

OECONOMICA JADERTINA

Sveučilište u Zadru / Universitas studiorum Jadertina / University of Zadar
Odjel za ekonomiju / Department of Economics



VOL 9. NO 2. 2019. ZADAR ISSN 1848-1035 UDK: 005: 33 (06)





IZDAVAČ / *Publisher*
Sveučilište u Zadru / *University of Zadar*
Mihovila Pavlinovića 1, 23 000 Zadar, Hrvatska

Odjel za ekonomiju / *Department of Economics*
Splitska 1, 23 000 Zadar, Hrvatska

POVJERENSTVO ZA IZDAVAČKU DJELATNOST / *Publishing Committee*
Josip Faričić (predsjednik)

GLAVNA I ODGOVORNA UREDNICA / *Editor in Chief*
Anita Peša

IZVRŠNI UREDNIK / *Executive Editor*
Berislav Bolfek

TAJNIK UREDNIŠTVA / *Secretary of the Editorial Board*
Jurica Bosna

SAVJETODAVNI ODBOR / *Advisory Board*
Alen Host (Sveučilište u Rijeci), Tonči Lazibat (Sveučilište u Zagrebu), Zdenko Prohaska (Sveučilište u Rijeci)

UREDNIŠTVO / *Editorial Board*
Vinko Belak (Sveučilište u Zagrebu), Đula Borožan (Sveučilište u Osijeku), Sonja Brlečić Valčić (Libertas međunarodno sveučilište), Marija Bušelić (Sveučilište u Puli), Jiri Dušek (College of European and Regional Studies - České Budějovice), Janos Fojtik (University of Pecs), Ivana Paula Gortan-Carlin (Sveučilište u Puli), Elena Horská (University of Agriculture in Nitra), Vytautas Juščius (University of Klaipėda), Aleksandra Krajnović (Sveučilište u Zadru), Božena Krce Miočić (Sveučilište u Zadru), Miguel Ángel Latorre (Catholic University of Valencia), Josipa Mrša (Sveučilište u Rijeci), Bojana Olgić Draženović (Sveučilište u Rijeci), Željko Šain (Univerzitet u Sarajevu), Igor Todorović (Univerzitet u Banjoj Luci), Željko Turkalj (Sveučilište u Osijeku), Dean Učkar (Sveučilište u Puli), Ivona Vrdoljak Raguz (Sveučilište u Dubrovniku), Mladen Rajko (Sveučilište u Zadru), Danijela Sokolić (Sveučilište u Rijeci), Tjaša Štrukelj (Univerza v Mariboru), Vesna Vrtiprah (Sveučilište u Dubrovniku), Vidoje Vujić (Sveučilište u Rijeci), Elżbieta Wrońska-Bukalska (Maria Curie Skłodowska University), Ivica Zdrilić (Sveučilište u Zadru)

Lektor Hrvatskog jezika / *Croatian Language Editor*
Jadranka Varošaneć

Lektor Engleskog jezika / *English Language Editor*
Boris Frakin

Grafički i tehnički urednik / *Grafic and Technical Editor*
Jurica Bosna

Oblikovanje naslovnice / *Front Page Configuration*
Ivan Radman

ADRESA UREDNIŠTVA / *Address*
Oeconomica Jadertina
Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju
Splitska 1
23000 Zadar, Hrvatska / *Croatia*
Tel. +385 23 400404, +385 23 400402
E-mail: oeconomica.jadertina@unizd.hr

URL: <http://www.unizd.hr/ekonomija/OeconomicaJadertina/tabid/3257/Default.aspx>

Radovi objavljeni u časopisu referiraju se u bazama podataka: ERIH+, Index Copernicus, Google Scholar, DOAJ i Portalu znanstvenih časopisa Hrčak / *Papers published in Oeconomica Jadertina are indexed in: ERIH+, Index Copernicus, Google Scholar, DOAJ and Hrčak - Portal of Croatian Scientific Journals*

Izrada UDK oznaka / *UDC*
Sveučilišna knjižnica Sveučilišta u Zadru

ČASOPIS IZLAZI DVA PUTA GODIŠNJE / *Published twice a year*

ISSN: 1848-1035

Časopis Oeconomica Jadertina sufinanciran je sredstvima Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta RH / *Journal Oeconomica Jadertina is co-financed by the Croatian Ministry of Science, Education and Sports*

Sadržaj / Table of Contents

Stavovi turističkih zajednica o uključivanju lokalnog stanovništva u razvoj turizma u zaštićenim područjima prirode: primjer Regionalnog parka Mura-Drava / Attitudes of tourist boards on the involvement of local people in the development of tourism in nature protected areas: the example of the Mura-Drava Regional Park	3
--	----------

Barbara Golub, Božidar Jaković
Prethodno priopćenje / *Preliminary communication*

Suvremeno iseljavanje Hrvata: kakva je budućnost Republike Hrvatske? / Contemporary Emigration of Croats: What is the Future of the Republic of Croatia?	21
---	-----------

Marijana Jerić
Pregledni rad / *Review*

Uloga i važnost obiteljskog poduzetništva u području sportskog turizma / The role and importance of family entrepreneurship in sports tourism	32
--	-----------

Josip Miočić
Pregledni rad / *Review*

Investiranje u investicijske fondove rizičnog kapitala u zemljama Srednje i Istočne Europe / Investing in venture capital funds in the countries of Central and Eastern Europe	40
---	-----------

Karmen Prtenjača Mažer
Pregledni rad / *Review*

Najčešći problemi i izazovi u provođenju poslovnih web anketa / The most common problems and challenges in conducting business web surveys	52
---	-----------

Berislav Žmuk
Stručni rad / *Professional paper*

Analiza i primjena više različitih varijacija vremenskih serija / Multivariate time series analysis and applications	61
---	-----------

Tihana Škrinjarić
Prikaz knjige / *Book review*

Upute autorima	64
Guidelines for authors	66

Stavovi turističkih zajednica o uključivanju lokalnog stanovništva u razvoj turizma u zaštićenim područjima prirode: primjer Regionalnog parka Mura-Drava

Attitudes of tourist boards on the involvement of local people in the development of tourism in nature protected areas: the example of the Mura-Drava Regional Park

BARBARA GOLUB, struč. spec. oec.

Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici
Matije Gupca 78
33000 Virovitica
Hrvatska
barbara.golub@yahoo.com

BOŽIDAR JAKOVIĆ, mag. oec.

Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici
Matije Gupca 78
33000 Virovitica
Hrvatska
bozidar.jakovic@vsmti.hr

Prethodno priopćenje / *Preliminary communication*

UDK / UDC: 338.48:502/504> (497.5-3 Međimurje)

Primljeno / Received: 28. listopada 2019. / October 28th, 2019.

Prihvaćeno za objavu / Accepted for publishing: 15. studeni 2019. / November 15th, 2019.

Sažetak: Zaštićena područja prirode imaju dugu povijest, a tijekom ovoga stoljeća dolazi do značajnog povećanja broja i vrsta. Razlog tome je povećanje svijesti ljudi o prirodnim vrijednostima, ali i nužnost zaštite zbog eksploatacije resursa kojima su takva područja bogata. Početak razvoja turizma u zaštićenim područjima prirode vezan je uz osnivanje nacionalnih parkova te predstavlja proces povezivanja posjetitelja s prirodnom i kulturnom baštinom prostora koji se posjećuje. Njime se stvaraju brojne koristi za lokalnu zajednicu, ali i potencijalni troškovi koji, ako se njima loše upravlja, mogu imati značajne ekološke, socijalne i kulturne posljedice. Stoga je važno odrediti koje se turističke aktivnosti mogu provoditi u takvim područjima te posvetiti posebnu pažnju održivom razvoju, pogotovo kada je riječ o potrebama lokalnog stanovništva. Primjenom određenih alata održivog turizma može se potaknuti aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u razvoj turizma u zaštićenim područjima, kao jednog od najvažnijih dionika u njegovu razvoju. U skladu s tim cilj rada je utvrđivanje mogućnosti i oblika uključivanja lokalnog stanovništva u razvoj turizma u zaštićenim područjima prirode, razlozi podržavanja turizma od lokalnog stanovništva te način njihove komunikacije s turističkim zajednicama, uz prethodni pregled važnosti njihova uključivanja.

Ključne riječi: održivi turizam, lokalno stanovništvo, lokalna zajednica, zaštićena područja prirode, Regionalni park Mura-Drava

Abstract: Protected areas of nature have a long history, and during this century there has been a significant increase in the number and species of them. The reason for this is an increase in awareness among people when it comes to natural values, but also the need for protection due to the exploitation of resources abundant in such areas. The beginning of tourism development in nature protected areas is related to the establishment of national parks and represents the process of connecting visitors with the natural and cultural heritage of the area being visited. It creates many benefits for the local community as well as potential costs that, if mismanaged, can have significant environmental, social and cultural consequences. For this reason, it is important to determine what tourism activities can be undertaken in such areas and to pay particular attention to sustainable development, especially when it comes to the needs of the local population. It is well known that the implementation of certain sustainable tourism tools can, among other things, encourage the active involvement of the local population in the development of tourism in protected areas, as one of the most important stakeholders in the development of tourism. Accordingly, the paper is designed to identify opportunities and forms of involvement of the local population in tourism development in nature protected areas, reasons for supporting the tourism by the local population and how they communicate with the tourist communities, with a preliminary overview of the importance of their involvement.

Keywords: sustainable tourism, local population, local community, nature protected areas, Mura-Drava Regional Park

1 Uvod

Zaštićena područja prirode su, osim zbog svojih prirodnih bogatstava, važna za razvoj održivog turizma na globalnoj razini. Tako se stvaraju brojne ekonomske, ekološke i socijalne koristi za sve dionike, a kvalitetnim i ispravnim upravljanjem može se izbjeći potencijalne troškove i negativne utjecaje koje turizam stvara u destinacijama masovnog turizma. Ovakav razvoj utječe i na sadašnje i buduće posjetitelje kojima se svakim dolaskom potiče ekološka svijest. Turizam u takvim područjima je proces u kojem se posjetitelji povezuju, doživljavaju i upoznaju s prirodnim i kulturnom baštinom te, kao takav, utječe na politiku i budućnost zaštićenih područja.

Uključenost lokalne zajednice u razvoj turizma je važna, ali i nužna. Lokalnom se kulturom, načinom života i tradicijom mogu privući posjetitelji, no kod takvog je razvoja potrebno podržavati želje i težnje stanovništva. Lokalne zajednice trebaju biti u potpunosti uključene u donošenje važnih odluka vezanih uz turistički razvoj jer žive unutar ili oko zaštićenog područja prirode, usko su povezane s prirodnim resursima, ali su i vlasnici zemlje na kojoj se planira razvoj turizma. Izrazito je važna i priprema stanovništva na povećan priljev posjetitelja u destinaciju kako bi se smanjili negativni utjecaji.

Regionalni park Mura-Drava jedan je od posljednjih doprirodnih riječnih sustava u srednjoj Europi te je zbog toga njegova zaštita iznimno važna. Njegova vrijednost očituje se na regionalnoj, nacionalnoj i europskoj razini s obzirom na biološku raznolikost, krajobrazu i kulturno-tradicijsku baštinu rijeka koje obuhvaća. Proteže se kroz pet hrvatskih županija te je prvi regionalni park u državi. S obzirom na to da se Regionalni park Mura-Drava većinom nalazi na ruralnom području, povezanost između lokalnog stanovništva i zaštićenog područja prirode snažno je izražena. Mnogi stanovnici iz njega crpe resurse potrebne za život i rad, kao što su voda, šume, zemlja, biljke, životinje i sl. Stoga je posebno važno sudjelovanje lokalnog stanovništva u razvoju turizma te poticanje stanovništva da se aktivno uključi u turističku djelatnost. Predmet istraživanja rada je turizam u zaštićenim područjima prirode, njegov utjecaj na lokalnu zajednicu, prirodni okoliš i ostale resurse te uključenost svih dionika u održivi razvoj turizma. Cilj rada je istaknuti važnost uključivanja lokalnog stanovništva u razvoj

turizma u zaštićenim područjima prirode, pozitivni učinci takvog sudjelovanja te utjecaj turizma na život i djelovanje lokalne zajednice.

2 Lokalna zajednica u turizmu zaštićenih područja prirode

Lokalne zajednice su realne društvene zajednice nastale radi životnih potreba ljudi u dugotrajnom samoniklom procesu. Razlikuju se od umjetno stvorenih zajednica (općina) koje nastaju uzajamnim dogovorom i služe ponajprije za obavljanje administrativno-pravnih poslova. Lokalne se zajednice ne mogu lako i jednostavno prekrojiti jer su nastale zbog ozbiljnih životnih razloga, a zato su mnogo čvršće i otpornije na promjene, mnogo kompleksnije i teže odredive (Sergejev, 1978). Lokalne zajednice jedan su od primarnih resursa o kojima ovisi turizam na određenom prostoru. One su često glavni motiv za putovanje, odnosno potiču turista da iskusi njihov način života (Richards i Hall, 2000). Lokalna zajednica promatra se kao mala prostorna cjelina, odnosno homogena društvena struktura koja se odnosi na skupinu ljudi koji žive ili rade unutar istoga geografskog područja (Muganda, Sirima i Ezra, 2013). Osim teritorijalnih, lokalna zajednica podrazumijeva i socijalna obilježja, odnosno funkcionalne i psihološke veze među ljudima u jednoj zajednici. Takve se veze temelje na zadovoljavanju socijalnih potreba kao što su temeljne vrijednosti kojima se vode pripadnici određene zajednice, norme ponašanja, zajednički interesi te osjećaj pripadnosti zajednici (Sablić, 2016).

Jedan od temeljnih razloga za razmatranje turizma u kontekstu zaštićenih područja prirode je povezanost sa zajednicama koje su ili u blizini ili unutar takvih područja. Glavni ciljevi razvoja turizma su stvaranje i održavanje gospodarskih prilika, poboljšanje kvalitete života te zaštitu kulturno-povijesne i prirodne baštine. Ako je riječ o održivom turizmu, rješavaju se i mnogi gospodarski i socijalni izazovi s kojima se suočavaju lokalne i, uglavnom male, ruralne zajednice (Eagles i McCool, 2004). Uspješan razvoj turizma zahtijeva uzimanje u obzir niza međuzavisnih komponenti: zadovoljstvo turista i lokalne zajednice, zadovoljstvo nositelja ponude i očuvanost okoliša (Magaš, 2008). Primarni motiv za podupiranje turizma temeljenog na prirodi njegov je potencijal da pomogne u očuvanju prirode. To se može postići jedino ako lokalna zajednica ima održivu i adekvatnu korist od prisutnosti turizma. Zadovoljenjem potreba i želja zajednice ostvaruje se suradnja s menadžmentom zaštićenog područja što je izrazito važno za pružanje kvalitetnih turističkih usluga (Eagles, Bowman i Tao, 2001). Lokalna uključenost bitna je za turizam: lokalni ljudi, njihova kultura, okoliš, način života i tradicija važni su čimbenici koji privlače turiste u destinaciju. Stoga se u potpunosti moraju podržati potrebe i težnje lokalnog stanovništva. Pažljivo razvijeni turizam može pružiti stvarne ekonomske, ekološke i kulturne koristi zajednici. Zauzvrat, istinsko sudjelovanje zajednice može obogatiti turističko iskustvo, a dugoročna održivost turizma ovisi o podršci i uključivanju lokalne zajednice (Kilipiris, 2005). Dakle, zaštita određenog prirodnog područja ne bi trebala naštetiti ljudskim društvima, iako može zahtijevati različite kompromise, te bi se, osim spomenutih koristi, trebala brinuti za socijalnu jednakost i ljudska prava (Borrini-Feyerabend, Kothari i Oviedo, 2004).

Zaštićena područja prirode su posebne vrijednosti, a stanovnici koji žive u takvim područjima zahtijevaju razvoj kojim se omogućuje suvremeni način života. Zbog sukoba interesa između uprave zaštićenog područja prirode i lokalnog stanovništva, često se javljaju konfliktne situacije i nezadovoljstvo s obje strane. Slijedom toga, potrebno je pronaći mogućnosti koje će osigurati istodoban razvoj područja i očuvanje okoliša. Mnoga zaštićena područja prirode važna su, osim s ekonomske strane, i za ugrožena ljudska društva te očuvanje vrijednih mjesta (npr. sakralne turističke atrakcije koje se nalaze u takvom prirodnom okruženju) (Dudley, 2008).

