicijama knjige trgovanja bitan je s aspekta utjecaja promjene kamatnih stopa na tržišnu vrijednost tih pozicija.

Utjecaj promjene kamatnih stopa kod banke se očituje prije svega na njezinim novčanim tijekovima, neto kamatnim prihodima, visini naknada ili operativnim troškovima te ekonomskoj vrijednosti banke. Može se reći da rizik kamatnih stopa pogađa pozicije aktive (kredita, investicija), pasive (depozita, vrijednosnih papira) i izvanbilančne pozicije. Utjecaj kamatnog rizika na banku ovisi o:

1. vrijednosti bilančnih i izvanbilančnih pozicija koje su osjetljive na rizik, tj. strukturi bilance,
2. volatilnosti kamatnih stopa,
3. vremenskom razdoblju unutar kojega postoji izloženost kamatnom riziku.

Svaka banka kao kreditor i zajmotražitelj susreće se s rizikom promjene kamatne stope. Izloženost kreditora riziku kamatne stope je simetrična. U tablici 1. dan je prikaz utjecaja promjene kamatne stope na financijski položaj kreditora i zajmotražitelja u obliku dobitka označenog s «+» i gubitka označenog s «-».

² J. Bessis: *Risk Management in Banking*, 2nd ed., John Wiley & Sons Ltd., New York, USA, 2001, str. 6-7.

Tablica 1.

Izloženost kamatnom riziku

		Kreditore	Zajmotražitelji
Kamatna stopa	Promjena kamatne stope	Postojeća izloženost	
Promjenjiva kamatna stopa	↑	+	-
	↓	-	+
Fiksna kamatna stopa	↑	-	+
	↓	+	-
-	↑	+	-
-	↓	-	+

Izvor: prilagođeno J. Bessis: *Risk Management in Banking, 2nd ed., Willy, Chichester, England, 2001., str. 154*

Rizik je kamatne stope nemoguće izbjeći, tj. ovaj oblik rizika je nemoguće neutralizirati u poslovanju banke. Međutim, moguće je i potrebno je postići najpovoljniju izloženost kamatnom riziku sukladno smjernicama upravljanja aktivom i pasivom (*asset-liability management*) koji funkcionira u banci. Upravljanje aktivom i pasivom predstavlja prvi model koji je usmjeren upravljanju kamatnom riziku koji se pojavljuje u strukturi bilance banaka.³

2. IZVORI KAMATNOG RIZIKA U BANKARSTVU

Kamatni rizik predstavlja financijsku izloženost banke nepovoljnom kretanju kamatnih stopa. Upravljanje tim rizikom važna je zadaća banke jer kamatni rizik može biti važan izvor utjecaja na profitabilnosti i vrijednost imovine dioničara. Promjene kamatnih stopa utječu na prihode banaka zbog promjena neto kamatnih prihoda, kamatno osjetljive aktive i operativnih troškova. Učinkovit proces upravljanja rizikom kamatnih stopa u bankama zahtijeva upoznavanje s izvorima kamatnog rizika u bankarstvu koji su ujedno i primarni oblici kamatnog rizika. Temeljni izvori (oblici) rizika kamatnih stopa kojima se banke izlažu jesu:⁴

1. rizik ročne neusklađenosti (*maturity risk, repricing risk*),
2. rizik krivulje prihoda (*yield curve risk*),
3. temeljni rizik (*basis risk*),
4. rizik opcije (*optionality*),

³ Detaljnije vidi A. Saunders: *Financial Institutions Management – A Modern Perspective*, Irwing McGraw-Hill, 3th ed., Boston, USA, 1999, str. 120-180.; H. Greuning, S. Brajović Bratunović: *Analyzing and Managing Banking Risk*, The World Bank, Washington, USA, 2003, str.249-258.

⁴ Basel Committee on Banking Supervision, *Principles for the Management and Supervision of Interest Rate Risk*, listopad 2003, str. 6-7.

Rizik ročne neusklađenosti (*maturity risk*) znači vremensku neusklađenost dospjeća (za fiksne kamatne stope) i rizik ponovnog vrednovanja kamatnih stopa (*repricing*) na imovinu, obveze i izvanbilančne pozicije (za promjenjive kamatne stope). Postojanje ročne neusklađenosti temeljno je vezano za bankarsko poslovanje. Zato može izložiti bančinu zaradu i njezinu ekonomsku vrijednost neočekivanim promjenama kamatnih stopa. Ako banka financira svoj portfelj dugoročnih kredita kratkoročnim depozitima, rast kamatnih stopa može uzrokovati pad zarade. Rast kamatnih stopa umanjuje vrijednost portfelja dugoročnih kredita, a s druge strane uzimanje novih depozita po višim kamatnim stopama djeluje na rast troškova banke. U konačnici, pad prihoda i rast troškova imat će za posljedicu smanjenu zaradu banke.

Rizik krivulje prihoda se javlja kao vjerojatnost nepredviđene promjene oblika i nagiba krivulje prihoda, koja djeluje negativno na zaradu ili ekonomsku vrijednost banke. Kad bi se banka od promjena vrijednosti svojeg portfelja desetogodišnjih državnih obveznica zaštitila kratkom pozicijom petogodišnjim državnim notama, iznenadno zauzimanje strog nagiba krivulje prihoda može imati posljedice na poslovanje banke. Nagib krivulje prihoda normalno rastući, no izmjena nagiba nosi rast kratkoročnih kamatnih stopa nad dugoročnim, što u ovom slučaju znači gubitak za banku.

Temeljni rizik predstavlja vjerojatnost nepostojanja savršene korelacije prilagođavanja promjenama kamatnih stopa koje se naplaćuju ili plaćaju na različite financijske instrumente, a mogu imati utjecaja na poslovanje banke.

Rizik opcije predstavlja oblik kamatnog rizika koji se ogleda u postojanju mogućnosti korištenja pravom opcije na imovinu kupnjom ili prodajom novčanih tijekova vezanih za pojedine financijske instrumente ili ugovore, npr. obveznice s opcijom kupnje ili opcijom prodaje, krediti s pravom zajmotražitelja da izvrši prijevremenu otplatu kredita ili depoziti s mogućnošću povlačenja.

3. UČINCI KAMATNOGA RIZIKA U BANKARSTVU

Pojedinci i poduzeća vode računa o razini i kretanju kamatnih stopa, zbog utjecaja kamatnih stopa na njihovo poslovanje. Banke kao financijske institucije žele predvidjeti rast ili pad kamatnih stopa kako bi iskoristile takve trendove u njihovim kretanjima te ostvarile veće prihode od kreditnih plasmana, tj. zaštitile se od povećanih troškova prikupljenih sredstava. Kamatni rizik u bankarskom poslovanju može se pojaviti u različitim oblicima, dakle može utjecati i na bilančne i izvanbilančne pozicije. Posebna pozornost treba biti usmjerena na shvaćanje uzajamne povezanosti rizika kamatne stope, kreditnog rizika i rizika likvidnosti u bankarskom poslovanju. Porast kamatnih stopa u okruženju znači za korisnike kredita banke veću vjerojatnost njihova neizmirenja obročnih obveza prema banci. Problemi u otplati zbog rasta kamatnih stopa mogu se pojaviti u obliku rasta visine anuiteta koji zajmotražitelj mora platiti ili zbog povećanih

troškova koji smanjuju zaradu zajmotražitelja iz koje otplaćuje kredit. Riječ je o postojanju utjecaja kamatnog rizika na izraženiji kreditni rizik. Banka bez stabilnih izvora sredstava teško može podnijeti pritisak rasta kamatne stope na svoju zaradu jer ovisi o međubankarskom tržištu, za razliku od onih banaka koje ih imaju ili imaju pristup novčanom ili tržištu financijskih izvedenica (derivata).

3.1. Utjecaj kamatnih stopa na depozite i kredite

Promjena kamatnih stopa utječe na visinu ostvarenih prihoda i troškova banke. Glavni izvor prihoda u bankarskom poslovanju svakako je aktivna kamatna stopa koju banka zaračunava na kreditne plasmane što ih odobrava klijentima. Iznenadno mijenjanje kamatne stope imat će za posljedicu i mijenjanje kamatnih prihoda banke. Kad se kamatna stopa mijenja, mijenja se i vrijednost kredita odobrenih s fiksnom kamatnom stopom. Ako bi kamatne stope rasle, vrijednost bi tih kredita padala. Na taj način, banke kao kreditori susreću se s jedne strane s oportunitetnim troškom izmakle koristi, a s druge s povoljnošću zaračunavanja viših kamatnih stopa pri odobravanju novih kredita s ugovorenom fiksnom kamatnom stopom. Kad bi kamatne stope na tržištu padale, banke bi se kao kreditori suočili, s jedne strane, s gubitkom po kamatnim prihodima na novoodobrene kredite, a, s druge, s korisnošću zaračunate više kamatne stope po odobrenim kreditima u odnosu prema nižim kamatnim stopama na tržištu.

Tablica 2.

Efekti promjene kamatne stope na kreditni portfelj banke

Promjena kamatne stope	Efekti na banku	Rezultat utjecaja
Kamatne stope rastu	negativni efekti	odobreni krediti vrijede manje
	pozitivni efekti reinvestiranja	novoodobreni krediti vrijede više
Kamatne stope padaju	pozitivni cjenovni efekti	odobreni krediti vrijede više
	negativni efekti reinvestiranja	novoodobreni krediti vrijede manje

Izvor: prilagođeno J. F. Sinkey: Commercial Bank Financial Management in the Financial – Services Industry, 6th ed., Prentice Hall, New Jersey, USA, 2001., str. 225

U strukturi troškova banke dominira pasivna kamatna stopa koju ona plaća na pribavljene depozite i druge izvore sredstava. Iznenadno mijenjanje kamatnih stopa može ostaviti utjecaja u poslovanju banke temeljem visine prikupljenih depozita i troškova njihova pribavljanja.

Tablica 3.

Efekti promjene kamatne stope na depozite banke

Promjena kamatne stope	Efekti na banku
Kamatne stope rastu	prije povlačenje depozita
	banke moraju privući nove deponente uz višu kamatnu stopu ili će se suočiti s problemom likvidnosti
Kamatne stope padaju	prijevremena otplata odobrenih kredita
	banka mora odobravati kredite po nižim kamatnim stopama

Izvor: prilagođeno J. F. Sinkey: Commercial Bank Financial Management in the Financial – Services Industry, 6th ed., Prentice Hall, New Jersey, USA, 2001., str. 225

Pri pojavi rasta kamatnih stopa, deponenti žele povući svoje depozite, pogotovo ako postoji takva ugovorena mogućnost prijevremenog povlačenja depozita, kako bi ostvarili veće prihode od investiranja po većim kamatnim stopama. Banka se u tom slučaju susreće s problemom održavanja likvidnosti. Zbog povlačenja depozita banka mora nadoknaditi povučeni iznos (kvantitativni efekt) u svojoj bilanci, a pri novom zaduženju plaćat će sredstva po novim, višim kamatnim stopama (troškovni efekt). U suprotnomu, ako banka ne uspije nadoknaditi izgubljeni iznos sredstava, prisiljena je smanjiti obujam svoje bilance. U slučaju pada kamatnih stopa banci prijete opasnost pokušaja prijevremene otplate kredita, čime se prisiljava na odobravanje kredita po nižim kamatnim stopama.

3.2. Utjecaj kamatnih stopa na tečaj vrijednosnih papira

Svaka banka u svojem poslovanju uz kredite ulaže i u različite vrijednosne papire. U portfelju vrijednosnih papira mogu se naći najčešće visokolikvidni državni vrijednosni papiri, ali i vrijednosni papiri osoba povezanih s bankom te drugih poduzeća. Promjene kamatnih stopa imaju utjecaja i na tu poziciju bilance banke. Kamatne stope utječu na samu cijenu vrijednosnih papira i na dobit od reinvestiranja ostvarenih prihoda po vrijednosnim papirima koje banka drži. Posebnom utjecaju promjena kamatnih stopa izložena je vrijednost obveznica (vrijednosnih papira s fiksnim kamatnim stopama) koje se nalaze u portfeljima banaka. Kad se govori o utjecaju koje promjene kamatne stope imaju na obveznice, potrebno je upozoriti na temeljni teorem, po kojemu je vrijednost obveznica postignuta na tržištu obrnuto proporcionalna visini kamatnih stopa. Kako kamatne stope rastu, banka se susreće s problemom pada tržišne vrijednosti obveznice, ali i s rastom prihoda koje tada ostvaruje reinvestiranjem po višim kamatnim stopama. Kada kamatne stope padaju, banka se susreće s rastom vrijednosti obveznica i nižim prihodima od reinvestiranja po nižim kamatnim

stopama. U kontekstu razmatranja utjecaja promjene kamatnih stopa na vrijednost obveznice potrebno je imati u vidu i druga obilježja obveznica u portfelju banaka, kao što su: vrijeme dospijeca vrijednosnog papira, nominalna kamatna stopa koju vrijednosni papir nosi i sustav amortizacije vrijednosnog papira.

S druge strane, može se reći kako je i vrijednost dionica pod dvostrukim utjecajem promjene kamatnih stopa. Ako se u zemlji, zbog provođenja restriktivne monetarne politike, može očekivati rast kamatnih stopa, time će i troškovi financiranja poduzeća rasti te će padati očekivana dobit poduzeća. Budući da je vrijednost dionica izravno vezana za visinu dobiti poduzeća, manja profitabilnost znači i manju vrijednost dionica na tržištu. Nadalje, pojavljuje se zainteresiranost investitora da zbog rasta kamatnih stopa restrukturiraju svoje portfelje tako da u njima zamijene dionice obveznicama, što će dovesti do povećane ponude dionica na tržištu i daljnjeg pada njihove cijene.⁵ Mora se naglasiti da taj odnos između kamatne stope i cijene dionica u portfelju banke nije vremenski konstantan.

3.3. Utjecaj kamatnih stopa na tržišnu vrijednost banke

Uprava svake banke nastoji ostvariti takve poslovne kombinacije kojima bi podigla vrijednost svoje banke. Jedan od modela kojima se vrijednost banke može prikazati je sadašnja vrijednost.⁶ Sadašnja vrijednost imovine i obveza banke predstavlja buduće novčane tijekove od postojeće imovine i obveza s dospijecom od danas pa do najdužeg roka dospijeca. Neto sadašnja vrijednost razlikuje se od ekonomske vrijednosti banke.

$$V = \sum_{t=1}^n \frac{E(CF_t)}{(1+k)^t}$$

$E(CF_t)$ – očekivani budući novčani tijekovi

k – zahtijevana stopa povrata

Ekonomska vrijednost banke je vrijednost njezine bilance kao portfelja imovine s fiksnim prihodom, strukturirane u dugoročnim kreditima i kratkoročnim izvorima, izložene riziku kamatne stope. Imovina koja se promatra ima ugovorene, unaprijed predvidive novčane tijekove. Kamatni prihodi banke mjere profitabilnost banke, a pod utjecajem promjene kamatnih stopa. Razlika između neto sadašnje vrijednosti i ekonomske vrijednosti može se pokazati s pomoću:

⁵ Z. Prohaska: *Analiza vrijednosnih papira*, Infoinvest, Zagreb, 1996, str. 77-80.

⁶ Vidi J. Bessis: *Risk Management in Banking*, 2nd ed., John Wiley & Sons Ltd., New York, USA, 2001, str. 280-289.

1. razlike u vrijednostima što ih mogu poprimiti neto sadašnja vrijednost (koja može biti i negativna) i ekonomska vrijednost banke (koja može biti samo pozitivna).
2. razlike u visini zahtijevane stope povrata, koja je viša kod vlasnika banke jer su izloženi svim rizicima, za razliku od čistih kreditora.

Posebnu pozornost treba usmjeriti na utjecaj kamatne stope upravo na tržišnu vrijednost banke. Osjetljivost tržišne vrijednosti na promjene kamatne stope bit je ekonomskoga modela kamatnog rizika. Upravo ekonomski model nudi mogućnost promatranja kamatnog rizika na dulje razdoblje, uzimajući u obzir utjecaj promjene kamatnih stopa na ukupne novčane tijekove što se generiraju iz bilance banke. Rast kamatnih stopa povećava diskontnu stopu kojom se očekivani novčani tijekovi svode na sadašnju vrijednost, dakle smanjuju vrijednost banke, i obratno. Ovaj bi model trebao u banci odašiljati signale o promjenama u rizičnoj izloženosti banke kamatnom riziku i o promjenama što se kao posljedica toga mogu zbiti u zaradi banke. Također, ovaj će model dati i uvid u sposobnost upravljanja kamatnim rizikom u banci. Ekonomska vrijednost banke posebno je bitna dioničarima banke, njezinoj upravi i supervizorima.

Ekonomska vrijednost banke = sadašnja vrijednost očekivanih novčanih priljeva od imovine – sadašnja vrijednost očekivanih novčanih odljeva na obveze +/- neto novčani tijekovi od izvanbilančnih pozicija banke

Budući da ekonomska vrijednost razmatra potencijalni učinak promjene kamatnih stopa na sadašnju vrijednost budućih novčanih tijekova, ovaj pristup daje sveobuhvatan pogled na dugoročne moguće učinke promjene kamatnih stopa. Međutim, s druge strane ovaj model traži više podataka, stvaranje baza podataka, ali i više vremena u zamjenu za temeljit uvid izloženosti banke kamatnom riziku. Da bismo prikazali utjecaj kamatnog rizika na ekonomsku vrijednost kapitala banke, pretpostavimo početnu bilancu banke danu u tablici 4.

Tablica 4.
Ekonomska kapital banke prije promjene kamatnjaka

Aktiva		Pasiva	
Dugoročni vrijednosni papiri	80	Obveze	90
Dugoročni krediti	20	Neto dobit	10
Ukupno aktiva	100	Ukupno pasiva	100

Pretpostavimo da je došlo do rasta kamatnih stopa. Porast kamatnih stopa smanjit će tržišnu vrijednost bančnih dugoročnih dužničkih vrijednosnih papira i dugoročnih kreditnih plasmana. Promjena vrijednosti imovine banke s promjenjivom kamatnom stopom i kraćim *repcing* razdobljem bit će neznatna.

Utjecaj rasta kamatnih stopa imat će utjecaja na tržišnu vrijednost kapitala prikazanu u tablici 5.

Tablica 5.

Ekonomski kapital banke nakon promjene kamatnjaka

Aktiva		Pasiva	
Dugoročni vrijednosni papiri	75	Obveze	90
Dugoročni krediti	17	Neto dobit	2
Ukupno aktiva	100	Ukupno pasiva	100

Pad tržišne vrijednost u aktivi banke ima za posljedicu pad tržišne vrijednost kapitala za 8 novčanih jedinica. Utjecaj rasta kamatnih stopa promatrano kroz knjigovodstvenu vrijednost bilance banke neće imati utjecaja na vrijednost kapitala.

Ročna neusklađenost između imovine i obveza banke može utjecati na njezinu tržišnu vrijednost. Ako u bilanci imovina ima duži rok dospijanja u odnosu prema obvezama, rast kamatnih stopa smanjuje tržišnu vrijednost banke jer vrijednost imovine pada više negoli vrijednost obveza. Inače, duže dospijanje fiksne imovine i obveza imat će za posljedicu i veći pad tržišne vrijednosti tih bilančnih pozicija. Ključna je zadaća ekonomskog modela utvrditi vrijednost knjigovodstveno evidentiranih bilančnih i izvanbilančnih pozicija. Tržišna će vrijednost biti sadašnja vrijednost budućih novčanih tijekomov diskontiranih s pomoću kamatne stope koja uključuje svu rizičnost budućih novčanih tijekomov. Osjetljivost tržišne vrijednosti na promjenu kamatne stope promatra se u cijelomu vremenskom razdoblju banke.

4.4. Utjecaj kamatnih stopa na neto kamatnu maržu

Sa stajališta poslovanja banke, posebna se pozornost mora posvetiti utjecaju promjene kamatne stope na neto kamatne prihode i neto dobit. Utjecaj kamatne stope na neto kamatne prihode može biti golem ako rizik kamatne stope nije pažljivo upravljano. Može se reći da jake promjene u kretanju tržišnih kamatnih stopa ili netipična konfiguracija dugoročnih i kratkoročnih kamatnih stopa utječu na bančine neto kamatne prihode.

Budući da banke financiraju dugoročne plasmane kratkoročnim izvorima, može se zaključiti da su prihodi aktive vezani za dugoročne kamatne stope. Pa se i zarada po aktivi sporije prilagođava promjenama u dugoročnim kamatnim stopama. Porast kratkoročne i dugoročne kamatne stope smanjit će neto kamatni prihod jer će se troškovi izvora povećati zbog brže prilagodbe promjenama kratkoročne kamatne stope. Mogući scenarij utjecaja promjena kamatnih stopa na kamatnu maržu prikazan je u tablici 6.

Tablica 6.

Kamatna marža prije i poslije promjene u razini kamatnih stopa

Kamatna stopa	Aktiva	Kamatna stopa 10%	Kamatna stopa 11%	Promjene
Fiksne k. stope	700	$700 \times 11\% = 77$	$700 \times 11\% = 77$	0
Varijabilne k. stope	300	$300 \times 11\% = 33$	$300 \times 12\% = 36$	+3
Ukupna aktiva		110	113	+3
Fiksne k. stope	800	$800 \times 5\% = 40$	$800 \times 5\% = 40$	0
Varijabilne k. stope	200	$200 \times 5\% = 10$	$200 \times 6\% = 12$	+2
Ukupne obveze		50	52	+2
Marža		60	61	+1

Izvor: prilagođeno prema J. Bessis: Risk Management in Banking, 2nd ed., Willy & Sons Ltd., Chichester, England, 2001., str. 171.

5. UPRAVLJANJE KAMATNIM RIZIKOM U BANKAMA

Funkcija upravljanja u okviru menadžmenta definira se kao sastavni dio ljudske djelatnosti usmjeren prema postizanju određenoga cilja. Upravljanje poduzećem znači voditi poslovnu politiku toga poduzeća, odakle odlučivati o bitnim stvarima za poslovni uspjeh poduzeća.

Upravljanje bankom označuje vještinu zasnovanu na poštovanju određenih načela ili općeprihvaćenih stavova stečenih praksom. Zadatak je bankovnog menadžmenta složiti takvu optimalnu kombinaciju teorije i prakse kako bi banka opstala u iznimno promjenjivom zakonodavnom, financijskom i gospodarskom okruženju. Međutim, nema jedinstvene, općeprihvatljive i svugdje primjenjive teorije upravljanja bankom. Temeljni element u ocjeni pouzdanosti i sigurnosti svake banke jest i postojanje sustava upravljanja rizicima kojima se banka izlaže.

Upravljanje kamatnim rizikom uključuje prudencijalno upravljanje strukturom aktive i pasive banke, u nastojanju nadzora utjecaja promjena kamatnih stopa na financijski rezultat banke. Zato se praksa kojom banka optimalizira način na koji preuzima kamatni rizik u svojem poslovanju, naziva upravljanje rizikom. Sveukupnost napora na upravljanju rizikom kamatnih stopa treba biti pretočena u politiku i procedure upravljanja rizikom kamatnih stopa. Značenje i posebnosti upravljanja rizikom kamatne stope razlikuju se od banke do banke, a ovise o:

1. veličini banke,

2. prirodi i složenosti njezinih pozicija aktive i obveza,
3. visini njezinih pozicija izloženih riziku kamatne stope,
4. rizičnoj toleranciji banke i njezinu rizičnom profilu.

Upravljanje kamatnim rizikom banke obuhvaća:⁷

1. utvrđivanje i provedbu pouzdane i prudencijalne politike kamatnih stopa,
2. razvijanje i primjenu prikladnih tehnika mjerenja izloženosti pozicija kamatnom riziku,
3. razvijanje i primjenu sustava učinkovitog upravljanja kamatnim rizikom,
4. utvrđivanje i primjenu procedura kontrole.

Utvrđene politike i procedure upravljanja rizikom kamatnih stopa moraju osigurati kontrolu prirode i iznosa kamatnog rizika kojemu se banka izlaže. Politike i procedure upravljanja kamatnim rizikom trebale bi sadržavati: kriterije klasifikacije imovine u različite imovinske portfelje, sukladno potrebama upravljanja kamatnim rizikom i ciljevima banke, psihologiju prihvaćanja rizika u banci i prihvatljivu izloženost kamatnom riziku, ali i utvrđivanje ograničenja (limita) u izlaganju kamatnom riziku sukladno psihologiji banke. Podjela aktive banke u različite portfelje može se provoditi na temelju različitih kriterija, kao što su ekonomski uvjeti koji utječu na obveze banke, priroda proizvoda i usluga banke i ciljevi investiranja (poslovanja). Psihologija banke u prihvaćanju rizika predstavlja toleriranu razinu rizika koju je banka sposobna prihvatiti. Banke bi trebale utvrditi ograničenja (limite) u svojem izlaganju kamatnom riziku i truditi se da njihova izloženost kamatnom riziku ne premaši utvrđene limite. Limiti banke u izloženosti kamatnom riziku obično su povezani s neto kamatnim prihodima.

U izboru prikladnoga načina mjerenja učinka promjene kamatnoga rizika na bilancu, banka će razmatrati moguću volatilnost kamatnih stopa unutar određenoga vremenskog razdoblju u kojemu ona može realno odgovoriti na nepovoljno kretanje kamatnih stopa. U mjerenju izloženosti kamatnom riziku, bankama stoji na raspolaganju velik broj tehnika: jaz-tehnike, tehnike mjerenja osjetljivosti zarade banke na promjene kamatnih stopa i simulacijske tehnike. Banke se mogu koristiti jednom od njih, ali je poželjna kombinacija tehnika u upravljanju rizičnom izloženošću. Svaka tehnika ima različit pristup riziku kamatne stope, ima različite nedostatke i prednosti, zato su tehnike učinkovitije u kombinaciji. Izabrane tehnike mjerenja moraju biti prikladne usvojenoj psihologiji banke i ograničenjima u portfelju imovine.

Temeljna pretpostavka u upravljanju kamatnim rizikom je činjenica da se kamatne stope stalno mijenjaju. Upravljanje kamatnim rizikom traži jasno

⁷ Standards of Sound Business and Financial Practices – Interest Rate Risk Management, Offices of the Superintendent of Financial Institution Canada, veljača 1998.

razumijevanje veličine rizika kojemu je banka izložena i utjecaja promjene kamatnih stopa na njezinu rizičnu poziciju. Da bi sustav upravljanja kamatnim rizikom funkcionirao, potrebno je osigurati prikladne informacije kako bi se poduzele prikladne mjere, i to u relativno kratkom vremenu. Ako je potrebno više vremena za identificiranje rizika i poduzimanje mjera za njegovo uklanjanje ili izbjegavanje, banci prijete veći gubici u poslovanju. Glavna zadaća upravljanja aktivom i pasivom u banci jest predviđanje kretanja kamatnih stopa. Predviđanje je jedan od načina da banka ostvari svoje ciljeve vezane za visinu novčanih tijekova koje planira ostvariti i da vjerojatnost iznenađenja (šokova kamatnih stopa) u svojem poslovanju smanji na najmanju moguću mjeru. Upravo iz tih razloga, upravljanje aktivom i pasivom može se definirati kao stvaranje najboljega mogućeg izbora «trade off» između povrata i rizika za banku.⁸ Zapravo se upravljanje aktivom i pasivom banke može svesti na dvije fraze - «maksimizirati profit» i «minimizirati rizik». Takav sustav upravljanja kamatnim rizikom banke moraju razviti.

Svaka banka mora razvijati i primjenjivati učinkovite procedure i informacijski sustav za upravljanje, praćenje i kontrolu upravljanja kamatnim rizikom u skladu s psihologijom i politikama banke. Kontrola procesa upravljanja kamatnim rizikom u banci trebala bi biti povjerena internoj kontroli. Sustav kontrole trebao bi posebnu pozornost usmjeriti na uspostavu interne revizije i učinkovitoga sustava ograničenja u rizičnoj izloženosti. Proces kontrole mora biti prikladan s obzirom na složenost i veličinu banke, a pritom je potrebno osigurati:

1. prikladnost politika i procedura upravljanja kamatnim rizikom,
2. učinkovito upravljanje rizičnim pozicijama banke,
3. utvrditi vjerodostojnost i prikladnost izvješća uprave,
4. osigurati osobno sudjelovanje djelatnika banke u upravljanje kamatnim rizikom uz puno razumijevanje politike kamatnih stopa i ograničenja.

Sustavom kontrole u banci, trebaju biti izloženi reviziji odbor za upravljanje aktivom i pasivom, riznica i drugi organizacijski odjeli.

Kako bi banka uspješno upravljala kamatnim rizikom, bitno je model upravljanja temeljiti na sposobnosti uposlenih u odjelima zaduženima za upravljanje rizikom da prepoznaju i identificiraju potencijalni rizik za banku, da prate utjecaj kamatnog rizika na banku, ali i da poduzmu određene aktivnosti za zaštitu banke. Procedure i aktivnosti u procesu upravljanja moraju biti stalno unaprjeđivane, ali i nadzirane i revidirane.

⁸ D. G. Uyemura, D. R. Van Deventer: *Financial Risk Management in Banking – The Theory & Application of Assets & Liability Management*, McGraw-Hill, New York, USA, 1993, str. 59-77.

ZAKLJUČAK

Obavljajući svoje dvije temeljne funkcije, banka prikuplja depozite, izvore sredstava te ih usmjerava u kreditne plasmane, vrijednosne papire (investicije) i druge oblike pozajmica, čime se suočava s jednim od temeljnih rizika bankarskoga poslovanja: rizikom kamatne stope. Utjecaj kamatnoga rizika na banku ovisi o: vrijednosti bilančnih i izvanbilančnih pozicija koje su osjetljive na rizik, tj. o strukturi bilance, volatilnosti kamatnih stopa i vremenskom razdoblju unutar kojega postoji izloženost kamatnom riziku.

Temeljni izvori (oblici) rizika kamatnih stopa kojima se banke izlažu su: rizik ročne neusklađenosti (*maturity risk*, *repricing risk*), rizik krivulje prihoda (*yield curve risk*), temeljni rizik (*basis risk*) i rizik opcije (*optionality*).

Promjena kamatnih stopa utječe na visinu ostvarenih prihoda i troškova banke kroz strukturu aktive i pasive njezine bilance. Pri pojavi rasta kamatnih stopa, deponenti žele povući svoje depozite, pogotovo ako postoji takva ugovorena mogućnost prijevremenoga povlačenja depozita, kako bi ostvarili veće prihode od investiranja uz veće kamatne stope. Banka se u tom slučaju susreće s problemom održavanja likvidnosti. Zbog povlačenja depozita, banka mora nadoknaditi povučeni iznos (kvantitativni efekt) u svojoj bilanci, a pri novom zaduženju plaćat će sredstva po novim, višim kamatnim stopama (troškovni efekt). Promjena kamatnih stopa ima utjecaja na vrijednost portfelja dužničkih i vlasničkih vrijednosnica banke, ali i na njezinu tržišnu vrijednost.

Upravljanje kamatnim rizikom uključuje prudencijalno upravljanje strukturom aktive i pasive banke, u nastojanju kontroliranja utjecaja promjena kamatnih stopa na financijski rezultat banke.

LITERATURA

- Basel Committee on Banking Supervision, Principales for the Management and Supervisin of Interest Rate Risk, listopad 2003
- Bessis, J.: *Risk Management in Banking*, 2nd ed., Willy & Sons Ltd., Chichester, England, 2001
- Greuning, H., Brajović Bratunović, S.: *Analyzing and Managing Banking Risk*, The World Bank, Washington, USA, 2003
- Koch. T., MacDonald. S.: *Bank Management*, 4th ed., The Dryden Press, Orlando, Florida, USA, 2000
- Lovrinović I.: *Novčano tržište srce financijskog tržišta*, O-tisak, Zagreb, 1997.
- Madura, J.: *Financial Markets and Institutions*, 6th ed., Thomson - South-Western, Ohio, USA, 2002
- Miller, R. R., Van Hoose, D.: *Moderni novac i bankarstvo*, Mate, Zagreb, 1997.
- Mishkin, F. S.: *The Economics of Money, Banking and Financial Markets*, 7th ed., Addison Wesley, Boston, USA, 2004
- Offices of the Superintendend of Financial Institution Canada, Standards of Sound Business and Financial Practices – Interest Rate Risk Management, veljača 1998
- Prohaska, Z.: *Analiza vrijednosnih papira*, Infoinvest, Zagreb, 1996.
- Sinkey, J. F.: *Commercial Bank Financial Management in the Financial – Services Industry*, 6th ed., Prentice Hall, New Jeresey, USA, 2001
- Sounders, A.: *Financial Institutions Management – A Modern Perspective*, Irwing McGraw-Hill, 3th ed., Boston, USA, 1999
- Uyemura, D. G., Van Deventer, D. R.: *Financial Risk Management in Banking – The Theory & Application of Assets & Liability Management*, McGraw-Hill, New York, USA, 1993

Igor Živko, M. A.

Assistant
Faculty of Economics
University of Mostar

INTEREST RATE RISK IN BANKING – SOURCES AND EFFECTS

Summary

Interest rate risk is an important financial risk in banking business. Since the bank cannot be isolated from the influence of the interest rate risk, but at the same time, it can protect itself from the unfavourable risks of the interest rate trends, the bank management must understand the sources and effects of the interest rate risks. This paper will also show some possible effects of the interest rate risk in banking, which can be a protection mechanism, if perceived in time. Interest rate risk impact on the bank financial situation is seen through the influence on the economic and market value of the bank.

Key words: bank, interest rate risk, interest rate risk sources, interest rate risk effects, ALCO

JEL classification: E43

PREGLEDNI RAD

REVIEW

Dr. sc. Zoran Kovačević

Ekonomski fakultet, Zagreb

Dr. sc. Ksenija Vuković

Fakultet organizacije i informatike, Varaždin

PERFORMANSE PODUZEĆA U HRVATSKOM SEKTORU INFORMACIJSKO-KOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE (ICT)

UDK / UDC: 334.716(659)

JEL klasifikacija / JEL classification: L63

Pregledni rad / Review

Primljeno / Received: 11. listopada 2006. / October 11, 2006

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 04. prosinca 2006. / December 04, 2006

Sažetak

Koristeći se podacima Financijske agencije i Državnog zavoda za statistiku u ovom se radu istražuju performanse cjelokupne populacije poduzeća u hrvatskom ICT sektoru. Prosječne performanse poduzeća u različitim industrijama upućuju na heterogenost industrija. Heterogenost je vidljiva u produktivnosti, profitabilnosti, opremljenosti kapitalom, minimalnoj efikasnoj veličini poduzeća. Usporedba performansi malih, srednjih i velikih poduzeća pokazuje da veličina poduzeća utječe na njihovu uspješnost. U ICT industrijama sve je veće značenje velikih poduzeća u tržišnim udjelima, ostvarenim profitima, zapošljavanju. Potencijalna uloga institucija u poboljšanju post-ulaznih performansi novih poduzeća u ICT sektoru je u razvoju tržišta kapitala i osiguravanju odgovarajuće obrazovne strukture zaposlenih kako bi se novim poduzećima u ovim mladim industrijama omogućili rast i preživljavanje.

Ključne riječi: *post-ulazne performanse, ICT sektor, veličina poduzeća, heterogenost industrija*

1. UVOD

Nakon momenta ulaska i uvjeta koji determiniraju ulazak poduzeća na tržište, za nova su poduzeća bitne odrednice post-ulaznog razdoblja, koje će utjecati na njihove post-ulazne performanse, tj. rast i preživljavanje. U istraživanjima koja su vezana uz modele preživljavanja novih poduzeća, ustanovljeno je da je izlazak poduzeća s tržišta vrlo vjerojatan događaj među

novim poduzećima. Pokazalo se da poduzeća koja uspiju preživjeti, obično bilježe rast u razdoblju nakon ulaska. Uočena je stanovita heterogenost vezana uz sklonost preživljavanju među poduzećima. Dio te heterogenosti objašnjava se specifičnim industrijskim karakteristikama, kao što su inovacije i tehnološka promjena, kapitalna intenzivnost, potopljeni troškovi, koncentracija, stopa rasta industrije, stopa rasta zaposlenosti u industriji i dr., a dio je vezan uz specifičnosti samoga poduzeća, na primjer veličina, kapitalna intenzivnost, sposobnost financiranja, početni vlasnički status. Makroekonomski uvjeti također utječu na performanse poduzeća.

Zanimanje istraživača sve je više usmjereno na poduzeća koja pripadaju mladim industrijama, što se prije svega odnosi na ICT industrije. U ovom radu analizirat će se industrijske karakteristike vezane uz ICT sektor u Hrvatskoj i performanse poduzeća koja pripadaju tom sektoru. Statistički obuhvat ICT industrija u Hrvatskoj temelji se na definiciji ICT sektora prema OECD-u.¹ Dio rada temelji se na podacima Financijske agencije koji omogućuju analizu performansa poduzeća u ICT sektoru, prema kategorijama veličine – mala, srednja i velika poduzeća. Ti podaci omogućuju usporedbu pojedinih ICT industrija međusobno, ali i poziciju malih, srednjih i velikih poduzeća unutar industrije i unutar čitavog ICT sektora. Ovaj dio istraživanja se odnosi na razdoblje od 2001. do 2004. godine. Rezultati koji se odnose na stope preživljavanja u ICT industrijama, temelje se na longitudinalnim podacima Državnog zavoda za statistiku. Longitudinalni ili panel podatci su podatci o različitim entitetima (ovdje poduzećima) u različitim vremenskim razdobljima. Podatci za ovo istraživanje jesu popisi poduzeća s njihovim nazivom, matičnim brojem i sjedištem, u 13 djelatnosti ICT sektora. Svako poduzeće prati se pojedinačno od 1997. do 2003. godine kako bi se utvrdilo koja su preživjela u sedmogodišnjem razdoblju.

ICT sektor čine dva segmenta: segment ICT prerađivačke industrije i segment ICT usluga.

ICT prerađivačka industrija uključuje: 30.01. - proizvodnju uredskih strojeva, 30.02. - proizvodnju računala i druge opreme za obradu podataka, 31.3. - proizvodnju izolirane žice i kabela, 32.1. - proizvodnju elektroničkih cijevi i drugih elektroničkih komponenata, 32.2. - proizvodnju televizijskih odašiljača i radiiodašiljača te aparata za žičanu telefoniju i telegrafiju, 32.3. - proizvodnju TV

¹ Službena statistika o ICT još se razvija jer se radi o dinamičnom području podložnom brzim promjenama. Rad u okviru OECD-a doveo je do strukture koja predstavlja alternativu Međunarodnoj standardnoj industrijskoj klasifikaciji svih ekonomski aktivnosti, revizija 3.1. (*International Standard Industrial Classification of All Economic Activities, Revision 3.1 – ISIC Rev. 3.1*). Radna grupa za indikatore informacijskog društva u okviru OECD-a donosi 1998. godine međunarodno prihvaćenu definiciju ICT sektora utemeljenu na aktivnosti, što znači da su proizvodne jedinice (poduzeća) klasificirane u industrije prema prevladavajućoj aktivnosti u proizvodnoj jedinici. Slijedeći definiciju ICT sektora prema OECD-u, hrvatskom ICT sektoru moguće je odrediti nomenklaturu kojom se dolazi do definicije hrvatskog ICT sektora. U tekstu će na primjeru hrvatskog ICT sektora biti navedene sve industrije koje prema definiciji OECD-a pripadaju ICT sektoru. Detaljnije vidi u: Vuković i Kovačević (2006).

i radioprijamnika, aparata za snimanje i reprodukciju zvuka i slike te prateće opreme, 33.2. - proizvodnju instrumenata i aparata za mjerenje, kontrolu, ispitivanje, za navigacijske i druge namjene, 33.3. - proizvodnju opreme za kontrolu industrijskih procesa.² Segment ICT usluga uključuje sljedeće djelatnosti: 51.84. - trgovinu na veliko računalima, perifernom i programskom opremom (*softverom*), 51.86. - trgovinu na veliko ostalim elektroničkim dijelovima i opremom, 71.33. - iznajmljivanje uredskih strojeva i opreme, uključujući računala, 64.2. - telekomunikacije, 72 - računalne i srodne djelatnosti (72.1. – pružanje savjeta o računalnoj opremi *hardwareu*, 72.2. – savjetovanje i pribavljanje programske opreme *softwarea*, 72.3. – obrada podataka, 72.4. – izrada i upravljanje bazama podataka, 72.5. – održavanje i popravak uredskih i knjigovodstvenih strojeva te računalnih strojeva, 72.6. – ostale djelatnosti povezane s računalima).

2. POST-ULAZNE PERFORMANSE NOVIH PODUZEĆA – TEORIJSKI OKVIR

U literaturi koja se bavi post-ulaznim performansama poduzeća vidljiva je podjela između determinističkog i stohastičkog pristupa.³ Deterministička škola pokušava objasniti rast poduzeća i proces koncentracije s pomoću ponašanja poduzeća i opazivih industrijskih karakteristika, uz “posebne povijesne veze uzroka i posljedice”.⁴ Stohastička škola tvrdi da u svijetu u kojemu nema inicijalne razlike među poduzećima u profitabilnosti, veličini i tržišnom udjelu do razlika u njihovim performansama s vremenom dolazi slučajno.⁵ Stohastički modeli rasta poduzeća temelje se na zakonu proporcionalnog efekta, koji u svojoj striktnoj formi tvrdi da je očekivana stopa rasta poduzeća u nekomeu specificiranom razdoblju jednaka za sva poduzeća bez obzira na njihovu veličinu na početku razdoblja.⁶ Pretpostavke tako formuliranog Gibratova zakona nisu održive ako stopa rasta ili varijanca rasta korelira s veličinom poduzeća. Stohastičkom pristupu doprinos je dan temeljem modela učenja. Jovanovicev model temelji se na pasivnom učenju.⁷ U modelu se ulazeća poduzeća razlikuju u svojoj relativnoj efikasnosti koja se tretira kao permanentna karakteristika poduzeća. Međutim, poduzeća su nesigurna u svoje sposobnosti prije početka poslovanja. Po ulasku, nova poduzeća uče o svojim relativnim sposobnostima postupno tijekom procesa prirodne selekcije. Najučinkovitija poduzeća rastu i preživljavaju, dok neefikasna izlaze s tržišta. Jovanovic pokazuje da mlada poduzeća rastu brže od starijih ako se veličina drži konstantnom. Jovanovicev

² Brojčane oznake ispred naziva djelatnosti određene su nomenklaturom Nacionalne klasifikacije djelatnosti.

³ Vidi: Marris (1979).

⁴ Vidi: Marris i Mueller (1980).

⁵ Vidi: Mancke (1974).

⁶ Vidi: Robert Gibrat (1931).

⁷ Vidi: Jovanovic (1982).

model implicira da Gibratov zakon vrijedi za zrela poduzeća i za ona koja su ušla u industriju istodobno vrijeme. Varijanca je rasta najveća među mladim i malim poduzećima. Suprotno ovom modelu, u alternativnom modelu⁸ inicijalna efikasnost poduzeća je manje bitna jer performanse poduzeća počivaju na aktivnom učenju specifičnom za poduzeće, na investicijama u istraživanje i razvoj te na inovacijskim aktivnostima.⁹ Međutim, proces uključuje signifikantnu slučajnost. Posljedica je toga da se relativna efikasnost poduzeća sporo mijenja s vremenom. Model predviđa da s vremenom nestaje ovisnost između trenutne veličine poduzeća i inicijalne veličine.

Više novijih teorija koje se u širem smislu mogu svrstati u "determinističku" tradiciju, upućuju na to da post-ulazne performanse nisu rezultat slučajnosti, već specifičnih karakteristika poduzeća i karakteristika industrije kojoj poduzeće pripada.¹⁰

Najviše proučavana varijabla povezana s karakteristikama poduzeća je veličina poduzeća ili pogona. Vjerojatnost preživljavanja raste s veličinom poduzeća, koja se mjeri brojem zaposlenih.¹¹ Najčešće objašnjenje rezultata o pozitivnom odnosu vjerojatnosti preživljavanja i veličine *start-up* poduzeća je da se, ako je veća veličina *start-up* poduzeća, smanjuje potreba ulazećeg poduzeća za rastom kojim bi se postigla optimalna djelotvorna veličina industrije.¹² Postoje rezultati koji pokazuju da se manja poduzeća mogu suočiti s više financijskih ograničenja u rastu kapitala, što može odrediti sposobnost preživljavanja u kritičnom *start-up* razdoblju.¹³ Mogućnost smanjenja veličine prije izlaska na raspolaganju je samo većim poduzećima. Nadalje, veća poduzeća imaju bolje porezne uvjete i u boljoj su poziciji u regrutiranju kvalificirane radne snage. Međutim, postoje i suprotni zaključci - o negativnoj vezi inicijalne veličine i preživljavanja.¹⁴ Manja poduzeća mogu imati prednost u niskim općim troškovima, a i trebaju manje resursa za održanje.¹⁵ Također se tvrdilo da mala poduzeća mogu prevladati nedostatak veličine zauzimanjem strateških niša, osobito tijekom faze zrelosti u životnom ciklusu proizvoda.¹⁶ Korištenjem podataka iz portugalskih pogona prerađivačke industrije stvorenih tijekom 1980-ih, dokazuje se da je trenutna veličina bolji element za predviđanje neuspjeha poduzeća nego *start-up* veličina.¹⁷ Međutim, utjecaj inicijalne veličine i trenutne veličine nije neovisan o odnosu tih dviju varijabli, tj. o rastu koji slijedi poslije

⁸ Vidi: Pakes i Ericsson (1998).

⁹ Učenje se, u ovom slučaju, može opisati kao evolutivno (Baldwin i Rafiquzzaman, 1995).

¹⁰ Industrija se definira kao skup poduzeća koji ima zajedničke kupce (proizvode supstitute) i tehnologije kojima se koriste u proizvodnji. Industrija je uži pojam od sektora – sektor se sastoji od skupine sličnih ili povezanih industrija.

¹¹ Vidi npr. Mata i dr. (1995), Disney et al. (2003), Honjo (2000).

¹² Vidi: Mata i Portugal (1994) te Audretsch (1995a).

¹³ Vidi: Mahmood (2000).

¹⁴ Vidi: Mata i dr. (1995), Disney i dr. (2003).

¹⁵ Vidi: Mahmood (2000).

¹⁶ Vidi: Agarwal i Audretsch (1999).

¹⁷ Vidi: Mata i dr. (1995).

ulaska. Trenutna veličina ima pozitivan efekt na preživljavanje, dok je inicijalna veličina u negativnoj vezi s vjerojatnošću preživljavanja. Objašnjenje toga međusobno pobijajućeg rezultata je u izjavi da pogon koji starta s manjom veličinom i zbog toga doživi brži post-ulazni rast, ima veću vjerojatnost preživljavanja.

Starost je poduzeća u pozitivnoj vezi s preživljavanjem, ali se efekt smanjuje s vremenom.¹⁸ Jedan od razloga može biti taj što su starost poduzeća i menadžersko iskustvo čvrsto povezani. Zaključak o negativnoj ovisnosti trajanja konzistentan je s teorijama učenja kroz rad (*learning-by-doing*) kao bitnoga čimbenika koji određuje vjerojatnost preživljavanja.¹⁹

Vlasnička struktura, prema istraživanjima, ima signifikantan, ali proturječan utjecaj na preživljavanje. U mnogim je istraživanjima pronađeno da nove jedinice postojećih poduzeća imaju više hazardne stope.²⁰ Objašnjenje za to može biti u činjenici da su postojeća poduzeća ograničena zakonodavstvom vezanim uz tržište rada i kolektivnim ugovorima u odnosu prema novim neovisnim poduzećima.²¹ Postoje i suprotni rezultati, koji govore da nova neovisna poduzeća imaju višu stopu hazarda nego novi pogoni u postojećim poduzećima.²² Novim podružnicama postojećega poduzeća lakše je privući ljudske i financijske resurse od poduzeća matice.²³

Financijska struktura poduzeća je također signifikantna determinanta preživljavanja. Prema empirijskim nalazima viša stopa profitabilnosti reducira hazard s kojim se suočavaju novi ulaznici.²⁴ Veća vrijednost stalne imovine povećava vjerojatnost preživljavanja.²⁵ Nadalje, što je veći udio duga u imovini, to je veća vjerojatnost neuspjeha. Na razini industrije, viši odnos cijena - trošak može kompenzirati troškovne nedostatke povezane s veličinom, čime se reducira rizik s kojim se suočavaju nova poduzeća. Empirijski su rezultati dvojaki.²⁶ Međutim, pronađena je signifikantna pozitivna veza između industrijskog odnosa profit-prodaja i vjerojatnosti preživljavanja.²⁷

Zasad postoji tek nekoliko istraživanja koja uključuju ljudski kapital kao varijablu, ali su rezultati konfliktni. Istraživanje o švedskim poduzećima u

¹⁸ Može se primijetiti da se Coxovom specifikacijom, kojom se koristi u ovim analizama, dob ne može unijeti izravno kao eksplanatorna varijabla jer je kolinearna s baznim hazardom. Misli se na istraživanja koja su proveli Boeri i Bellmann (1995) te Baldwin i dr. (2000).

¹⁹ Vidi: Agarwal i Gort (2002). Ujedno neka istraživanja pokazuju da hazardna stopa pokazuje oblik obrnutog slova U (Wagner, 1994; McCloughan and Stone, 1998).

²⁰ Hazardne stope u modelima trajanja (prvotno korišteno u medicini) predstavljaju vjerojatnost neuspjeha, tj. izlaska poduzeća s tržišta. Vidi: Audretsch i Mahmood (1995), Disney i dr. (2003), Wagner (1999).

²¹ Vidi: Tveteras i Eide (2000).

²² Vidi: Persson (1999).

²³ Vidi: Tveteras i Eide (2000).

²⁴ Vidi: Tveteras i Eide (2000), Fotopoulos i Louri (2000a).

²⁵ Vidi: Fotopoulos i Louri (2000a).

²⁶ Vidi: Honjo (2000), Audretsch i Mahmood (1995).

²⁷ Vidi: Boeri i Bellmann (1995).

prerađivačkoj industriji donosi dokaz da se vjerojatnost izlaska povećava s prosječnom dobi zaposlenih i većim udjelom zaposlenih s tehnički orijentiranim obrazovanjem.²⁸ Obrazovni faktor važan je u objašnjenju preživljavanja i rasta.²⁹ Postoje također mnoge druge varijable koje opisuju ljudski kapital, a koje su vrijedne istraživanja, poput radnoga iskustva, senioriteta, udjela žena. Međutim, to zahtijeva pristup podacima koji su povezani s poslodavcem i zaposlenicima.

Veza između kapitalne intenzivnosti i rizika neuspjeha, prema nekim istraživanjima, jest negativna.³⁰ Moguće je objašnjenje da poduzeća s višim odnosom kapital - rad obično imaju manji odnos varijabilnih i fiksnih troškova, tj. viši stupanj potopljenih troškova, što povećava vjerojatnost preživljavanja. Razlog je to što se potopljeni trošak tretira kao izlazna, ali i ulazna barijera. Nivo kapitalne intenzivnosti na razini industrije u negativnom je odnosu sa stopom neuspjeha.³¹

Ukupna produktivnost faktora (*total factor productivity*) u negativnom je odnosu s neuspjehom pogona, što upućuje na to da poduzeća prvo zatvaraju manje djelotvorne jedinice.³² Pronađeno je da produktivnost rada na razini industrije povećava vjerojatnost preživljavanja.³³

Ekonomija opsega važna je determinanta u preživljavanju, a vezana je uz karakteristike industrije. Što je veća minimalna efikasna veličina (*minimum efficient size*) koja povećava troškovne nedostatke za ulaznike što posluju na sub-optimalnoj razini, to je manja vjerojatnost preživljavanja novih poduzeća.³⁴ Međutim, na tržištima na kojima poduzeća manja od minimalne efikasne veličine tvore veći udio u industrijskoj populaciji, novija poduzeća mogu imati veće šanse za preživljavanje, ali dokaza je za to malo.³⁵

Ima dosta empirijskih dokaza što upućuju na to da je lakše preživjeti u brzorastućim industrijama jer se ulazak ne događa na štetu tržišnih udjela postojećih poduzeća, a podignuta razina odnosa cijena - trošak reducira troškovni nedostatak s kojim se suočavaju novi ulaznici.³⁶ Nasuprot tomu, životni vijek poduzeća je kraći na tržištima s više ulazaka zbog efekta istiskivanja i povećane konkurencije.³⁷ Više stope industrijske koncentracije mogu dovesti do mjera odmazde protiv novih poduzeća, i tako smanjiti vjerojatnost preživljavanja. S druge strane, visoka razina koncentracije dopušta poduzećima ubiranje viših

²⁸ Vidi: Andersson i Vejsiu (2001).

²⁹ Vidi: Persson (1999).

³⁰ Vidi: Tveteras i Eide (2000), Doms i dr. (1995).

³¹ Vidi: Audretsch (1995a), Agarwal i Gort (2002).

³² Ovo je rezultat istraživanja Domsa i drugih (1995). Zaključak da poduzeća koja će izići s tržišta u budućnosti, već nekoliko godina prije neuspjeha imaju značajno manju produktivnost i niže stope rasta produktivnosti, naziva se efektom sjene smrti (*shadow of death effect*).

³³ Vidi: Wagner (1999), Andersson i Vejsiu (2001).

³⁴ Vidi: Audretsch (1995a).

³⁵ Vidi: Mata i Portugal (1994).

³⁶ Vidi: Mata i Portugal (1994), Audretsch (1995a), Audretsch i Mahmood (1995).

³⁷ Vidi: Mata i Portugal (1994), Honjo (2000).

odnosa cijena – trošak, što bi trebalo povećati vjerojatnost preživljavanja. Međutim, zbog različitosti u empirijskim dokazima teško je odrediti koji efekt dominira.³⁸

Vjerojatnost preživljavanja manja je u industrijama sa snažnijom inovativnom aktivnošću.³⁹ U visokoinovativnim industrijama, ona poduzeća koja uspješno inoviraju imat će veću vjerojatnost preživljavanja, ali će se ostala suočiti s manjom vjerojatnošću. Budući da je vjerojatnost uspješnog inoviranja relativno niska, mala je i vjerojatnost preživljavanja novih ulaznika. Međutim, visoko inovativno okruženje služi kao barijera preživljavanju samo unutar prvih nekoliko godina neposredno iza ulaska.⁴⁰ Za razliku od toga istraživanja, pronađena je pozitivnu veza između inovativne aktivnosti i vjerojatnosti preživljavanja u prerađivačkoj industriji u Njemačkoj.⁴¹

Relativno malo pozornosti posvećeno je vezi između agregatnih ekonomskih fluktuacija i preživljavanja poduzeća. Nadalje, većina tih istraživanja ne usredotočuje se na vezu između karakteristika poduzeća i efekata poslovnog ciklusa u objašnjenju preživljavanja.⁴² Rast realnog BDP-a trebao bi reducirati broj izlazaka, no empirijski rezultati su različiti.⁴³

³⁸ Vidi: Baldwin i dr. (2000), Wagner (1994), McCloughan i Stone (1998).

³⁹ Vidi: Audretsch (1995a, 1995b)

⁴⁰ Audretsch (1995b) je također istraživao efekt tehnološkog režima na preživljavanje radeći s podacima o 11000 poduzeća u prerađivačkoj industriji u SAD-u, utemeljenih 1976. godine. U poduzetničkom režimu, gdje inovacije dolaze više od malih poduzeća, hazardna se stopa pokazala većom nego u rutiniziranom režimu, gdje velika poduzeća imaju inovativnu prednost.

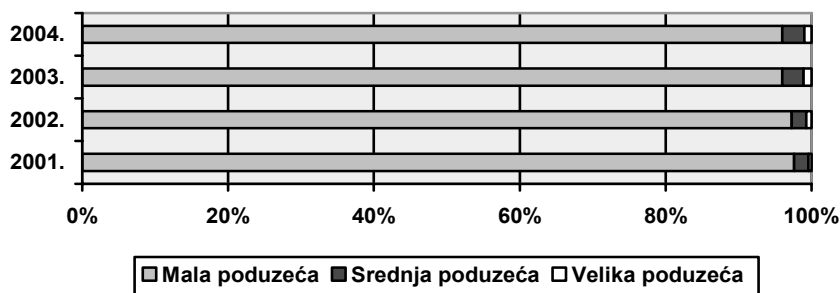
⁴¹ Boeri i Bellmann (1995).

⁴² Bhattacharjee i dr. (2002) proučavaju interakciju efekata starosti poduzeća i različitih makroekonomskih uvjeta i nestabilnosti.

⁴³ Baldwin i dr. (2000) pokazuju da postoji signifikantna pozitivna veza između rasta BDP-a i preživljavanja. Bhattacharjee i dr. (2002) nalaze da je makroekonomska nestabilnost značajna determinanta izlaska poduzeća kroz bankrote i akvizicije. Audretsch i Mahmood (1995) istražuju utjecaj poslovnih ciklusa na hazardnu stopu uzimajući stopu nezaposlenost i realnu kamatnu stopu kao pokazatelje poslovnog ciklusa. Prema njihovim rezultatima, hazardna stopa za nova poduzeća veća je u silaznoj fazi ekonomskog ciklusa, što se pokazuje kroz više stope nezaposlenosti. Međutim, kamatne stope imaju negativan efekt na hazard, što se može objasniti sugestijom da većina novih poduzeća u SAD-u ne ovisi prvenstveno o eksternom kapitalu. Suprotno tomu, Boeri i Bellman (1995) nalaze da izlazak nije odgovor na poslovne cikluse u prerađivačkoj industriji u Njemačkoj, čak i nakon kontrole industrijske heterogenosti i efekata istiskivanja.