Iako lokalne zajednice i menadžment u zaštićenim prirodnim područjima često nemaju jednake interese ili planove, u većini slučajeva imaju više zajedničkih stavova nego suprotnih, odnosno različitih (Bushell i Eagles, 2007). Analizirajući odnos između zaštićenog područja prirode, lokalnog

stanovništva i turizma javljaju se različite interakcije koje se odražavaju kroz različite rezultate. Najpovoljniji odnos je onaj kada sva tri sudionika (zaštićeno područje prirode, lokalno stanovništvo i turizam) imaju obostranu korist. Druga je mogućnost da jedan ili dvaju sudionika imaju korist od toga, a treći sudionik ne. I treća, posljednja mogućnost je da sva tri sudionika međusobno utječu negativno (Nepal, 2000). U nekim situacijama zaštićena područja prirode uspostavljena su na prostoru na kojem živi lokalno stanovništvo. Kako bi se izbjegle kontroverzne diskusije i donošenje teških odluka, IUCN (International Union for Conservation of Nature, Međunarodni savez za očuvanje prirode i prirodnih bogatstava) je identificirao načela koja pomažu menadžmentu i upravi u takvim situacijama, a koja su prikazana u Tablici 1. (Eagles i McCool, 2004).

Tablica 1. Vodeća načela IUCN-ove radne skupine za lokalne zajednice i zaštićena područja prirode
Izvor: prema Eagles, P. F. J. i McCool S. F. (2004, str. 139)

1.	Lokalne zajednice trebaju biti priznate kao pravedni, ravnopravni partneri u razvoju i provedbi strategija očuvanja koje utječu na njihovu zemlju, vode i druge resurse, a posebno na uspostavu i upravljanje zaštićenim područjima prirode. To bi se trebalo odnositi na sve IUCN kategorije zaštićenih područja prirode u kojima su lokalne zajednice.
2.	Sigurnost života lokalnih zajednica koje žive unutar ili oko zaštićenih područja prirode i ovise o resursima tih područja mora biti zaštićena i poboljšana uz istovremeno osiguravanje ekološke cjelovitosti područja.
3.	Budući da mnoge lokalne zajednice imaju blisku vezu s prirodnim resursima, njihovo tradicionalno znanje o očuvanju i održivom upravljanju svojim resursima i vlastitim načinima vrednovanja biološke raznolikosti treba poštovati i koristiti u mjerama očuvanja.
4.	Sigurnost vlasništva lokalne zajednice nad zemljom, vodom i drugim resursima, popraćena odgovarajućim odgovornostima, ključna je za stvaranje i održavanje udjela u očuvanju prirodnih resursa i biološke raznolikosti.
5.	Alternativne i modificirane prakse korištenja resursa moraju se razvijati u suradnji s lokalnim zajednicama, kako bi se uhvatili ukoštac s neodrživom praksom korištenja resursa.
6.	Glavne koristi od strategija i mjera za očuvanje trebale bi se uzeti u obzir kod daljnjih mjera.
7.	Prisilno premještanje (iseljavanje) lokalnih zajednica koje imaju tradicionalna i uobičajena prava na korištenje resursa, unutar i oko zaštićenih područja, je neprihvatljivo.

Za stvaranje pozitivnih učinaka na lokalnu zajednicu potrebno je odgovarajuće upravljanje zaštićenim područjima prirode. Polazište ovoga procesa je klasifikacija konkretnog područja pod jednu od kategorija zaštićenih dijelova prirode (Dudley, 2008). Ipak, klasifikacija određenog područja kao

zaštićenog dijela prirode i određivanje njezinih formalnih geografskih granica ne znači nužno da je područje adekvatno zaštićeno (Petrić i Mandić, 2014).

Cilj uključivanja lokalne zajednice u razvoj turizma je poboljšati komunikaciju između dionika radi lakšeg donošenja odluka i održivog razvoja (Nampila, 2005). Pri tome je važno napomenuti da kod takvog sudjelovanja često dolazi do uključivanja ljudi u različita politička tijela, jer nedostatak uključivanja lokalnog stanovništva može dovesti do neuspjeha u razvoju cjelokupne zajednice (Miranda i sur., 2014). Prednost se očitava i u povećavanju kontrole nad pitanjima koja utječu na njihov život, a promiče i samopouzdanje te samosvijest (Nampila, 2005). Također, lokalna uključenost i zajedničko odlučivanje presudni su za održivi razvoj (Kilipiris, 2005).

Sudjelovanje lokalne zajednice je stvaranje demokratskog sustava i postupaka koji im omogućuju aktivno uključivanje i preuzimanje odgovornosti za vlastiti razvoj, pruža odgovornost za sebe i druge te spremnost za dijeljenje i interakciju (Sangkakorn i Suwannarat, 2013). Projekti nametnuti izvana i motivirani potragom za brzim gospodarskim rastom često nadvladavaju lokalne potrebe, uvjete i resurse te rezultiraju neprihvatljivim okolišnim i socio-kulturološkim štetama. Uključenost lokalne zajednice ključni je sudionik ili kritični dionik, među ostalim, u procesu održivog razvoja turizma (Kilipiris, 2005).

Zaštićena područja prirode trebala bi uključiti ljude, odnosno lokalno stanovništvo u svoje procese planiranja, upravljanja i donošenja odluka. U idealnom bi se slučaju slušale lokalne potrebe i brige, a postojali bi i mehanizmi za lokalno sudjelovanje. Često to nije stvarnost, stoga se pojavljuju mnoge problematične situacije. To posebno vrijedi za zaštićena područja prirode koja su stvorena bez obzira na to na koji način razvoj turizma utječe na ljude te čije je osnivanje nametnuto izvana, bez lokalnog sudjelovanja. Takva područja ne podržavaju održivi razvoj turizma kao sredstvo očuvanja što dovodi do propasti onoga što je planirano (Eagles, Bowman i Tao, 2001). Iz tog su razloga još 1991. godine IUCN, UNEP (UN Environment Programme, Program Ujedinjenih naroda za okoliš) i WWF (World Wildlife Fund, Svjetski fond za prirodu) u dokumentu Briga za Zemlju: Strategija održivog življenja preporučili:

- sudjelovanje građana u uspostavljanju i pregledu nacionalne politike zaštićenih područja prirode
- učinkovito sudjelovanje lokalnih zajednica u dizajnu, upravljanju i radu pojedinih zaštićenih područja prirode
- ostvarivanje profita kroz zaštićena područja prirode, vraćajući ga u investicije vezane uz upravljanje područjem i za podršku lokalnim zajednicama
- upravljanje zaštićenim područjima prirode unutar nacionalnog sustava od strane lokalne zajednice i privatnih organizacija (IUCN, UNEP i WWF, 1991.)

Usmjeravanje pozornosti na prava lokalnih zajednica i domicilnog stanovništva kod upravljanja zaštićenim područjima prirode relativno je nova aktivnost. U 19. i 20. stoljeću uspostavljena su mnoga zaštićena područja prirode na zemljištima koja su bila u zajedničkom vlasništvu lokalnih zajednica, a stanovništvo je bilo ili protjerano ili strogo ograničeno u smislu uporabe prirodnih resursa. Danas je za uspješno upravljanje zaštićenim područjem prirode neizbježna suradnja i uključivanje lokalne zajednice, štoviše, sve se više pokušavaju primijeniti nacionalni zakoni i propisi o pravima domorodačkih naroda i lokalnih zajednica (Borrini-Feyerabend, Kothari i Oviedo, 2004).

2.1 Lokalno stanovništvo i turizam u zaštićenim područjima prirode

Lokalno se stanovništvo smatra važnim dionikom u razvoju turizma na bilo kojem prostoru, pa tako i kada je riječ o zaštićenim područjima prirode. Ono je prva i glavna točka kontakta s posjetiteljima te može biti učinkovit glasnik za informiranje posjetitelja o povijesti, kulturi i posebnim značajkama područja (Eagles, Bowman i Tao, 2001). Dakle, uključenost lokalnog stanovništva u razvoj turizma ne može se zanemariti zbog njegove ključne uloge. Takvo sudjelovanje pridonosi premošćivanju jaza između menadžmenta i korištenja resursa u zaštićenom području prirode, ali i koristi učinkovitom upravljanju okolišem koje se temelji na autohtonim, lokalnim saznanjima, ekonomskom i socijalnom razvoju te stvaranju interpretativnih i na prirodi zasnovanih iskustava za turističko učenje i međukulturalno vrednovanje (Muganda, Sirima i Ezra, 2013. prema Jamal i Stronza, 2009).

Loše odluke menadžmenta i prekomjerno iskorištavanje resursa mogu dovesti do uništavanja postojećih vrijednosti u životnoj sredini lokalnog stanovništva. Takvim se narušavanjem kvalitete života gubi domicilno stanovništvo koje bi trebalo biti jedan od nositelja gospodarskog razvoja (Rudan, 2012). Kako bi se to spriječilo, važno je pružiti određene koristi lokalnom stanovništvu i/ili ublažiti štetne utjecaje turističkog razvoja na zaštićeno područje prirode. Vrsta koristi i ublažavanja razlikuje se ovisno o situaciji, no teorija je ista: suprotstavljanje razvoju turizma i sukobi koji se pojavljuju zbog takvog stava smanjit će se ako turizam u zaštićenom području prirode služi lokalnom stanovništvu, a ne nanosi štetu njihovim interesima. Neki od takvih pristupa uključuju omogućavanje lokalnom stanovništvu korištenje resursa u zaštićenom području prirode, opskrba alternativnim resursima, nova radna mjesta i ostale izravne financijske koristi, poboljšanje socioekonomskih uvjeta te pružanje naknade za gubitke nastale zbog blizine zaštićenog područja prirode (Lewis, 1996).

Odnosi i veze između lokalnog stanovništva i zaštićenih područja prirode često su teško razumljiva. Mogu se javljati i povezivati s različitim društvenim elementima (pojedinaac, kućanstvo, obitelj), ali i unutar različitih funkcionalnih područja (ekonomija, duhovnost, kvaliteta života). Kada je riječ o ekonomskom temelju za odnose između lokalnog stanovništva i turističkog razvoja u zaštićenom području prirode, važno je istaknuti četiri različite veze. Prva, najočitija veza su prihodi koje lokalna zajednica ostvaruje pri dolasku posjetitelja u turističku destinaciju, a koji utječu na ekonomsku održivost lokalne zajednice. Osim turizma, uključeni su i ostali sektori poput poljoprivrede, industrije, financijskih i pravnih usluga, rudarstva i sl. Određena zajednica može, ali ne mora biti ekonomski ovisna o turizmu koji se odvija u zaštićenom području prirode u njezinoj neposrednoj blizini. Ipak, učinak izravnih i neizravnih prihoda od turizma većinom je značajan dio lokalne ekonomije, stoga su zajednice najčešće zainteresirane za povećanje posjećenosti područja (Eagles i McCool, 2004).

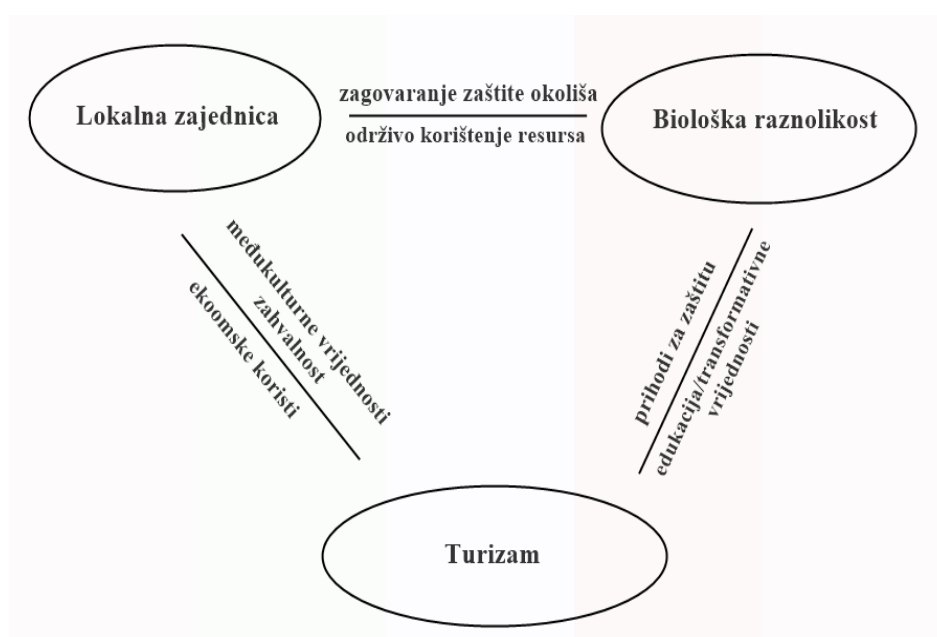
Druga ekonomska veza uključuje zaštićeno područje prirode i njegov krajolik koji služi kao „scenska pozadina“, odnosno prirodne ljepote prostora privlačan su čimbenik za investitore koji žele poslovati, ali i živjeti na mjestu u neposrednoj blizini područja koje je pod određenim stupnjem zaštite te je okruženo scenski atraktivnim krajolicima. Dakle, zaštićeno područje prirode može poboljšati ekonomsku održivost lokalne zajednice otvaranjem novih poduzeća. Iako oni nemaju izravan odnos sa zaštićenim područjem prirode, zaposlenici se njime koriste za rekreaciju i/ili odmor, što ne bi bilo da se nisu doselili u to područje (Eagles i McCool, 2004). U ovom je slučaju izrazito važan način poslovanja poduzeća koja žele poslovati u ovakvim područjima, odnosno moraju biti društveno odgovorni te poslovati u skladu s načelima održivog razvoja.

Treća veza odnosi se na ekonomske koristi lokalnog stanovništva koje se ogledaju i kroz financiranje aktivnosti upravljanja zaštićenim područjem prirode te njegova razvoja, s obzirom na to da ono dolazi izvan zajednice kroz prihode od naknada (upravne i administrativne pristojbe, koncesijska odobrenja) ili od države. Posljednja, četvrta ekonomska veza podrazumijeva sekundarnu potrošnju zaposlenika zaštićenog područja prirode i privatnih turističkih poduzeća koji borave unutar zajednice gdje ostvaruju različite troškove. S obzirom na to da takvi troškovi mogu biti veliki, zajednice se često

oslanjaju na njih (Eagles i McCool, 2004). Kao posljedica navedenih veza, lokalno stanovništvo često ima veliki interes za to kako se upravlja zaštićenim područjem prirode, ali i za posljedice takvog upravljanja koje imaju utjecaj ne samo na turizam na lokalnom području, već i na cjelokupno gospodarstvo zajednice (Eagles, Bowman, Tao, 2001).

Odnos između lokalnog stanovništva i zaštićenog područja prirode može obuhvaćati i različite društveno važne vrijednosti. Primjerice, zaštićeno područje prirode može sadržavati resurse (biljke, životinje, voda i sl.) koji su potrebni lokalnom stanovništvu za obavljanje svakodnevnih djelatnosti nužnih za život. Nadalje, stanovništvo često ima i duhovno utemeljene veze s određenim elementima koje sadrži zaštićeno područje prirode (Eagles i McCool, 2004). Također, važni povijesni događaji mogu se dogoditi unutar njegovih granica te mogu biti kulturološki važni za stanovništvo (npr. upravljanje zaštićenim ratištima Građanskog rata u SAD-u, poput Gettysburga, naglašava održavanje vegetacijskog krajolika i korištenje zemljišta kakvo je bilo u ratu) (Machlis i Field, 2000). U simbiotskom odnosu između lokalnog stanovništva i resursa zaštićenog područja prirode ili biološke raznolikosti, lokalni stanovnici djeluju kao upravitelji prirodnih resursa, a zauzvrat imaju koristi od tih područja održivom sjećom, korištenjem vode i biljaka i sl. Takav odnos u kojem lokalna zajednica upotrebljava resurse može stvarati probleme kod pokušaja regulacije ili zabrane njihova korištenja. Sredstva za život zasnovana na aktivnostima kao što su sječa, stočarstvo, lov, ribolov, sakupljanje drva i sl. zahtijevaju znatne količine prirodnih resursa. Zbog toga ograničenje upotrebe može potaknuti zbunjenost i ogorčenje lokalnog stanovništva naviknutog na korištenje tih resursa. U takvim situacijama stanovništvo može postati protivnik turizma i narušiti njegovo djelovanje. Stoga se brojni dionici odlučuju na uključivanje stanovništva u procese planiranja i upravljanja, pri čemu imaju određenu kontrolu i pristup resursima koji im trebaju (Ross i Wall, 1999). Odnos lokalnog stanovništva, biološke raznolikosti i turizma prikazan je na Slici 1.