3. VELIČINA PODUZEĆA KAO FAKTOR KOJI UTJEČE NA PERFORMANSE PODUZEĆA U HRVATSKOJ ICT INDUSTRIJI

Najveći dio poduzeća ICT sektora pripada kategoriji malih poduzeća.⁴⁴ Godine 2001. malih je poduzeća bilo čak 98%, što se 2002. smanjuje na 97% i 2003. za još jedan postotak i iznosi 96% (vidi sliku 1.). To smanjenje moguće je pripisati ili urednijem podnošenju financijskih izvještaja FINA-i od srednjih i velikih poduzeća ili mobilnosti poduzeća koje podrazumijeva prelazak poduzeća iz jedne kategorije veličine u drugu (u sektoru se povećao broj srednjih i velikih poduzeća).



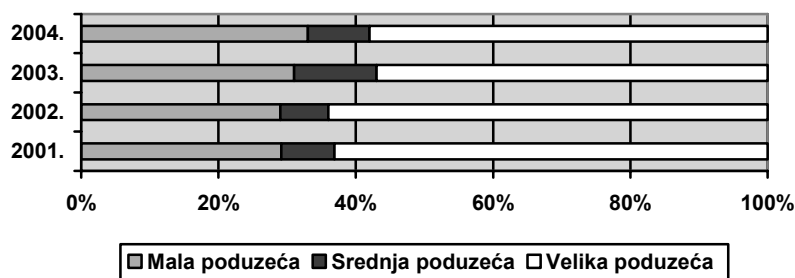
Izvor: baza podataka Financijske agencije

Slika 1. Distribucija broja poduzeća u ICT sektoru prema veličini poduzeća, za razdoblje 2001.-2004.

Slika distribucije broja zaposlenih prema kategoriji veličine poduzeća pokazuje da je najviše zaposlenih u velikim poduzećima (vidi sliku 2.). Iako se u razdoblju od 2001. do 2004. udjel zaposlenih u velikim poduzećima smanjuje, oko dvije trećine od ukupno zaposlenih u proizvodnji ICT dobara i usluga nalazi se u velikim poduzećima. Broj zaposlenih u srednjim poduzećima bilježi blagi porast s 8% udjela u ukupnom broju zaposlenih u ICT sektoru 2001. na 9% udjela

⁴⁴ Istraživanje se temelji na bazama podataka Financijske agencije, a kriteriji veličine poduzeća su prema Zakonu o računovodstvu, „Narodne novine“, 90/1992. Iako je u međuvremenu stupio na snagu novi zakon, 2005. godine, veličina poduzeća u istraživanju se temelji na kriterijima prethodnog zakona jer se prikupljeni podatci odnose na razdoblje prije donošenja novog zakona. Poduzeće se svrstava u kategoriju malih ako ne prelazi dva od sljedeća tri kriterija: 1. zbroj bilance nakon odbitka gubitka iskazanoga u aktivi ne prelazi protuvrijednost 2 000 000 DEM; 2. prihod u 12 mjeseci prije sastavljanja bilance ne prelazi protuvrijednost 4 000 000 DEM; 3. godišnji prosjek zaposlenih ne prelazi 50. Srednja su poduzeća ona koja prelaze 2 od 3 kriterija prethodno navedena za mala poduzeća, a nikad ne prelaze dva od tri sljedeća kriterija: 1. zbroj bilance nakon odbitka gubitka iskazanoga u aktivi ne prelazi protuvrijednost 8 000 000 DEM; 2. prihod u 12 mjeseci prije sastavljanja bilance ne prelazi 16 000 000; 3. godišnji prosjek zaposlenih najveći od 250. Velika su poduzeća ona koja prelaze barem 2 od 3 kriterija navedena za srednja poduzeća.

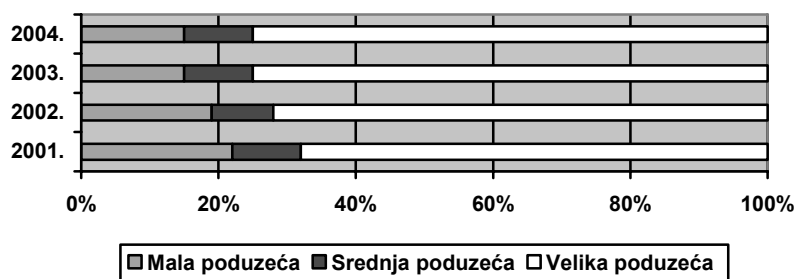
2004. godine. Udjel malih poduzeća u ukupnom broju zaposlenih u promatranom četverogodišnjem razdoblju povećava se s 30% u 2001. na 33% u 2004. godini.



Izvor: baza podataka Financijske agencije

Slika 2. Distribucija broja zaposlenih u ICT sektoru prema veličini poduzeća, za razdoblje 2001.-2004.

Distribucija ukupnih prihoda pokazuje da je dvije trećine ukupnih prihoda ICT sektora ostvareno u velikim poduzećima (vidi sliku 3.). Udio srednjih poduzeća u ukupnim prihodima iznosi 10% i taj se udjel ne mijenja u razdoblju od 2001. do 2004. godine. Mala poduzeća smanjuju svoj udjel s 22% u 2001. na 15% u 2004. godini. Ako udjel u ukupnim prihodima uzmemo kao aproksimaciju tržišnog udjela, zaključujemo da se povećava udjel velikih poduzeća na tržištu na račun malih poduzeća.

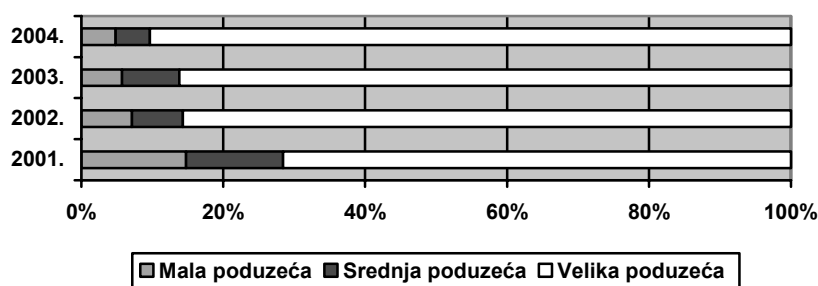


Izvor: baza podataka Financijske agencije

Slika 3. Distribucija ukupnih prihoda ICT sektora prema veličini poduzeća, za razdoblje 2001.-2004.

Distribucija ukupne dobiti ostvarene u ICT sektoru govori u prilog rastućem značenju velikih poduzeća u sektoru. Dok su 2001. godine velika poduzeća ostvarivala 73% dobiti, njihov je udio porastao na čak 92% udjela u

dobiti sektora 2004. godine. Istodobno se smanjio udio malih poduzeća s 14% na 4% udjela, kao i udio srednjih poduzeća s 13% na 4%.



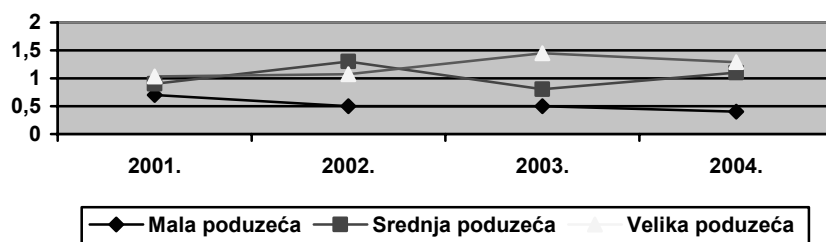
Izvor: baza podataka Financijske agencije

Slika 4. Distribucija dobiti ICT sektora prema veličini poduzeća, za razdoblje 2001.-2004.

Koeficijenti produktivnosti⁴⁵ malih, srednjih i velikih poduzeća u ICT sektoru pokazuju da mala poduzeća bilježe kontinuirani pad produktivnosti u odnosu prema prosjeku sektora (vidi sliku 5.). Produktivnost srednjih poduzeća u okvirima ICT sektora je promjenjiva, ali je blizu prosjeka sektora ili je iznad njega, a u nekim godinama približava se ili čak nadrađa produktivnost velikih poduzeća. Produktivnost velikih poduzeća je natprosječna, i pokazuje rast. Produktivnost ICT sektora, ako promatramo poziciju sektora unutar čitavog gospodarstva iznad je prosjeka hrvatskoga gospodarstva.⁴⁶ Visoka produktivnost industrija u ICT sektoru utječe na više stope preživljavanja poduzeća u sektoru (vidi dio rada o preživljavanju poduzeća u hrvatskom ICT sektoru koji slijedi).

⁴⁵ Za način računanja koeficijenta produktivnosti vidi: Vuković i Kovačević (2006).

⁴⁶ Vidi: Vuković i Kovačević (2006).



Izvor: izračun prema bazi podataka Financijske agencije

Slika 5. Kretanje koeficijenta produktivnosti malih, srednjih i velikih poduzeća u ICT sektoru za 2001.-2004.⁴⁷

4. PREŽIVLJAVANJE PODUZEĆA U ICT SEKTORU

Stopa preživljavanja računa se na sljedeći način:

$$\text{Stopa preživljavanja} = \frac{\text{broj preživjelih poduzeća iz kohorte 97}}{\text{broj poduzeća kohorte 97}},$$

pri čemu kohorta čini skupinu poduzeća - dakle sva poduzeća koja su se zatekla u Poslovnom registru Državnog zavoda za statistiku 1997. godine. Tretiraju se kao ulaznici u 1997. godini te se u svakoj godini, zaključno s 2003. godinom, za svako poduzeće pojedinačno prati njihova nazočnost u registru. Na taj način moguće je izračunati postotak preživjelih poduzeća na kraju sedmogodišnjega razdoblja.

Stope preživljavanja vrlo su visoke u svim djelatnostima u ICT sektoru, osobito kad je riječ o uslugama (vidi tablicu 1.). U proizvodnji izolirane žice i kabela (31.3.), telekomunikacijama (64.2.), iznajmljivanju uredskih strojeva i opreme (71.3.) te izradi i upravljanju bazama podataka - preživjela su sva poduzeća iz kohorte 97 do 2003. godine. Najniže su stope preživljavanja u proizvodnji uredskih strojeva (70%), proizvodnji elektroničkih cijevi i drugih komponenata (77%), proizvodnji instrumenata i aparata za mjerenje, kontrolu, ispitivanje, za navigacijske i druge namjene (76%). Sve ostale djelatnosti imaju visoke stope preživljavanja i kreću se u rasponu od 83 do 97% preživjelih poduzeća u razdoblju 1997. – 2003.

⁴⁷ Koeficijenti produktivnosti računaju se kao udio ukupnih prihoda sektora ili dijela sektora (ovdje ICT prerađivačka industrija i ICT usluge) u ukupnim prihodima cjelokupnoga gospodarstva podijeljen udjelom zaposlenih u sektoru ili dijelu sektora u ukupnom broju zaposlenih u gospodarstvu. Vrijednosti iznad 1 pokazuju produktivnost veću od prosjeka gospodarstva, a vrijednost manja od 1 upućuje na produktivnost ispod prosjeka gospodarstva.

Tako visoke stope preživljavanja mogu se protumačiti razvojem tržišta novih tehnologija i usluga u Hrvatskoj. Ako gledamo broj ulaznika u industriju i općenito broj poduzeća u pojedinim industrijama, on nije velik, i ima mjesta za sva poduzeća na rastućem tržištu. Ovako visoke stope preživljavanja nisu zabilježene u zemljama OECD-a (s izuzetkom Švedske), ali primjer Estonije također pokazuje visoke stope preživljavanja (oko 80%). U rastućim industrijama ulaznici relativno lako preživljavaju zbog manje konkurencije starosjedilaca i zbog rastuće potražnje, što pokazuju i neka istraživanja na uzorku poduzeća iz SAD-a.

Tablica 1.
Broj preživjelih poduzeća u ICT sektoru iz kohorte 1997.⁴⁸

Šifra djelatnosti	N	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.
30.01.	20	16	15	15	15	14	14
30.02.	589	563	543	513	508	492	486
31.3.	12	12	12	12	12	12	12
32.1.	185	173	164	159	151	143	142
32.2.	132	128	120	120	115	111	109
32.3.	64	62	60	59	58	57	57
33.2.	149	135	126	122	118	115	113
33.3.	51	51	51	50	50	48	48
64.2.	15	15	15	15	15	15	15
71.3.	10	10	10	10	10	10	10
72.1.	34	34	34	33	33	33	33
72.3.	406	394	386	370	363	354	346
72.4.	21	21	21	21	21	21	21
72.5.	511	489	479	473	460	443	435
72.6.	40	40	39	39	39	39	37

Izvor: baza podataka Državnog zavoda za statistiku

5. INDUSTRIJSKE KARAKTERISTIKE

Podatci o odnosu dobit/ukupni prihodi (vidi tablicu 2.) za sve industrije u ICT sektoru pojedinačno, zatim za prosjek ICT sektora i prosjek ukupnoga gospodarstva pokazuju da je profitabilnost ICT sektora iznad prosjeka hrvatskoga gospodarstva. Dok je 2001. stopa profitabilnosti iznosila za čitavo gospodarstvo

⁴⁸ Šifre određuju ICT industrije prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti, kako je obrazloženo u ovodu ovog rada.

3,47, u ICT sektoru prosjek je bio 4,62. Godine 2004. prosjek je gospodarstva 3,95, dok je prosjek ICT sektora 4,80. Znatno iznad prosjeka gospodarstva, a i iznad prosjeka ICT sektora, mala su poduzeća koja se bave ostalim srodnim računalnim aktivnostima, savjetovanjem i pribavljanjem programske opreme, obradom podataka, proizvodnjom instrumenata i aparata za kontrolu, mjerenje, ispitivanje te poduzeća koja proizvode opremu za kontrolu industrijskih procesa.

Tablica 2.
Odnos dobit/ukupni prihodi u ICT industrijama – mala poduzeća

Djelatnost	Dobit/ukupni prihodi			
	2001.	2002.	2003.	2004.
Proizvodnja uredskih strojeva	6,03	9,14	5,43	2,77
Proizvodnja računala i druge opreme za obradu podataka	3,43	4,61	4,25	3,23
Proizvodnja izolirane žice i kabela	3,03	8,07	4,35	2,30
Proizvodnja elektroničkih cijevi i drugih el. komponenata	1,02	4,18	3,79	3,89
Proizvodnja televizijskih odašiljača i radioodašiljača te aparata za žičanu telefoniju i telegrafiju	4,01	4,31	1,99	2,55
Proizvodnja TV i radioprijamnika za snimanje i reprodukciju zvuka i slike te prateće opreme	3,38	4,00	2,54	3,72
Proizvodnja instrumenata i aparata za mjerenje, kontrolu, ispitivanje, za navigacijske i dr. namjene	9,05	6,89	6,15	6,34
Proizvodnja opreme za kontrolu industrijskih procesa	8,50	5,24	5,82	4,41
Trgovina na veliko računalima, perifernom i programskom opremom (softverom)	*	*	4,32	3,25
Trgovina na veliko ostalim elektroničkim dijelovima i opremom	*	*	6,06	1,76
Iznajmljivanje uredskih strojeva i opreme, uključujući računala	1,77	4,47	3,96	3,14
Telekomunikacije	6,93	5,87	3,10	3,45
Pružanje savjeta o računalnoj opremi (<i>hardveru</i>)	1,90	2,58	5,37	4,20
Savjet. i pribavljanje programske opreme (<i>softvera</i>)	6,05	7,01	6,48	6,40
Obrada podataka	8,03	10,11	6,48	7,33
Izrada i upravljanje bazama podataka	3,72	5,59	6,52	4,25
Održavanje uredskih strojeva i računala	2,95	4,18	3,31	4,84
Ostale srodne računalne aktivnosti	10,06	7,42	8,07	7,39
ICT sektor	4,62	5,77	4,90	4,80
Sve djelatnosti ukupno	3,47	3,85	4,10	3,95

Izvor: izračun prema podacima Financijske agencije

Ovi pokazatelji vezani uz industrije u hrvatskom ICT sektoru govore u prilog zaključaka prije provedenih istraživanja u svijetu - da viša razina odnosa cijena/trošak povećava vjerojatnost preživljavanja novih poduzeća jer reducira troškovni nedostatak s kojim se suočavaju novi ulaznici. Osim toga, lakše je preživjeti u brzorastućim industrijama jer se ulazak ne događa na štetu tržišnih udjela postojećih poduzeća.⁴⁹

Raspoloživi podatci omogućili su analizu specifičnih industrijskih karakteristika koje se mogu tretirati i kao ulazne barijere, ali i kao determinante preživljavanja:

- intenzivnost industrije kapitalom,
- minimalnu efikasnu veličinu poduzeća u industriji.

Vjerojatnost odvratanja od ulaska u industriju postoji ondje gdje početak poslovanja zahtijeva velik početni kapital. Odnosom kapital – rad često se koristi kao mjerom potopljenoga troška. Tablica 3. pokazuje koeficijente kapitalne intenzivnosti za pojedine industrije u ICT sektoru. Koeficijent kapitalne intenzivnosti pokazuje kolik je udio stalnih sredstava pojedine industrije u stalnim sredstvima gospodarstva naprema udjelu zaposlenih u pojedinoj ICT industriji u ukupnoj zaposlenosti. Koeficijent veći od jedan upućuje na kapitalnu opremljenost koja je iznad prosjeka gospodarstva, a koeficijent manji od jedan pokazuje da je industrijska opremljenost kapitalom ispod prosjeka gospodarstva.

⁴⁹ ICT industrije u hrvatskom gospodarstvu pokazuju brži rast u odnosu prema prosjeku gospodarstva. Vidi: Vuković i Kovačević (2006).

Tablica 3.

Koeficijenti kapitalne intenzivnosti u industrijama ICT sektora

Djelatnost	Koeficijenti kapitalne intenzivnosti			
	2001.	2002.	2003.	2004.
Proizvodnja uredskih strojeva	0,67	0,62	0,57	0,53
Proizvodnja računala i druge opreme za obradu podataka	0,27	0,27	0,31	0,47
Proizvodnja izolirane žice i kabela	0,60	0,68	0,12	0,39
Proizvodnja elektroničkih cijevi i drugih el. komponenata	0,11	0,13	*	*
Proizvodnja televizijskih odašiljača i radioodašiljača te aparata za žičanu telefoniju i telegrafiju	0,67	0,64	0,75	0,52
Proizvodnja TV i radioprijamnika za snimanje i reprodukciju zvuka i slike te prateće opreme	0,14	0,13	0,08	0,14
Proizvodnja instrumenata i aparata za mjerenje, kontrolu, ispitivanje, za navigacijske i dr. namjene	0,37	0,43	0,34	0,31
Proizvodnja opreme za kontrolu industrijskih procesa	0,08	0,10	0,11	0,12
Trgovina na veliko računalima, perifernom i programskom opremom (softverom)	*	*	0,28	0,26
Trgovina na veliko ostalim elektroničkim dijelovima i opremom	*	*	0,05	0,04
Iznajmljivanje uredskih strojeva i opreme, uključujući računala	0,06	0,03	0,06	0,12
Telekomunikacije	2,13	2,03	2,40	2,21
Pružanje savjeta o računalnoj opremi (<i>hardveru</i>)	0,07	0,08	0,13	0,11
Savjet. i pribavljanje programske opreme (<i>softvera</i>)	0,12	0,15	*	*
Obrada podataka	0,17	0,19	0,16	0,24
Izrada i upravljanje bazama podataka	0,26	0,39	0,18	0,15
Održavanje uredskih strojeva i računala	0,14	0,16	0,15	0,16
Ostale srodne računalne aktivnosti	0,15	0,12	0,12	0,11

Izvor: baza podataka Financijske agencije

Pogled na tablicu 3. daje nam sliku kapitalne intenzivnosti ICT industrija. Vidljivo je da ni jedna industrija, bilo da je riječ o prerađivačkim industrijama ili uslužnim industrijama, s izuzetkom telekomunikacija (gdje je koeficijent kapitalne intenzivnosti iznad 2, dakle znatno veći od prosjeka gospodarstva) nema koeficijent veći od jedan, što govori da su ICT industrije potprosječno opremljene kapitalom. Najveći dio industrija ima koeficijent do vrijednosti 0,20, a to znači da sve te industrije svojim udjelom u ukupnoj

vrijednosti osnovnih sredstava pokrivaju manje od 20% udjela u zaposlenosti. Od prerađivačkih industrija toj skupini pripadaju: proizvodnja elektroničkih cijevi i drugih el. komponenata, proizvodnja TV i radioprijamnika za snimanje i reprodukciju zvuka i slike te prateće opreme i proizvodnja opreme za kontrolu industrijskih procesa. Od uslužnih industrija u toj su kategoriji sve, osim telekomunikacija te graničnog slučaja trgovine na veliko računalima, perifernom i programskom opremom. Prerađivačka industrija u ICT sektoru je opremljena kapitalom u odnosu prema uslužnim industrijama, ali je znatna ispod prosjeka gospodarstva, s najvišim vrijednostima koeficijenata između 0,60 i 0,70, čime pokrivaju 60-70% udjela u zaposlenosti. Niska opremljenost hrvatskih ICT industrija kapitalom govori o lakoći ulaska poduzeća na tržište. Kao determinanta ulaska, to jest značajan faktor za poduzeća u ICT industrijama, ali ne i kao determinanta preživljavanja jer istraživanja pokazuju pozitivnu vezu između preživljavanja poduzeća i njihove opremljenosti kapitalom.

Ako se uzmu u obzir noviji pogledi na investicije, tj. takozvani prošireni koncept investiranja koji uključuje i ljudski kapital, za rast i preživljavanje poduzeća ljudski kapital je bitan faktor. Za ICT industrije moglo bi se reći da su intenzivne ljudskim kapitalom. Kao aproksimacija za intenzivnost ljudskim kapitalom (u nedostatku drugih podataka) poslužili su podaci o prosječnim plaćama u pojedinim industrijama u ICT sektoru (vidi tablicu 4.). Prosječna plaća u ICT sektoru viša je od hrvatskoga prosjeka, 2001. viša je za 20% u nominalnom iznosu, 2002. za 19%, 2003. za 15%, a 2004. za 19%.

Usporedba ICT prerađivačke industrije s prosjekom prerađivačke industrije u Hrvatskoj pokazuje da su plaće u ICT prerađivačkoj industriji više u odnosu na prosjek prerađivačke industrije. Iako postoje razlike od godine do godine, prosječno su u razdoblju od 2001. do 2004. godine plaće u ICT prerađivačkim industrijama bile 21% više od prosječne plaće u prerađivačkoj industriji. Najviše prosječne plaće zabilježene su u proizvodnji tv i radioodašiljača, proizvodnji računala i proizvodnji izolirane žice i kabela.

U uslužnim industrijama ICT sektora plaće su više u odnosu prema prosjeku za tržišne usluge u Hrvatskoj, ali razlike su manje u odnosu prema odstupanjima ICT prerađivačke industrije od hrvatskoga prosjeka za prerađivačku industriju. Najviše plaće u uslužnom dijelu sektora su u telekomunikacijama i trgovini na veliko računalima, perifernom i programskom opremom (softverom). U ICT prerađivačkoj industriji bilježi se rast od 15%, dok je rast u prerađivačkoj industriji ukupno 10%. U uslužnom dijelu sektora ostvaren je rast od 30%, dok je u tržišnim uslugama ukupno zabilježen rast od 48% (početna razina plaća bila je znatno niža nego u ICT uslugama).

Tablica 4.

Prosječna neto plaća po radniku u industrijama ICT sektora, u kunama

Djelatnost	Proječna neto plaća po radniku				Indeks
	2001.	2002.	2003.	2004.	
Proizvodnja uredskih strojeva	2.362	2.224	2.631	3.175	134
Proizvodnja računala i druge opreme obradu podataka	3.542	3.816	4.427	4.691	132
Proizvodnja izolirane žice i kabela	4.115	4.339	3.394	4.041	98
Proizvodnja elektroničkih cijevi i drugih el. komponenata	2.916	3.097	*	*	
Proizvodnja televizijskih odašiljača i radioodašiljača te aparata za žičanu telefoniju i telegrafiju	6.832	7.117	7.633	7.747	113
Proizvodnja TV i radioprijamnika za snimanje i reprodukciju zvuka i slike te prateće opreme	2.467	2.669	3.005	3.360	136
Proizvodnja instrumenata i aparata za mjerenje, kontrolu, ispitivanje, za navigacijske i dr. namjene	2.757	3.162	3.467	3.777	137
Proizvodnja opreme za kontrolu industrijskih procesa	2.807	3.104	3.644	3.765	134
ICT prerađivačka industrija	3.865	4.092	3.955	4.269	115
Prerađivačka industrija u Hrvatskoj ukupno	3.125	3.208	3.439	3.596	110
Trgovina na veliko računalima, perifernom i programskom opremom (softverom)	*	*	5.508	5.738	
Trgovina na veliko ostalim elektroničkim dijelovima i opremom	*	*	3.320	3.047	
Iznajmljivanje uredskih strojeva i opreme, uključujući računala	2.219	2.025	1.613	2.995	135
Telekomunikacije	5.150	5.484	6.002	6.360	123
Pružanje savjeta o računalnoj opremi (hardveru)	2.866	3.160	4.397	4.600	161
Savjet. i pribavljanje programske opreme (softvera)	3.390	3.816	*	*	
Obrada podataka	3.214	3.512	3.763	4.381	136
Izrada i upravljanje bazama podataka	2.777	3.271	4.804	4.720	170
Održavanje uredskih strojeva i računala	3.757	4.199	3.352	3.417	91

Ostale srodne računalne aktivnosti	3.544	3.433	3.900	3.992	113
ICT usluge	3.365	3.613	4.073	4.361	130
Tržišne usluge u Hrvatskoj ukupno	2.665	3.562	3.829	3.943	148
ICT sektor	3.615	3.852	4.014	4.315	119
Sve djelatnosti ukupno u Hrvatskoj	3.044	3.219	3.489	3.614	119

Izvor: baza podataka Financijske agencije

Na temelju podataka o intenzivnosti ICT industrija kapitalom i radom možemo zaključiti da ne postoje ulazne barijere zbog intenzivnosti kapitalom, već da su to, naprotiv, pretežno radom intenzivne industrije, i to intenzivne visokoobrazovanim radnicima, na što upućuje karakter industrija (industrije visoke tehnologije) i plaće, koje su iznad hrvatskog prosjeka. Minimalna efikasna veličina, koja se u istraživanjima uzima kao mjera ekonomije opsega ili kao mjera potopljenog troška, također može biti ulazna barijera, ali i determinanta preživljavanja. Minimalna efikasna veličina u industrijama ICT sektora⁵⁰ pokazuje da niti ova veličina općenito nije prepreka novim poduzećima za ulazak u sektor. Postoje iznimke - prije svega su to telekomunikacije, gdje je minimalna efikasna veličina vrlo visoka (215,8), zatim proizvodnja izolirane žice i kabela (80,3) te proizvodnja tv i radioodašiljača (32,7).

Tablica 5.

Minimalna efikasna veličina u industrijama ICT sektora

Djelatnost	Minimalna efikasna veličina
Proizvodnja uredskih strojeva	4,2
Proizvodnja računala i druge opreme obradu podataka	8,2
Proizvodnja izolirane žice i kabela	80,3
Proizvodnja elektroničkih cijevi i drugih el. komponenata	3,8
Proizvodnja televizijskih odašiljača i radioodašiljača te aparata za žičanu telefoniju i telegrafiju	32,7
Proizvodnja TV i radioprijamnika za snimanje i reprodukciju zvuka i slike te prateće opreme	2,0
Proizvodnja instrumenata i aparata za mjerenje, kontrolu, ispitivanje, za navigacijske i dr. namjene	2,0
Proizvodnja opreme za kontrolu industrijskih procesa	2,4

⁵⁰ Izračunana kao prosjek ukupnih prihoda po poduzeću u četverogodišnjem razdoblju i podijeljena s tisuću radi preglednosti.

Trgovina na veliko računalima, perifernom i programskom opremom (softverom)	9,9
Trgovina na veliko ostalim elektroničkim dijelovima i opremom	4,3
Iznajmljivanje uredskih strojeva i opreme, uključujući računala	3,6
Telekomunikacije	215,8
Pružanje savjeta o računalnoj opremi (hardveru)	3,0
Savjet. i pribavljanje programske opreme (softvera)	1,6
Obrada podataka	1,5
Izrada i upravljanje bazama podataka	2,1
Održavanje uredskih strojeva i računala	3,0
Ostale srodne računalne aktivnosti	2,0

Izvor: baza podataka Financijske agencije

Mala minimalna efikasna veličina u većini industrija u ICT sektoru govori u prilog zaključku da manja minimalna efikasna veličina industrije povećava šanse za preživljavanje poduzeća. Na tržištima na kojima poduzeća manja od minimalne efikasne veličine tvore veći udio u industrijskoj populaciji, novija poduzeća mogu imati veće šanse za preživljavanje.