Slika 1. Odnos lokalnog stanovništva, biološke raznolikosti i turizma
Izvor: Ross, S. i Wall, G. (1999, str. 126)



Posjet zaštićenom području prirode uključuje više od samog posjeta. On podrazumijeva putovanje u i iz parka, kao i posjete i boravak u zajednicama duž puta. Razvoj turizma u zaštićenim područjima prirode zamišljen je da iskoristi takve posjete i učini ih duljim. Oni dovode do velikog broja društvenih utjecaja, od kojih su neki predviđeni, a neki nepredviđeni. Oni mogu biti pozitivni i negativni, ovisno o tome tko je pod njihovim utjecajem. Primjerice, vlasnik lokalnoga turističkog poduzeća može posjete pozitivno gledati u smislu da se generiraju prihodi što dovodi do profitabilnosti njegova poduzeća. S druge strane, lokalni stanovnici mogu smatrati da promet vezan uz turizam pridonosi zagušenim cestama te stoga turističku aktivnost doživljavaju negativno (Machlis i Field, 2000).

Budući da zaštićena područja prirode nisu prenapučena turistima, intenzitet utjecaja turizma na lokalno stanovništvo je slabiji u odnosu na onaj kod destinacija masovnog turizma. Autorica Jelinčić (2006, 165) smatra da utjecaj turizma na lokalno stanovništvo može biti dvojak: 1. „stimulira neke pozitivne osobine lokalnog ponašanja: promiče samosvijest, ponos, samopouzdanje i solidarnost među lokalnim stanovništvom; ili 2. izaziva negodovanje zbog turistove prisutnosti: vodi do osjećaja dosade, opozicije pa čak i mržnje prema turistima.“

Slijedom toga, može se zaključiti da turizam kod lokalnog stanovništva izaziva pozitivne utjecaje (ponos zbog vlastite prošlosti, tradicije, zadovoljstvo zbog razvitka mjesta i stanovništva i sl.), ali i negativne (osjećaj zauzimanja vlastitog prostora, netrpeljivost prema turistima, prometnoj gužvi i buci i sl.). Jačina navedenih utjecaja može biti raznolika, a moguće je i miješanje pozitivnih i negativnih utjecaja. Stavovima pridonose i prednosti turističkog razvoja poput povećanja dohotka stanovništva, izgradnja infrastrukture, poticanje malog poduzetništva, brendiranje destinacije te nedostaci, odnosno iseljavanje stanovništva, uništavanje prirodnih i kulturnih resursa itd. (Rudan 2012).

Stanovništvo prepoznaje raspon pozitivnih i negativnih efekata turističkog razvoja, no stupanj do kojeg su spremni tolerirati negativne efekte ovisi o njihovoj uključenosti u turističko privređivanje, duljinu stanovanja u destinaciji i njihovoj izloženosti turističkom prometu u svakodnevnom životu (Boranić Živoder, Tomljenović i Čorak, 2011).

Svaka zajednica mora odlučiti predstavljaju li takve posljedice održiv izbor u zamjenu za moguće ekonomske i socijalne koristi od turizma, a neki od tih utjecaja su komodifikacija, eksploatacija, transformacija, natjecanje, demonstracija i homogenizacija (Eagles i McCool, 2004).

U začecima istraživanja o turističkoj industriji, većina istraživačkih teorija i modela uglavnom se osvrta na posjetitelje, odnosno njihovu motivaciju, potrebe te ostale čimbenike koji se vežu uz njihovo putovanje i boravak u destinaciji. Međutim, sve ubrzanijim razvojem turizma postaje jasno da on bez podrške svih relevantnih dionika ne može biti dugoročno uspješan, a to se posebno odnosi na lokalno stanovništvo. Doxey 1975. godine predlaže jednostavan skup faza koje opisuju stav lokalnog stanovništva prema sve većem broju posjetitelja u turističkoj destinaciji (Beeton, 2006). Navedene faze detaljnije su iznesene u Tablici 2.

U ranoj fazi razvoja turizma lokalno je stanovništvo euforično te odobrava potencijalne ekonomske i socijalne koristi koje on može donijeti. Takvo stanje prelazi u apatiju, najčešće zato što se ranija očekivanja ne ostvaruju, odnosno dolazi do mnogih neugodnosti za lokalno stanovništvo (povećani broj posjetitelja uzrokuje stvaranje gužvi, gomilanje otpada itd.). U takvoj se situaciji stvara neprijateljski stav prema turistima. U posljednjoj fazi dolazi do promjene ponašanja stanovništva te izbjegavanja posjetitelja na koje se gleda kao na „izvor zla“ (Beeton, 2006). Ako se stavovi stanovništva ne uzimaju u obzir te se pokuša smanjiti priljev posjetitelja u destinaciju, očekivani ishodi mogu biti bespovratno mijenjanje okoliša te promjene resursne osnove i tipa turista (Ružić, 2016). Takve su promjene posebna prijetnja zaštićenim područjima prirode čiji su resursi nezamjenjivi, uključujući i društvene vrijednosti, odnosno lokalne stanovnike i njihov specifični način života.

Tablica 2. Faze indeksa turističke iritacije

Izvor: Beeton, S. (2006, str. 40)

Faza	Opis
Euforija	Posjetitelji i investitori su dobrodošli Entuzijazam zbog turističkog razvoja Mogućnost lokalnog participiranja Osjećaj zadovoljstva
Apatija	Osobni kontakti postaju formalniji Turisti se prihvaćaju zbog zarade Zainteresiranost za ostvarivanje profita Fokus planiranja stavlja se na marketing
Iritacija	Zabrinutost zbog sve većeg razvoja turizma Približavanje točki zasićenja Nužna ekspanzija objekata Zadiranje u lokalni način života
Antagonizam	Iritacija postaje sve otvorenija Turiste se promatra negativno, kao uzrok svih problema Borba za vlast između interesnih skupina

Razmjena i interakcija lokalnog stanovništva i posjetitelja razlikuje se s obzirom na kulturna obilježja, socioekonomska obilježja te brojnost populacije domicilnog stanovništva. Takve su razlike posebno vidljive u turizmu u manje razvijenim zemljama i autohtonim zajednicama u kojima posjetitelji imaju višu razinu obrazovanja i prihoda od zajednica u kojima borave. U takvim situacijama dolazi do „akulturacije“, odnosno korištenja elemenata druge kulture kao posljedice njihove razmjene od manje dominantne kulture. S tim u vezi poznat je i „demonstracijski efekt“ gdje mještani žele posjedovati elemente modernoga zapadnog društva, a ponašanje posjetitelja primjenjuju na sebe. U najgorem slučaju lokalno stanovništvo postaje potpuno podređeno dominantnoj strani jer se tada gubi ono što turisti žele doživjeti kada posjećuju određenu destinaciju (Sablić, 2016). Na temelju prihvaćanja, odnosno odbijanja turističkog razvoja i stvaranja turističkog proizvoda ovisi budućnost turističkog proizvoda destinacije. Zbog toga je važno naglasiti kako je lokalno stanovništvo ključna interesna skupina u razvoju turizma. Ono će u skladu sa zadovoljstvom proizašlom iz takvoga turističkog razvoja pokazivati uključenost i stvaranje doprinosa u planu razvoja turizma, a njihovo je zadovoljstvo uvjetovano kvalitetom života (Rudan, 2012).

3 Metodologija istraživanja

Povezanost lokalnog stanovništva i prirode na području Regionalnog parka Mura-Drava izražena je kroz nekoliko segmenata. Prvi segment odnosi se na prostor življenja, odnosno velik broj stanovnika živi u samom zaštićenom području prirode. Drugi segment nadovezuje se na prethodni, a podrazumijeva rad i djelatnosti stanovnika usko vezanih uz rijeke Muru i Dravu jer se uz njih nalazi plodno tlo koje se obrađuje, a time i crpe resursi iz zaštićenog područja prirode. Treći segment očituje se kroz povezanost ljudi s domom što podrazumijeva zaštitnički stav koji često može biti prepreka kod pokušaja razvoja nečega novog, u ovom slučaju turističke djelatnosti od nadležnih samouprava, turističkih zajednica i ostalih relevantnih dionika. Istraživanjem su stoga prikupljene informacije o poticanju lokalnog stanovništva da se uključi u razvoj turizma, aktivnosti koje ispitanici provode kako bi se takvo sudjelovanje ostvarilo te stupanj trenutačne uključenosti. Potrebno je uzeti u obzir navedene segmente povezanosti stanovništva sa zaštićenim područjem prirode i njihov otpor prema razvoju turizma na području Regionalnog parka Mura-Drava.

Koncepcija i problem istraživanja usmjereni su na utvrđivanje stavova, percepcije i ponašanja regionalnih i lokalnih turističkih zajednica koje djeluju na prostoru navedenoga zaštićenog područja prirode što se tiče uključenosti lokalnog stanovništva u razvoj turizma na području Regionalnog parka Mura-Drava. Osnovni cilj istraživanja je utvrditi metode i aktivnosti te stupanj uključivanja lokalnog stanovništva u razvoj turističke djelatnosti, dok svrha istraživanja upućuje na daljnje mogućnosti za suradnju između turističkih zajednica i lokalnog stanovništva te aktivnije poticanje stanovništva da sudjeluje u donošenju odluka kada je riječ o razvoju turizma na području u kojem živi. Istraživanje je provedeno na prigodnom uzorku lokalnih i regionalnih turističkih zajednica koje djeluju, odnosno na čijem se prostoru nalazi Regionalni park. Od ukupnog broja ispitanika (22 – 5 regionalnih i 17 lokalnih turističkih zajednica), u istraživanju je sudjelovalo 13 ispitanika (59 % od ukupnog broja).

Za potrebe provedbe planiranoga empirijskog istraživanja upotrijebljen je anketni upitnik s pitanjima zatvorenog tipa. Anketni upitnik sastoji se od pet glavnih skupina pitanja u kojima se od ispitanika zahtijevalo da Likertovom ljestvicom s pet stupnjeva intenziteta iznesu svoja mišljenja i stavove, stupanj slaganja i važnosti te značaj određenih segmenata izrazito važnih za uključivanje lokalnog stanovništva u razvoj turizma na području Regionalnog parka Mura-Drava. Pitanja su usmjerena na područje djelovanja turističkih zajednica, mogućnosti sudjelovanja i uključivanja lokalnog stanovništva u razvoj turizma, razloge podržavanja razvoja turizma, oblike komunikacije turističkih zajednica sa stanovništvom te prioritetnost pojedinih aktivnosti. Anketiranje je provedeno e-mailom i telefonom.

4 Rezultati istraživanja i diskusija

Prva skupina pitanja odnosi se na aktivnosti lokalnih i regionalnih turističkih zajednica koje su podloga za daljnje poticanje lokalnog stanovništva da se aktivno uključi u razvoj turizma. Ponuđeno je pet aktivnosti koje se odnose na promociju turizma u Regionalnom parku Mura-Drava i na projekte zaštite vrijednosti stanovništva (autohtonih proizvoda, tradicionalnih obrta i djelatnosti i sl.), a ispitanici su Likertovom ljestvicom s pet stupnjeva intenziteta ocijenili u kojoj mjeri rade na navedenim aktivnostima, u odnosu na sve ostale aktivnosti koje poduzimaju na području svojega djelovanja. Aktivnosti s pripadajućim ocjenama prikazane su u Tablici 3.

Tablica 3. Stupanj poduzimanja aktivnosti turističkih zajednica
Izvor: Autor prema provedenom istraživanju (2019)

Aktivnost	1	2	3	4	5
Promocija turizma u Regionalnom parku Mura-Drava uključuje lokalno stanovništvo.	0 0 %	1 7,7 %	5 38,5 %	3 23 %	4 30,8 %
Projekti fokusirani na suradnju između turističke zajednice i ostalih dionika na Vašem području.	0 0 %	0 0 %	1 7,7 %	4 30,8 %	8 61,5 %
Projekti fokusirani na upoznavanje lokalnog stanovništva s turističkom ponudom prostora na kojem žive.	0 0 %	0 0 %	2 15,4 %	7 53,8 %	4 30,8 %
Projekti fokusirani na zaštitu autohtonih proizvoda lokalnog stanovništva (poljoprivredni proizvodi, vina i sl.).	1 7,7 %	0 0 %	0 0 %	4 30,8 %	8 61,5 %
Projekti fokusirani na očuvanje tradicionalnih obrta i djelatnosti.	1 7,7 %	0 0 %	0 0 %	7 53,8 %	5 38,5 %

Turističke zajednice na području Regionalnog parka Mura-Drava najviše su usmjerene na projekte usredotočene na suradnju s relevantnim dionicima, poput jedinica lokalne i regionalne samouprave, javnih ustanova za zaštitu prirode i sl. te na zaštitu autohtonih proizvoda lokalnog stanovništva. Uključivanje lokalnog stanovništva u promociju turizma u Regionalnom parku Mura-Drava i projekti fokusirani na upoznavanje istih s turističkom ponudom prostora na kojem žive relativno su zastupljeni, a čak dvije turističke zajednice ne rade na projektima koji se fokusiraju na zaštitu autohtonih proizvoda i očuvanje tradicionalnih obrta i djelatnosti.

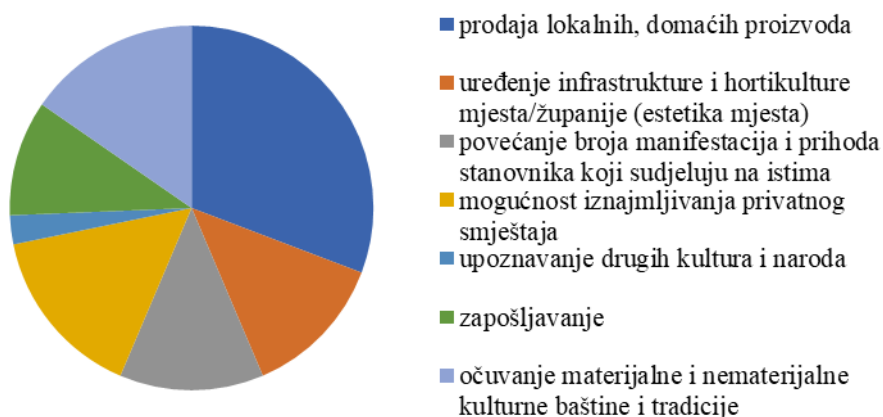
Budući da lokalno stanovništvo ovoga područja još uvijek ne prihvaća turizam kao primarnu djelatnost i izvor prihoda, od izrazite su važnosti takvi i slični projekti kojima će ih se potaknuti da aktivno sudjeluju u turističkom razvoju. Druga skupina pitanja uključuje šest izjava vezanih uz turističku politiku i potporu nadležnih institucija lokalnom stanovništvu kroz koje su ispitanici izrazili svoj stupanj slaganja, uključujući i ocjene dobivene Likertovom ljestvicom s pet stupnjeva intenziteta (Tablica 4.).