6. MAKROEKONOMSKI UVJETI

ICT sektor kao integralni dio hrvatskog gospodarstva ovisi o općim kretanjima u gospodarstvu i o mjerama ekonomske politike. ICT sektor po nekim je pokazateljima slika hrvatskoga gospodarstva u malom (distribucija veličine poduzeća, tendencije u kretanju ulaznih stopa), ali ima i svoje posebnosti kao sektor sačinjen od mladih industrija koje počivaju na suvremenim tehnologijama.

Istraživanje u ovom radu pokriva razdoblje od 1997. do 2004. Od 1990. do 1997. godine broj poduzetnika u Hrvatskoj kretao se uzlaznom putanjom, dok je 1997. taj broj počeo opadati.⁵¹ Za razliku od 1997. godine, kad je bio nastavljen trend povoljnih gospodarskih kretanja iz 1996. godine, 1998. godine uočavaju se nepovoljne tendencije u hrvatskom gospodarstvu - osobito je usporen rast industrijske proizvodnje. Nepovoljno razdoblje nastavlja se i 1999. godine. Na dinamiku ukupnih prihoda utječe suzdržavanje poduzetnika od fakturiranja kao odgovor na uvođenje poreza na dodanu vrijednost. Gospodarstvo je opterećeno nelikvidnošću, propašću dijela bankarskoga sustava, nedjelotvornom privatizacijom i poreznom presijom. Od 2000. godine bilježe se ponovno pozitivna kretanja u gospodarstvu, iako je dinamika rasta prespora. Likvidnost

⁵¹ Vidi Informaciju o osnovnim financijskim rezultatima poduzetnika Republike Hrvatske u 1999. godini, str.3

postaje zadovoljavajuća, a financijski rezultati poduzetnika bilježe pozitivne rezultate. Rastu i investicije, iako je njihova razina još uvijek preniska da bi znatnije utjecala na probleme poput nezaposlenosti. Zaustavljena je podinvestiranost u prerađivačkoj industriji.

Iako najbrojniji, mali poduzetnici ostvaruju tek trećinu ukupnoga prihoda u gospodarstvu.⁵² Trendovi su posljednjih godina usmjereni na pad udjela malih poduzeća u ukupnim prihodima gospodarstva, a sve veće značenje dobivaju velika poduzeća. U 2002. i 2003. godini značajno se povećao broj velikih poduzeća, koja i u kategoriji ukupnih prihoda i u kategoriji neto dobiti dobivaju sve veće značenje u odnosu prema malim poduzećima. S obzirom na uspješnost poslovanja, mala poduzeća od 2002. godine ostvaruju više neto gubitke od neto dobiti. To je preokret prijašnjeg trenda su od 1995. do 2001. godine (osim 1999. godine) mala poduzeća jedina poslovala pozitivno. Posebno negativne rezultate mala su poduzeća ostvarila 2002. godine, kad je ostvareno 1,6 milijarda kuna više neto gubitaka u usporedbi s neto dobiti. Zbog toga je značajno povećan udio ostvarenih neto gubitaka malih poduzeća u ukupnim rezultatima svih poduzeća. Kako mala poduzeća počinju ostvarivati lošije rezultate poslovanja, velika poduzeća preuzimaju sve veću ulogu, čemu je dijelom razlog prije spominjani statistički obuhvat. Od osnutka Registra godišnjih financijskih izvještaja 2002. godine bilježi se značajan porast broja velikih poduzetnika, što bi moglo značiti da su mnogi od njih bili neredoviti u podnošenju godišnjih bilanca na uvid. U svakom slučaju, podaci govore da velika poduzeća (koja čine manje od jedan posto ukupnog broja poduzeća) nose hrvatsko gospodarstvo. U prosjeku, od 1999. do 2003. godine velika poduzeća čine oko 50% ukupnih prihoda, i to s primjetnom tendencijom rasta udjela. Ujedno raste i udio neto dobiti velikih poduzeća, koji u 2002. godini dostiže 70,3%.

U takvim uvjetima ICT sektor bilježi najbrži rast, iako ne čini po svojoj veličini značajan dio gospodarstva. Svake godine najveća poduzeća iz ICT sektora poboljšavaju svoj rang. Neka od njih uvrstila su se i među najuspješnije u gospodarstvu, a upravo najveća poduzeća doprinijela su rastu ICT sektora.⁵³ Kao i u ukupnom gospodarstvu, i u ICT sektoru na značenju sve više dobivaju velika poduzeća, zauzimajući sve veće udjele ukupnih prihoda i dobiti nakon oporezivanja na račun malih poduzeća.

⁵² Prema podacima Financijske agencije.

⁵³ U informatičkom dijelu sektora najuspješnija su poduzeća M SAN GRUPA, RECRO, ELEKTROMAGIC, IBM Hrvatska, VE-MIL, dok su u telekomunikacijama najuspješniji HT d.d., VIPnet d.o.o. te Odašiljači i veze (prema podacima Hrvatske gospodarske komore: Hrvatski ICT sektor, <http://www.hgk.hr>)

7. ZAKLJUČAK

Može se zaključiti da varijable specifične za poduzeća (osobito veličina) kao i faktori vezani uz industriju (ekonomija opsega, uvjeti ulaska i tehnološko okruženje) utječu na post-ulazne performanse, rast i rizik s kojim se suočavaju novi ulaznici. Makroekonomski uvjeti također su važni u određivanju vjerojatnosti preživljavanja.

Strukturne i dinamičke osobitosti ICT industrija u Hrvatskoj pokazuju heterogenost ICT sektora. Heterogenost je utvrđena promatranjem sljedećih karakteristika industrija: distribucije poduzeća i distribucije zaposlenih u poduzećima različitih kategorija veličine, tržišnih udjela (s pomoću ukupnih prihoda), produktivnosti, profita i profitnih stopa, ulaznih barijera (intenzivnost kapitalom i minimalna efikasna veličina poduzeća), preživljavanja poduzeća. Spomenuta heterogenost vidljiva je već pri podjeli sektora na segment prerađivačke industrije i usluga. Industrije usluga pokazuju veću uspješnost u usporedbi s prerađivačkom industrijom.⁵⁴

Rezultati istraživanja pokazuju da bi uloga regulacije trebala bi biti usmjerena na stvaranje uvjeta koji bi poticali preživljavanje i rast profitabilnih poduzeća. Područja mogućega djelovanja institucija i zakonodavstva na rast, preživljavanje, produktivnost, profitabilnost i druge ekonomske performanse su omogućavanje dostupnosti kapitala (razvijanje tržišta kapitala) i sustav obrazovanja. Institucije bi također mogle učiniti određeni napor u povezivanju poduzeća s potencijalnim potrošačima, tj. pomoći poduzećima u prezentiranju njihovih proizvoda i uspostavi poslovnih kontakata.⁵⁵

Dostupnost kapitala za nova mala poduzeća općenito je problematična s obzirom na nerijetko rizične projekte, ali i skromna sredstva kojima ta poduzeća raspolazu. U Hrvatskoj ne samo da nema posebnih fondova za inovativne projekte malih poduzeća već su i postojeći, tradicionalni načini financiranja teško dostupni s obzirom na slabo razvijeno tržište kapitala.⁵⁶

Mlada poduzeća koja razvijaju i implementiraju nove proizvode i tehnologije, često ovise o visokoobrazovanoj radnoj snazi i menadžerskim talentima. Taj zahtjev za kvalitetom radne snage ovisan je o sustavu obrazovanja. Dobri programi u školama i sveučilištima mogu dovesti do potrebnog fonda znanja, vještina i talenata, koje bi gospodarstvo moglo privući za svoje potrebe. Također je važno da se kroz institucije i ekonomske mjere potiče poduzetništvo,

⁵⁴ Vidi: Vuković, Kovačević (2006)

⁵⁵ Hrvatska gospodarska komora je pokrenula inicijativu za predstavljanjem softvera domaćih proizvođača jer je uočeno da domaći potrošači nisu dobro upoznati s ponudom naših poduzeća koja proizvode usluge vezane uz softver.

⁵⁶ Predpristupni fondovi Europske unije mogu biti šansa za dobre projekte malih poduzetnika, ali procedura i administrativni dio posla vezan uz prijavu i dobivanje projekata je prekomplikiran za većinu poduzetnika te bi bilo dobro da se kroz institucije pokuša educirati poduzetnike za uspješno prijavljivanje projekata.

što bi uključivalo i davanje druge šanse poduzetnicima koji nisu uspjeli u svojim pothvatima jer i to čini dio ukupnoga poduzetničkog duha i miljea.

LITERATURA

Agarwal, R., D.B. Audretsch (1999), The two views of small firms in industry dynamics: a reconciliation, *Economics Letters*, vol. 62, str. 245-251.

Agarwal, R., M. Gort (2002), Firm and Product Life Cycles and Firm survival, *American Economic Review*, vol. 92, str. 184-190.

Andersson, F., A. Vejsiu (2001), Determinants of plant closures in Swedish manufacturing, *Office of Labour Market Policy Evaluation, Working Paper 2001/6*.

Audretsch, D.B. (1995a), *Innovation and Industry Evolution*, MIT Press, Cambridge

Audretsch, D.B. (1995b), Innovation, growth and survival, *International Journal of Industrial Organization*, vol. 13, str. 441-457.

Audretsch, D.B., T. Mahmood (1995), New Firm Survival: New Results Using a Hazard Function, *The review of Economics and Statistics*, vol. 77, str. 97-103.

Baldwin, J.R. (ur.) (1995), *The Dynamics of Industrial Competition: A North American Perspective*, Cambridge University Press, Cambridge

Bhattacharjee, A., C. Higson, S. Holly, P. Kattuman (2002), Macro Economic Instability and Business Exit: Determinants of Failures and Acquisitions of Large UK Firms, *Cambridge Working Papers in Economics 0206*, Department of Applied Economics, University of Cambridge

Boeri, T., L. Bellmann (1995), Post-entry behaviour and the cycle: evidence from Germany, *International Journal of Industrial Organization*, vol.13, str. 483-500.

Disney, R., J. Haskel, Y. Heden (2003), Entry, Exit and Establishment Survival in UK Manufacturing, *Journal of Industrial Economics*, vol. 51, str. 91-112.

Doms, M., T. Dunne, M.J. Roberts (1995), The Role of Technology Use in the Survival and Growth of Manufacturing Plants, *International Journal of Industrial Organization*, vol. 13, br. 4, str. 523-542.

Fotopoulos, G., H. Louri (2000a), Determinants of Hazard Confronting New Entry: Does Financial Structure Matter?, *Review of Industrial Organization*, vol.17, str. 285-300.

Gibrat, R. (1931), *Les Inegalites Economiques*, Librairie du Recueil Sirey, Paris

Honjo, Y. (2000), Business failure of new firms: an empirical analysis using a multiplicative hazards model, *International Journal of Industrial Organization*, vol. 18, br. 4, str. 557-574.

- Jovanovic, B. (1982), Selection and the Evolution of Industry, *Econometrica*, vol. 50, br. 3, str. 649-670.
- Mahmood, T. (2000), Survival of Newly Founded Businesses: A Log-Logistic Model Approach, *Small Business Economics*, vol.14, str. 223-237.
- Mahmood, T. (2000), Survival of Newly Founded Businesses: A Log-Logistic Model Approach, *Small Business Economics*, vol.14, str. 223-237.
- McCloughan, P., I. Stone (1998), Life duration of foreign multinational subsidiaries: evidence from UK northern manufacturing industry 1970-93, *International Journal of Industrial Organization*, vol. 16, str. 757-782.
- Mancke, R. B. (1974), Causes of interfirm profitability differences: a new interpretation and evidence, *Quarterly Journal of Economics*, vol. 88, br. 2, str.181-193.
- Marris, R. (1979), *Theory and Future of the Corporate Economy and Society*, North Holland, Amsterdam
- Marris, R., D.C. Mueller (1980), The corporation, competition, and the invisible hand, *Journal of Economic Literature*, vol.18 , br.1, str. 32-63.
- Mata, J., P. Portugal (1994), Life duration of new firms, *Journal of Industrial Economics*, vol. 42, br.3, str. 227-246.
- Mata, J., P. Portugal, P. Guimãres (1995), The survival of new plants: start up conditions and post-entry evolution, *International Journal of Industrial Organization*, vol. 9, str. 459-481.
- Pakes, A., R. Ericson (1998), Empirical Implications of Alternative Models of Firm Dynamics, *Journal of Economic Theory*, vol. 79, str. 1-45.
- Persson, H. (2004), The survival and growth of new establishments in Sweden, 1987-1995, *Small Business Economics*, vol. 23, br. 5, str. 423-440.
- Tveterås, R., G. Eide (2000), Survival of New Plants in Different Industry Environments in Norwegian Manufacturing: A semi-Proportional Cox Model approach, *Small Business Economics*, vol.14, str. 65-82.
- Vuković, K., Z. Kovačević (2006), Industrija informacijsko-komunikacijske tehnologije (ICT) u hrvatskom gospodarstvu, prihvaćeno za objavljivanje u časopisu *Poslovna izvrsnost*, Hrvatski institut za kvalitetu
- Wagner, J. (1994), The post-enty performance of new small firms in German manufacturing industries, *Journal of Industrial Economics*, vol. 42, br. 2, str. 141-154.

Zoran Kovačević, Ph. D.

Faculty of Economics, Zagreb

Ksenija Vuković, Ph. D.

Faculty of Organization and Informatics, Varaždin

PERFORMANCES OF ENTERPRISES IN CROATIAN INFORMATION-COMMUNICATION SECTOR (ICT)

Summary

This paper researches performances of all enterprises in Croatian ICT sector using data of Financial Agency and Central Bureau of Statistics. Average enterprise performances in different industries indicate the industry heterogeneity. Heterogeneity can be seen in productivity, profitability, capital intensity, and minimal efficient size of enterprise. The comparison of small, medium, and large enterprise performances shows that the size of an enterprise influences their efficiency. In ICT, industries, large enterprises are gaining bigger and bigger significance in market shares, achieved profits, and employment. The potential role of the institutions in improving post-entry performances of the new ICT sector enterprises lies in the development of capital market, as well as in ensuring suitable educational structures of the employees, so that the new enterprises in the young industries would be able to grow and develop.

Key words: *post-entry performances, ICT sector, enterprise size, industry heterogeneity*

JEL classification: *L63*

Mr. sc. Stijepo Letunić

Asistent
Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju
Sveučilište u Dubrovniku

UTJECAJ CIJENA I OGRANIČENOSTI RESURSA NAFTE NA SVJETSKO GOSPODARSTVO

UDK / UDC: 622.32(338.5)

JEL klasifikacija / JEL classification: L79, Q43

Pregledni rad / Review

Primljeno / Received: 29. rujna 2006. / September 29, 2006

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 04. prosinca 2006. / December 04, 2006

Sažetak

Nafta kao energetska resurs bitan je činitelj u međunarodnom i nacionalnom ekonomskom razvoju. Postavlja se pitanje budućeg razvoja industrije, prometa i ostalih djelatnosti te općenito restrukturiranja gospodarstava svijeta ovisno o ograničenosti ovoga resursa i njegovoj cijeni. Naftne kompanije u svijetu ulažu u najmodernije tehnologije radi povećanja iskorištenosti postojećih zaliha, te pronalazačenja novih. Traže se i alternativni energetska izvori, iako su ulaganja u te izvore još uvijek mala. Cilj je radu uputiti na stanje i udio nafte u svjetskoj proizvodnji i potrošnji, te na problematiku restrukturiranja i uvođenja novih tehnologija u svjetsko gospodarstvo.

Ključne riječi: *nafta, cijena, ograničenost, svjetsko gospodarstvo, restrukturiranje, alternativne tehnologije.*

1. UVOD

Nafta čini oko dvije petine svjetske energije i bitan je činitelj u međunarodnom i nacionalnom ekonomskom razvoju. Riječ je o oskudnom resursu, koncentriranom u određenim svjetskim regijama, s promjenljivim znanim rezervama i nestabilnom cijenom.

Pojedina gospodarstva različito ovise o nafti, tj. imaju drugačiju energetska intenzivnost, kao i udio nafte u ukupnoj energetska potrošnji. Pri tome je važna tehnologija kojom se koristi u iskorištavanju naftnih rezerva, te uloga naftnih kompanija. Tehnologija ima ključnu ulogu i u smanjenju ovisnosti u proizvodnji i potrošnji ovoga resursa.

Postavlja se pitanje budućeg razvoja industrije, prometa i ostalih privrednih djelatnosti, te općenito restrukturiranja svjetskoga gospodarstva ovisno o ovom resursu. Ovisnost o jednom resursu, u smislu nemogućnosti alternativne proizvodnje i privređivanja, bez većih gubitaka i potresa, kako u nacionalnim privredama, tako i međunarodnim odnosima, dovodi u pitanje održivosti i međunarodnih načela temeljenih na jednakopravnosti i slobodnom tržištu. Nafta ima veliko strateško i političko značenje. Radikalno je to izrazio već Georges Clemenceau (1841.-1929.) tvrdnjom da će kapljica nafte vrijediti koliko i kapljica krvi.¹ U uvjetima kad se preostale svjetske rezerve nafte sve više koncentriraju na Bliski istok, nestabilnost političkih i ekonomskih sustava zemalja izvoznica nafte stvara glavnu prepreku stabilnosti svjetskoga naftnog tržišta.

Ograničenost ovoga resursa može dovesti do gubitka ekonomske moći, ali i sveukupne moći u međunarodnim odnosima, te do narušavanja načela slobodnog tržišta i svjetskih institucija.

U domaćoj se literaturi o ovoj problematici relativno malo pisalo. Cilj je radu uputiti na stanje i potrošnju nafte u svijetu, te na utjecaj u promjenama cijena nafte i ograničenosti ovoga prirodnog resursa na svjetsko gospodarstvo.

2. STANJE I UDIO NAFTE U SVJETSKOJ PROIZVODNJI I POTROŠNJI

Promatrajući razmjenu roba na svjetskom tržištu može se uočiti da je nafta drugo dobro po vrijednosti u svjetskoj razmjeni.² Prvo dobro po vrijednosti su automobili. Nafta danas opskrbljuje oko 40 posto svjetske energije i 96 posto energije koja se troši u prometu.³

Zalihe nafte najveće su na Bliskom istoku i sjevernoj Africi (oko 42 posto), a u ostalom dijelu svijeta na Sibir i ostalu Aziju otpada 23 posto, 11 posto na Sjevernu Ameriku, devet posto na Latinsku Ameriku, šest posto jugoistočnu Aziju, četiri i pol posto Afriku (osim sjeverne), te četiri i pol posto na Europu.⁴ Svjetsku proizvodnju nafte po regijama prikazuje sljedeća tablica.

¹ <http://www.politicalquotes.org/Quotedisplay.aspx?DocID=16018>, pristup 19. 6. 2006.

² L. Prema Zuendorf (2003), Das Weltsystem des Erdoels, Koelner Zeitschrift fuer Soziologie und Sozialpsychologie, 55., (3), str. 421

³ <http://www.iags.org/futureofoil.html>, pristup 15. 4. 2006.

⁴ M. Bilen (2001.), Tržišta proizvoda i usluga, Mikrorad, Zagreb, str.172.

Tablica 1.

Svjetska proizvodnja nafte po regijama (000 b/d)

	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	04./03.
SJEV.AMERIKA	7.213,1	7.178,9	7.191,3	7.140,1	6.835,5	-4,3
LATIN. AMERIKA	9.303,4	9.319,0	9.463,5	9.544,0	9.928,9	4,0
AFRIKA	6.769,8	6.620,9	6.452,4	7.270,3	8.385,5	15,3
IST.EUROPA	7.629,2	8.246,9	9.034,9	9.939,3	10.736,0	8,0
BLISKI ISTOK	21.423,1	20.789,7	18.650,0	20.467,9	22.015,3	7,6
ZAP.EUROPA	6.287,5	6.033,6	5.949,6	5.626,6	5.367,4	-4,6
AZIJA PACIFIK	7.166,1	7.123,7	7.182,0	7.174,8	7.306,9	1,8
SVEUKUPNO	65.792,1	65.312,7	63.923,7	67.163,1	70.575,4	5,1
OPEC	27.745,0	26.873,5	24.322,5	26.884,6	29.577,7	10,0

Izvor: OPEC.ORG Annual Statistical Bulletin 2004, str. 24.

Procjena svjetskih zaliha nafte na 250 milijarda tona čini se realnom, dok bi procjena od 500 milijardi tona bila precijenjena. Uz porast potrošnje nafte 7,5 posto godišnje, rezerve bi bile još za 60-80 god.⁵ Saudijska Arabija i njezini neposredni susjedi mogli bi opskrbljivati dvije trećine predviđenog povećanja potrošnje nafte do 2030.⁶ Očekuje se da će više od polovine svjetskog rasta proizvodnje nafte u zemaljama nečlanicama OPEC-a ostvariti zemlje bivšeg Sovjetskog Saveza, a ostatak uglavnom rastuće ekonomije u Latinskoj Americi i Africi. Pri tome Rusija posjeduje oko 5 posto svjetskih naftnih rezervi.⁷ Iako sada proizvodi količinu približno jednaku onoj Saudijske Arabije, vrlo je vjerojatno da neće biti u mogućnosti održati tu razinu.

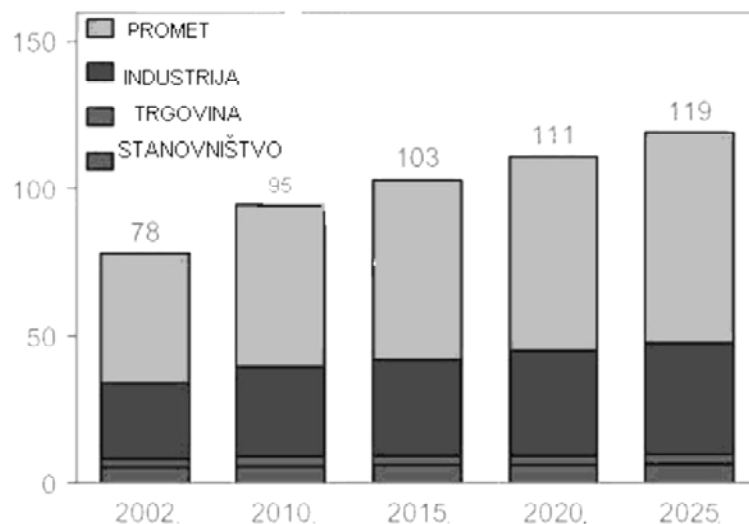
⁵M. Bilan (2001.), Tržišta proizvoda i usluga, Mikrorad, Zagreb, str.171

⁶ Prema "Still holding customers over a barrel" (2003), The Economist, 369(8347), str.73

⁷ Isto

Pretpostavlja se da će do 2020. svjetska potrošnja nafte porasti za oko 60 posto. Procjenjuje se da će broj automobila, najvećih potrošača nafte, kojih danas ima oko 700 milijuna, do 2025. porasti na oko 1,25 milijarde.⁸

Industrijski sektor također zauzima veliki udio u predviđenoj potrošnji nafte (slika 1.). Pri tome najveći udio otpada na kemijsku i petrokemijsku industriju.⁹



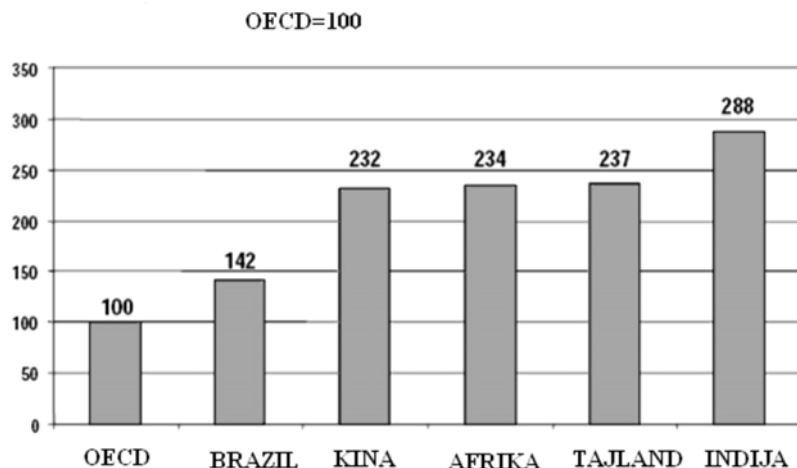
Izvor: History: Energy Information Administration (EIA), *International Energy*

Slika 1. Svjetska potrošnja nafte po danu prema konačnoj namjeni 2002.-2025. u milijunima barela

Analizirajući energetske intenzivnosti ukupne potrošnje nafte, vidi se da je u zemljama OECD-a potrebno višestruko manje nafte za jednaku proizvodnju nego u nerazvijenijim zemljama (slika 2.).

⁸Prema Institute for the Analysis of Global Security, <http://www.iags.org/futureofoil.html>, pristup 15.4.2006

⁹EIA, <http://www.eia.doe.gov/oiaf/ieo/oil.html>, pristup 14. 4. 2006



Izvor: IEA, http://www.iea.org/dbtw-wpd/Textbase/work/2004/cambodia/bj_session1.3-jacobs%20presentation.pdf, pristup 25. 4. 06.

Slika 2. Energetska intenzivnost ukupne potrošnje nafte

Naime, industrija je u razvijenim zemljama preorijentirana na one grane koje su energetske manje intenzivne. Takva proizvodnja uključuje veći udio servisne industrije (uz primarnu i sekundarnu). U razvijenim gospodarstvima 2002. promet je odnosio 60 posto sveukupne potrošnje nafte, u tranzicijskim privredama 51,8 posto, a u zemljama u razvoju 44,3 posto.¹⁰ Energetska intenzivnost u SAD-u je od 1970. do 2003. opala za 50 posto, ako se uzme u obzir porast BDP-a i potrošnje nafte u privredi.¹¹ Velika Britanija danas troši oko trećinu manje nafte po jedinici BDP-a nego prije dvadeset godina.¹² Zemlje u razvoju imaju energetske intenzivniju proizvodnju, kao što je npr. proizvodnja čelika i cementa.

Udio nafte u energetske potrebama zemalja članica OECD-a iznosi oko 40 posto. Uspoređujući to primjerice s Kinom, u kojoj je taj udio oko 20 posto (s tendencijom porasta), ili Mađarskom, u kojoj je udio oko 27 posto, može se uočiti da su razvijene zemlje ovisnije o nafti u svojoj energetskej strukturi.¹³ Očito je da su razvijene zemlje najveći potrošači i štediše energije.

¹⁰ Energy Information administration, International energy outlook 2005, Energy consumption by end-use sector, str. 22

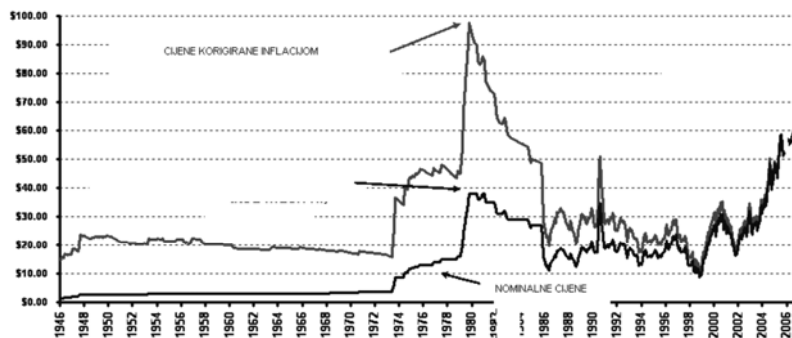
¹¹ Prema EIA, Annual Energy Review (AER) - long-term historical statistics all in one place <http://www.theoilrum.com/story/2005/10/21/4937/9542>, pristup 10. 4. 2006.

¹² "How big a threat?" (2004), The Economist, 373(8400), str. 45.

¹³ R. Barrell, Pomerantz, Olga (2004). Oil prices and world economy, Focus on European Economic Integration 1/04, 154.

3. CIJENE NA SVJETSKOM TRŽIŠTU NAFTE

Promjene u cijeni nafte povezane su sa svjetskom ekonomijom, i često se gledaju kao uzrok inflacije i recesije. Sljedeća slika pokazuje cijene nafte (korigirane za stopu inflacije) od davnih četrdesetih godina prošloga stoljeća do danas (2005.).



Izvor: *Illinois Basin crude prices-www.ioga.com Cpi-u inflation index-www.bls.gov.*¹⁴

Slika 3. Cijene nafte korigirane inflacijom od 1946. nadalje izražene u dolarima (prosinac 2005.)

Od početka 70-ih izrazite su oscilacije nominalnih i realnih cijena uz tendenciju rasta (slika 3.). Vidi se da u prijašnjim naftnim šokovima cijena korigirana stopom inflacije višom od 90 USD po barelu.