Tablica 4. Stupanj slaganja turističkih zajednica s ponuđenim izjavama
Izvor: Autor prema provedenom istraživanju (2019)

Izjava	1	2	3	4	5
Kod donošenja i kreiranja turističke politike, potrebno je konzultirati se s lokalnim stanovništvom.	0 0 %	0 0 %	2 15,4 %	6 46,2 %	5 35,5 %
Potrebno je financijski podržati i potaknuti lokalno stanovništvo kako bi se aktivno uključilo u turističku djelatnost.	0 0 %	0 0 %	0 0 %	5 38,5 %	8 61,5 %
Nacionalna turistička politika treba u većoj mjeri poticati uključivanje lokalnog stanovništva u razvoj turizma.	0 0 %	0 0 %	0 0 %	3 23,1 %	10 76,9 %
Poticanje lokalnog stanovništva od strane lokalnih i regionalnih samouprava te turističkih zajednica da se aktivno uključi u turističku djelatnost ima veći učinak od potpore s nacionalne razine.	0 0 %	0 0 %	4 30,8 %	4 30,8 %	5 38,5 %
Lokalno stanovništvo sudjeluje u stvaranju imidža Regionalnog parka Mura-Drava kao turističke destinacije.	0 0 %	2 15,4 %	3 23,1 %	3 23,1 %	5 38,5 %
Lokalno stanovništvo nije zainteresirano za razvoj turizma u Regionalnom parku Mura-Drava budući da ne prepoznaju potencijale područja i koristi koje mogu imati od turizma.	0 0 %	2 15,4 %	6 46,2 %	4 30,8 %	1 7,7 %

Većina turističkih zajednica smatra da se kod donošenja i kreiranja turističke politike potrebno konzultirati s lokalnim stanovništvom te da ga je potrebno financijski podržati i potaknuti kako bi se aktivno uključilo u turističku djelatnost. Isto tako smatraju da nacionalna turistička politika treba u većoj mjeri poticati uključivanje stanovništva u razvoj turizma, no da takvo poticanje ipak ima veći učinak od lokalnih i regionalnih samouprava i turističkih zajednica. Kada je riječ o sudjelovanju lokalnog stanovništva u stvaranju imidža Regionalnog parka Mura-Drava kao turističke destinacije, velik broj ispitanika ističe da stanovništvo nije uključeno u tu aktivnost, kao i da nije zainteresirano za razvoj turizma na tom području jer ne prepoznaje potencijale i koristi koje može imati od turizma. Nadalje, ispitanici su, između ponuđena sedam razloga podržavanja turizma lokalnog stanovništva, trebali odabrati tri najznačajnija. Pomoću Grafikona 1. prikazani su rezultati koji se odnose na treću

skupinu pitanja. Glavni razlog podržavanja turizma strane lokalnog stanovništva na području Regionalnog parka Mura-Drava, prema mišljenju turističkih zajednica, na navedenom prostoru je prodaja lokalnih, domaćih proizvoda. Osim toga, ističu se povećanje broja kulturnih manifestacija i prihoda stanovnika koji sudjeluju na njima te očuvanje materijalne i nematerijalne kulturne baštine i tradicije. Upoznavanje drugih kultura i naroda nije značajan razlog za takvu vrstu podrške, jer na prostoru istraživanog zaštićenog područja prirode još uvijek prevladavaju domaći ili posjetitelji iz već tradicionalnih emitivnih zemalja čije je karakteristike lokalno stanovništvo već upoznalo.



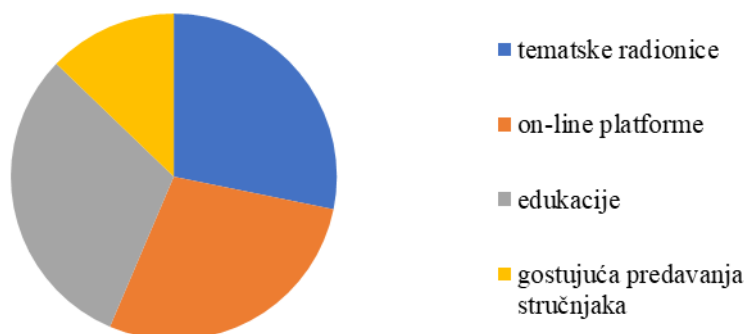
Grafikon 1. Razlozi podržavanja turizma lokalnog stanovništva na području Regionalnoga parka Mura-Drava

Izvor: Autor prema provedenom istraživanju (2019)

S obzirom na navedene skupine pitanja, moguće je zaključiti da ispitane turističke zajednice ostvaruju određeni oblik komunikacije s lokalnim stanovništvom kada je riječ o turističkom razvoju na području Regionalnoga parka Mura-Drava. Među ponuđenih pet načina komunikacije, ispitanici su izabrali tri najznačajnija što prikazuje Grafikon 2.

Grafikon 2. Načini komunikacije turističkih zajednica s lokalnim stanovništvom

Izvor: Autor prema provedenom istraživanju (2019)



Komunikacija s lokalnim stanovništvom ostvaruje se putem edukacija, tematskih radionica i online platformi (web stranice, društvene mreže), dok se stavovi i prijedlozi vezani uz razvoj turizma ne iznose na javnim tribinama koje uopće nisu zastupljene kao oblik komunikacije. Posljednja skupina pitanja odnosi se na prioritetnost pojedinih aktivnosti s namjerom uključivanja lokalnog stanovništva u razvoj turizma na području Regionalnog parka Mura-Drava. Rezultati su dobiveni Likertovom ljestvicom s pet stupnjeva intenziteta, a prikazanu su na Tablici 5.

Tablica 5. Prioritetnost pojedinih aktivnosti turističkih zajednica

Izvor: Autor prema provedenom istraživanju (2019)

Aktivnosti	1	2	3	4	5
Poticanje privatnog i neprofitnog sektora te lokalnog stanovništva u razvoju turizma.	0 0 %	0 0 %	0 0 %	5 38,5 %	8 61,5 %
Potpora i usmjeravanje javnih organizacija u stvaranju ponude i novih proizvoda privatnog sektora i lokalnog stanovništva.	0 0 %	0 0 %	0 0 %	3 23,1 %	10 76,9 %
Samostalna promocija nositelja turističke ponude Regionalnog parka Mura-Drava na ciljanom tržištu.	0 0 %	0 0 %	0 0 %	6 46,2 %	7 53,8 %
Stručno osposobljavanje lokalnog stanovništva za bavljenje turizmom, financirano javnim novcem.	0 0 %	0 0 %	1 7,7 %	2 15,4 %	10 76,9 %
Osiguravanje više sredstava iz fondova EU-a i drugih izvora po pojedinom projektu za razvoj malog poduzetništva u turizmu na području Regionalnoga parka Mura-Drava.	0 0 %	0 0 %	1 7,7 %	0 0 %	12 92,3 %
Osigurati posebna, izdašnija sredstva (mjere) za financiranje projekata poduzetnika početnika u turizmu slabije razvijenih turističkih destinacija kontinentalne Hrvatske.	0 0 %	0 0 %	1 7,7 %	0 0 %	12 92,3 %
Smanjenje negativnih društvenih i ekoloških utjecaja turizma na život lokalnog stanovništva.	0 0 %	0 0 %	1 7,7%	3 23,1 %	9 69,2 %

Ispitanici smatraju da je poticanje privatnog i neprofitnog sektora te lokalnog stanovništva u razvoju turizma izraziti prioritet. Isto tako, ističu i važnost potpore i usmjeravanja javnih organizacija u stvaranju ponude i novih proizvoda privatnog sektora i lokalnog stanovništva, samostalne promocije nositelja turističke ponude Regionalnog parka Mura-Drava na ciljnom tržištu te stručnog osposobljavanja lokalnog stanovništva za bavljenje turizmom koje je financirano javnim novcem. Potrebno je i osigurati više sredstava iz fondova EU-a i drugih izvora po pojedinom projektu za razvoj malog poduzetništva u turizmu te posebna, izdašnija sredstva (mjere) za financiranje projekata poduzetnika početnika u turizmu slabije razvijenih turističkih destinacija kontinentalne Hrvatske. Na kraju istraživanja ispitanici su istaknuli i prioritetnost smanjenja negativnih društvenih i ekoloških utjecaja turizma na život lokalnog stanovništva.

Uzimajući u obzir rezultate provedenoga empirijskog istraživanja, može se zaključiti da lokalne i regionalne turističke zajednice koje djeluju na području Regionalnoga parka Mura-Drava prepoznaju ulogu i važnost lokalnog stanovništva u razvoju turizma. U skladu s tim, provode i aktivnosti kojima potiču stanovništvo da se aktivno uključi u turističku djelatnost. Ipak, mogućnosti za još uspješnije djelovanje na tom području postoje, a uključuju nacionalnu turističku politiku od koje ispitanici očekuju veću suradnju i angažiranost kada je riječ o poticanju lokalnog stanovništva. To se ponajprije odnosi na osiguravanje uvjeta za profitabilno poslovanje malih poduzetnika u turizmu, potrebu za educiranjem lokalnog stanovništva o turizmu te implementaciju stavova stanovništva u turističku politiku. Brojni su načini na koje je moguće integrirati lokalno stanovništvo u razvoj turizma, međutim potrebno je ispitati njihove stavove i razmišljanja vezana uz taj razvoj jer bi, u suprotnom, došlo do nezadovoljstva stanovništva, a time i do stagnacije turističkog razvoja.

5 Zaključna razmatranja

Turizam u zaštićenim područjima prirode jedan je od najbrže rastućih oblika turizma. Potražnja za takvim turističkim oblicima u stalnom je porastu, a posjetitelji se sve češće odlučuju za odmor u destinacijama koje se vode načelima održivosti kada je riječ o razvoju turizma. Osim ekonomskih, njime se ostvaruju i ekološke koristi, jer je izrazito važno očuvati postojeće resurse područja koji ga ističu na turističkom tržištu. Stvaraju se i sociokulturne koristi što se posebno odnosi na lokalnu zajednicu koja se smatra glavnim dionikom u turističkom razvoju. Bez nje je takav razvoj gotovo nemoguć, stoga je uključivanje lokalne zajednice u planiranje, upravljanje i razvoj turizmom u zaštićenim područjima prirode nužno. Doprinos koji ona daje je nenadomjestiv i nezamjenjiv, a privlačna snaga lokalnog stanovništva ogleda se kroz specifičnu kulturu, tradiciju i običaje koji sami po sebi mogu biti turistički proizvod. Kako bi to bilo ostvarivo, važno je da menadžment i ostali dionici koji razvijaju turizam poštuju prava i kulturu lokalnog stanovništva te da ona ni u jednom stupnju razvoja ne budu ugrožena.

Zaštićeno područje prirode koje se ističe kada je riječ o povezanosti lokalnog stanovništva i prirodnog okoliša je Regionalni park Mura-Drava. Iako je turizam na navedenom području tek u začetima, uključivanje lokalnog stanovništva u njegov razvoj je neizbježno. Dionici koji djeluju na tom području različitim projektima potiču stanovništvo da se aktivno uključi u turističku djelatnosti, ali i u planiranje i donošenje turističke politike. Zbog svojih bioloških i krajobraznih vrijednosti, Regionalni park Mura-Drava može stvoriti zavidan imidž na turističkom tržištu, a karakteristike lokalnog stanovništva, tradicionalni obrti i djelatnosti, gastronomija i način života koji ga razlikuju od ostalih destinacija, pomažu u tom stvaranju i pozicioniraju.

Istraživanjem je potvrđeno da turističke zajednice koje djeluju na prostoru Regionalnog parka Mura-Drava svojim aktivnostima i djelovanjem nastoje uključiti lokalno stanovništvo u razvoj turizma.

Izrazito su zastupljeni projekti usredotočeni na suradnju s relevantnim dionicima, na zaštitu autohtonih proizvoda lokalnog stanovništva te na očuvanje tradicionalnih obrta i djelatnosti. Nadalje, utvrđena je potreba veće financijske potpore u smislu poticaja lokalnog stanovništva za aktivno uključivanje u razvoj turizma te da se kod donošenja i kreiranja turističke politike potrebno dogovarati s njima. Kada je riječ o nacionalnoj turističkoj politici, očekuju se snažnije poticanje za uključivanje stanovništva u turistički razvoj, iako ono ima veći učinak kada je usmjereno od lokalnih i regionalnih samouprava i turističkih zajednica. Izrazito je važno sudjelovanje lokalnog stanovništva u stvaranju imidža Regionalnog parka Mura-Drava koje nije dovoljno zastupljeno, a jedan od glavnih razloga je njihova nezainteresiranost za razvoj turizma na tom području jer ne prepoznaju potencijale i moguće koristi poput prodaje lokalnih, domaćih proizvoda, povećanje prihoda sudjelovanjem na manifestacijama te očuvanje materijale i nematerijalne kulturne baštine i tradicije. Informacije se od lokalnog stanovništva prikupljaju na edukacijama, tematskim radionicama i online platformama. Kada je riječ o prioritetnim aktivnostima turističkih zajednica, ističu se poticanje privatnog i neprofitnog sektora te lokalnog stanovništva, potpora i usmjeravanje javnih organizacija u stvaranju ponude i novih proizvoda, samostalna promocija nositelja turističke ponude Regionalnog parka Mura-Drava na ciljnom tržištu te stručno osposobljavanje stanovništva za bavljenje turizmom. Mogućnosti za daljnji razvoj turizma i uključivanje lokalnog stanovništva ogledaju se u osiguravanju sredstava iz fondova EU-a i drugih izvora, izdašnjim sredstvima za financiranje projekata poduzetnika početnika, ali i smanjenju negativnih društvenih i ekoloških utjecaja turizma na život lokalnog stanovništva. Moguća ograničenja istraživanja vezana su uz nepristupanje pojedinim turističkih zajednica istraživanju čime nije stvorena potpuna slika o njihovoj ulozi kod uključivanja lokalnog stanovništva u razvoj turizma na području Regionalnog parka Mura-Drava. Unatoč tome, dobiveni rezultati daju saznanja o suradnji između dvaju važnih dionika za razvoj turizma, no važno je istaknuti potrebu za ispitivanjem lokalnog stanovništva kako bi se utvrdili i njihovi stavovi koji trebaju biti temelj za buduća istraživanja.

Literatura

- Beeton, S. (2006). *Community development through tourism*, Landlinks Press, Collingwood.
- Boranić Živoder, S., Tomljenović, R., Čorak, S. (2011). *Suradnja interesnih skupina u turističkim destinacijama*, u: S. Čorak (ur.), *Izazovi upravljanja turizmom*, Institut za turizam, Zagreb.
- Borrini-Feyerabend, G., Kothari, A., Oviedo, G. (2004). *Indigenous and Local Communities and Protected Areas*, IUCN Gland, Cambridge.
- Bushell, R., Eagles, P. F. J. (2007). *Tourism and Protected Areas: Benefits Beyond Boundaries*, CABI, UK.
- Dudley, N. (2008). *Guidelines for Applying Protected Area Management Categories*, IUCN, Gland.
- Eagles, P. F. J., Bowman, M. E., Tao, T. C.-H. (2001). *Guidelines for Tourism in Park and Protected Areas of East Asia*, Gland, IUCN, Cambridge.
- Eagles, P. F. J., McCool, S. F. (2004). *Tourism in National Parks and Protected Areas: Planning and Management*, CABI, New York.
- IUCN, UNEP, WWF (1991). *Caring for Earth: A Strategy for Sustainable Living*. Dostupno na: www.portals.iucn.org/library/efiles/documents/cfe-003.pdf (pristupljeno 15. srpnja 2019.)

- Jamal, T., Stronza, A. (2009). Collaboration theory and tourism practice in protected areas: Stakeholders, structuring and sustainability, *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 169-190
- Jelinčić, D. A. (2006). Turizam vs. Identitet: globalizacija i tradicija, *Etnološka istraživanja*, 1, 161-207.
- Kilipiris, F. (2005). Uključivanje lokalne zajednice u održivi razvoj turizma, *Tourism and hospitality management*, 11(2) 27-39
- Lewis, C. (1996). Managing conflicts in protected areas. Gland, Cambridge: IUCN
- Machlis, G. E., Field, D. (2000). National Parks and Rural Development: Practice And Policy in the United States, Island Press, Washington, DC.
- Magaš, D. (2008). Destination Management – Models and Techniques, *Tourism and hospitality management*, 14(1), 211-214.
- Miranda, J. J., Corral, L., Blackman, A., Asner, G. P., Lima, E. (2014). Effects of Protected Areas on Forest Cover Change and Local Communities: Evidence from the Peruvian Amazon, *SSRN Electronic Journal*. Dostupno na: www.papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2537829 (13.7.2019.)
- Muganda, M., Sirima, A., Ezra, P. (2013). The Role of Local Communities in Tourism Development: Grassroots Perspectives from Tanzania, *Journal of human ecology*, 41(1), 53-66.
- Nampila, T. (2005). Assessing community participation—the Huidare informal settlement. University of Stellenbosch. Dostupno na: www.scholar.sun.ac.za/handle/10019.1/2238 (pristupljeno 13. srpnja 2019.)
- Nepal, S. K. (2000). Tourism, national parks and local communities. U: Butler, R. W. and Boyd, S. W. (ur.), *Tourism and National Parks: Issues and Implications*, 73-94, Wiley. Chichester.
- Petrić, L., Mandić, A. (2014). Visitor Management Tools for Protected Areas Focused on Sustainable Tourism Development: The Croatian Experience. *Environmental engineering and management journal*, 13(6), 1483-1495.
- Richards, G., Hall, D. (2000). Tourism and Sustainable Community Development, Routledge, London.
- Ross, S., Wall, G. (1999). Ecotourism: towards congruence between theory and practice, *Tourism management*, 20 (1), 123-132.
- Rudan, E. (2012). Uloga lokalnog stanovništva razvoju turizma destinacije, *Tranzicija*, 14(29), 58-67.
- Ružić, V. (2011). Marketing zaštićenog područja – studija slučaja: Nacionalni park Plitvička jezera. U: Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu 2(2), 77-83.
- Sablić, M. (2016). Uloga lokalne zajednice u turističkom razvoju: studija slučaja otok Vis, diplomski rad, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split. Dostupno na: www.zir.nsk.hr/islandora/object/efst:622 (pristupljeno 2. lipnja 2019.)
- Sangkakorn, K., Suwannarat, S. (2013). Local People Participation in Tourism Development: The Case Study of Chiang Mai, Conference Paper, The 2nd Conference on Asian Economic Development, Chiang Mai. Dostupno na: www.researchgate.net/publication/260312061_Local_People_Participation_in_Tourism_Development_The_Case_Study_of (pristupljeno 15. srpnja 2019.)

Sergejev, D. (1978). Što je lokalna zajednica (komuna)?, *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja*, 59-60, 91-98.

Suvremeno iseljavanje Hrvata: kakva je budućnost Republike Hrvatske?

Contemporary Emigration of Croats: What is the Future of the Republic of Croatia?

MARIJANA JERIĆ, mag.oec.

Odjel za ekonomiju

Sveučilište u Zadru

Splitska 1, 23000 Zadar

Republika Hrvatska

jeric.marijana@gmail.com

Pregledni rad / Review

UDK / UDC: 314.15(=163.42)

Primljeno / Received: 02. svibnja 2019. / May 02nd, 2019.

Prihvaćeno za objavu / Accepted for publishing: 24. listopada 2019. / October 24th, 2019.

Sažetak: Republiku Hrvatsku kroz povijest je zahvatilo nekoliko velikih iseljeničkih valova. Posljednji val iseljavanja započeo je pristupanjem Republike Hrvatske Europskoj uniji 2013. godine, a traje i danas. Razvijene zemlje Europske unije poput Njemačke, Austrije i Irske postale su glavno odredište hrvatskih iseljenika u potrazi za boljim životom. Cilj ovoga istraživanja je utvrditi stvarno stanje o broju iseljenih Hrvata iz Republike Hrvatske, usporediti podatke sa službenom statistikom Republike Hrvatske te dati zaključak o mogućim posljedicama iseljavanja. Rezultati istraživanja pokazuju da se iseljavanje hrvatskih državljana ne može pratiti prema službenim podacima Državnog zavoda za statistiku jer oni nisu usklađeni sa statističkim podacima zemalja emigracije, odnosno broj prijavljenih hrvatskih doseljenika veći je u prosjeku za 62 % od službenih podataka Republike Hrvatske. Prognoze budućih migracija hrvatskih državljana upućuju na gubitak 20 % stanovništva u sljedećih trideset godina zbog čega je već sada potrebno razvijati nove ekonomske, mirovinske, obrazovne i ostale politike koje utječu na demografske promjene.

Ključne riječi: iseljavanje Hrvata, vanjska migracija, emigracija, demografija, budućnost Hrvatske

Abstract: The Republic of Croatia has seen several large emigration waves throughout history. The last wave of emigration began with the accession of the Republic of Croatia to the European Union in 2013 and continues today. Developed European Union countries such as Germany, Austria and Ireland have become a major destination for Croatian expatriates in search of a better life. The aim of this research is to determine the actual status of the number of Croat emigrants from the Republic of Croatia, to compare the data with the official statistics of the Republic of Croatia and to conclude on the possible consequences of emigration. The results of the research show that the emigration of Croatian citizens cannot be monitored according to the official data of the Central Bureau of Statistics because they are not harmonized with the statistics of the emigration countries, i.e. the number of reported Croatian immigrants is on average 62% higher than the official data of the Republic of Croatia. Forecasts of future migration of Croatian citizens indicate that 20% of the population will lose over the next 30 years, which is why it is already necessary to develop new economic, pension, education and other policies that affect demographic change.

Keywords: Croat emigration, external migration, emigration, demography, future of Croatia

1 Uvod

Hrvatska je tradicionalno iseljenička zemlja te gotovo četiri milijuna Hrvata živi diljem svijeta. Iseljavanja Hrvata pod utjecajem raznih ekonomskih i političkih razloga mogu se podijeliti u nekoliko faza. Prvi val iseljavanja Hrvata uzrokovao je prodor Turaka na hrvatske prostore u 15. stoljeću kada se stanovništvo iseljavalo u Italiju, Austriju, Mađarsku, Slovačku, južnu Moravsku, te u slovenske pokrajine. Drugi val iseljavanja potkraj 19. i početkom 20. stoljeća s hrvatskoga obalnog i otočnog pojasa uzrokovan je bolešću vinove loze zbog koje su propali mnogi vinogradi, a time i stanovništvo koje se time bavilo te su bili prisiljeni iseliti se u prekomorske zemlje: u SAD gdje je došlo do procvata moderne industrijske proizvodnje te zbog pooštavanja migracijskih politika SAD-a u zemlje Latinske Amerike, Australiju, Novi Zeland i Južnoafričku Republiku. Zbog velike svjetske ekonomske krize i zbog posljedica rata u međuratnom razdoblju između dvaju svjetskih ratova došlo je do trećeg vala iseljavanja Hrvata iz ruralnih kraljeva u Njemačku, Francusku i Belgiju. Dolaskom komunizma počinje i četvrti val iseljavanja, tzv. političke emigracije u zemlje Latinske Amerike. Peti val iseljavanja 60-ih godina prošlog stoljeća uzrokovan je otvaranjem granica bivše Jugoslavije kada najviše Hrvata odlazi na privremeni rad u inozemstvo u zemlje zapadne Europe, te u prekomorske zemlje – Australiju, Novi Zeland i Kanadu. Posljedice Domovinskog rata uzrokovale su šesti val iseljavanja Hrvata, tzv. prisilne migracije kada je stanovništvo bježalo od ratnih sukoba i iseljavalo se u Njemačku, Austriju, Švicarsku, SAD, Kanadu, Australiju i Novi Zeland (Tikvica, 2017). Ekonomska kriza 2008. godine zahvatila je čitav svijet te je dovela do sedmog vala iseljavanja Hrvata. „Ekonomska kriza pridonijela je prije svega porastu nezaposlenosti, čime i većem siromaštvu, a posljedično i većim migracijama stanovnika u potrazi za boljim socio-ekonomskim prilikama“ (Miljenović, 2013). Osmi val iseljavanja započeo je ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju 2013. godine, a traje i danas.

2 Pregled dosadašnjih istraživanja i metodološki pristup

Uspostavljanje unutarnjeg tržišta Europske unije uključuje slobodno kretanje ne samo kapitala i robe, već i ljudi i usluga. Otvaranje europskog tržišta rada za Hrvate, kao posljedica pristupanja Hrvatske Europskoj uniji, dovelo je do masovne emigracije Hrvata što nije ništa novo jer se u posljednjih stotinjak godina s područja današnje Republike Hrvatske odselilo oko 2,3 milijuna ljudi (Nejašmić, 2014). Autor navodi „da nije bilo vanjske migracije (dakle u hipotetično 'zatvorenoj populaciji'), Hrvatska bi 2001. imala najmanje 6,22 milijuna stanovnika, ili 40,1 % više od popisanoga broja. Dugoročni (odgođeni) učinci iseljavanja također su došli do punog izražaja. Iseljavanjem najvitalnijih dobrih skupina došlo je do sužavanja fertilnih kohorti te posljedično do smanjenja rađanja i povećanja stope smrtnosti“. Negativni trendovi demografskog razvoja Hrvatske (ukupna depopulacija, prirodni pad, intenzivni proces starenja itd.), kako navodi Pokos (2017), poprimili su dramatične razmjere čime smo se našli u krugu europskih zemalja s najnepovoljnijim demografskim procesima, trendovima, odnosima i strukturama. Jedan od uzroka takvog stanja, kako navodi dalje, je i izrazito negativan migracijski saldo odnosno sve više iseljenih stanovnika Hrvatske u odnosu na broj doseljenih.

„Emigracija iz Hrvatske se kao specifičan i izrazito negativan čimbenik brojčane dinamike stanovništva javlja već od druge polovice 19. stoljeća, a nakon toga bilježi se još nekoliko jakih iseljeničkih struja. Posljednji jači emigracijski val počeo je globalnom ekonomskom krizom 2008. godine, a intenzivirao se ulaskom Hrvatske u članstvo Europske unije 2013. godine te je možda najnepovoljniji do sada jer se odvija u okolnostima smanjene rodnosti, prirodnog pada, ukupne depopulacije i ubrzanog procesa starenja stanovništva“ (Pokos, 2017).

Prema statističkim podacima Državnog zavoda za statistiku, najpopularnije zemlje za migraciju u Europskoj uniji su Njemačka, Austrija i Irska što potkrepljuje navode Rajković Iveta i Horvatin (2017) kako se nakon ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju pojavio trend iseljavanja u Republiku Irsku. Smatraju da su iseljavanje potaknuli makropolitčki (ulazak Republike Hrvatske u Europsku uniju i otvoreno tržište rada) i makroekonomski kontekst (gospodarski razvoj Irske). Jurić

(2017) u svojem radu predstavlja rezultate istraživanja motiva i karakteristika novijih iseljavanja Hrvata u Republiku Njemačku. Prema percepciji iseljenika, glavni motivi iseljavanja nisu ekonomski. Analiza iseljeničkih stavova pokazala je da je glavni poticaj odlasku iz zemlje predodžba da u Hrvatskoj nisu institucionalizirane vrijednosti radne etike i uopće poštenja te iseljenici smatraju da se hrvatsko društvo moralno slomilo. Kanižaj (2018) analizira suvremena iseljavanja iz Hrvatske u Švedsku, a poseban naglasak stavlja na migrantsku mrežu, njezinu prisutnost i utjecaj na proces migracije. Prema Državnom zavodu za statistiku, u posljednjih pet godina broj iseljenika iz Hrvatske u Švedsku porastao je osam puta. Upravo taj nagli porast u iseljavanju u Švedsku može biti pokazatelj kako je trenutačno aktualan novi, treći migrantski val iseljavanja u Švedsku. Prema Ivandi (2017), glavni čimbenik migracije svakako je gospodarski rast. Autor navodi kako su gospodarski rast i životni standard vjerojatno najvažniji privlačni čimbenici za ekonomske migrante. U radu autorice Žabčić (2007) o temeljnim značajkama iseljavanja hrvatskoga stanovništva analizirani su službeni podaci Državnog zavoda za statistiku o broju iseljenoga hrvatskog stanovništva. Na temelju rezultata istraživanja autorica zaključuje da se u prvih petnaest godina od osamostaljenja Republike Hrvatske najviše Hrvata iselilo s područja Grada Zagreba, a najmanje iz Međimurske županije i to u Austriju, Njemačku i Švicarsku te Sloveniju i Češku. Unatoč brojnim istraživanjima koja se većinom temelje na kvalitativnim podacima, pregledom dostupne literature utvrđen je nedostatak analize aktualnih kvantitativnih podataka o stvarnom broju iseljenih Hrvata. U ovome radu objedinjene su sve zemlje Europske unije s posebnim naglaskom na najpopularnije zemlje emigracije prema Državnom zavodu za statistiku te su prikupljeni, obrađeni i analizirani sekundarni kvantitativni i kvalitativni podaci iz hrvatskih i inozemnih baza podataka te znanstvenih i stručnih radova. Istraživanje obuhvaća posljednjih desetak godina, s posebnim naglaskom na posljednji val iseljavanja koji je započeo 2013. godine ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju. Cilj istraživanja je utvrditi stvarno stanje o broju iseljenih Hrvata iz Republike Hrvatske, usporediti podatke sa službenom statistikom Republike Hrvatske te dati zaključak o mogućim posljedicama iseljavanja. Svrha istraživanja je utvrditi usklađenost službenih i stvarnih podataka o broju iseljenih Hrvata iz Republike Hrvatske.

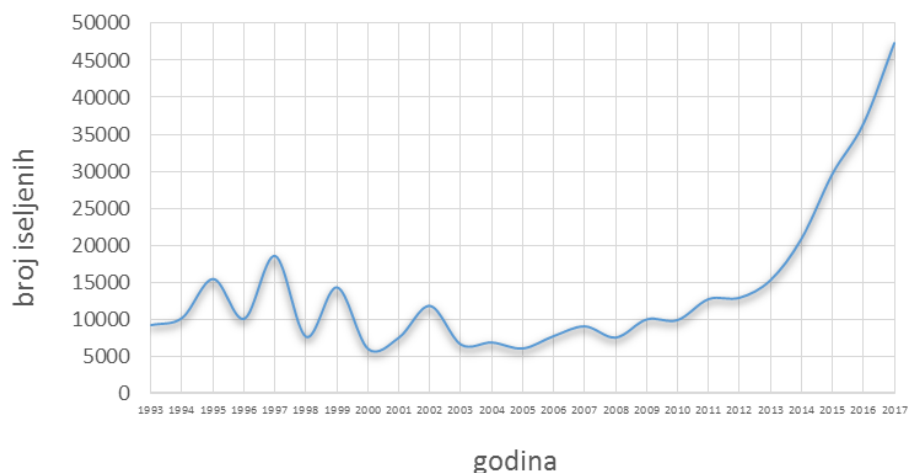
3 Emigracija u brojkama

Kao što je navedeno, ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju započeo je novi val iseljavanja hrvatskoga stanovništva što je vidljivo iz Grafikona 1. Prema posljednjim podacima Državnog zavoda za statistiku, u 2017. godini u inozemstvo su se odselile ukupno 47 352 osobe što je gotovo 30 % više nego prethodne godine i šest puta više nego deset godina ranije u 2008. godini kada su zemlju napustile samo 7 488 osoba. Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju, migracijski saldo nastavio je negativni trend. U 2013. godini¹ on je iznosio -4 884, dok je u 2017. dosegao iznos od -31 799.

Hrvatska udruga poslodavaca (HUP) 6. lipnja 2018. predstavila je rezultate istraživanja među hrvatskim iseljenicima o razlozima odlaska iz Republike Hrvatske. Istraživanje je provedeno CAWI metodom² između 15. ožujka i 15. svibnja 2018. godine na ukupno 661 ispitaniku. Prema rezultatima istraživanja, u iseljavanju su gotovo podjednako zastupljeni muškarci i žene. S partnerima se odselilo 82 % ispitanih, a 72 % ispitanika s cijelom obitelji. Malo manje od polovice ispitanih ima srednju stručnu spremu, dok 50 % ispitanih ima završeni fakultet. Zanimljiv je podatak da je nešto više 40 % ispitanih bilo zaposleno ugovorom na neodređeno, tj. ukupno 73,5 % ispitanika prije iseljenja bilo je u radnom odnosu, ali 63,9 % njih primalo je ispodprosječnu plaću. Prema broju ispitanih koji su se odselili između 2013. i 2018. godine, njih više od polovice odselilo se 2016. i 2017. godine i to u Njemačku (29,6 %), Irsku (20,8 %), Belgiju (10,9 %) i Švedsku (10,3 %). Ako se tome pridoda podatak o starosti iseljenika od kojih je većina između 20 i 44 godina (Grafikon 2.), postaje jasno da Hrvatsku prati negativan trend ne jedino broja stanovnika već i nataliteta.

¹ Zbog primjene novog Zakona o prebivalištu (NN, br. 144/12. i 158/13.) podaci od 2013. uključuju osobe koje su napustile prebivalište u trajanju duljem od godinu dana radi privremenog odlaska izvan Republike Hrvatske i svoj privremeni odlazak prijavile su Ministarstvu unutarnjih poslova.