Uzrok porastu cijena nafte na svjetskom tržištu ponajviše su politički konflikti. Gospodarski pritisak zemalja Bliskoga istoka u svrhu političkih ciljeva ograničenog je efekta zbog njihove međuovisnosti s razvijenim zapadnim zemljama. Uzročnik destabilizaciji cijena je i nedovoljna proizvodnja zemalja OPEC-a pri povećanoj potražnji. Zato razvijene zemlje imaju dogovor o rezervi nafte za najmanje 90 dana.¹⁵

Na nestabilnost cijena na svjetskom tržište nafte utječe i nestabilnost potražnje. To se pogotovo odnosi na neočekivani rast kineske i azijske potražnje. Vrijeme takvih šokova ipak prolazi. U Kini 2004. potrošnja se povećala 16 posto,¹⁶ dok je u veljači 2006. rast iznosio samo četiri posto u usporedbi s na

¹⁴ http://inflationdata.com/Inflation/Inflation_Rate/Historical_Oil_Prices_Chart.asp_Inflation, pristup 12.4.2006

¹⁵ "Still holding customers over a barrel" (2003.), *The Economist*, 369 (8347), str.73

¹⁶ „Ölschock in Zeitlupe“ (2006.), *Kampf um Rohstoffe, SPIEGEL Special*, 5/06, str.24

prošlogodišnjim.¹⁷ Nedostatak ponude dolazi sve više u prvi plan. Geolog L. F. Ivanhoe predviđa da će trenutak kad globalna naftna potražnja nadmaši svjetsku proizvodnju nafte biti između 2000.-2010.¹⁸

Vrh svjetske naftne proizvodnje je trenutak od kojega ona počinje nepovratno padati, to jest preostale će rezerve nafte tad biti negdje na polovini dosad iskorištenih. Različita su mišljenja o tomu kada bi se to trebalo dogoditi. Geolog C. J. Campbell trenutno predviđa da će biti 2008.¹⁹ Bankar Matthew Simmons smatra da će vrhunac proizvodnje u Saudijskoj Arabiji označiti i svjetski vrh.²⁰

D. Yergin, na drugoj strani, duži da bi pravilnije bilo promatrati jedan plato proizvodnje nafte koji bi se mogao dogoditi u četvrtom ili petom desetljeću ovoga stoljeća.²¹ Pri tome misli da se podcjenjuje utjecaj tehnologije na predviđanje rezerva.

Upitna je točnost naftnih rezerva u zemljama s nacionaliziranom naftnom industrijom. Netransparentnost naftnih kompanija (pogotovo na Bliskom istoku), otežava točnu procjenu, i time stvara veću nesigurnost na tržištu.

Naftne kompanije na obje strane Atlantika ostvaruju rekordne zarade zbog visokih cijena nafte. Primjerice, naftna kompanija Royal Dutch Shell ostvarila je 2005. najveći profit u povijesti britanskih korporacija, od 22,9 milijarda USD, što je 30 posto više nego u dotad rekordnoj 2004.²² Najveća naftna kompanija Exxon Mobil također je ostvario rekordnih 36 milijarda USD, što je porast od 11 milijardi USD u usporedbi s 2004.²³ Zanimljiva je usporedba s krajem 90-ih, kad se razmatrao mogući utjecaj cijene nafte niže od 15 USD po barelu na razinu investicija i otkrića u naftnoj industriji. Multinacionalne naftne kompanije ostvarivale su tad niske prihode.²⁴

S obzirom na to da je za naftne kompanije u budućnosti najveća prijetnja smanjenje naftnih rezerva, većina novca neće se ulagati u povećanje globalne ponude, već na zamjenu postojećih naftnih nalazišta. Zadnje veliko nalazište je otkriveno 2000. u Kaspijskomu moru.²⁵ Izvjesna je sve veća ovisnost o bliskistočnim i srednjoistočnim nalazištima (i proizvođačima) jer će izvori

¹⁷ Rückkehr des 100-Dollar-Gespenstes, <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,411128,00.html>, pristup 13. 4. 2006.

¹⁸ R. Heinberg, (2005.), The party's over, New society publishers, str.106.

¹⁹ Isto, str.5.

²⁰ R. Heinberg, (2005.), The party's over, New society publishers, str.110.

²¹ Ölschock in Zeitlupe“ (2006.), Kampf um Rohstoffe, SPIEGEL Special, 5/06, str. 25.

²² <http://www.theallineed.com/news/0602/02124010.htm>, pristup 10. 4. 2006.

²³ Forbes Global 2000, http://www.forbes.com/2006/03/30/largest-public-companies_06f2k_cz_sk_0331forbes2000intro.html in profits 2005, pristup 10.4.2006.

²⁴ S. Galović, (1999), Low oil prices dictate industry restructuring, „NAFTA“ journal 50(6), str. 182, preuzeto iz Lewis, M. (1999), EMC, Managing director, Petroleum Review, January

²⁵ „Wie lange noch?“ (2006), Kampf um Rohstoffe, SPIEGEL Special, 5/06, str.30

zemalja koje nisu članice OPEC-a prije dostići najvišu razinu proizvodnje i nakon toga slijedi njezin pad.²⁶

Naftne kompanije isto tako mogu smanjiti prodajnu cijenu toga važnog resursa. Primjerice, njemački ministar prometa pozvao je vozače automobila na bojkot naftnih kompanija koje imaju nekoliko centa višu cijenu nafte, čime bi se utjecalo na naftne kompanije da snize cijene nafte.²⁷ U razdoblju u kojem je cijena sirove nafte u svijetu porasla za jednu kunu po litri, benzin je u Hrvatskoj poskupio za više od tri kune, iako nije bilo dodatnih troškova koji bi utjecali na veći porast cijene nego što je to bio onaj na svjetskom tržištu.²⁸ Različite interesne skupine nastoje iskoristiti trenutačne cijene nafte da bi ostvarile veći prihod. Kod zemalja proizvođača nafte kao što su Rusija, Venecuela, Kina, Indija danas je uočljiv trend prema nacionalizaciji naftne industrije i otežavanju prodora stranih kompanija. Većina nacionalnih naftnih kompanija posluje sa mekim budžetom (oslanjanje na pomoć države), uz slabije ispunjavanje ekoloških kriterija i ljudskih prava. Velike naftne kompanije iz razvijenih zemalja imaju višu tehnološku razinu u usporedbi s njime.

Pri dugoročnom prognoziranju cijene nafte, uz cijene nafte na tržištu od šezdesetak i više USD po barelu I višim, naftni šok(ovi) bili bi umnogome ublaženi novim, nekonvencionalnim izvorima nafte, jer uz višu cijenu nafte ostaje dostatno novca za ulaganja u nove tehnologije. Svi nekonvencionalni izvori nafte (kao što su uljni škriljevac, bitumenozni pijesak, metan, tekući ugljikovodici, tekući plin) ekonomski su isplativi ispod cijene nafte od šezdeset USD po barelu, osim bioetanola i biodizela.²⁹ Na Bliskom i Srednjem istoku proizvodi se najjeftinija nafta i isplativo je prodavati već od 10 do 20 USD po barelu. Prije rata u Iraku su trgovci naftom špekulirali cijenom od 25 USD po barelu i, prema određenim mišljenjima, ona je otprilike realna i moguća.³⁰ Sadašnje stanje visokih cijena odgovara zemljama naftnim izvoznicama.

Iskustva pokazuju da razvijene zemlje nisu više tako ovisne o promjenama cijena nafte kao prije dvadesetak godina, s obzirom na to što je stupanj ovisnosti gospodarstva o nafti manji. Cijena nafte uvelike ograničava gospodarska kretanja, ali su za sad gubici niži nego što se očekivalo. Sadašnji kapitalizam pokazuje se prilagodljivim na porast cijene nafte, i pri tome nije sveden samo na jednu neravnopravnu razmjenu između centra (razvijene zemlje s malo naftnih resursa) i periferije (nerazvijene zemlje izvoznice nafte). Potrebna

²⁶ Prema Heinberg, R. (2005), *The party's over*, New society publishers, str.132.

²⁷ Horrende Benzinpreise, <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,411199,00.html>, pristup 13. 4. 2006.

²⁸ Molak, B. (2006.), „Moraju li naftni derivati u Hrvatskoj biti prekomjerno skupi“, *Ekonomija* 12(3), str.545.

²⁹ „Steady as she goes“ (2006), *The Economist*, 379 (8474), str.67|

³⁰ „Finanziell unverantwortlich“ (2006), *Der Spiegel* 14/2006, str.93

akumulacija kapitala u zemljama centra može se osigurati inovacijom proizvoda i iskustvom, organizacijskim oblicima i tržišnim odnosima.³¹

4. RESTRUKTURIRANJE

S porastom cijene nafte dolazi do rasta troškova u gospodarskim djelatnostima, posebice u industrijskoj proizvodnji i prometu, što smanjuje profite i investicije. Istodobno, ako se dodatni prihod od viših cijena nafte raspodjeljuje unutar gospodarstva, došlo bi do preraspodjele i jačanja pojedinih gospodarskih djelatnosti i grana, što dovodi do restrukturiranja. To bi imalo za posljedicu pad razine proizvodnje i BDP-a, te temporalno prilagođavanje gospodarstva (pri čemu raste i nezaposlenost) dok se jaz između ponude i potražnje ne smanji.

U uvjetima međunarodne konkurencije, ista razina nacionalnog proizvoda zadržala bi se ako se ne promijeni konkurentnost gospodarstva nakon restrukturiranja. U slučaju da se dodana vrijednost od povišenja cijene nafte prelijeva u inozemstvo, tad bi gospodarstvo ostvarilo manji rast BDP-a, i bi daljnje restrukturiranje bilo prijeko potrebno. Konkurentnost cjelokupnog gospodarstva može se poboljšati, to jest približiti onoj razini konkurentnosti kakva je postojala uz niže cijene nafte (ili je nadmašiti) novim tehnologijama i novim djelatnostima. Pri tome bi se ostvarivala dodana vrijednost novim tehnologijama i proizvodima koji su traženiji u uvjetima više cijene nafte i preorijentacije s ovoga resursa na druge.

Pri porastu cijene nafte nastaje porast troškova. Pri tome također rastu cijene i onim proizvodima koji nisu izravno povezani s naftom. Posljedica toga je inflacija. Istraživanje pokazuje da porast cijene nafte od 10% vodi do izravnih inflacijskih efekata od 0,8 do 1,0%, u SAD-u i Europi.³² Restrukturiranje u takvim uvjetima može nastupiti tek kada se cijene pojedine skupine proizvoda jasno profiliraju, i time inflacija svede samo na realnu uvjetovanu porastom cijene nafte.

Prema tome, postavlja se pitanje postupnoga prelaska na druge resurse i veličine strukturnih promjena koje bi, među ostalim, nosile i nezaposlenost i gašenje pojedinih grana. Pitanje je održivosti gospodarstva na razinama koje ne bi izazvale preveliku nezaposlenost i pad društvenoga proizvoda, i to u globalnom smislu. Osim što bi se smanjila potrošnja u prometu i transportnim sredstvima težilo bi se i efikasnijem prijevozu, pri čemu se prometovanje u poslovnim sektorima ne bi moglo puno smanjiti. U industrijskoj proizvodnji temeljenoj na nafti, korištenju naftom za grijanje itd. pojavila bi se potreba za drugim pogonskim resursima.

³¹ Prema L. Zuendorf, (2003), Das Weltsystem des Erdoels, Koelner Zeitschrift fuer Soziologie und Sozialpsychologie, 55(3), str. 443.

³² M. Le Blanc, Chinn, M.D.(2004) Do High Oil Prices Presage Inflation, The evidence from G5 countries, Working paper series 1021, Center for International Economics, UC Santa Cruz., str.22.

U restrukturiranju važne su mogućnosti koje donose nove tehnologije i ulaganje u njih. Zemlje koje nemaju naftne resurse i koje nemaju mogućnost ostvarenja zarade od novih tehnologija, bit će prisiljene uvoziti te tehnologije i ostvarivati korist od jeftinije radne snage, vlastitih resursa, organizacije ili geopoložaja. U tim gospodarstvima doći će samo do porasta cijene energetske resursa potrebnih za proizvodnju, dok se struktura proizvodnje neće puno mijenjati. Može se polemizirati o tome da će isti resursi trebati za proizvodnju i u razvijenim zemljama – međutim, razvijenije zemlje imaju priliku ubirati tehnološku rentu. Dakle, zemlje s industrijom niže tehnološke razine, što podrazumijeva i proizvod niže tehnološke vrijednosti, više će biti oštećene porastom cijene nafte. Takve su zemlje energetske i radno intenzivnije, kao što su i više ovisne o prirodnim resursima. Velike profite ostvaruju zemlje izvoznice nafte, pa time mogućnost za konkurentniji razvoj svoga gospodarstva. Ipak, zbog puno nižega stupnja razvoja, industrijskih kapaciteta, tehnologije i sl., razvijene zemlje uvoznice nafte ostvaruju tu gotovo potpunu dominaciju. Znanje, istraživanje i razvoj i dalje su najveći čimbenici razvoja i uspjeha na međunarodnom tržištu. Gospodarstva razvijenih zemalja osim toga imaju i mogućnost i dalje izvoziti tehnologiju zemljama koje ostvaruju prihod od nafte, i time djelomično neutralizirati taj efekt porasta cijene nafte. Na to upućuje primjer Njemačke, koja je povećala svoj izvoz strojeva u Rusiju i članice OPEC-a.³³

Svejedno, veći porast cijene nafte mora izazvati restrukturiranje gospodarstva koje će voditi prema manjoj ovisnosti o ovom energentu, razvoju novih tehnologija i, kratkoročno i srednjoročno, restrukturiranju gospodarstava zbog viših cijena nafte. Dugoročno to vodi dobicima zbog razvoja novih tehnologija. Najbolji način da se potakne rast industrije i tehnologije je da se omogućí jaki konkurentni pritisak, istodobno stvarajući povoljnu domaću klimu.³⁴

Ovisnost o nafti velika je za sve razvijene zemlje i zemlje u razvoju, tako da bi recesija i restrukturiranje bilo sveukupno. Razvijenije bi zemlje gubile uz činjenicu da dominiraju u svjetskoj ekonomiji, dok zemlje u razvoju ne bi mogle jednako kvalitetno razviti zamjensku tehnologiju temeljenu na drugim energetskim resursima.

5. NOVE TEHNOLOGIJE I ALTERNATIVE NAFTAI

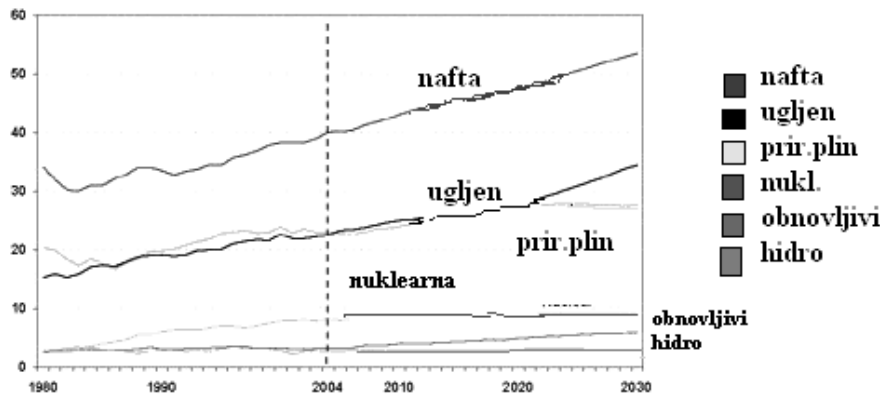
Šokovi u 70-im potakli su uporabu novih resursa, što je imalo za posljedicu prijelaz s nafte na druga goriva. Ta je promjena bila teža u transportu zbog motora s unutarnjim izgaranjem ovisnim o nafti i njezinim derivatima. U prometu ovisnost o nafti se može reducirati osloncem na druge pogonske izvore

³³ Rückkehr des 100-Dollar-Gespenstes, <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,411128,00.html>, pristup 13.4.2006.

³⁴ Prema R. Landau, Taylor, T., Wright G. (1996), *The Mosaic of economic growth*, Stanford University Press, California, str.411 preuzeto iz Porter, M. E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, New York: Free Press

(hibridni, bioenergija, vodik), ali i povećanjem efikasnosti motora s unutarnjim izgaranjem. Zasad, osim bio goriva nema još prave alternative fosilnom gorivu. U industriji se teži zamjeni energenata temeljenih na fosilnim gorivima drugima koji manje onečišćuju atmosferu, kao što je električna energija.

Sljedeća slika pokazuje energetske potrošnje energenata u SAD-u.



Izvor: EIA, <http://www.eia.doe.gov/oiaf/forecasting.html>

Slika 4. Struktura (%) potrošnje energenata u SAD

Na slici 4. vidi se da je nafta daleko najveći izvor energije u gospodarstvu SAD-a, i pokazuje tendenciju rasta. Obnovljiva energija uključuje hidroenergiju (posebno navedena), te biomasu, vjetar, geotermalnu i solarnu energiju.

Gorivo iz biomase odnosi se prvenstveno na ono dobiveno iz biljaka. Dizel dobiven iz biomase procesima izgaranja iz drva, poljoprivrednih ostataka, smeća itd., bitno je čišći od sirove nafte.³⁵ Europska industrija polaže u njega velike nade, ali ima nedostatke u činjenici da mnogim državama nedostaje drvo za grijanje, uz opasnost od onečišćenja atmosfere pri proizvodnji.

U modernim dizelima motorima biodizel (iz biljnog ulja) zasad se može miješati s naftom u manjem omjeru ili nikako (filtar za čestice). Zato naftna kompanija Shell ulaže u biodizel druge generacije.³⁶ Bioetanol (alkohol iz kukuruza, šećerne trske itd.) u Brazilu pokriva 40 posto potreba za pogonskim gorivom. Ipak, kod takve vrste goriva problem je nedostatak obradivih površina. Za zamjenu fosilnih goriva bioetanolom u prometu, proizvodnja koja bi

³⁵ „Bohrtürme zu Pflugscharen“ (2006), SPIEGEL Special, 5/06, str. 118.

³⁶ „Bohrtürme zu Pflugscharen“ (2006), SPIEGEL Special, 5/06, str. 116.

zadovoljila potrebe SAD-a uključivala bi njenu sadašnju sveukupno obrađenu poljoprivrednu površinu uvećanu za 25 posto.³⁷

Prirodni plin kao energetska resurs izaziva manja onečišćenja pa manje utječe na globalno zatopljenje u usporedbi s naftom ili ugljenom. Plin se može promatrati kao tranzicijsko rješenje, i postoje mišljenja da ne bi trebalo stvoriti preveliku ovisnost o plinu s obzirom na to da to zahtijeva velika ulaganja u opskrbu i distribuciju. Sadašnja potrošnja plina nije mala i u vezi s upitnim rezervama plina.³⁸ Plin se može dobiti i iz biomase, tj. metan, koji kao alternativa tekućim biogorivima ima veću energetska vrijednost s obzirom na uložene organske tvari.³⁹

Tehnologija za proizvodnju iz ugljena za desetak bi godina mogla riješiti problem ugljičnog dioksida.⁴⁰ U proizvodnji energije iz ugljena trenutni je problem zastarjela tehnologija. Iz ugljena je moguće dobiti pogonsko gorivo kao zamjena benzinu, ali je dobivena neto energija niska. Više obećava mogućnost da se iz ugljena dobije vodik (hidrogen) koji omogućuje električni pogon. Ugljen može sve više zamijeniti naftu u ostalim djelatnostima.

Na nuklearnu energiju otpada 5 posto sveukupne potrošnje energije u svijetu. Zamjena proizvodnje električne energije temeljene na fosilnim gorivima nuklearnom energijom, je spora je i skupa.⁴¹ Zamjena nafte kao energetska resursa korištenoga u prometu neusporedivo je daleko problematičnija, i zahtijevala bi golema ulaganja.

Tranzicija iz proizvodnje na uslužne i informacijske djelatnosti zahtijeva manje energetska inputa. Na smanjenje ovisnosti o nafti potiču i zakonske mjere poticanja energetska efikasnosti. U Europi i Japanu vlade su uvele više poreze zbog ekoloških eksternalija što nisu uključeni u tržišnu cijenu nafte. Jeftina nafta u SAD-u (u odnosu prema ostalim razvijenim zemljama) umanjuje nastojanja da se razviju obnovljivi energetska izvori, poboljša efikasnost korištenja energijom i kontroliraju štetne emisije koje odlaze u atmosferu.

Velik dio današnje naftne proizvodnje dolazi iz velikih naftnih polja kao što su Aljaska, Sjeverno more, Meksički zaljev, u koja su zemlje nečlanice OPEC-a i zapadne naftne kompanije investirale u istraživanja. Danas se ta polja nalaze u razdoblju brzog pada jer je resurs gotovo potpuno iskorišten. Nedavno otkriće kompanije Chevron u Meksičkom zaljevu naftnoga polja koja još nije niti valorizirano ni eksploatirano, daje nadu da te regije nisu u potpunosti iscrpile rezerve.⁴² Naftne kompanije u svijetu troše sve veći novac na najmodernije tehnologije i povećanje iskorištenosti postojećih nalazišta. U tom pogledu rast se

³⁷ Heinberg, R. (2005), *The party's over*, New society publishers, str.175

³⁸ Heinberg, R. (2005), *The party's over*, New society publishers, str.143

³⁹ „Bohrtürme zu Pflugscharen“ (2006), SPIEGEL Special, 5/06, str.119.

⁴⁰ „Jede Energie birgt ein Risiko“ (2006), SPIEGEL Special, 5/06, str.126.

⁴¹ R. Heinberg, (2005), *The party's over*, New society publishers, str.151

⁴² Neue Reserven, Spiegel Online, <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,435342,00.html>, pristup 06.9.2006.

traži na mjestima kao što su zapadna Afrika, Kaspijsko more i duboko podmorje u Brazilu. Bilo kakva strategija opstanka velikih naftnih kompanija je koncentrirana na napredniju tehnologiju u eksploataciji nafte i zbog zahtjevnijih nalazišta. Veliko značenje imaju još uvijek neistražena područja, primjerice na saudijsko-iračkoj granici veličine Kalifornije. Također su velike zalihe ispod 10.000 m ili dublje. S obzirom na brz napredak tehnologije, ta nalazišta mogu postati još ekonomičnija. Danas postoji tehnika za proizvodnju nafte po cijeni od 35 od 45 USD po barelu na novim i zahtjevnijim lokacijama, ali i nespornost da se investira, jer postoji mogućnost da bi cijena nafte proizvedene na Bliskom istoku mogla pasti.⁴³

Seizmička trodimenzionalna tehnologija⁴⁴ po pojedinim procjenama donosi 11 milijarda dolara koristi naftnoj industriji. Rezerve se naftnih polja konstantno revidiraju zbog novih otkrića, promjena u cijeni i tehnološkog napretka. Prosječna iskoristivost naftnih polja je u proteklih dvadeset godina porasla s 20 na više od 30 posto upravo zbog tehnološkog napretka.⁴⁵ Sedamdesetih godina prošlog stoljeća u istraživanju se mora moglo ići na dubinu od 200 m, a danas je to 4000 m.⁴⁶

Velike se kompanije isto tako sve više okreću nekonvencionalnim nalazištima, kao što su uljni škriljevci, bitumenski pijesak i metan, iako je npr. kod uljnih škriljavaca dobivena neto energija dvostruko manja nego kod sirove nafte vađene klasičnom metodom.⁴⁷ Pretpostavlja se da bi u sljedećih deset godina ti izvori mogli činiti petinu nalazišta jedne od najvećih svjetskih kompanija - Royal Dutch Shell.⁴⁸ Veliko područje rasta za velike kompanije je i prirodni plin.

Još su relativno mala ulaganja velikih kompanija u obnovljive vrste energije i vodik (hidrogen).⁴⁹

⁴³ „Finanziell unverantwortlich“ (2006), Der Spiegel 14/2006, str. 93

⁴⁴ Seizmička trodimenzionalna ili 3D tehnologija je suvremena tehnologija kod koje se koriste seizmički valovi kako bi se prikazala podzemna struktura stijena. Na temelju toga moguće je locirati mjesta na kojima se nalaze nalazišta nafte- prema- http://en.wikipedia.org/wiki/Reflection_seismology, pristup 25. 5. 2006.

⁴⁵ Institut Français du Pétrole, IFP, http://www.ifp.fr/IFP/en/ifp/ab04_01.htm, pristup 12. 5. 2006

⁴⁶ Ölschock in Zeitlupe“ (2006), Kampf um Rohstoffe, SPIEGEL Special, 5/06, str. 24.

⁴⁷ Heinberg, R. (2005), The party's over, New society publishers, str. 127

⁴⁸ “Global or national?”(2005), The Economist, 375 (8424), str. 12.

⁴⁹ “Consider the alternatives”(2005), The Economist, 375 (8424), str. 18

6. ZAKLJUČAK

Nafta kao energetska resurs u svjetskom gospodarstvu ima strateško značenje. Cijena nafte dijelom ograničava gospodarska kretanja. Na porast cijene nafte osim politike i međunarodnih odnosa utječe i porast potražnje, te nedovoljne rezerve proizvođača pri smanjenju ponude. Potrebna su veća i fleksibilnija tržišta energije. Investicije i razvoj tehnologije također su čimbenici koji utječu na cijenu nafte.

Visoka cijena ide u prilog naftnim kompanijama i zemljama izvoznicama nafte. Naftni šok(ovi) bili bi umnogome ublaženi novim nekonvencionalnim izvorima nafte, kao što su uljni škriljavci, bitumenski pijesak, metan, tekući ugljikovodici, te tekući plin, jer uz više cijene nafte ti izvori postaju isplativi.

Povišenje cijene nafte uvjetuje restrukturiranje gospodarstava. Zemlje s industrijom niže tehnološke razine, što podrazumijeva i proizvode niže tehnološke vrijednosti, više će biti oštećene porastom cijene nafte. Gospodarstva razvijenih zemalja imaju mogućnost dalje izvoziti postojeću tehnologiju zemljama izvoznicama nafte, i time djelomično neutralizirati efekt porasta cijene nafte. Restrukturiranje će voditi prema manjoj ovisnosti o ovom energentu, a dugoročno dobitima zbog razvoja novih tehnologija. Kratkoročno i srednjoročno, restrukturiranje bi vodilo do recesije ili stagnacije. Razvijenije zemlje gube zbog činjenice da nastoje održati dominaciju u svjetskoj ekonomiji. Zemlje u razvoju ne bi mogle jednako kvalitetno razviti zamjensku tehnologiju temeljenu na drugim energetska resursima.

Postoji sve veća potreba za alternativnim energetska izvorima. Još su relativno mala ulaganja velikih kompanija takve izvore energije.

LITERATURA

- Bilen, M. (2001.), Tržišta proizvoda i usluga, Mikrorad, Zagreb
- Heinberg, R. (2005), The party's over, New society publishers
- Landau, R., Taylor, T., Wright G. (1996.), The Mosaic of economic growth, Stanford University Press, California
- Barrell, R., Pomerantz, Olga (2004). Oil prices and world economy, Focus on European Economic Integration, 1/04, 153. -180.
- Le Blanc, M., Chinn, M.D. (2004), Do High Oil Prices Presage Inflation, The evidence from G5 countries, Working paper series 1021, Center for International Economics, UC Santa Cruz
- Galović, S., (1999), Low oil prices dictate industry restructuring, „NAFTA“journal, 50(6), 181.-183.
- Ip, G. (2006), Oil-Price Rises Have Contributed To Global Imbalances, Wall street Journal (Eastern edition), New York, 04.03.
- Molak, B. (2006.), „Moraju li naftni derivati u Hrvatskoj biti prekomjerno skupi“, Ekonomija, 12(3), 539.-549.
- Zuendorf, L. (2003), Das Weltsystem des Erdoels, Koelner Zeitschrift fuer Soziologie und Sozialpsychologie, 55(3), 421.-446.
- Energy Information Administration, International Energy Outlook 2005, Energy consumption by end-use sector
- „Bohrtürme zu Pflugscharen“ (2006), SPIEGEL Special, 5/06
- „Ölschock in Zeitlupe“ (2006), Kampf um Rohstoffe, SPIEGEL Special, 5/06
- „Jede Energie birgt ein Risiko“ (2006), SPIEGEL Special, 5/06
- „Finanziell unverantwortlich“ (2006.), Der Spiegel, 14/2006
- „Wie lange noch?“ (2006), Kampf um Rohstoffe, SPIEGEL Special, 5/06
- „Steady as she goes“ (2006), The Economist, 379 (8474)
- „Global or national?“ (2005), The Economist, 375 (8424)
- „Consider the alternatives“ (2005), The Economist, 375 (8424)
- „Still holding customers over a barrel“ (2003), The Economist, 369(8347)
- „How big a threat?“ (2004), The Economist, 373(8400)
- <http://www.politicalquotes.org/Quotedisplay.aspx?DocID=16018>, pristup 19. 6. 2006.
- <http://www.iags.org/futureofoil.html>, pristup 15. 4. 2006
- Institute for analysis of global security <http://www.iags.org/futureofoil.html>, pristup 15. 4. 2006
- Institut Français du Pétrole, IFP, http://www.ifp.fr/IFP/en/ifp/ab04_01.htm, pristup 12. 5. 2006
- EIA, <http://www.eia.doe.gov/oiaf/ieo/oil.html>, pristup 14. 4. 2006
- EIA, Annual Energy Review (AER) - long-term historical statistics all in one place
- <http://www.theoil Drum.com/story/2005/10/21/4937/9542>, pristup 10. 4. 2006.
- http://inflationdata.com/Inflation/Inflation_Rate/Historical_Oil_Prices_Chart.asp
- Inflation, pristup 12. 4. 2006
- <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,411128,00.html>, pristup 13. 4. 2006
- <http://www.theallineed.com/news/0602/02124010.htm>, pristup 10. 4. 2006.

Forbes Global 2000, http://www.forbes.com/2006/03/30/largest-public-companies_06f2k_cz_sk_0331forbes2000intro.html in profits 2005 , pristup 10. 4. 2006.
<http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,411199,00.html>, pristup 13. 4. 2006
Neue Reserven, Spiegel Online, <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,435342,00.html>, pristup 6. 9. 2006.
http://en.wikipedia.org/wiki/Reflection_seismology, pristup 25. 5. 2006.

Stijepo Letunić, M. S.

Assistant
Department of Economics and Business Economics
University of Dubrovnik

**INFLUENCE OF THE PRICE AND OIL RESOURCE
SCARCITY ON THE WORLD ECONOMY*****Summary***

Oil, an energy resource, is an important factor for the international and national economic development. Future industry and transport development, development of other economic activities, as well as the restructuring of the world economies are dependent on this resource scarcity and the price. Oil companies worldwide invest in the latest technology in order to increase the exploitation of the existing resources. Moreover, alternative energy sources are being searched for, although the level of investments in the alternative sources is still very low. The aim of this paper is to draw attention to the share of oil in the world production and consumption, as well as to point out the problems of restructuring and introducing new technology in the world economy.

Key words: oil, price, scarcity, world economy, restructuring, alternative technologies

JEL classification: L79, Q43

Perica Vojinić, M. A.

Assistant

Department of Economics and Business Economics

University of Dubrovnik

WOMEN AT WORK IN CROATIA

UDK / UDC: 331.526

JEL klasifikacija / JEL classification: J31

Pregledni rad / Review

Primljeno / Received: 05. veljače 2006. / February 05, 2006

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 04. prosinca 2006. / December 04, 2006

Summary

This paper analysis the evolution of employment and unemployment gender gaps in Croatia since 1996, and compares them with those in other transition countries of Central and Eastern Europe. It also provides the examination of female employment characteristics, distinguishing by age group, level of educational attainment, working times, and family situation. Our main findings are as follows: (i) taking into account gender employment gap in Croatia and other transition countries, women's relative position in employment is not worse than in the EU 15 countries, on the contrary the data suggest that it is even better (however, employment rates for both men and women are lower than in the EU 15 countries), (ii) the gap in employment rates in Croatia is mainly the result of differences that exist in older age group, over 50, where the gap is higher than the gap for „prime age“ group, (iii) the educational gender gap in Croatia is narrowing for all levels of educational attainment and the gap in employment rates is significantly lower for the higher educated categories, (iv) only 11% of all employed women in Croatia work part-time, which is significantly lower than in the EU 15 countries, but it is similar with other transition countries, (v) gender gaps in employment rates between mothers and fathers in Croatia are higher as the number of children rises, (vi) gender unemployment gap in Croatia is higher than in the most other transition countries (unemployment rates are higher for less educated women), and (vii) labour market adjustment for females during the mid- transition period was mainly through lower female participation rates rather than by higher unemployment.

Key words: *employment gender gap, unemployment gender gap, female employment characteristics*

1. INTRODUCTION

Before 1991 Croatia was the part of Socialist Federative Republic of Yugoslavia, which was a centrally planned economy. Ideologically in command economies women were considered equal to their male counterparts and that led into a range of measures that were aimed at retaining women in employment; although these measures did not necessary include equal treatment in the labour market. Since women were also the main providers of care for their households, they were often unable to commit themselves fully to the jobs and careers. The early nineties were characterized by the beginning of the transition process in Croatia and other ex-centrally planned economies, and this process had a strong influence on labour markets. Croatia was a special case among other transition countries, since the beginning of transition process coincided with war and occupation of one third of Croatian territory.

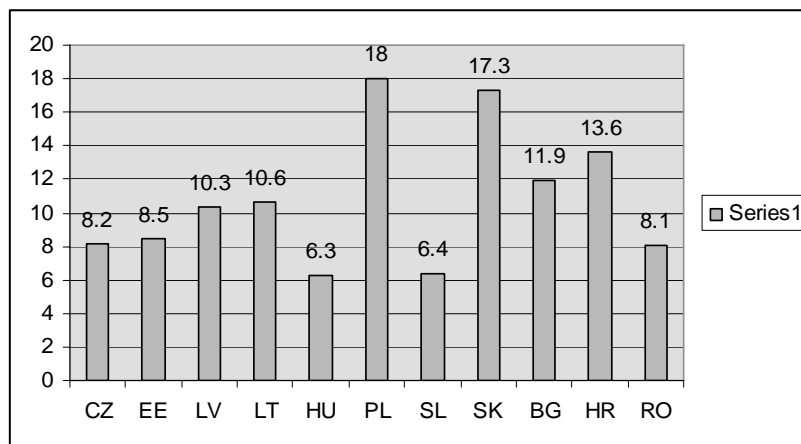
There is little literature about gender inequalities in the labour market in Croatia. This paper is primarily concerned to examine the current position of women in the Croatian labour market and to compare it with that in previous years and other transition countries of Central and Eastern Europe. Unfortunately, there is a lack of data related to labour market in Croatia for years before 1996, and therefore we are unable to assess the impact of early transition period on gender relations in the labour market. One explanation for this lack of data is the war (1/3 of Croatia was occupied) that officially ended in 1995. The Labour Force Survey, which is in compliance with ILO recommendations, has been conducted since 1996. Therefore, our analysis will be focus on the current women's position in the Croatian labour market. The years of mid-transition will be examined too, and where it is possible we will analyse data for years before 1996. This paper analyses the evolution of employment and unemployment gender gaps in Croatia since 1996, and compares them with those in other transition countries. We compute new indicators that show whether labour adjustment during the mid transition period was mainly through lower participation rates or unemployment in Croatia and compare our findings with those for other transition countries. We also examine characteristics of female employment distinguishing by age group, level of educational attainment, working times and family situation.

The rest of this paper will be structured as follows. Section 2 analyses evolution of employment and unemployment by gender. In Section 3, we examine gender employment gaps distinguishing by age. Following section 4 examines educational attainment and female employment. Section 5 analyses female employment distinguishing by working times, while in Section 6, we examine gender gaps in employment distinguishing by family situation. Lastly, Section 7 concludes with some recommendations for further actions.

2. EMPLOYMENT AND UNEMPLOYMENT BY GENDER

In the labour market transition process is employment reallocation from the structures that were characteristics of centrally planned economies into structures that are compatible with market economies. All transition countries recorded a significant reallocation of employed persons from industry, public sector and big enterprises towards new, small and private, mainly service-oriented enterprises. The share of employed persons in manufacture in transition countries had been reduced, on average, by 10 percentage points, while the share of employed persons in services had been increased for approximately same amount (Biondić et.al., 2002).

This process of employment reallocation did not proceed without frictions in transition countries. After the beginning of transition, in most countries unemployment rates reached two digit amounts, and their reduction were slow. Even after fourteen years of the beginning of transition this rates remain high in most countries. This can be seen in Figure 1.



Source: EUROSTAT

Figure 1. Unemployment rates for fourth quarter of 2004 (age group: 15 and more years)

The transition process resulted in decline of GDP in all transition countries and had strong influence on labour markets. The total decline in employment in countries of Central and Eastern Europe was higher than increase in unemployment, because one part of employed persons went to inactive population. Often the reason for this was the possibility of earlier retirement or more liberalized approach to disability pensions (Biondić et. al, 2002). During the process of transition the employment rates for both, men and women were declining. This decline was accompanied by structural changes in production

structure: decline in industrial activities, which are male-dominated and a relative increase in the service sectors, which are female-dominated. These changes caused a relative improvement of women's position in employment.

In Croatia, transition resulted in a smaller relative deterioration in female employment, i.e. a smaller decline of female than male employment. The share of women in total employment has risen from 43.1% in 1990 to 45.5% in 2000. This can be explained by the fact that women are more represented in the service sector relative to men, and in that time service sector was relatively less affected by recession. The decline in the share of women in employment in 2001 and 2002 can be explained by the start of infrastructural investments and increase of employment in civil engineering, which primary affected male employment (Table 1). The impact of transition is more emphasized by the decline in total employment: from 1990 to 1995 total employment declined for 47%. This was a reaction to recession and sharp decrease in GDP that was stronger than in most other transition countries. This can be attributed to the fact that transition in Croatia coincided with a war, and the occupation of Croatian territory (Vujčić, 1998).

Table 1.

Total employment/unemployment in Croatia and share of women in total employment/unemployment according to labour related establishment survey

	Total employment (thousands)	Share of women in total employment (%)	Total unemployment (thousands)	Share of women in total unemployment (%)
1990	1513.58	43.13	161	56
1991	1314.66	43.37	254	52
1992	1159.00	44.81	267	53
1993	1108.40	45.72	251	55
1994	1061.52	46.31	243	53
1995	1026.80	46.53	241	51
1996	1027.72	46.81	261	50
1997	1003.91	47.04	278	49
1998	1274.99	45.01	288	52
1999	1269.41	45.15	322	52
2000	1256.36	45.44	358	53
2001	1256.80	45.36	380	53
2002	1272.38	45.08	390	55

Source: ILO

The gender gap in employment in Croatia from 1996 to 2003 is shown in the Table 2. The data shows that the gender gap in employment rates had been narrowing from 1996 till 1999, when it was the smallest, and since than this gap

has started to rise. In 2000 both, male and female, rates were falling, but female rate fell more. The higher gap in 2001 is consequence of almost unchanged male employment rate, and lower female rate in comparison with the previous year.

Table 2.

Gender gap in employment rates in Croatia

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Gap (%)	15.2	14.2	14	12.5	13.1	14.5	14.6	14.3

Source: LFS (CBS, different years)

Table 3 shows the employment gap in Croatia and countries of Central and Eastern Europe in 2004. The average employment gap in the countries of Central and Eastern Europe is 13.2%. In 15 countries of the European Union this amount in 2004 was 15.7% (Eurostat). According to this we can conclude that relative women's position in employment in transition countries is not worse than that in the EU 15 countries, on the contrary, the data suggest that it is better. Croatia is not an exception among countries of Central and Eastern Europe. In 2004 the gender employment gap in Croatia was 14.4%, which is less than EU 15 average. The gap in employment rates in Croatia is higher than in countries of Northern Europe, but on the other hand it is approximately equal to the gap in Netherlands, Austria and Belgium (Eurostat).

Table 3.

Employment gap in Croatia and transition countries for fourth quarter of 2004 (for age group over 15)

	Male employment rate	Female employment rate	Gap in employment rate
Croatia	50.8	36.4	14.4
Czech republic	63.9	45.6	18.3
Estonia	60.5	47.8	12.7
Latvia	58.7	46.3	12.4
Lithuania	57	45.8	11.2
Hungary	54.5	40	14.5
Poland	52.2	38.5	13.7
Slovenia	62.1	48.1	14
Slovakia	57.2	42.7	14.5
Bulgaria	48.2	39.3	8.9
Romania	56.1	44	12.1

Source: EUROSTAT

The evolution of unemployment rates by gender in Croatia is given in Table 4. The unemployment gap was the highest in 2001. This can be explained by the recession period in 1999, when female unemployment rates were increasing faster than male unemployment rates. However, since the beginning of economic recovery in 2001, female employment was rising faster, and unemployment rates were declining faster.

Table 4.

Unemployment rates by gender and gap between them for Croatia (LFS)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Total	10	9.9	11.4	13.5	16.1	15.8	14.8	14.3
Men	9.5	9.5	11.9	12.8	15.0	14.2	13.4	13.1
Women	10.5	10.4	12.1	14.5	17.3	17.9	16.6	15.7
Gap	-1	-0.9	-0.2	-1.7	-2.3	-3.7	-3.2	-2.6

Source: ILO

According to Croatian employment service data, 55.6% of all unemployed persons were long-term unemployed in 2004 (persons that are looking for a job for more than one year), and among them 61% were women. The share of women in short-term unemployment was 55%. This might indicate that it is more difficult for women to find a job once when they are unemployed and the chances to become long-term unemployed are greater than those for men. But this also might indicate that number of inactive women continued to register at Croatian Employment Service as unemployed without real attention to find a job in order to get social benefits that are available for registered unemployed women.

If we compare gender unemployment gap in Croatia in 2003 with other transition countries (for age class 15 and over), it is evident that after Czech Republic that has gap of -3.6%, Croatia (-2.5%) has the highest unemployment gap among these countries. However, in comparison with EU 15 countries unemployment gap in Croatia is higher for 0.3 percentage points. There is no gap in Estonia and Lithuania at all, i.e. male and female unemployment rates are the same (Figure 2). The unemployment rates are higher for less educated women in all transition countries, including Croatia (Eurostat).

Figure 2.

Unemployment gap among transition countries for age class 15 and over
(fourth quarter of 2003)



Source: EUROSTAT

In Croatia female participation rates are lower than those of men. In 2003 female participation rate was 43.4%, which is for 14.9 percentage points lower than male participation rate. Comparisons with previous years indicate that there is no tendency for female participation rate to increase (LFS, CBS). In order to explore if the labour adjustment for females during mid-transition period in Croatia was mainly through participation or unemployment we will use the formula for labour adjustment during transition (Blanchard, 1997):

$$\Delta P = \Delta N + \Delta U + \Delta O$$

Where P is the female population of working age, N is female employment, U is female unemployment, O is non-participation and Δ is the difference between the variable in years that are chosen. The value of 1 for the ratio $\chi = \Delta U / (\Delta P - \Delta N)$ indicates that entire adjustment was through unemployment rather than participation and the value of 0 indicates the other extreme. According to Labour Force Survey Results (CBS) a decrease in female employment in Croatia was noted in 1999 and 2001. The ratio χ for 1999 of 0.45 suggests that the falling in female employment was mainly adjusted by lower participation rate rather than by higher unemployment. The same explanation is valid for the ratio χ (0.33) for the 2001. In other transition countries we noted the fall in female employment in different years (ILO) and for those years we also calculate the ratio χ . The results are shown in Table 5, and they suggest that

Croatia is an exception among these countries, since in all the other countries the fall in female employment in observed years was mainly adjusted by higher unemployment rate according to this estimate (it is closer to 1). This finding is one possible explanation of low female participation rate in Croatia.

Table 5.

Labour market adjustment in mid-transition period

	Czech R. 1996-2001	Estonia 1997-2000	Poland 2000-2003	Romania 2001-2003	Slovakia 1997-2003	Slovenia 1998-1999	Croatia 1998-1999	Croatia 2000-2001
χ	1.05	0.66	0.80	1.00	0.79	0.50	0.45	0.33

3. GENDER EMPLOYMENT GAPS DISTINGUISHING BY AGE GROUP

In Croatia the gap between male and female employment rates is mainly the result of differences that exist in older age group, over 50, where the gap is higher than the gap for the “prime age” group (between 25 and 49 years). Female employment rate in middle age is relatively high. Young women have low chance to find a job, but this is also the case for young men, which is the reason for the smaller gap in this age group. Even though, it is not easy for young people, both men and women, to find a job, it is even more difficult for older women. This trend is common to Czech Republic, Lithuania, Slovenia, Slovakia, Poland and Bulgaria. For the other transition countries, gap in employment is higher for prime-age than for older age group (Table 6).

Table 6.

Employment rates for different age groups in fourth quarter of 2004

	Between 25 and 49 years			Between 50 and 64 years		
	Male employment rate	Female employment rate	Gap	Male employment rate	Female employment rate	Gap
CZ	90.5	71.9	18.6	67.8	46.8	21
EE	84	75.7	8.3	66.4	58.8	7.6
LV	83	75	8	56.2	49.4	6.8
LT	80.6	78.2	2.4	63.1	49.6	13.5
HU	83.1	68	15.1	51.3	39.9	11.4
PL	78	65.7	12.3	47.2	32.9	14.3
SI	87.6	83.3	4.3	53.8	31.9	21.9
SK	81.4	71.8	9.6	56.6	34.5	22.1
BG	72.6	67.6	5	51	36.4	14.6
HR	78.7	66.7	12	50.1	31.4	18.7
RO	81.8	66.9	14.9	54.4	41.1	13.3

Source: EUROSTAT

4. EDUCATIONAL ATTAINMENT AND FEMALE EMPLOYMENT RATES

According to the last Census (2001) in Croatia, 7.4% of total population over 15 has no or at most three years of primary education and among them there are three times more women than men. The statistics on gender structure of population that was in education at the time of the Census shows that relatively larger number of young men than women continue their education following the compulsory eight year primary school. However, women are more successful in completing university education. On the other hand, if we look at the highest level of education (PhD), this is not the case any more. 870 women and 1 067 men are completing this degree, in spite of the fact that more women than men are continuing masters degree. The reason for this may be due to family obligations that women are faced with (dilemma whether to continue education or have a family). According to Statistical Yearbook 2004 (CBS), among all students enrolled at institutions of higher education in school year 2003/2004, 55% were females. The same data indicate that the educational choices of women are directed towards the fields of health and humanities, arts and education. Among all enrolled students at four faculties of medicine in Croatia 65% were

women and at three faculties of philosophy 79% were women. 93% of all enrolled at seven teacher's schools of professional higher education were women, and at four academies of art 58% of all enrolled students were women. On the other hand, only 13% of all enrolled students at faculties of engineering and electrical engineering were women. This indicates that educational choices differ between young men and women, and these differences in education appear to be important in explaining the different status of men and women in the labour market, including some part of female-male gender gap (OECD, 2002).

Indicators about population aged 25 to 59, by age group and educational attainment level from the Croatian LFS for 2003 are shown in the Table 7. Educational gender gap is narrowing for all levels of educational attainment. In the oldest age group 46.3% of all women have less than upper secondary education, which is much higher than the share of all men with the same educational attainment. For the youngest age group the share of women with less than upper secondary education is lower than share of all men with this level of education. In the oldest age group the share of all women with upper secondary level is lower by 17.4% than the share of all men with the same educational level. This gap is narrowing, and for the youngest age group it amounts to just 6.6%. The closing of the gender educational gap is most visible for population with tertiary level of education. In the oldest age group the share of all men with tertiary education is for 3.4% higher than the same share for women, while in the age group 25 to 34 this share for women is higher for 7.3% than the share for men.

Table 7.

Population aged 25 to 59, by age group and educational attainment level in Croatia for 2003. (The share of male/female in total male/female population)

	25-34 years		35-49 years		50-59 years	
	Males	Females	Males	Females	Males	Females
Less than upper secondary	18	17.4	21.2	31.6	25.5	46.3
Upper secondary level	68	61.4	63.6	52.6	56.6	39.2
Tertiary level	14	21.3	15.2	15.8	17.9	14.5

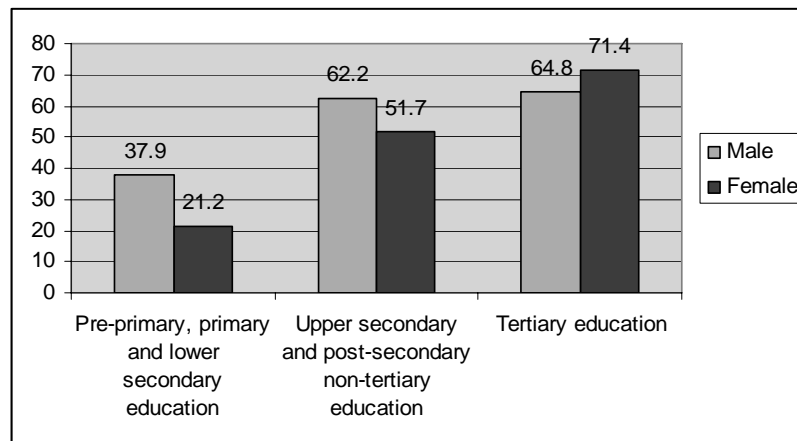
Source: LFS (CBS, different years)

The gap in employment rates is significantly lower for the higher educated categories of population and this can be attributed to the fact that higher education is more likely to give women access to more interesting and better paid

occupations. Furthermore, women with higher education will be more willingly to work, than to choose not to work in order to care for children, because in this case opportunity cost of not working is higher. Therefore, it seems that improvement of the population educational structure can reduce differences that exist in the labour market between women and men. In Croatia the gender gap in employment rates is even negative for the group with tertiary education, i.e. the female employment rate is higher than rate for males (Figure 3)

Figure 3.

Employment rates by educational attainment for age group over 25 for Croatia (fourth quarter of 2003)

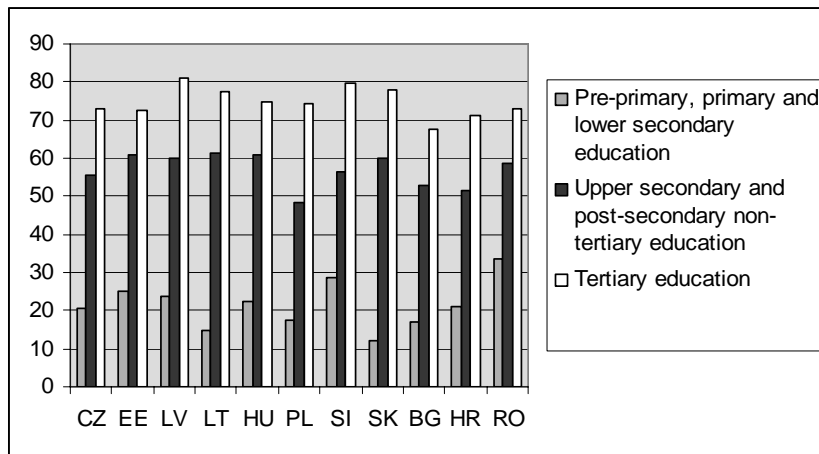


Source: EUROSTAT

If we compare female employment rates by educational attainment with the same in other transition countries, we can conclude that in all transition countries female employment rates are higher for higher educated categories (Figure 4).

Figure 4.

Female employment rates by educational attainment for age group over 25 (fourth quarter of 2003)



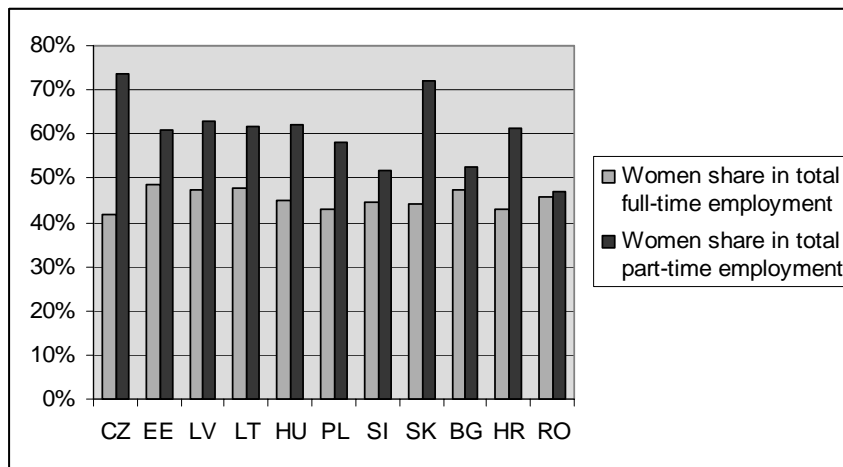
Source: EUROSTAT

5. FEMALE EMPLOYMENT DISTINGUISHING BY WORKING TIMES

In Croatia 6% of men in employment have part-time job, while 11% of women are working part-time, which is significantly lower than in EU15 countries. 43% of all employed full-time are women and 61% of all part-time employed. This trend is similar in all other transition countries as it can be seen on the Figure 5. In Czech Republic the share of women in total part-time employment is highest, and it amounts 74% for fourth quarter of 2004, followed by Slovakia with 72%. In all other countries, this amount is around 60%, except for Bulgaria 53%, Slovenia 52% and Romania 47%.

Figure 5.

Women share in total full-time/part-time employment (fourth quarter of 2004)

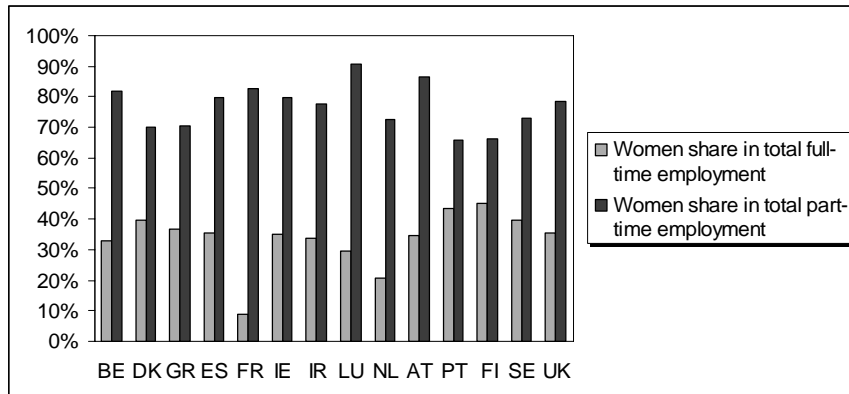


Source: EUROSTAT

If we compare transition countries with EU 15 countries we can see that the share of women employed part-time in EU 15 countries significantly higher than those in transition countries. This percentage is the highest in Luxembourg 91%, followed by Austria 87%. In Spain, France and Ireland this amount is above 80%, while it is the lowest in Portugal and Finland 66% (Figure 6).

Figure 6.

Women (age group 15 and over years) in part time employment in fourth quarter of 2004 (EU 15)



Source: EUROSTAT

One explanation for these differences in the share of women working part-time between transition and EU 15 countries can be found in the fact that in the command economies part-time work was almost unknown, and that it is relatively new feature in transition economies. However, part-time work has its advantages and disadvantages. Part-time work may offer workers the opportunity to find a balance between the time they want to devote to work and the time they wish to devote to other activities. In the absence of adequate and affordable childcare institutions, part-time employment allows workers to combine employment with the needs of family life. On the other hand, there are several disadvantages of part-time work. Firstly, the part-time work appears to be found in lower paid occupations that offer more limited opportunities for career advancement than full-time jobs. This results that women that want to have part-time work have to accept less remunerative and less qualified jobs (OECD, 2002).

6. GENDER GAPS IN EMPLOYMENT DISTINGUISHING BY FAMILY SITUATION

Next we are going to consider the differences in employment between men and women related to their family situation in Croatia. From the Table 8 it is evident that the gender gap in employment is significantly lower for people (aged between 25 and 49 years) without children. This gap is higher as the number of children (between 0 and 14 years) is rising. Female employment rates are almost equal for women without, with one and with two children, but the gap is rising with the number of children, due to higher male employment rates for men with more children. The gap is highest for persons with three and more children.

Table 8.

Male and female employment rates for age group between 25 and 49 years without or with children aged between 0 and 14 years for Croatia (fourth quarter of 2004)

	Male employment rate	Female employment rate	Gap
Without children	75.4	67.8	7.6
With 1 child	82.0	68.1	13.9
With 2 children	83.8	68.2	15.6
With 3 and more children	86.7	53.5	33.2

Source: EUROSTAT

In most of the transition countries of Central and Eastern Europe, the gap in employment is larger, as the number of children rise. For the group without children only Romania has higher gender gap in employment than Croatia and it amounts 9%. Estonia and Latvia have negative value of the gap, while in other transition countries of Central and Eastern Europe this gap is not so high, and it varies between 0.2 and 4.8 percentage points. On the other hand, Croatia is among countries that have lowest gap for the group with one and two children, while the gap for the group with three and more children in Croatia 33.2% is close to the average of ten transition countries of Central and Eastern Europe 31.4% (Eurostat).

7. CONCLUSIONS

By analysing available data and making our own calculations we have investigated women's position in the labour market in Croatia. We are able to document that the:

- Analyses of the evolution of gender employment and unemployment gap in Croatia show that these gaps varied over time, but both gaps have narrowed since 2001. Taking into account gender employment gap in Croatia and other transition countries, women's relative position in employment is not worse than in the EU15 countries, on the contrary the data suggest that it is better. However, employment rates for both men and women are lower than in EU15 countries. The gap in employment rates in Croatia is mainly the result of differences that exist in older age group, over 50, where the gap is higher than the gap for 'prime age' group.
- The educational gender gap in Croatia is narrowing for all levels of educational attainment and the gap in employment rates is significantly lower for the higher educated categories. However, data suggest that the

educational choices of young women are still biased towards the fields of health and welfare, humanities, arts and education. These differences appear to be important in explaining the different status of men and women in the labour market.