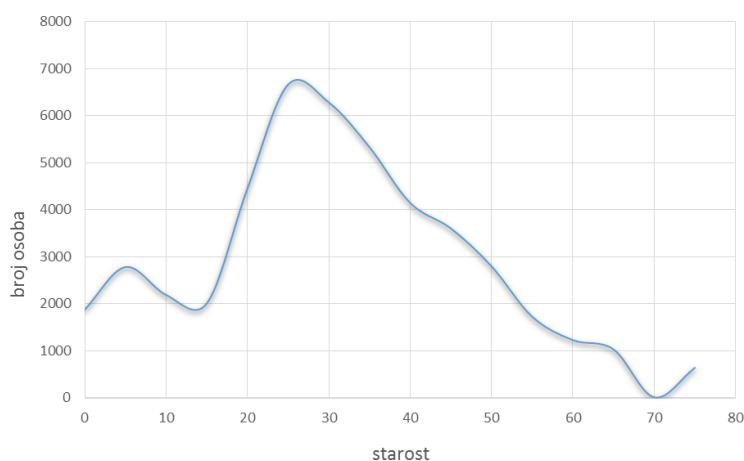
² CAWI (engl. *Computer-assisted web interviewing*) je kvantitativna istraživačka metoda koja podrazumijeva prikupljanje podataka na internetu.



Grafikon 3. Vanjska emigracija stanovništva RH od 1993. do 2017. godine³
Izvor: samostalna izrada autora temeljem podataka DZS-a (2019)

„Posljedice migracija mladih prvenstveno se očituju u demografskom karakteru stanovništva. Migracije utječu na brojnost stanovništva, na natalitet i mortalitet, te na strukturu stanovništva (demografsku, ekonomsko-socijalnu, narodnosnu i drugu). Emigriranje mladih izaziva negativne demografske trendove, prirodnu depopulaciju i povećan udio starog stanovništva“ (Peruško, 2016).

Gotovo 20 % iseljenih u 2017. godini je između 0 i 19 godina što je nešto više od 1 % ukupnog broja stanovništva Republike Hrvatske u toj dobnoj skupini.

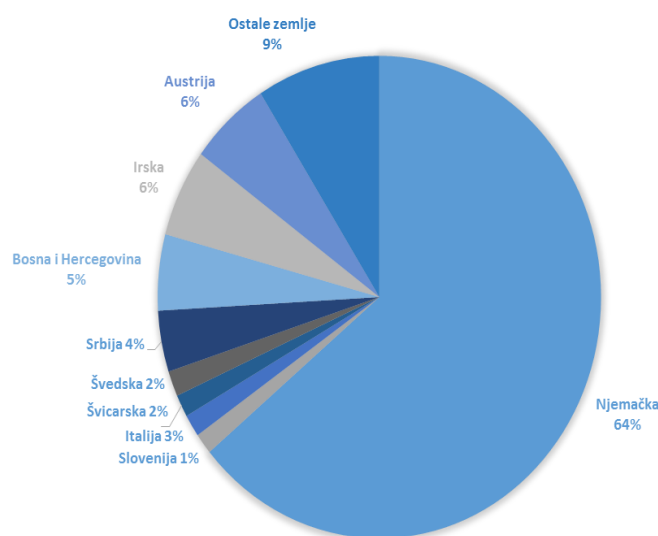


Grafikon 4. Vanjska emigracija stanovništva RH za 2017. godinu prema starosti iseljenih
Izvor: samostalna izrada autora temeljem podataka DZS-a (2019)

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, najpopularnije zemlje za iseljenje 2017. godine bile su Njemačka u koju se odselilo 64 % od ukupnog broja iseljenih iz Republike Hrvatske (Slika 1.) ili 29 053 osobe, te Austrija i Irska u koje se odselilo 6 % hrvatskih državljana, tj. 2 706 osoba svoj novi

³ Podaci statistike vanjske migracije od 2011. obrađuju se prema novoj metodologiji koja se temelji na Preporukama UN-a za statistiku međunarodne migracije i na Uredbi (EZ-a) br. 862/2007 Europskog parlamenta i Vijeća od 11. srpnja 2007. o statistici Zajednice o migracijama i međunarodnoj zaštiti.

dom pronašlo je u Austriji i njih 2 676 u Irskoj. Prema podacima Saveznog zavoda za statistiku SR Njemačke, od ulaska Hrvatske u Europsku uniju do 2017. u Njemačku se doselilo oko 200 000 hrvatskih državljana, što je gotovo 5 % ukupnoga hrvatskog stanovništva, te je naglo porastao broj hrvatskih državljana koji su stekli njemačko državljanstvo. Prema dokumentu Freizügigkeitsmonitoring: Migration von EU-Bürgern nach Deutschland (Migracija EU-građana u Njemačku), nagli porast doseljenika iz Republike Hrvatske dogodio se upravo ulaskom u Europsku uniju. Godine 2010. iz Hrvatske u Njemačku iselilo se 4 836 osoba, 2011. godine 8 089 osoba i 2012. godine 9 019., dok je 2013. broj iseljenih naglo porastao na 18 633 osobe, 2014. godine na 37 060 osoba, a 2015. i 2016. godine na 50 646, odnosno 51 163 osobe. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku iz 2016. godine, broj odseljenih hrvatskih državljana u Njemačku iznosio je 20 343 što je više od dvostruko manje od broja novoprijavljenih hrvatskih doseljenika u Njemačku iste godine. Taj podatak zapravo pokazuje da su stvarne brojke o broju iseljenih iz Republike Hrvatske daleko veće od zabilježenih.



Slika 2. Hrvatski državljani iseljeni u inozemstvo u 2017. prema zemlji odseljenja
Izvor: samostalna izrada autora temeljem podataka DZS-a (2019)

Brojna istraživanja potvrđuju da su službeni hrvatski podaci o broju iseljenih iz Republike Hrvatske nedovoljno precizni zbog velikog broja neodjavljenih građana. Primjerice, rezultati istraživanja autorica Rajković Iveta i Horvatin (2017) pokazuju da se odlazak hrvatskih državljana u Irsku ne može pratiti prema podacima Državnog zavoda za statistiku jer se „u podacima o vanjskim migracijama stanovništva prema zemljama odredišta Irska prvi put spominje tek 2016., i to s brojem od 1 915 odseljenih hrvatskih državljana, što se razlikuje od statističkih podataka Irske, prema čijoj je evidenciji iste godine u Irskoj posao namjeravalo zatražiti 5 312 hrvatskih građana“. Prema podacima Republike Irske iz travnja 2016. godine, zabilježen je porast od 430,8 % broja hrvatskih državljana u odnosu na 2011. godinu. Time su stanovnici rođeni u Hrvatskoj zabilježili najveći relativni porast između 2011. i 2016. godine od svih etničkih skupina u Irskoj. Prema podacima Republike Austrije, broj doseljenih hrvatskih državljana u Austriju u 2016. iznosio je 5 097, dok je prema podacima Državnog zavoda za statistiku, taj podatak znatno manji, samo 2 134 doseljenih hrvatskih državljana (Pokos, 2017).

Na temelju podataka za Njemačku, Austriju i Irsku, kao tri zemlje s najvećim postotkom doseljenih hrvatskih državljana za 2016. godinu, dolazi se do stvarnog stanja o broju iseljenih hrvatskih

državljana koje pokazuje da je u prosjeku 62 % više iseljenih hrvatskih državljana od službenih podataka Republike Hrvatske. Službeni podaci Državnog zavoda za statistiku navode da se u 2016. ukupno odselilo 34 815 hrvatskih državljana što bi značilo da je stvarna brojka iseljenih hrvatskih državljana za tu godinu približno 56 400. Prema istom izvoru, od ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju 2013. godine do 2017. godine Hrvatsku je napustilo 242 285 građana što je gotovo 6 % ukupnog stanovništva Republike Hrvatske.

4 Razlozi migracije

Migracija stanovništva postoji od kada je i ljudi. U današnje vrijeme kada sela izumiru, a gradovi i industrijska područja gomilaju stanovništvo, nameću se pitanja o razlozima migracija. Postoje različiti teorijski modeli koji objašnjavaju protok ljudi i kapitala, međutim ne postoji univerzalno prihvaćeni teorijski okvir koji bi objasnio migracije (Gombar, 2017).

Prema teoriji dvostrukog tržišta, uzroci migracije leže u tzv. *push* i *pull* faktorima⁴ koji djeluju u kombinaciji kao podražaji koji utječu na migracije, tj. oni su nužni motivacijski čimbenik zbog kojeg se osobe odlučuju na migraciju. *Push* faktori su skup čimbenika zbog kojih se osoba odlučuje na preseljenje, dok su *pull* faktori oni koji privlače osobu da se nastani na određenom području (Mikac i Dragović, 2017).

U istraživanju Hrvatske udruge poslodavaca među hrvatskim iseljenicima o razlozima odlaska iz Republike Hrvatske ispitanici su kao glavne razloge odlaska, odnosno *push* faktore naveli neorganiziranu i loše vođenu državu, nesposobne političare i stranke bez vizije, beznade, nepotizam, korupciju i kriminal, prepucavanje zbog prošlosti („ustaše i partizani“), nepostojanje perspektive za obitelj, rastući primitivizam, vjerska netolerancija i nacionalizam, izostanak promjena u državi i drugo. Također, 42 % ispitanika ne misli se vratiti živjeti u Hrvatsku, dok njih 20,8 % to planira tek u mirovini. Kao *pull* faktore ispitanici su naveli sljedeće: zemlja se razvija, bolja perspektiva za mene i obitelj, uređenost sustava (pravna zaštita), posao koji mi je ponuđen (poduzeće i plaća), sigurnost zemlje i okruženja, preporuka prijatelja i drugo. Može se zaključiti kako je glavni razlog odlaska nezadovoljavanje osnovnih ljudskih potreba prema Maslowljevoj hijerarhiji potreba. Veliki problem vanjske migracije je i odlazak (mladih) visokoobrazovanih ljudi iz zemlje, tzv. *odljev mozgova*. Nedostatak praktičnog iskustva i neusklađenost obrazovnog sustava s tržištem rada dovodi mlade u nepovoljni položaj na tržištu rada. U Hrvatskoj je stopa nezaposlenosti u dobnoj skupini do 25 godina u četvrtom prošlogodišnjem tromjesečju iznosila 22,7 % što je pri vrhu prosjeka Europske unije.

„Visokoobrazovani stručnjaci, znanstvenici, intelektualci i umjetnici nositelji su gospodarskoga i društvenoga razvoja svake zemlje, pa ih se zato naziva ljudskim kapitalom. Njegova je važnost društveno prepoznata tek u novije vrijeme, a predstavlja najvažniji segment koncepcije intelektualnog kapitala“ (Jambrek i Penić, 2008).

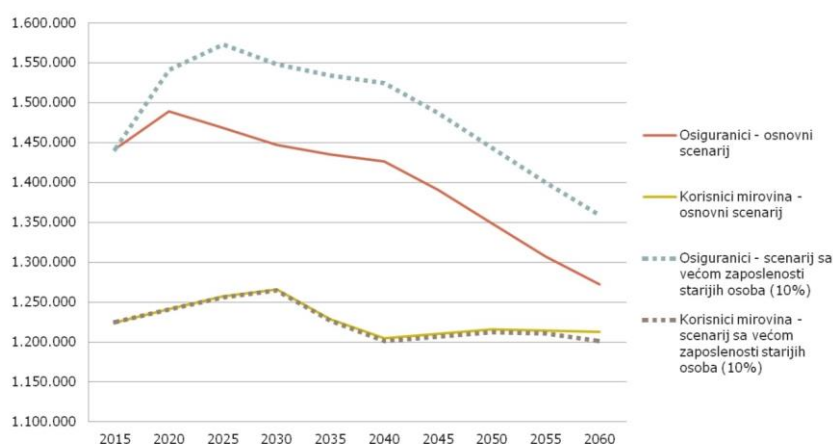
Mnoge države taj problem pokušavaju smanjiti tako da izvrsnim studentima nude stipendije, omogućuju im kvalitetno školovanje (unutar ili izvan granica njihove domovine), a dio državnoga prihoda ulažu u njihovo školovanje i profesionalno usavršavanje (Relja, Reić Ercegovac i Čerenić, 2015).

Osim stručnjaka i visokoobrazovanih pojedinaca fenomen odljeva mozgova uključuje i znanstvenike koji namjeravaju otići ili su već napustili postojeću profesionalnu poziciju unutar sustava znanosti. U odnosu na opće migracije, znanstveničke migracije specifične su naravi, odnosno „motiviranost znanstvenika za radikalnom promjenom radne i životne sredine temelji se prije svega na intrinzičnoj motiviranosti vezanoj uz profesionalne aspiracije i očekivanja, u smislu pronalaženja boljih uvjeta znanstvenog rada i stvaralaštva, karijernog uspona i postignuća, te da se motiviranost znanstvenika razlikuje od pobuđenosti ostalih emigracijskih segmenata stanovništva koji na odlazak pokreću prije svega ekonomski i/ili politički motivi – materijalni prosperitet, sigurnost i/ili sloboda“ (Golub, 2005).

⁴ Uzroci migriranja mogu se odrediti kao potisni razlozi zbog kojih pojedinci napuštaju zemlju (*push factors*) i privlačni razlozi zbog kojih pojedinci odabiru neku drugu, konkretnu zemlju (*pull factors*).

5 Budućnost Republike Hrvatske

Predviđa se da će u sljedećih trideset godina Republiku Hrvatsku napustiti 800 000 ljudi. Prema projekciji ukupnog broja i dobrog sastava stanovništva Hrvatske do 2051. (Akrap, 2015), ukupni broj stanovnika s obzirom na 2011. godinu, kada je proveden posljednji popis stanovništva, past će s 4 284 889 na 3 456 866 što je pad od 20 % stanovništva. Najveći pad broja stanovnika očekuje se u Sisačko-moslavačkoj županiji (59 %) i Ličko-senjskoj županiji (56 %). Prema dobnim skupinama, broj stanovnika od 0 do 14 godina do 2051. smanjit će se za 35 %, od 15 do 64 godina za 32 %, dok će se broj starijeg stanovništva (+65) povećati za čak 40 %. Prema podacima Ministarstva rada i mirovinskog sustava iz 2015., do 2060. očekuje se smanjenje ukupnog broja stanovnika za više od 500 000 i to smanjenje stanovništva u dobi 15 – 64 za više od 700 000 i povećanje broja stanovnika sa 65 i više godina za 300 000. Predviđaju da će u 2060. godini 30 % ukupnog stanovništva biti starije od 65, a trećina ukupnog stanovništva bit će u mirovini. Očekuju i povećan broj osiguranika do 2025. zahvaljujući povećanim stopama zaposlenosti, nastavak nepovoljnog trenda odnosa broja umirovljenika i osiguranika (prema prognozama 2060., taj bi omjer mogao pasti na 1:1,05), povećanje prosječne dobi i staža korisnika mirovina kao posljedica veće zaposlenosti starijih osoba i žena (Grafikon 3.), povećanje dobne granice za ostvarivanje mirovina (trenutačno aktualna mirovinska reforma) i smanjenje jaza između rashoda mirovine i prihoda od doprinosa u I. stup što bi trebalo dovesti do smanjivanja izdavanja iz državnog proračuna s 5 % na 1,4 % BDP-a u razdoblju 2013. – 2060.



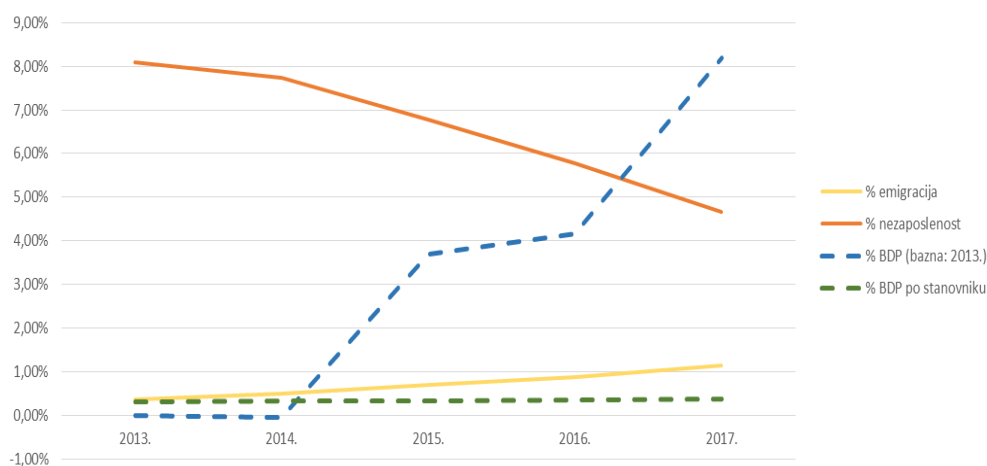
Grafikon 5. Osiguranici i korisnici mirovina 2015. – 2060.

Izvor: Ministarstvo rada i mirovinskog sustava (2015).

Zbog različitih rezultata empirijskih istraživanja utjecaj migracije na tržište rada nije u potpunosti jasan. Unatoč nekoliko desetljeća provedenih na ekonometrijskim istraživanjima o utjecaju migracija na ishode tržišta rada, većina njih usredotočena je na SAD, što ne daje pravu sliku o malim zemljama Europske unije. „Koliki je utjecaj imigracije na nadnice i zaposlenost domaćih radnika glavna je briga ekonomskih analiza, pa iako je literatura o navedenoj problematici opsežna, velik broj konceptualnih i ekonometrijskih problema označava te radove. K tome, a to se ponajviše odnosi na europske zemlje, empirijske analize nailaze na poteškoće pri prikupljanju statističkih informacija o imigrantima i njihovim karakteristikama, poput razine obrazovanja i/ili kvalifikacija, što je sve potrebno kako bi analiza bila dobro provedena. Većina donedavnih radova nalazi kako je utjecaj imigracije na nadnice i mogućnost zaposlenja domaćih radnika ili mali ili nepostojeći. Ipak, općeniti je zaključak da imigracija ima umjereno negativan, ali iznimno kompleksan utjecaj“ (Penava, 2011). U sklopu konferencije *Migracije i identitet: kultura, ekonomija, država* održane od 6. do 8. prosinca 2018. u Zagrebu zaključeno je da je za spas gospodarstva potrebno milijun novih radnika – između kritika o

rušenju cijena rada s jedne i brige o očuvanju kulturnoga identiteta s druge strane, jasno je da je potrebno donijeti pametne imigracijske politike i rušiti vlastite predrasude kako bi hrvatsko gospodarstvo opstalo. Disbalans ponude i potražnje na tržištu rada vidljiv je u sektorima poput turizma, građevine i prerađivačke industrije koji već godinama ovise o imigrantima. Knežević (2018) zaključuje da: „...što se više ljudi iseljava, kvaliteta ljudskih potencijala raste, odnosno ostaje više onih koji mogu naći posao. Prema toj korelaciji odlaze oni koji su nekompetentniji, ali strašno je da smo konkurentniji na temelju toga. Dugoročno s takvim trendom možemo imati stopostotnu zaposlenost, ali je priča svejedno katastrofična.“

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku i statistici Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, Republiku Hrvatsku prati opadanje broja nezaposlenih te povećanje BDP-a (Grafikon 4.). Pridodaju li se tome brojke o broju iseljenih hrvatskih državljana, dolazi se do znatno drugačijih rezultata. Postotak BDP-a po stanovniku ostaje više-manje jednak. Analizom udjela BDP-a po županijama vidljivo je da se nastavlja trend nejednakoga regionalnog gospodarskog razvoja zemlje. Od 2008. do 2016. godine udio BDP-a Grada Zagreba porastao je za 1,7 %, dok se udio BDP-a u čak 13 županija smanjio. Osim Grada Zagreba, udio BDP-a u nacionalnom BDP-u porastao je u četiri županije: Istarskoj s 5,9 % na 6,3 %, Dubrovačko-neretvanskoj s 2,8 % na 2,9 %, Međimurskoj s 2,2 % na 2,3 % i Zagrebačkoj županiji s 5,6 % na 5,8 %. Takav nejednak razvoj dovest će do potpunog izumiranja nekih regija i smanjenja već ionako premalo iskorištenog kapitala. Ovi podaci već sada od kreatora javnih politika zahtijevaju oblikovanje novih ekonomskih, mirovinskih, obrazovnih i općenito javnih politika na koje utječu demografske promjene.



Grafikon 6. Postotak emigracije, nezaposlenosti, BDP-a i BDP-a po stanovniku od 2013. do 2017. godine

Izvor: samostalna izrada autora temeljem podataka DZS-a i HZZ-a (2019)

Ekonomska teorija kaže da se ekonomska aktivnost odvija neravnomjerno u ciklusima polazeći kroz uzlaznu i silaznu fazu. Od vrhunca ekonomske aktivnosti do recesije i ponovnog vrhunca. Mnogobrojni ekonomski analitičari najavljuju novu ekonomsku krizu koja bi nas mogla zadesiti već 2020. godine. Navode da je Hrvatska pogođena dubokim strukturnim problemima koji se ne mijenjaju te da nema nove ekonomske politike koje bi povećale kapacitet gospodarstva da adekvatno odgovori na šokove izvana. Smatraju da se Republika Hrvatska previše oslanja na turizam koji čini petinu BDP-a, bez saznanja o potražnji u slučaju recesije. Ekonomski analitičar Brkić (2018) tvrdi da je: „...vrlo izvjesno da će se to dogoditi, pitanje je samo kada i kojim intenzitetom, jer izgleda da iz prošle krize nismo puno naučili. Nisu napravljeni veliki strukturni rezovi i reforme, što su sve izvori opasnosti za novu krizu i strah od neadekvatnosti mogućih odgovora, prije svega od svijeta politike.“ Podsjeća kako je začetak onoga što se 2008. pretvorilo u najveću ekonomsku krizu u povijesti bio poslovni model banaka, što se, dodaje, ni do danas nije bitno promijenilo. Nedostatan regulatorni okvir u tako globaliziranom svijetu, gdje se pokazalo da su financijski centri Europe, Azije i Amerike puno

povezaniji nego što se mislilo, stvorio je lančanu reakciju, a i dalje je takav u bitnim odrednicama. Ističe i problem nejednakosti siromaštva unutar samih zemalja, gdje se taj jaz još povećao, a profitirali su najbogatiji. Razina špekulacije ostala je ista, a kad se tomu dodaju geopolitičke odrednice – prijetnje protekcionizmom od SAD-a i odgovori koji slijede što od Kine što od Rusije, Japana i Europske unije, potrošači plaćaju najvišu cijenu. Ne može se sa sigurnošću utvrditi kada će doći do nove ekonomske krize, ali sigurno je – ona će doći.

6 Zaključak

Republika Hrvatska trenutačno prolazi kroz osmi iseljenički val potaknut ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju. Migracijski saldo nastavlja negativan trend – Republiku Hrvatsku je od 2013. do 2017. godine napustilo gotovo 6 % stanovništva. Unatoč vjerovanju da je većina iseljenih bez zaposlenja, 73,5 % iseljenika bilo je u radnom odnosu, no samo 36,1 % primalo je plaću iznad prosjeka. Starost iseljenika (više od polovice) u rasponu je od 20 do 44 godine, zbog čega Hrvatsku prati ne samo negativan trend opadanja broja stanovnika već i nataliteta. Razlog tome leži u nedostatku usklađenosti obrazovnog sustava s tržištem rada te nedostatak praktičnog iskustva. Rješavanje ovoga problema ulaganjem u školstvo i profesionalno usavršavanje moglo bi dovesti do smanjenja emigracije mladih obrazovanih ljudi iz zemlje. Najpopularnija zemlja za iseljenje već nekoliko godina je Njemačka, a iza nje su Austrija i Irska. Ovim radom utvrđena je nepreciznost službenih podataka Državnog zavoda za statistiku o broju iseljenih, te je na temelju istraživanja utvrđeno da je taj broj veći za otprilike 62 %. Jedinstveni sustav o prebivalištu, odnosno boravištu građana Europske unije dao bi pravu sliku o migracijama unutar Europske unije što bi dovelo i do smanjenja troškova iz državnog proračuna (npr. plaćanje naknade za nezaposlenost onima koji rade izvan granice Republike Hrvatske). Prema nekim prognozama, Republiku Hrvatsku će u sljedećih trideset godina napustiti čak 800 000 ljudi što je oko 20 % stanovništva Republike Hrvatske. Ministarstvo rada i mirovinskog sustava očekuje do 2060. smanjenje ukupnog broja stanovnika za više od 500 000 i to smanjenje stanovništva u dobi 15 – 64 za više od 700 000 i povećanje broja stanovnika sa 65 i više godina za 300 000. Predviđa se da će u 2060. godini 30 % ukupnog stanovništva biti starije od 65, a trećina ukupnog stanovništva bit će u mirovini zbog čega će morati doći do novih reformi mirovinskog sustava jer povećanje dobne granice za ostvarivanje mirovine i zapošljavanje umirovljenika s obzirom na broj zaposlenih i onih u mirovini neće biti održivo. Zbog stanja na tržištu rada, posljednjih nekoliko godina gospodarski sektori kao turizam, građevina i prerađivačka industrija ovise o imigrantima zbog čega brojni ekonomski analitičari upućuju na važnost imigrantske politike. Dio rješenja je u povećanju kvota za uvoz stranih radnika, dok dugoročno rješenje leži u zadržavanju mladih usklađivanjem tržišta rada s obrazovnim sustavom. Analizom udjela BDP-a po županijama nastavlja se trend nejednakoga regionalnog gospodarskog razvoja zemlje. Svoj udio u BDP-u najviše povećavaju Istarska županija, Dubrovačko-neretvanska županija, Međimurska županija, Zagrebačka županija i Grad Zagreb, dok se udio BDP-a u čak 13 županija smanjio te je potrebno što prije uložiti u manje razvijene regije koje bi mogle potpuno izumrijeti, a s njima i neiskorišteni kapital koji nude. Osim dugoročnih prognoza mnogobrojni ekonomski analitičari najavljuju novu ekonomsku krizu koja bi nas mogla zadesiti već 2020. godine. Navode da je Hrvatska pogođena dubokim strukturnim problemima koji se ne mijenjaju te da nema nove ekonomske politike koja može adekvatno odgovoriti na šokove izvana. Zaključno, prave dugoročne posljedice suvremenog iseljavanja na Republiku Hrvatsku osjetit će se tek nakon više desetljeća kada će se zbrajati štete uzrokovane migracijom hrvatskog stanovništva.

Literatura

Akrap, A. (2015). Demografski slom Hrvatske: Hrvatska do 2051., *Bogoslovska smotra*, 85(3), 855-868.

- DZS (2018). Migracija stanovništva Republike Hrvatske u 2017., *Priopćenje*, 20. srpnja 2018.
- Gambar, D. (2017). Utjecaj regionalnih migracija na gospodarski razvoj Republike Hrvatske, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula 2017.
- Golub, B. (2005). Napuštanje znanstvenog poziva i/ili znanstvene karijere u Hrvatskoj, *Elite znanja u društvu (ne)znanja*, Zagreb: Institut za društvena istraživanja, 185-229.
- HGK (2018). Konferencija *Migracije i identitet: kultura, ekonomija, država*, Zagreb.
- Ivanda, K. (2017). Demografija Hrvatske: stanje, zablude i perspektive, *Političke analize*, 8(31), 10-15.
- Jambrek, I., Penić, I. I. (2008). Upravljanje ljudskim potencijalima u poduzećima – ljudski faktor, motivacija zaposlenika kao najvažniji čimbenici uspješnosti poslovanja poduzeća, *Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci*, 29(2), 1181-1206.
- Jurić, T. (2017). Suvremeno iseljavanje Hrvata u Njemačku: karakteristike i motivi. *Migracijske i etničke teme*, 33(3), 337-371.
- Kanižaj, F. (2018). Suvremeno iseljavanje iz Hrvatske u Švedsku: uloga migrantskih mreža, Sveučilište u Zagrebu – Filozofski fakultet, 21-59.
- Mikac, R., Dragović, F. (2017). Masovne migracije: izazovi, posljedice i put naprijed, *Forum za sigurnosne studije*, 1(1), 130-152.
- Miljenović, A. (2013). Ekonomska kriza – pokretač transformacije profesije socijalnog rada, Pregledni članak, *Ljetopis socijalnog rada* 2013., 20(1), 51-70.
- Ministarstvo rada i mirovinskog sustava (2015). Održivost mirovinskog sustava 2015. – 2060., konferencija *Održivost mirovinskog sustava u Republici Hrvatskoj*, Zagreb, 24. veljače 2015.
- Nejašmić, I. (2014). Iseljavanje iz Hrvatske od 1900. do 2001.: demografske posljedice stoljetnog procesa, *Migracije i etničke teme*, Pregledni rad, 3(3), 405-435.
- Penava, M. (2011). Utjecaj migracija na europsko tržište rada, *Ekonomika misao i praksa*, (2), 335-362.
- Peruško, M. (2016). Uzroci emigriranja mladih, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula 2016.
- Pokos, N. (2017). Osnovna demografska obilježja suvremenog iseljavanja iz Hrvatske, *Političke analize*, 8(31), 16-23.
- Rajković Iveta, M., Horvatin, T. (2017). Suvremeno iseljavanje iz Hrvatske u Irsku s posebnim osvrtom na mlade iz Slavonije, Prethodno priopćenje, *Migracijske i etničke teme*, 33(3), 247-274
- Relja, R., Reić Ercegovac, I., Čerenić, V. (2015). Potrebe, mogućnosti i namjera odlaska u inozemstvo: analiza stavova studenata iz Splita (RH) i Sarajeva (BiH) – Needs, opportunities and intention to study abroad: the attitudes of students from Split and Sarajevo, *Andragoški glasnik*, 19(1-2, 34), 1-21.
- Tikvica, M. (2017). Hrvatsko iseljništvo: kamo su sve iseljavali Hrvati kroz povijest?, *Narod.hr*, 4. studenoga 2017.

Žabčić, R. (2007). Temeljne značajke iseljavanja hrvatskog stanovništva s posebnim naglaskom na iseljavanje u proteklih petnaestak godina, *Dve domovini • Two Homelands* 26, 97-115.

Uloga i važnost obiteljskog poduzetništva u području sportskog turizma

The role and importance of family entrepreneurship in sports tourism

dr. sc. Josip Miočić
Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Sveučilište u Zadru
josip.miocic@szgz.hr

Pregledni rad / *Review*

UDK / UDC: 334.722: <338.48:796>

Primljeno / Received: 29. kolovoza 2018. / August 29th, 2019.

Prihvaćeno za objavu / Accepted for publishing: 16. rujna 2019. / September 16th, 2019.

Sažetak: U ovome radu istražuju se dva osnovna elementa poduzetništva: obiteljsko poduzetništvo, sa svojim osnovnim značajkama i specifičnostima kao komponenta poduzetništva općenito, i obiteljsko poduzetništvo u području sportskog turizma, kao posebna grana poduzetništva nastala alociranjem proizvodnih resursa u predmetnu djelatnost – turizam, koja danas segmentalno može biti važan čimbenik za gospodarstvo Republike Hrvatske općenito. Također, utvrđuje se utjecaj obiteljskoga poduzetništva u turizmu sa stanovišta stvaranja novih smještajnih kapaciteta i rasta broja dolazaka domaćih i stranih gostiju u Zadarskoj županiji. Cilj rada je ukazati na sve veću ulogu i važnost obiteljskog poduzetništva u području sportskog turizma. Rad definira preporuke i smjernice za jači i snažniji razvoj obiteljskog poduzetništva s naglaskom na područje sportskog turizma ne bi li se omogućila bolja identifikacija, praćenje razvoja te projekcija utjecaja obiteljskih poduzeća u području sportskog turizma na gospodarstvo Republike Hrvatske.

Ključne riječi: poduzetništvo, obiteljsko poduzetništvo, sport, turizam, gospodarstvo

Abstract: This paper explores two basic elements of entrepreneurship: family entrepreneurship on the one hand, with its basic features and specificities as a component of entrepreneurship in general, and family entrepreneurship in the field of sports tourism, as a separate branch of entrepreneurship created by allocating productive resources to the subject activity - tourism, which can presently be a segmental factor for the economy of the Republic of Croatia in general. Also, the influence of family entrepreneurship in tourism is determined from the point of view of the creation of new accommodation capacities and the growth of the number of arrivals of domestic and foreign guests in Zadar County. The aim of the paper is to highlight the increasing role and importance of family entrepreneurship in the field of sports tourism. The paper defines recommendations and guidelines for stronger and vigorous development of family business with an emphasis on sports tourism in order to enable better identification, monitoring of development and projection of the impact of family businesses in the field of sports tourism on the economy of the Republic of Croatia.