- Only 11% of all employed women in Croatia work part-time, which is significantly lower than in EU15 countries, but it is similar with other transition countries.
- Gender gaps in employment rates between mothers and fathers in Croatia are higher as the number of children rises. Employment rates do not differ significantly between women without children and mothers with one and even two children. Male employment rates are higher as the number of children rises.
- Gender unemployment gap in Croatia is higher than in the most other transition countries. Among long-term unemployed persons the female share is higher by 22 percentage points than that of males. The unemployment rates are higher for less educated women.
- Female participation rate in Croatia is lower than male participation rate, and comparisons with previous years suggest that there is no tendency for female participation rates to increase. We show that the labour market adjustment for females during the mid-transition period was mainly through lower female participation rates rather than by higher unemployment.

Our findings suggest that in Croatia there is relatively low gender gap in employment in comparison to the gap in EU15 countries. However, in Croatia both the male and female employment rates are lower than those in EU. Policies intended to retain employed new mothers in the labour market (maternity and parental leave) are partly successful, since we have documented that employment rates of women without children and those with one and two children do not differ significantly. On the other hand, our findings suggest that the primary concern of policy makers should be to create policies that are intended to increase female participation rates, such as flexible working time arrangements and increasing care facilities for children and other dependants. We documented that the big problem in Croatia is female unemployment, particularly amongst less educated women. The primary concern of policy makers should be job creation and most of the jobs created should be intended for females. This can be achieved if greater part of governmental budget expenditure is intended for creating new jobs in services that are traditionally 'female' occupations. Since high job creation often goes together with high job destruction, resulting in high job turnover (Rutkowski, 2003), incentives for professional and occupational retraining should be provided so that structural unemployment can be mitigated.

REFERENCES

- Adnett, N. (1996) *European Labour Market: Analysis and Policy*, New York, Addison Wesley Longman
- Adnett, N. and Hardy, S. (2005) *Employment and Social Policies in the EU, the Development of the New Social Europe*, Cheltenham, Edward Elgar
- Becker, G. (1957) *The Economics of Discrimination*, Chicago, University of Chicago Press
- Biondić, J., Crnić, S., Martinis, A. i Šošić, V. (2002) 'Tranzicija, zaštita zaposlenja i tržište rada u Hrvatskoj', *Management Systems International*, Zagreb
- Blanchard, O. (1997) *The Economics of Post-Communist Transition*, Oxford, Clarendon Press
- Brainerd, E. (2000) 'Women in Transition: Changes in Gender Wage Differentials in Eastern Europe and the Former Soviet Union', *Industrial and Labor Relations Review*, Vol54, No1, pp.138-162
- Darity Jr., W. A. and Mason, P. L. (1998) 'Evidence on Discrimination in Employment: of Codes of Color, Codes Gender', *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 12, No. 2, pp.63-99
- European Commission, 2002. *Employment in Europe: Recent Trends and Prospects*, Luxembourg: European Communities
- European Commission, 2003. *Stabilisation and Association Report 2003*. Brussels, COM (2003) 139 final
- European Commission, 2003a. *Simplification and improvement of legislation in the area of equal treatment between men and women*
- European Commission, 2004. *Green Paper, Equality and non-discrimination in an enlarged European Union*, Brussels, COM (2004)379 final
- European Commission, 2005. *Gender equality report*, Brussels, COM (2005) 44 final
- European Commission, 2005a. *Gender equality report*, Brussels, COM (2005) 44 final
- Eurostat (2001) 'Earning of men and women in the EU: Gap narrowing but slowly', Clark S. *Statistics in focus*, Theme 3-5, Eurostat
- Eurostat (2004) 'Working times', Van Bastelaer A., Vaguer C., *Statistics in focus*, Population and social conditions, Theme 3-7/2004
- Eurostat (2004) 'Minimum Wages EU Member States, Candidate Countries and the US', Paternoster A., *Statistics in focus*, Population and social conditions, 10/2004

- Eurostat (2004) 'Working overtime', Vaguer C., Van Bastelaer, Statistics in focus, Population and social conditions, 11/2004
- Eurostat (2005) 'Lower education level in the thinly populated areas even for younger generations', Zampogna F., Statistics in focus, General and regional statistics, 1/2005
- Eurostat (2005) 'Gender gaps in the reconciliation between work and family life', Aliaga C.; Statistics in focus, Population and social conditions, 4/2005
- Micevska, M. (2004) 'Unemployment and Labour Market Rigidities in Southeast Europe', Global Development Network Southeast Europe
- Munich, D., Svejnar, J. and Terrell, K.(2004) 'Do Markets Favour Women's Human Capital More than Planners?', IZA DP No. 1393
- Obadić, A. (2004) 'Usporedba osnovnih makroekonomskih indikatora na tržištu rada odabrane skupine zemalja, konkurentnost hrvatske radne snage', Institut za javne financije, Ekonomski Fakultet, Zagreb
- OECD (2002) 'Women at work: who are they and how are they fearing?', Employment Outlook 2002, Chapter 2
- Rangelova, R. (2002) 'Gender labour relations and EU enlargement', South-East Europe Review, 3/2002, pp 105-126
- Republic of Croatia-Central Bureau of Statistics, 2003. Census 2001. Zagreb: CBS
- Republic of Croatia-Central Bureau of Statistics, 2004. Statistical Yearbook of Republic of Croatia. Zagreb: CBS
- Republic of Croatia-Central Bureau of Statistics, 2005. First Release-Average monthly gross and net earnings of persons by sex, 2003 average. Zagreb: CBS
- Republic of Croatia-Central Bureau of Statistics, 2005. Statistical Information. Zagreb: CBS
- Republic of Croatia-Central Bureau of Statistics (different years), Labour Force Survey Results, ISSN 1331-3444, Zagreb
- Republika Hrvatska, Nacionalni Akcijski Plan Zapošljavanja 2004, Department for International Development
- Rubery, J., Humphries, J., Fagan, C., Grimshaw, D. and Smith, M. (2000) 'Equal Opportunities as a Productive Factor', paper based on a study undertaken in January 1999 for the Policy and Perspective Group, DV5 European Commission as part of their programme of work on social policy as a productive factor.
- Rutkowski, J. (2003), 'Does Strict Employment Protection Discourage Job Creation? Evidence from Croatia', World Bank Policy Research Working Paper No. 3104

Šošić, V. (2004). Does it pay to Invest in Education in Croatia? Return to Human Capital Investment as a Factor in Human Resource Competitiveness. In Predrag Bejaković and Joseph Lowther, eds. The Competitiveness of Croatia's Human Resources. Zagreb: Institute of Public Finance, 2004, pp 29-38

Šošić, V. (2004 a) 'Regulation and Flexibility of the Croatian Labour Market', Global Development Network Southeast Europe

Vujčić, B. (1998) 'Structural Changes in Employment: Where We Are, How We got There and Where Are We Going To?', Zagreb, CNB Working Paper, No. 4

UNICEF (1999) 'Gender in Transition', The MONEE Project, CEE/CIS/Baltics, Regional Monitoring Project no. 6, Florence: Italy

World Bank (2002) 'Women in Transition', Washington DC

Perica Vojinić, mag.

Asistent
Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju
Sveučilište u Dubrovniku

ŽENE NA TRŽIŠTU RADA U HRVATSKOJ**Sažetak**

Ovaj rad se bavi analizom evolucije razlika u zaposlenosti i nezaposlenosti u Hrvatskoj od 1996., i njihovom usporedbom sa razlikama u drugim tranzicijskim zemljama Centralne i Istočne Europe. Nadalje, pruža pregled značajki zaposlenja žena, uzimajući u obzir razlike između dobnih skupina, stupnja obrazovanja, radnog vremena i obiteljske situacije. Naša najvažnija zapažanja su: (i) uzimajući u obzir razliku u zaposlenosti po spolu u Hrvatskoj i drugim tranzicijskim zemljama, relativan položaj zaposlenih žena nije lošiji nego u EU15 zemljama, naprotiv podaci pokazuju da je čak i bolji (međutim, rate zaposlenosti za muškarce i žene su niže nego u EU15 zemljama), (ii) razlika u stopama zaposlenosti u Hrvatskoj je većim dijelom posljedica razlika koje postoje u starijim dobnim skupinama (preko 50 godina starosti), gdje je razlika veća nego za dobnu skupinu „prime age“ (između 29 i 45 godina starosti), (iii) razlike u obrazovanju po spolu u Hrvatskoj se smanjuju za sve razine obrazovanja pa je razlika u stopama zaposlenosti značajno niža za više obrazovane kategorije, (iv) samo 11% svih zaposlenih žena u Hrvatskoj radi skraćeno radno vrijeme, što je značajno manje nego u EU15 zemljama, ali je slično s ostalim tranzicijskim zemljama, (v) razlike u stopama zaposlenosti po spolu između majki i očeva u Hrvatskoj rastu s brojem djece, (vi) razlike u nezaposlenosti po spolu u Hrvatskoj su veće nego u većini drugih tranzicijskih zemalja (stope nezaposlenosti su veće za manje obrazovane žene), i (vii) tržište rada za žene u tranzicijskom razdoblju se većinom usklađivalo kroz niže stope participacije za žene nego kroz veću nezaposlenost.

Ključne riječi: *razlike u zaposlenosti po spolu, razlike u nezaposlenosti po spolu, značajke zaposlenosti žena*

JEL classification: *J31*

Dr. sc. Vesna Vrtiprah

Redoviti profesor
Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju
Sveučilište u Dubrovniku

KULTURNI RESURSI KAO ČINITELJ TURISTIČKE PONUDE U 21. STOLJEĆU

UDK / UDC: 379.85: 338.467.6

JEL klasifikacija / JEL classification: L83

Pregledni rad / Review

Primljeno / Received: 16. listopada 2006. / October 16, 2006

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 04. prosinca 2006. / December 04, 2006

Sažetak

Suvremeni turisti donose odluke o izboru turističke destinacije ovisno o tome zadovoljava li ponuda njihove potrebe, pruža li im nezaboravan doživljaj. Oni žele upoznati lokalnu kulturu, žele doći u kontakt s lokalnim stanovništvom, upoznati nacionalni folklor, gastronomiju, posjetiti festivale, muzeje, galerije itd. Sve to čini kvalitetu ponude. Mnoge turističke destinacije susreću se s problemom kako povećati vrijednost sveukupne turističke ponude. Danas su najtraženije turističke destinacije koje omogućuju turistima bavljenje različitim aktivnostima, koje njeguju tradiciju i prilagođavaju ponudu interesima, potrebama, motivaciji i ponašanju turista. Cilj je rada identifikirati motive putovanja suvremenih turista u globalizacijskim uvjetima i u kojoj mjeri nasljeđe utječe na potražnju, te uputiti na to kakav kulturni "proizvod" razviti da bi se privukao veći broj posjetitelja u turističku destinaciju. Rad završava preporukama kako od kulturnoga resursa napraviti turističku atrakciju i ostvariti veće zadovoljstvo turista boravkom u destinaciji.

Ključne riječi: *nasljeđe, turizam, atrakcija, proizvod.*

UVOD

Zbog sve zahtjevnijih, iskusnijih i rafiniranijih kupaca, koji sve više očekuju od ponude, kvaliteta ponude postaje strateška varijabla u borbi za tržišni udio. S izazovom kako poboljšati kvalitetu ponude, danas se susreću sve turističke destinacije.

Priroda, kulturno nasljeđe, a posebno arhitektura - čine turističke resurse Europe. Kulturno nasljeđe daje određenu autentičnost destinaciji, čini je prepoznatljivom i drukčijom i na njemu se često temelji konkurentna prednost u odnosu prema drugim destinacijama. Danas je kultura komercijalan "proizvod"

što se nudi turistima koji traže odmor i iskustvo. U mnogim turističkim destinacijama takvi resursi prijeko su potreban dodatak osnovnim elementima ponude. Međutim, nije dovoljno imati samo bogato kulturno nasljeđe, njime treba znati marketinški upravljati. Samo nasljeđe koje je, u najvećoj mogućoj mjeri, u funkciji turizma - može pružiti maksimalne ekonomske efekte.

1. TURISTIČKA PONUDA I POTRAŽNJA U GLOBALIZACIJSKIM PROCESIMA

Poboljšanje životnog standarda i globalizacijski procesi na turističkom tržištu bitno su utjecali na promjene ponašanja turističkih potrošača. Dolazi do afirmiranja dodatnih, novih potreba, i do promjena u stavovima potrošača prema kvaliteti. Suvremeni turistiiskusni su putnici, dobro su informirani, žele sadržajnije turistička iskustva, nastoje optimalno zadovoljiti svoje potrebe, s obzirom na vrijeme i novac koje su uložili u putovanje. Njih karakterizira dinamičnost, znatiželja, želja za upoznavanjem novih sredina, želja za atraktivnim događajima. Oštra konkurencija na međunarodnom turističkom tržištu i sve veći broj sudionika s razvijenom i kvalitetnom ponudom omogućuju im veći izbor usluga. Zato se odlučuju za one turističke destinacije koje nude odgovarajuću kvalitetu i odabiru druge ako kvaliteta ne udovoljava njihovim očekivanjima.

Turistički potrošači „jučer“	Turistički potrošači „danas“
neiskusni	iskusni
neupućeni	upućeni
homogeni	heterogeni
isplanirani	spontani
predvidivi	nepredvidivi
željni odmora	uz odmor traže i druge sadržaje
putuju u skupini	individualci
bježe od svakodnevice	upotpunjavaju svakodnevicu novim doživljajima
ovisni	neovisni

Izvor: Human resources development, employment and globalization in the hotel, catering and tour sector, International labour organization, Geneva, 2001, 16

Slika 1. Obilježja turističkih potrošača „jučer“ i „danas“

Sve veći broj turista traži sadržajnije odmor, oblikovanje odmora prema njihovoj želji. Traže da ih se ponudom zainteresira, privuče i zadrži. Prirodne ljepote nisu više dovoljan čimbenik atraktivnosti, posebno za zahtjevnije tržišne segmente koji teže sadržajnijoj i aktivnijoj dokolici. Rastuća potreba za nestandardiziranim uslugama i individualiziranim ponašanjem turista izravno je povezana s (Moutinho, 2005, 19):

- potragom za samoodređenjem (emancipacijom) i „uradi sam“ načelom,
- većim iskustvom putovanja kod stanovništva, što ide ruku pod ruku sa selektivnijim, kritičnijim i prema kvaliteti orijentiranim pristupom individualnom planiranju odmora, ali i sa sve većom rafiniranošću potražnje i racionalnošću izbora,
- rastućom željom za povezivanjem s prirodom, za stjecanjem iskustva iz prve ruke i za aktivnim odmorom (npr. „odmor radi hobija“, „odmor s trekingom“, agroturizam),
- većom ekološkom sviješću i osjetljivošću prema kvaliteti života uopće,
- sve većim nastojanjima za učenjem, što se često manifestira ozbiljnim pokušajima upoznavanja stranih kultura.

Više nije osnovno pitanje gdje provesti odmor, jer se standardi u pogledu smještaja, prehrane i prijevoza mogu manje više svugdje ispuniti, već je pitanje kako provesti odmor, a ono podrazumijeva visoku kvalitetu i bogat sadržaj boravka u određenoj destinaciji. Kako ponašanje turista na odmoru postaje sve rafiniranije, potrebno je poznavati motive koji utječu na odluke pojedinaca o putovanju. Motiv je unutarnja snaga koja pokreće osobu prema ispunjenju potreba ili ostvarivanju određenih ciljeva (Dibb i ost. 1995, 128). Definirati pojam motivacije u kontekstu putovanja, nije jednostavno. McIntoch i Goeldner (1986, prema Cooper, Fletcher i Wanhill, 1996) motivaciju dijele na četiri kategorije:

1. psihički motivi – usmjereni na tjelesno i umno okrepljivanje, na zdravlje, sport i uživanje,
2. kulturni motivi – identificiraju se u težnji za otkrivanjem i upoznavanjem drugih kultura, ljudi, načina njihova života, glazbe, umjetnosti, folklor, plesa, itd.,
3. međuljudski motivi – uključuju želju za upoznavanjem novih ljudi, posjećivanjem prijatelja i rođaka i za novim i drukčijim iskustvima,
4. statusni i prestižni motivi – uključuju želju za stalnim hobijima i osobnim obrazovanjem te želju za stjecanjem priznanja i pažnje drugih kako bi ojačali vlastiti ego.

U pravilu više motiva potiče svaku osobu na određene aktivnosti. Tako i na odluku turističkog potrošača o putovanju i odabiru turističke destinacije utječu poticajni činitelji, vezani za njegovo stalno mjesto boravka i obilježja turističke ponude destinacije, tj. atraktivni činitelji destinacije (Goodall & Ashworth, 1990, 3). Sve atraktivne činitelje turističke ponude destinacije moguće je podijeliti na (Middleton & Clarke, 2002, 125):

- prirodne atrakcije (more, plaže, klima, flora i fauna i druga geografska obilježja destinacije i prirodnih resursa),
- izgrađene atrakcije (građevine i turistička infrastruktura, uključujući povijesnu i modernu arhitekturu, spomenike, šetnice, parkove, kongresne centre, marine i sl.),
- kulturne atrakcije (povijest i folklor, religija i umjetnost, kazalište, glazba, ples i drugi oblici zabave, muzeji – neki od ovih mogu se razviti u posebne događaje, festivale i dramske izvedbe koje prikazuju epizode iz povijesti mjesta),
- društvene atrakcije (način života i običaji domicilnog stanovništva, jezik i mogućnosti za druženja).

Richard Prentice (1995, 39) navodi čak dvadeset tri tipa atrakcija, što potvrđuje veliku raznolikost atrakcijskog „proizvoda“:

- povijesne prirodne atrakcije (prirodni rezervati, parkovi leptira, zoološki vrtovi, vodopadi, geomorfološka i geološka nalazišta, špilje itd.),
- znanost (muzeji, tehnologijski centri itd.),
- proizvodnja (farme, vinogradi, rudnici itd.),
- obrtnički centri i prodavaonice (ručno izrađeni proizvodi - skulpture, grnčarije, ručno izrađeno staklo, svila, metalni predmeti, itd.),
- proizvođačka industrija (tvornice porculana, pivovare, vinarije, muzeji u kojima se prezentira ekonomski razvoj, itd.),
- transport (muzeji - razvoj prometa, civilno zrakoplovstvo, brodarstvo, željeznice, itd.),
- društveno-kulturne atrakcije (pretpovijesne i povijesne atrakcije, kuće, nošnje, namještaj, društveni život, itd.),
- povijesne ličnosti (znamenitosti i predjeli gdje su živjeli i radili pisci i slikari),
- umjetnost (kazališta, ulične izvedbe, cirkusi, itd.),
- parkovi (arboretum, ukrasni parkovi, povijesni parkovi, itd.),
- tematski parkovi (avanturistički parkovi, zabavni parkovi za djecu, itd.),
- galerije, prvenstveno umjetničke galerije,
- festivali i priredbe (povijesni sajmovi, festivali vezani za događaje iz prošlosti, seoski festivali, itd.),
- tradicionalni sportovi (ribanje, lov, streljaštvo, itd.),

- otmjene i stare kuće (palače, seoske kuće, plemićki dvorci, itd.),
- vjerske atrakcije (katedrale, crkve, kapelice, džamije, itd.),
- vojne atrakcije (bojna polja, vojnički kampovi, vojni muzeji, itd.),
- spomenici genocida,
- gradovi (povijesni gradovi, zgrade),
- sela i zaseoci (ruralna arhitektura),
- vrijedni predjeli (nacionalni parkovi, ruralni predjeli),
- primorski gradovi (uglavnom stari primorski gradovi),
- regije (povijesna i geografska područja koja su specifična po načinu života)

S aspekta turističkog potrošača, u okviru turističke destinacije moguće je identificirati tri tipa atrakcija: primarne, sekundarne i tercijarne. Primarne atrakcije iznimno su važne za destinaciju i bitne za stvaranje dojma i privlačenje turista. Sve primarne atrakcije nisu jednako važne za potrošače. Atrakcije koje su jedinstvene i neobične, mogu privući turiste iz dalekih zemalja. Oni će putovati iz velikih udaljenosti kako bi doživjeli novo iskustvo, ali neće uložiti napor, novac i vrijeme da vide nešto uobičajeno. Sekundarne su atrakcije lokalno značajne. Važne su za turiste i mogu biti vrlo popularne, ali ne utječu na odluku turista o posjetu destinaciji. Tercijarne atrakcije imaju još manji utjecaj na odluku o putovanju - turisti ih slučajno posjećuju kad već borave u destinaciji. Ista atrakcija može biti primarna, sekundarna i tercijarna, ovisno o motivima putovanja (McKercher & Cros, 2002, 109).

Sve razvijene turističke destinacije traže nove sadržaje kako bi obogatile svoju ponudu. U svijetu postoje dva trenda. Jedan vodi ka očuvanju povijesnih spomenika, kulture i prirode tj. autentičnog nasljeđa. Drugi je usmjeren ka „izvedenim“ atrakcijama. Međutim takve atrakcije postaju s vremenom dio fizičkog, povijesnog i kulturnog okruženja – postaju „prirodne“. Taj proces zamagljuje razliku među njima pa je teško lučiti „prirodnu“ atrakciju kojoj su dodati elementi „izvedene“ i „izvedenu“ atrakciju koja se brzo integrira u svoje prirodno okruženje (Butler & Pearce, 1995, 25). Mnoge destinacije, kako bi privukle što veći broj posjetitelja ulažu u razvoj „izvedenih“ atrakcija, pa su tako danas u svijetu kao turističke atrakcije izuzetno dobro pozicionirani mnogi tematski i zabavni parkovi.

Tablica 1.

Prvih deset svjetskih lanaca zabavno/tematskih parkova u svijetu, 1999.

Rang	Naziv	Broj parkova u svijetu	Posjeti (milijuna)
1.	Universal StudiosWalt	9	89,20
2.	Disney	35	47,50
3.	Premier Parks/Six Flags	5	20,90
4.	Universal Studios	9	19,60
5.	Anheuser Busch	8	13,50
6.	Cedar Fair Ltd.	5	12,29
7.	Paramount Parks	7	8,96
8.	Grupo Magico Int.	3	8,10
9.	Blackpool Pleasure Beach	3	6,30
10.	The Tussaunds Group Silver Dollar City	3	4,60
Ukupno		87	230,95

Izvor: T. Stevens, The Future of Visitor Attractions, Travel & Tourism Analyst, No.1, Travel & Tourism Intelligence, London, 2000, 71

Razvijaju se i mnoge druge atrakcije, poput tvornica u kojima se posjetitelji upoznaju s načinom proizvodnje određenih proizvoda i gdje mogu kupiti te proizvode po sniženim cijenama (npr. The World of Coca Cola, Busch Gardens, Bavaria Filmstadt, Swarovski Crystal Worlds), zatim atrakcije povezane sa sportom i sportskim događanjima - olimpijada, vodeći sportski klubovi i proizvođači sportske odjeće i obuće (Niketown u Portlandu i Čikagu, Olympic Spirit u Minhenu, SkyDome u Torontu) itd.

Elementi ponude koji često odlučujuće utječu na izbor destinacije putovanja jesu i kulturne atrakcije. One su bitan motiv za putovanje i često se njime koristi u promociji i kreiranju prestiža destinacije na tržištu. Težnja za otkrivanjem autentičnog nasljeđa gotovo je uvijek na popisu motiva za putovanje. Danas se u svijetu sve se veće značenje daje kulturnim i ekološkim sadržajima u turističkoj ponudi, regionalne razlike postaju sve važnije. Područja interesa prilično su različita i uključuju: kulturno-povijesne spomenike, umjetnost, zabavu, sport, kulturne događaje i sl. Samo posjetom turističke destinacije u njezinu prirodnom okruženju mogu se vidjeti, osjetiti i u potpunosti spoznati regionalna i nacionalna prošla i sadašnja kulturna kreativnost, raskoš folklor, izobilje kulturnog i umjetničkog bogatstva u muzejima, povijesnim gradovima i građevinama koje odišu spomeničkim i mitskim duhom. Originalnost, raznovrsnost i obilje takvih kulturnih resursa određuje razinu kvalitete turističkih atrakcija, što povećava vrijednost sveukupne turističke ponude svake destinacije i zemlje.

Osim statičkih kulturnih resursa, za privlačenje domaćih i stranih turista koristi se festivalima i posebnim događajima (glazba, kazališne predstave,

književnost, opća kultura, folklor, karneval, sport, natjecanja, obljetnice, tradicija i sl.). Oni postaju ključnim elementima u međunarodnoj turističkoj promociji na danas sve konkurentnijem turističkom tržištu. Mogu pridonjeti animaciji statičkih kulturnih atrakcija, stvoriti želju za ponovnim dolaskom, za posjetom destinaciji u izvansezonskom razdoblju ili pak za odlaskom u netradicionalna turistička područja.

U mnogim destinacijama posebni događaji predstavljaju važan element turističkog proizvoda, privlače određeni segment potrošača, pomažu u kreiranju boljeg imidža, a kad su na razini međunarodnih događaja utječu na stvaranja imidža cijele zemlje. Koristi se njima kao sredstvom za privlačenje i stranih i domaćih turista, i kao rješenje problema diferencijacije "proizvoda" na sve konkurentnijem turističkom tržištu (Vrtiprah, 2004, 193). Tako Međunarodni festival u Edinburgu privlači posjetitelje iz zemlje i inozemstva, pozitivno utječe na gospodarstvo zemlje, jer posjetitelji festivala posjet gradu kombiniraju s odmorom u drugim krajevima Škotske. Ukupna potrošnja turista u razdoblju prosinac 1996. - kolovoz 1997. za vrijeme održavanja devet festivala u Edinburgu iznosila je 125 milijuna funta. I karnevali mogu privući veći broj posjetitelja, npr. 1997. godine London Notting Hill karneval posjetila su tijekom dva dana održavanja dva milijuna ljudi, od čega 20% inozemnih turista i 20% turista iz drugih krajeva Velike Britanije, a ostvaren je prihod od 30 milijuna funti (Smith & Jenner, 1998, 87).

U turističkim destinacijama mora i sunca kulturni resursi pridonose kvaliteti cjelokupne ponude, nude duhovno blagostanje i trajno sjećanje na određenu destinaciju. Posjećivanje muzeja, odlazak na kazališne predstave ili folklorne priredbe upotpunjuju doživljaj turista i omogućuju stvaranje potpunije slike o određenoj zemlji, regiji ili mjestu. Kultura je osnova turističkom proizvodu mnogih zemalja i glavni razlog zašto ih turisti posjećuju. Želja za upoznavanjem drugih kultura bila je motiv putovanjima još od grčkih i rimskih vremena. Prema Swarbrooke i Horner kulturni turizam sastoji se od mnogo elemenata koji čine turističko tržište i uključuje (2003, 36):

- posjet povijesnim atrakcijama i destinacijama i prisustvovanje tradicionalnim festivalima,
- putovanje motivirano željom za kušanjem nacionalne, regionalne i lokalne hrane i pića,
- praćenje tradicionalnih sportskih događaja i sudjelovanje u lokalnim aktivnostima na odmoru,
- posjet farmama, tvornicama, obrtničkim radionicama i sl.

2. MARKETING KULTURNOGA NASLJEDA

Dugo vremena javni i privatni sektor u kulturi svoje je aktivnosti uglavnom usmjeravao prema očuvanju nasljeđa, označavanju kulturnih znamenitosti, pružaju usluga turistima pri posjeti znamenitostima i sl., te je promovirao nasljeđe više iz kulturnih nego ekonomskih razloga. Kulturno nasljeđe samo je povećavalo sveukupnu kvalitetu turističke ponude za turiste koji su u destinaciju došli zbog nekih drugih motiva. Međutim, sve veća konkurencija na turističkom tržištu uvjetovala je potrebu potrošački orijentiranog razmišljanja koje zahtjeva od menadžmenta kulturnih atrakcija da definira potrebe sa stajališta samih turista, da odgovori na njihove zahtjeve, da razumje što oni očekuju od kulturnih atrakcija i da ta očekivanja ispune. Da bi uspješno zadovoljili potrebe i zahtjeve turističkih potrošača, moraju (Kotler, Bowen, Makens, 1996, 344):

- upoznati potrošačeve elemente vrijednosti prema njegovoj osobnoj percepciji,
- otkriti svaku neiskorištenu mogućnost povećanja vrijednosti,
- stvoriti zadovoljnoga gosta i steći konkurentsku prednost na tržištu.

Bitna je, s jedne strane, pomna analiza očekivanja potrošača i, s druge strane, njihova percepcija glede pruženih usluga i proizvoda. Budući da sudionici kulturnog turizma ne čine jedinstven tržišni segment, već imaju širok spektar potreba, treba prikupiti informacije o zahtjevima i očekivanjima turista kojima je upoznavanje s kulturnim atrakcijama glavni motiv putovanja i onih kojima je upoznavanje s kulturnim atrakcijama samo dio aktivnosti na putovanju motiviranom odmorom i relaksacijom, zatim o zahtjevima onih kojima je to prvi boravak u destinaciji i onih koji su već prije boravili, te turista koji dolaze iz različitih zemalja. Do takvih podataka moguće je doći istraživanjem tržišta. Istraživanja će dati odgovor na pitanja tko kupuje, zašto kupuje i kako su potrošačeve potrebe zadovoljene. U današnjim uvjetima tri su razloga koja potrebu za informacijama čine većom nego ikada prije: nastanak globalnog marketinga, novi naglasak na željama kupaca i trend prema necjenovnoj konkurenciji (Kotler, 2001, 142).

Istraživanja pokazuju da je upoznavanje kulturnih resursa češće sekundarni nego primarni motiv putovanja. Ukupno kulturno turističko tržište, uključujući i turiste kojima je kultura sekundarni motiv putovanja, oko tri je puta veće od tržišta što ga čine turisti kojima je upoznavanje kulturnih atrakcija primarni motiv putovanja (Prentice, 1995, 225). Većina posjetitelja traži kombinaciju kulturnog doživljaja i odmora, a samo manji tržišni segment su oni kojima je kultura glavni motiv putovanja. Posjećivanje kulturnih atrakcija samo je dio njihovih dnevnih aktivnosti koje kombiniraju s ostalim, npr. posjetima restoranima, odlaskom na plažu i sl. To je samo dio s „popisa“ aktivnosti, i prioriteti ovise o već poduzetim aktivnostima i o stvarnom poznavanju destinacije. Prema ATLAS-ovu istraživanju u 2002. godini samo 20% anketiranih turista navelo je za primarni motiv putovanja upoznavanje kulturnog nasljeđa.

Većina turista koji posjećuju kulturne atrakcije sebe ne smatra „kulturnim“ turistom. Oni posjećuju kulturne atrakcije za posjeta gradu – „city break“ (25%), ili kada su na turi (28%). Međutim, udjel turista koji uobičajeno odlaze na „kulturni“ odmor se povećava; u 1997 godini njihov je udjel bio 21,5%, a u 2002. godini 29% (Travel & Tourism Analyst, 2004, 25). Prema istraživanjima turisti kojima je glavni motiv putovanja posjet kulturnom nasljeđu su obrazovaniji, bolji potrošači, putuju u skupini i pripadaju turistima više platežne moći (Dallen, 2006, 2).

Da bi se potaknuo interes turista za kulturne atrakcije, kulturne se atrakcije moraju održavati, oblikovati i isticati u kontekstu ponude destinacije zajedno s ostalim uslugama. Važno je osigurati djelotvoran marketinški menadžment kulturnih atrakcija i kombinirati različita područja interesa u svakom aranžmanu, te u isto vrijeme turistima osigurati različite pogodnosti, privlačnosti i usluge (Keller, 2000, 11). Potrebno je kreirati događaje za turiste, bilo kao „proizvode“ ili kao dio sveukupne atrakcije mjesta, vodeći računa o autentičnosti lokalne kulture.

U današnjim uvjetima kulturni resursi moraju se nuditi na tržištu kao kulturni „proizvod“. Kulturni „proizvod“ postaje sve važniji, posjetitelji su kupci i zato se prema njima treba tako i ponašati. Middleton i Clarke ističu složenost kulturnoga „proizvoda“, te navode da su glavne komponente takva proizvoda: kvaliteta promotivnog materijala i informacije na web-stranicama koje utječu na prva očekivanja turista od posjeta određenoj atrakciji, zatim prva vizualna impresija, pristup atrakciji, fizički izgled, ambijent, privlačnost ulaza u atrakciju, gostoljubivost zaposlenika, izlaganje, prezentacija i interpretacija kulturnih resursa, audiovizualni materijali i bilo koji dodatni događaji i aktivnosti, izlaganje, prezentacija i interpretacija sporednih atrakcija itd. (Middleton & Clarke, 2002, 356).

Redovito atrakcijski „proizvod“ ima slična obilježja koja su karakteristična i za druge turističke proizvode (Swarbrooke, 2002, 199):

- Sastavni dio proizvoda su zaposlenici, uključeni u razvoj i prodaju, jer dolaze u izravan kontakt s turistima, te njihovi stavovi i ponašanje direktno utječu na zadovoljstvo turista s proizvodom. Zaposlenici imaju presudnu ulogu u upravljanju atrakcijom i u marketinškom nastupu na tržište, što se najbolje vidi na primjeru Disneyja.
- Kupci ga ne mogu doživjeti i kušati prije nego što ga odluče kupiti. Stoga ih marketinškim aktivnostima treba potaknuti da posjete atrakciju, da donesu odluku o putovanju na temelju imidža, prikupljenih informacija ili na bazi osobnog iskustva. Pri tome značajnu ulogu imaju brošure, promocija medijima i odnosi s javnošću. Važno je da posjetitelji budu zadovoljni kako bi prenosili pozitivne informacije, jer je za mnoge potencijalne turiste od

izuzetne važnosti informacija koja se prenosi „od usta do usta“, temeljem preporuke prijatelja i rodbine.

- Budući da se proizvod ne može se uskladištiti, pri prodaji ovog tipa „proizvoda“ često se daju „last minute“ popusti, slično kao u prodaji paket-aranžmana. Međutim, posjet nekim atrakcijama potrebno znatno prije rezervirati.
- Stavovi i ponašanje potrošača utječu na njihovo osobno zadovoljstvo, ali i na druge kupce. Te varijable izvan su utjecaja marketinških stručnjaka i teško ih je predvidjeti. Poznato je da različiti posjetitelji, kao što su školska djeca i starije osobe, imaju različite stavove i ponašanje, ali i da loše vrijeme može pogoršati doživljaj atrakcije.
- Uslugu nije moguće uvijek standardizirati, zbog nekontroliranih varijabla, koje se pojavljuju zbog različitih stavova i osobina zaposlenika koji je pružaju. Teško je osigurati kontrolu kvalitete, koja je ovdje jednako važna kao i u proizvođačkoj industriji. Izvan su kontrole i mnogi drugi faktori (npr. vrijeme) što utječu na kvalitetu proizvoda, pa je teško jamčiti da će se pružiti standardizirani proizvod.

Kulturni „proizvod“ nisu same građevine ili predmeti iz prošlosti već je proizvod način njihove interpretacije. Kulturni resursi moraju biti za turiste izvor emocija, pružiti im određeni doživljaj. Nije dovoljno ponuditi samo razgledavanje kulturno-povijesnih znamenitosti, muzeja, galerija i sl. resursa, potrebno je formirati kulturni „proizvod“, - od resursa stvoriti atrakciju. Svaki kulturni resurs mora pružiti doživljaj, mora omogućiti turistu da osjeti „povijest“ znamenitosti i da uživa u posjeu. Na taj doživljaj utječe čitav niz faktora, od opipljivih elemenata ponude, pružene usluge, očekivanja, ponašanja i stavova samih turista do čitavog niza nekontroliranih varijabla, poput gužva pri razgledanju, gužva na prilaznim cestama, lijepoga ili lošeg vremena itd.

Takav proizvod koji pruža turistima odgovarajuće iskustvo/doživljaj razvijaju npr. tematski parkovi. I atrakcije koje se temelje na prirodnim resursima razvijaju „proizvod“ koji turistima pruža doživljaj. Muzeji, također, traže način kako pružiti inovativni i uzbudljivi način prezentacije svojih eksponata i kreirati živu atmosferu. Menadžment muzeja, kako bi bolje upoznao posjetitelje i njihove stavove, prikuplja informacije anketiranjem posjetitelja (Fopp, 1997, 4).

Istraživanjem provedenim 2001. godine o stavovima mladih ljudi o muzejima i galerijama u Velikoj Britaniji, utvrđeni su elementi koji pokazuju što taj segment potrošača očekuje i želi od posjeta, identificirani elementi zbog kojih bi mladi ljudi češće dolazili i koji bi im pružili veće zadovoljstvo.

Tablica 2.

Elementi koji mogu učiniti posjet muzejima i galerijama ugodnijim

	Svi odgovori %	Što bi najviše željeli %
Interaktivne kompjutorske igre koje su u svezi s izloženim objektima	61	11
Pristup internetu	58	9
Prikaz objekata na displayu	58	11
Radni modeli koje mogu upotrijebiti	54	6
Prodavaonice s artiklima za mlade	53	3
Više mjesta za sjedenje i šetnju	51	3
Osoblje spremno odgovoriti na pitanja itd.	51	6
Glumci u muzeju	44	6
Umjetnički materijali kojima se mogu koristiti za vrijeme posjeta	43	4
Izloženi predmeti koje bi trebalo pronaći	40	1
Plesni i dramski programi za mlade	40	8
Mladi ljudi koji će vas provesti po muzeju	36	3
Mogućnost uključivanja u organizaciju izložbe/izrade naljepnica/pisanja o izloženim objektima	31	2
Ostalo	3	
Ne zna, nema stava		16

Napomena: broj ispitanika 2531

Izvor: J. Swarbrooke, *The Development and Management of Visitor Attractions*, Butterworth Heinemann, 2002, str.76 prema MORI (2001)

Koliko su važne emocije i doživljaj kulturnog resursa, potvrđuju istraživanja provedena u Poljskoj 2001. i 2004. godine, prema kojima su glavni motivi posjeta kulturnim atrakcijama za 34% turista doživjeti nešto novo, za više od 28% naučiti nešto novo, a za 33% odmoriti se (Marciszewska, 2005, 33). To potvrđuju i rezultati istraživanja motiva posjeta kući Anne Frank u Amsterdamu u prosincu 2002., prema kojemu izlazi da su najčešći motivi želja za učenjem i doživljajem atrakcije (Poria i ost. 2006, 319). Kuća Anne Frank je turistička atrakcija koju najčešće posjećuju američki turisti u Nizozemskoj. Za vrijeme glavne sezone provedu pola sata prolazeći kroz kuću i ostatak jutra čekajući u redu na posjet kući. Umjesto samo pregleda kuće, ova atrakcija ima nebrojene mogućnosti za razvoj „proizvoda“ jedinstvenog doživljaja, doživljaja njezina života - šetajući kroz ulice u susjedstvu, radeći određene stvari koje je ona obično radila prije nego se morala skriti i oživljavanja prošlosti kroz jedinstveno iskustvo (Binkhorst, E., 2001, 35).

U promociji turističke destinacije kulturni resursi su vrijednosti koje se mogu istaknuti kao vodeći proizvod destinacije. Ono što jednu destinaciju čini drugačijom od ostalih jest njezina kulturna baština. Zato naglasak treba biti na tom resursu kao vodećem „proizvodu“ destinacije. Kultura je danas osnovni element kojim se koristi menadžment turističke destinacije za privlačenje turista u destinaciju i za stvaranje brenda. Mnoge svjetski poznate kulturne atrakcije postale su jedinstveni simboli, ikone destinacije, npr. Eiffelov toranj, piramide u Egiptu, zidine u Kini (Howie, 2003, 154).

Za kreiranje imidža destinacije treba odabrati određenu temu koja prenosi doživljaj atrakcije. Veći interes je za atrakcije koje nude doživljaj u kojemu turisti mogu sudjelovati, a ne samo je promatrati kao gledatelji. Temu je moguće razviti na temelju istraživanja koja će pružiti informacije kako posjetitelji doživljavaju atrakciju i tema je osnova za pozicioniranje atrakcije. Kulturnu baštinu moguće je promovirati kroz različite teme, npr. legende, znamenite osobe, obljetnice povijesnih događaja, književnost, trgovinu i sl., uvođenjem suvremenog načina interpretacije koja uključuje multimedijalne prezentacije, vođene ture, kostime, pisane vodiče itd. Potrebno je, također, razvijati i nove kulturne atrakcije, osmisliti ulične priredbe s povijesnim temama, osmisliti glazbene ili filmske festivale, organizirati kulturne priredbe, tradicionalne svečanosti itd. Istraživanja provedena u švicarskim alpskim zimovalištima pokazala su da posebni događaji predstavljaju dodatne atrakcije (ograničene vremenski i područjem) djeluju na dolazak posjetitelja u destinaciju. Naime, veći broj događanja utječe na povećanje broja noćenja, ne samo zbog posjete određenoj manifestaciji nego zbog spleta sadržaja različitih događanja (Beritelli i ost., 2006, 154). Takvim i sličnim potencijalima već se odavno koriste mnoge turističke destinacije.

Međutim, pri korištenju kulturom u promociji turističke destinacije potrebno je biti oprezan, posebno u kontekstu rastućega globalnog interesa za karakteristične nacionalne i regionalne kulture na mnogim područjima (što je moguće reakcija na sve veću globalizaciju tržišta proizvoda). Komercijalizacija

kulturnog života na nekom području može dovesti do obespravljenja ili otuđenja stanovnika, koji imaju temeljno i veće pravo na proizvode i izražavanje svoje kulture nego posjetitelji i turistički marketari koji služe njihovim potrebama (Moutinho, 2005, 43). Taj problem posebice dolazi do izražaja u malim povijesnim gradovima, s malim ulicama, kompaktnim starim zgradama, okruženim zidinama. Kvaliteta života stanovništva se narušava zbog onečišćenja zraka, buke i smeća i povećanih cijena. Konflikt između stanovnika i posjetitelja se povećava i stanovnici su često primorani skloniti se izvan centra grada po pritiskom razvoja hotela, restorana i trgovina. Odnos između broja posjetitelja i stanovnika u nekim povijesnim gradovima prelazi 50:1. Takva se neravnoteža u praksi stvara u određeno vrijeme u godini ili pak u određeno vrijeme tijekom dana. Na tako visoku koncentraciju broja turista utječe i velik broj izletnika, što stvara i velike prometne probleme.

Tablica 3.

Odnos između broja turista i domicilnog stanovništva u nekim europskim gradovima

Grad	Posjeti turista (mil)	Domicilno stanovništvo	Odnos
Stratford-upon-Avon	2,5	23.000	109:1
Venecija	7,5	80.000	94:1
Canterbury	2,5	41.000	61:1
Salzburg	5,4	150.000	36,1
Bruges	3,2	115.000	28,1
Toledo	1,5	65.000	23,1

Izvor: S. Curtis, Visitor Management in Small Historic Cities, Travel & Tourism Analyst, No.3, Travel & Tourism Intelligence, London, 1998, str.80 prema Gotti and Van Borg, Tourism in Heritage Cities, author's research, 1997.

Marketing mora i u ovom slučaju odigrati značajnu ulogu kako bi se turizam u gradovima koji svojim povijesnim kulturnim nasljeđem privlače veliki broj posjetitelja razvijao na principu održivog razvoja. Potrebno je uspostaviti suradnju između lokalnih vlasti i turističkih poduzeća, disperzirati posjetitelje prema atrakcijama izvan zidina grada, promocijom utjecati na potencijalne posjetitelje kako bi ih privukli na dolazak u vansezonskom razdoblju, a ne sve svoje napore usmjeravati na povećanje broja posjetitelja. I Svjetska turistička organizacija upozorava na potrebu smanjenja negativnog utjecaja posjetitelja na kulturne znamenitosti (Cultural and Heritage Tourism-International, 2004, 18):

- upravljanjem ponudom i potražnjom (ograničavanje duljine boravka, broja posjetitelja),
- upravljanjem korištenjem resursa prema njihovim mogućnostima i
- smanjivanjem negativnog utjecaja disperziranjem ili koncentriranjem posjeta.

Prodaja kulturnih atrakcija obavlja se kombinacijom izravne i neizravne prodaje. Kojim će se kanalima prodaje koristiti, kakvom kombinacijom, ovisi o ciljnom tržištu, o obilježjima segmenata potrošača, karakteristikama same turističke atrakcije i prednostima i nedostacima različitih kanala prodaje za različite segmente potrošača. Istraživanja prodajnog miksa turističkih atrakcija provedena u najpoznatijoj turističkoj destinaciji Rotorua u Novom Zelandu, potvrdila su da se koriste različitim oblicima prodaje i da postotak direktne prodaje varira od atrakcije do atrakcije od 9 do 20%, oblici prodaje ovise o vrsti atrakcije i segmentu korisnika (Rearce i Tan, 2006, 253).

Neke su atrakcije komercijalno vođene, dok su neke u državnom/javnom vlasništvu, poput muzeja, spomenika, i često se posjete njima ne naplaćuju ili pak naplaćuju, ali po niskim cijenama. Takve turističke atrakcije ovise o marketinškoj strategiji koja se vodi na razini turističke destinacije, i one su često sastavni dio paket aranžmana koji se nudi turistima kojima je glavni motiv dolaska u destinaciju odmor i relaksacija. Menadžment „malih“ atrakcija, kojih je najviše, često se susreće s problemom visokih fiksnih troškova, problemom sezonalnosti u poslovanju i nedovoljno marketinškog znanja i vještina u plasmanu svog proizvoda na danas izuzetno sofisticiranom turističkom tržištu. Kako bi podijeliti iskustva i znanja, privukli veći broj posjetitelja i ostvarili veći prihod razvijaju razne oblike poslovne suradnje (Middleton, 2002, 364):

- suradnja s partnerskim organizacijama, posebice važna za nove atrakcije ili one kojima prijeti zatvaranje,
- suradnja s tvrtkama za catering i pružanje sličnih usluga kako bi se ostvarile dodatan prihod, uz prihod od posjeta,
- suradnja sa sveučilištima i drugim obrazovnim ustanovama u izvođenju seminara i raznih oblika obrazovanja,
- suradnja s lokalnim tvrtkama koje se atrakcijama mogu koristiti za održavanje seminara,
- suradnja s drugim kulturnim ustanovama koje nisu direktni konkurenti kako bi privukle veći broj posjetitelja,
- suradnja s drugim kulturnim ustanovama kako bi podijelile menadžerska iskustva,
- suradnja s drugim poduzećima (posebice muzeji i galerije) koja su zainteresirana za prezentaciju njihove kolekcije pomoću kompjutorske komunikacijske tehnologije.

Velike atrakcije, kao što su svjetski poznati festivali i tematski parkovi, u pravilu su profesionalno vođene. Često je upravljanje i marketing takvih atrakcija povjereno menadžment kompanijama koje nisu direktno uključene u vlasništvo. U mnogim zemljama postoje menadžment kompanije koje su se specijalizirale za upravljanje atrakcijama.

ZAKLJUČAK

Povijest, kultura, arhitektura često su jedan od glavnih motiva za dolazak u turističku destinaciju. Nova iskustva, novi doživljaji motiviraju turiste da posjete kulturno nasljeđe. Uključivanje u turističke tijekove razlog je ne samo posjeti poznatih kulturnih atrakcija nego i posjeti novih atrakcija i događaja. Za uspješan plasman destinacije na turističkom tržištu potrebno je poznavati motive dolaska u destinaciju i motive za posjet kulturnim atrakcijama, te raspolagati informacijama jesu li turisti zadovoljni ponuđenim kulturnim „proizvodom“. Važno je spoznati interakciju između kulturnih resursa, kao što su spomenici, manifestacije i sl., s jedne strane, i očekivanog doživljaja turiste, s druge strane. Čak i pasivan odmor zahtijeva određenu ugodnost, dobra ili usluge i određen stupanj doživljaja. Kulturni „proizvod“ treba formirati kao atrakcijski „proizvod“ što se nudi turistima koji traže da se поближе upoznaju s prošlim i sadašnjim nasljeđem destinacije. Važan je način interpretacije mjesta, povijesti, ljudi, umjetnosti itd., jer se samo tako može stvoriti doživljaj.

LITERATURA

Beritelli, P., Laesser, C., Widmann, F., Making sense of destination – On the impact of promotional measures on overnight stays and income from tourism, Marketing Efficiency in Tourism, International Association of Scientific Experts in Tourism (Aiest), Volume 1, Verlag GmbH & Co., Berlin, 2006

Binkhorst, E., The Netherlands, the American Way, Congressbook of 12th ELRA Congress „Cultural Events & Leisure Systems“, The European Leisure and Recreation Association, Amsterdam, 2001

Butler, R., Pearce, D., Change in Tourism, People, Places, Processes, Routledge, London, 1995

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S., Tourism, principles & practice, Longman Group Limited, Essex, 1996

Cultural and Heritage Tourism – International, Travel & Tourism Analyst, No.20, Mintel International Group Ltd., London, 2004

Curtis, S., Visitor Management in Small Historic Cities, Travel & Tourism Analyst, No.3, Travel & Tourism Intelligence, London, 1998

Dallen, J.T., Heritage Tourism in the 21st Century, Valued Traditions and New Perspective, Journal of Heritage Tourism, No.1, Channel View Publications, London, 2006.

Dibb, S., Simkin, L., Pride, W.M., Ferrell, O.C., Marketing, europsko izdanje, MATE, Zagreb, 1995.

Fopp, M.A., Managing Museums and Galleries, Routledge, London, 1997

Goodall, B., Ashworth, G., Marketing in the Tourism, Routledge, London, 1990

Howie, F., Managing the Tourist Destination, Continuum, London, 2003.

Human resources development, employment and globalization in the hotel, catering and tour sector, International labour organization, Geneva, 2001, 16

Institut za turizam, Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj TOMAS '04., Zagreb, siječanj 2005.

Keller, P., Tourism and Culture: Managing Change, Aiest, St. Gallen, 2000.

Kotler, Ph., Upravljanje marketingom, analiza, planiranje, primjena i kontrola, deveto izdanje, MATE, Zagreb, 2001.

Kotler, Ph., Bowen, J., Makens, J., Marketing for hospitality & Tourism, Prentice Hall International, London, 1996, 344

Marciszewska, B., Emotional Arts Marketijg – Creating Tourist Value, Revue de Tourisme, Vol.60, No. 3, International Association of Scientific Experts in Tourism (Aiest), St. Gallen, 2005

- Middleton, V.T.C., Clarke J., Marketing in Travel and Tourism, Butterworth Heinemann, Oxford, 2002.
- Moutinho, L., Strateški menadžment u turizmu, Masmedia, Zagreb, 2005.
- McKercher, B., DuCross, H., Cultural Tourism, Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management, The Haworth Hospitality Press, New York, 2002.
- Richard, P., Tourism and Heritage Attractions, Routledge, New York, 1995
- Pearce, D.G., Tan, Raewyn, The Distribution Mix for Tourism Attractions in Rotorua, New Zealand, Journal of Travel Research, Vol.44, No.3, Sage Publications, USA; 2006.
- Poria, Y., Reichel, A., Biran, A., Heritage Site Perceptions and Motivations to Visit, Journal of Travel Research, Sage Publication, USA, 2006.
- Stevens, T., The Future of Visitor Attractions, Travel & Tourism Analyst, No.1, Travel & Tourism Intelligence, London, 2000
- Swarbrooke, J., Horner, S., Consumer Behaviour in Tourism, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2003.
- Swarbrooke, J., The Development and Management of Visitor Attractions, Butterworth Heinemann, 2002,
- Smith, C., Jenner, P., The Impact of Festivals and Special Events on Tourism, Travel & Tourism Analyst, No.4, Travel & Tourism Intelligence, London, 1998
- Vrtiprah, V., Upravljanje kulturnim atrakcijama u turizmu, u Menadžment u sportu i turizmu ur. Barloluci, M.i ost., Kineziološki fakultet i Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2004.

Vesna Vrtiprah, Ph.D.

Full Professor

Department of Economics and Business Economics

University of Dubrovnik

CULTURAL RESOURCES AS A TOURIST SUPPLY FACTOR IN THE 21st CENTURY

Summary

Modern tourists choose their tourist destination depending on the offer that should satisfy their needs or grant them an unforgettable experience. They want to meet a local culture, local people, national folklore, gastronomy; they want to visit festivals, museums, galleries etc. All of the factors are important for the quality offer. Many tourist destinations face the problem of how to increase the value of the overall tourist offer. Today, the most wanted tourist destinations are those that enable tourists to have different activities, cherish the tradition, and tailor their offer to the needs, interests, motivation, and tourists' behaviour. The aim of the paper is to identify the motives for travelling of a modern tourist under the conditions of globalization, the influence of heritage on the demand and to indicate a cultural "product" that should be developed in order to attract a greater number of visitors in a tourist destination. At the end, the paper will give some recommendations of how to make a tourist attraction out of a cultural resource and thus make tourist staying more satisfactory in a tourist destination.

Key words: heritage, tourism, attraction, product

JEL classification: L83

UPUTE SURADNICIMA

„*Ekonomska misao i praksa*“ je časopis za ekonomsku teoriju i praksu koju izdaje Sveučilište u Dubrovniku. Članci koji se u časopisu objavljuju kategorizirani su i podliježu anonimnom recezentskom postupku, a odluku o kategorizaciji donosi Uredništvo na osnovu pribavljenih recenzija.

Radovi i prilozi primaju se i objavljuju na hrvatskom i engleskom jeziku.

Pozivamo zainteresirane autore koji žele objavljivati svoje radove u ovom časopisu da ih pošalju na adresu uredništva shodno slijedećim uputama.

Rad se obvezno dostavlja uredništvu na disketi dimenzije 3,5", napisano u programu Word for Windows. Treba koristiti tip slova Times (Dutch) i veličinu slova 10 točaka (points). Format stranice je A4, a margine su: top – 5,7 cm, bottom – 6 cm, left – 4,5 cm i right – 4 cm.

Rad je potrebno poslati i u dva tiskana primjerka.

Uredništvo prima radove koji su opremljeni na slijedeći način:

- Na prvoj stranici rada obvezno je navesti naslov rada, ime i prezime autora, akademske titule, naziv ustanove u kojoj je autor zaposlen, te radno mjesto.

- Slike, tabele i grafikoni koji su sastavni dio rada moraju biti jasno urađeni, te imati naslov, izvor i broj. Ukoliko se dostavljaju na posebnim listovima papira u radu treba označiti mjesta gdje dolaze.

- Popis literature treba dati na kraju rada, a u njega ulaze djela na koja se autor poziva u radu s tim da je složen po abecednom redu prezimena autora navedenih djela, a podaci o djelu moraju sadržavati i izdavača, mjesto i godinu izdavanja.

Svaki rad mora imati sažetak i ključne pojmove. U sažetku treba dati suštinu rada (informaciju metodološkog karaktera) i objasniti rezultat rada. Sažetak mora imati najviše 150 riječi, odnosno najviše 15 redaka. Sažetak dolazi iza naslova, a mora biti jasan i pisan u trećem licu na hrvatskom i engleskom jeziku.

Rukopisi i diskete s radovima se ne vraćaju.

Autor dobiva besplatan primjerak časopisa u kojem je njegov rad objavljen.

Uredništvo

INSTRUCTIONS TO CONTRIBUTORS

„*Economic Thought and Practice*“ is a periodical of theoretical and practical economics published by the University of Dubrovnik. The articles which are published within the periodical are categorized by the Editorial Staff and submissions are chosen based on anonymous review procedures.

We kindly invite interested authors who wish to publish their work in this periodical, to forward their material to the Editorial Staff according to the following instructions.

- Work is to be typed only on the side of bankpost paper (A 4) normally speed (32 rows X 60 letters), such that it should be neither less than 1/2 of an author's arka no longer than one author's arka. Two printed copies of the work are to be submitted, one of which must be an original.

- If the article is done by computer, it would be desirable that along with the printed article, a copy of the un-edited diskette be forwarded as well, specifying which programme (word-processor) was used for the text. If you should have a choice, we kindly ask you to use MS Word.

The Editorial Staff receives work presented in the following manner:

- On the first page of article, it is imperative to mention the article's title, name and surname of the author, academic title, name of the employing institution and place of work.

- Pictures, tables and graphs which are an essential part of the work must be clearly presented, having titles, source and number. If they are forwarded on separate sheets, their place in the work must be duly noted.

- Bibliography must be noted at the end of the article, including those references used by the author within the article itself, alphabetically ordering authors and containing information on the publisher, place and year of publication.

- Each article must consist of a summary and key words. The summary should portray an essential overview of the article (information that is methodological in character and which explains the article's results) and must be brief (up to 150 words or 15 rows), clear and written in the third form. The summary follows the heading.

Manuscripts are not returned.

The author receives a complementary copy of the periodical in which his article is published.

Editorial Staff

*Grafička i tehnička obrada:
Sveučilište u Dubrovniku*

*Tisak:
Tiskara Zelina*

Naklada: 200 kom

Lektura: dr. sc. Antun Česko

*Cijena ovog broja 50 kn / za inozemstvo 15 eura
Godišnja pretplata 100 kn / za inozemstvo 30 eura*

Žiro račun: 2340009-1110135015

Radovi za sljedeći broj primaju se do 31. ožujka 2007.