Keywords: entrepreneurship, family entrepreneurship, sport, tourism, economy

1 Uvod

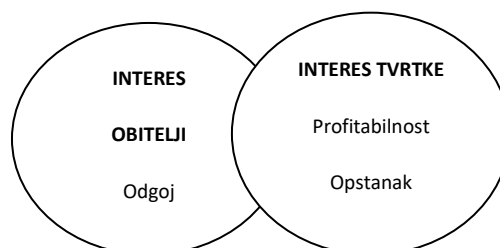
Premda danas u svijetu prevladava mišljenje da je pojmovno određenje poduzetništva utvrđeno te stoga i neosporno, to nije tako. U definiciji poduzetništva kao pojma diferenciraju se konceptualno različita stajališta. Povijesno promatrajući, germansko poimanje poduzetništva utvrđuje ga i percipira kroz moć i vlasništvo, a anglosaksonski kut poimanja kroz malo poduzeće s nečim novim, inovativnim. Danas je u suvremenom svijetu općeprihvaćen stav da je poduzetništvo praksa utemeljena na znanju kao sredstvu za postizanje ciljeva, putem nečega novog što pridonosi promjenama. Schumpeter ga promatra kao „stvaralačko uništenje“ gdje je suština sadržana u postavci raditi nešto na drugačiji način (Drucker, 1992, 33). U skladu s navedenim te prema dostupnoj literaturi, vidljivo je da postoje brojne definicije poduzetništva, s tri zajedničke karakteristike (Dollinger, 1994, 7): inovacija i kreativnost, dobitak i rizik te prikupljanje resursa i utemeljenje ekonomske organizacije. Poduzetništvo u suvremenom svijetu i ekonomskom okruženju predmet je interesa niza znanosti (najčešće društvenih, posebice ekonomije, prava itd.). Uvažavajući povijesni kontekst, sadašnje stanje i pojmovno određenje poduzetništva, valja očekivati daljnju ekspanziju poduzetništva te rasta prilagođena digitalnom dobu u kojem živimo.

2 Obiteljsko poduzetništvo

Obiteljsko poduzetništvo danas je najzastupljeniji oblik vlasničkoga organiziranja i poslovnoga upravljanja u svijetu, a sve više i u Hrvatskoj. Iako je vrlo važan dio svakoga gospodarstva, pojam obiteljske tvrtke u Hrvatskoj još uvijek nije službeno definiran, odnosno, postojeći zakonodavni okvir ne sadrži definiciju obiteljske tvrtke. Kako bi se na pravi način definirala obiteljska tvrtka, nužno je započeti s osnovnim odrednicama – obitelj i tvrtka. Na temelju navedenih odrednica može se izvući definicija po kojoj obiteljska tvrtka osigurava prihode i radna mjesta za svoje članove te je u vlasništvu obitelji. Kako bi se još preciznije definirala obiteljska tvrtka, valja uzeti u obzir kriterij tko i u kojem postotku donosi odluke, postotak vlasništva, hijerarhiju i sl. Razlog zašto trenutačno ne postoji jedinstvena definicija obiteljske tvrtke je u različitim pojavnim oblicima u kojima se obiteljska tvrtka pojavljuje.

2.1 Specifičnosti obiteljskog poduzetništva

Obiteljska tvrtka sastoji se od dvije osnovne, ali odvojene komponente: obitelji i tvrtke. Navedene se komponente u obiteljskom poduzetništvu preklapaju i svaka od njih ima svoje specifičnosti, iskazane kroz primarne funkcije i ciljeve (Slika 1.). Ciljevi mogu biti u međusobnom konfliktu ili usklađeni, što primarno utječe na navedene komponente. Ekonomski gledano funkcija tvrtke je da proizvodi dobra za zadovoljavanje potrebe tržišta, kupaca čime se osigurava profitabilnost, dobit i opstanak, dok je cilj obitelji da osigurava sigurnost i razvoj svojih članova iskazanih kroz odgoj, brigu, formiranje stavova, vještina, razvoj svakog pojedinca i sl. Uzevši u obzir navedeno, vidljiva je povezanost i zadiranje u interese obiju komponenti te je nužno prepoznati ograničenja i prihvatiti uravnoteženje tih interesa da bi se izbjeglo urušavanje.



Slika 1. Preklapanje interesa obitelji i poduzeća
Izvor: Buble i Buble (2014).

2.2 Prednosti i nedostaci obiteljskog poduzetništva

Skladni odnosi unutar obitelji temelj su svih vidova poslovanja koja obitelj vodi i gdje participira, to jest gdje se prepoznaje njezina uloga. Prema tome, obiteljske tvrtke temelje se na sljedećim prednostima: želja za očuvanjem vlasništva, obiteljska povezanost, briga za pojedinca, humanost poslovanja, očuvanje radnog mjesta, naglašavanje kvalitete, čuvanje tradicije, briga za kupca te spremnost obitelji da se odrekne osobnog dohotka u korist razvoja tvrtke. Osim prednosti valja naglasiti nedostatke obiteljskog poduzetništva koji mogu generirati niz ograničenja za razvoj obiteljskih tvrtki (Buble, Kružić, 2006). Nedostaci su iskazani kroz: miješanje obiteljskih i poslovnih odnosa, nedostatak stručnosti u upravljanju poslovanjem, rizičnost poslovanja, toleriranje nekompetentnih članova, nejasna podjela odgovornosti i rada u nedostatak vremena za obiteljski život (Gregorić, Hegeduš, Kolenko, 2018). Za tematiku rada, „posebnog je interesa važnost poduzetničke orijentacije u obiteljskim tvrtkama u turizmu, jer poduzetničke osobine – inovativnost, proaktivnost, sklonost riziku, autonomija i konkurentna agresivnost utječu na uspjeh ili neuspjeh tvrtke“ (Zellweger i Sieger, 2012). Istraživanja se trenutačno bave operacionalizacijom poduzetničkih osobina i čimbenika uspješnosti malih obiteljskih tvrtki (Berrone i sur., 2012; Zahra, Shaker i sur., 2004). Za važnost poduzetničke orijentacije u obiteljskim tvrtkama u turizmu nužno je istaknuti poduzetničke osobine kao što su: autonomija, konkurentna agresivnost, proaktivnost i inovativnost. „Trenutna relevantna istraživanja bave se operacionalizacijom poduzetničkih osobina i čimbenika uspješnosti malih obiteljskih poduzeća“ (Berrone i sur., 2012; Zahra, Shaker i sur., 2004). Prema provedenim studijama i istraživanjima veza za značaj obiteljskog poduzetništva i sportskog turizma, valja se osvrnuti na studiju iz 2004. godine procijenjeno je da sport u svojem najširem smislu generira dodatnu vrijednost od „407 milijardi eura, što čini oko 3,7 % BDP-a EU-a i zapošljava 15 milijuna ljudi ili 5,4 % radne snage EU-a“ (European Council, 2007, 11). Prema rezultatima istraživanja predstavljenih na konvenciji Sjeverno američkih turističkih udruženja 2017., utvrđeno je kako sport ostvaruje 25% svih turističkih prihoda na tom geografskom području, dok Bartoluci et al. (2007) navodi podatak kako sport ostvaruje čak 32% ukupnih turističkih prihoda na području svojeg istraživanja. U istraživanjima koja su provodili Weed i Bull 2017. smatra se kako se učinci sportskog turizma mogu promatrati kroz trend razvoja sportova koji zahtijevaju da u tim sportovima sudionici putuju, te gledatelja koji također putuju i koriste kompletnu ponudu koju nudi lokalna sredina. Autori Turco et al. (2002) i Chalip (2004) naglašavaju značaj utjecaja velikih sportskih manifestacija na lokalnu sredinu, pa tako i na obiteljsko poduzetništvo, to jest segmente vezane uz smještaj. Autorica Škorić u istraživanju iz 2006. godine, na uzorku od 400 ispitanika u Istri, utvrđuje poveznicu sporta, turizma odnosno sportskog poduzetništva.

2.3. Važnost obiteljskog poduzetništva u svjetskom gospodarstvu

Obiteljsko poduzetništvo u svjetskom gospodarstvu respektabilan je čimbenik, primarno u razvijenim zemljama s dugom tradicijom u tom segmentu, dok je vidljiv rast u zemljama u razvoju. U razvijenim zemljama niz istraživanja je posvećen obiteljskom poduzetništvu te razvoju obiteljskih tvrtki. Istraživanje Family Business International Monitora iz 2016., provedeno među osam zapadnoeuropskih zemalja, pokazalo je da udio obiteljskih tvrtki u tim zemljama prelazi 60 %. Udio radnih mjesta u obiteljskim tvrtkama kreće se između 31 % (Velika Britanija) i 61 % (Švedska). Udio obiteljskih poduzeća u SAD-u je 95 %, a udio u zaposlenosti 60 %. U tekstu se navode neki od primjera uspješnih obiteljskih poslova koji su prerasli u multinacionalne kompanije: H&M (obitelj Stefan Persson), Bauhaus (obitelj Baus), IKEA (obitelj Kampard), Heineken Holding (obitelj Heineken), Thomson Reuters (obitelj Thomson), Amway (obitelji Andel i DeVos), dm (obitelj Werner), Knauf Gips (obitelj Knauf), Barilla Fratelli (obitelj Barilla), Levi Strauss & Co. (obitelj Haas), Lego (obitelj Kristiansen) itd. Važnost obiteljskog poduzetništva iskazana je kroz činjenice da obitelj Noboa osigurava prihod za 3 milijuna od ukupno 11 milijuna stanovnika iz Ekvadora u Južnoj Americi, u Švedskoj poslovanje obitelji Wallenberg u Švedskoj kontrolira 43 % švedskoga gospodarstva itd. Tome u prilog svjedoči i činjenica da je u Europskoj uniji 85% obiteljskih poduzeća, zapošljavaju 60 % radne snage te akumuliraju 40 % do 50 % ukupnog BDP-a Europske unije (Bartok, 2018). U SAD-u se 500 najvećih tvrtki ubraja u obiteljske što čini 35 %. U Hrvatskoj se još uvijek ne

daje dovoljno pozornosti obiteljskom poduzetništvu, što je iskazano kroz neutvrđivanje pojma obiteljskog poduzetništva i tvrtki, čime je onemogućeno praćenje razvoja tih tvrtki. Kako bi se unaprijedilo hrvatsko gospodarstvo, barem segmentalno, nužno je povećati pozornost, navedenim pojmovima, jer pretpostavka da oko 50 % zaposlenih u Hrvatskoj radi u malim obiteljskim tvrtkama koja su u vlasništvu prve generacije poduzetnika koja u isto vrijeme i upravlja poduzećem (Alpeza, 2012). Valja istaknuti primjer obiteljskog poduzetništva obitelji Macola u Lici, gdje je vidljivo povećanje ostvarenja broja noćenja stranih gostiju (Jerić, 2018).

3 Proces poduzetništva u turizmu

Turizma nema bez putovanja ljudi, razmjene iskustava, boravka u različitim destinacijama, interesa, odnosno hedonizma. Definicija turizma govori da se putovanje treba odvijati izvan domicila i ne veže se uz stalni boravak ili zapošljavanje u turističkoj destinaciji. U stvaranju turističkog proizvoda ili usluge sudjeluju različite međusobno povezane i koordinirane aktivnosti i djelatnosti (npr. ugostiteljstvo, prijevoz i sl.). Stoga se nameće potreba za povezivanjem tih segmenta, gdje se otvara prostor poduzetništvu i njegovim brojnim mogućnostima i idejama. Procesi poduzetništva u turizmu su složeni, međusobno povezani, zavisni gdje svi dionici participiraju u stvaranju konačnoga turističkoga proizvoda. Većina turističkih stručnjaka smatra da je za razvoj turizma u nekoj receptivnoj zemlji bitno da raspolaže pogodnom gospodarskom infrastrukturom te da svoju aktivnost pretežno usmjeri na razvoj osnovnih razvojnih elemenata tj. na investicije kao materijalni faktor proizvedenoga društvenoga bogatstva i na zaposlenost radnih ljudi u toj oblasti (Blažević, 2007, 94). Stabilan turistički proizvod moguće je razviti samo uz kvalitetne infrastrukturne resurse, kako ljudske tako i materijalne. Posebnost u turizmu se ogleda kroz ljude, stručnjake u specifičnim djelatnostima, koji predstavljaju izrazito visok postotak vezan za uspješnost turističkog proizvoda, te potrebnu brojčanu prisutnost izraženu za komponentu ljudskog rada. Turizam je uslužna djelatnost u kojoj se proizvode usluge trgovine, prometa, ugostiteljstva i druge usluge a koje zahtijevaju posebnu strukturu i vrijednost inputa. Stoga se poduzetništvo u navedenom specifičnom području objašnjava kao proces ulaganja resursa, s ciljem ostvarivanja ekonomske koristi. Specifičnost turizma utječe na karakteristike resursa na kojima će se razvijati proces poduzetništva, a zahtjevi suvremene turističke potražnje nameću razvoj različitih aktivnosti i poslovnih procesa.

4 Primjeri obiteljskog poduzetništva kao pokretača razvoja turizma u Dalmaciji

Posljednjih godina obiteljsko poduzetništvo u turizmu Dalmacije rapidno se širi, posebice u izgradnji vila za odmor. Činjenica da se 70 % (prema podacima TZ županije) smještajnih kapaciteta nalazi upravo u obiteljskom smještaju, govori kako obiteljsko poduzetništvo danas spada u propulzivne segmente turizma (Rihelj, 2017; Muše, 2017). Iako se obiteljski biznis u turizmu oduvijek vezivao jedino uz dalmatinsku obalu i otoke, najčešće jedino u ugostiteljstvu i smještaju, to više nije tako. Obiteljske tvrtke, u punom smislu te riječi, nositelji su razvoja turizma u navedenoj geografskoj regiji, posebice u novim sadržajima. Sportski, seoski turizam, izletnički ili gastroturizam samo su neki od posebnih oblika turističke ponude obiteljskih biznisa u navedenom području. Obiteljsko poduzetništvo kao koncept i nova vrijednost svakom kupcu, odnosno krajnjem korisniku nudi individualni, personalizirani pristup i tako osigurava konkurentsku prednost na tržištu. Njegovu ulogu i važnost povezanu s činjenicom da obiteljsko poduzetništvo investira, zapošljava i pridonosi državnom proračunu, prepoznali su Vlada RH i Ministarstvo turizma te su obiteljsko poduzetništvo odredili kao jedan od strateških smjerova hrvatskoga turizma. Podrška i poticaj državnih institucija obiteljskom poduzetništvu rezultirali su brojnim pozitivnim primjerima obiteljskih biznisa u Dalmaciji. Jedan od njih je ekoselo Grabovci u Splitsko-dalmatinskoj županiji, koja je 2005. godine prva u Republici Hrvatskoj u okviru Odjela za turizam pokrenula projekt ekoetno sela. Obitelj Grabovac uložila je svoje vrijeme i energiju u oživljavanje iseljenog sela Grabovci u prošlom stoljeću. Projekt obnove sela započeo je 2006. godine i traje do danas. Nekadašnje staje i drugi seoski objekti preuređeni su u objekte za noćenje i odmor. Na temelju razvoja u Zadarskoj županiji valja spomenuti primjere Muškovaca, gdje su obiteljski poduzetnici vidjeli priliku da nevjerojatne prirodne ljepote rijeke

Zrmanje i Velebita pretvore u posao (sportski turizam) od kojega mogu živjeti. Valja istaknuti niz poduzetnika na području otoka Paga, Dugog otoka koji promocijom svojega zavičaja razvijaju poslove koji su izrazito važni za domicilnu sredinu kako u ekonomskom tako i u društvenom kontekstu (škraping, trekking itd.). Mnogo je primjera u Šibensko-kninskoj županiji i Dubrovačko-neretvanskoj, gdje su povezani klasični oblici turizma s elementima sporta, ekologije itd. (Prezentacija života na selu – Nonković, Agroturizam Laptalo, Momići-restoran Lopoč, Baćinska Jezera, Paddlesurf Baćina, Primošten burni, obiteljske tvrtke na otoku Murteru itd.). Već dulje vrijeme u navedenom području raste interes za boravak u prirodi, za otkrivanje izvornoga okruženja, kao i za druge nekonvencionalne oblike turizma s tematskim obilježjima skladno uklopljenima u okruženje. Stoga je razumljivo zanimanje državnih institucija za razvoj obiteljskih biznisa, posebice u zaleđu navedenih županija. Za takav oblik turističke ponude u okviru obiteljskoga biznisa važno je razumijevanje karakteristika tzv. „novog kupca“. Naime, procesi kao što su gospodarski razvoj, rast blagostanja, urbanizacija, starenje populacije i stasanje „tehnološke“ generacije, generiraju nove obrasce ponašanja te pojavu tzv. „novog kupca“. Riječ je o osobi s izrazitom potrebom za samodiferencijacijom koja cijeni autentičnost, izvornost i identitet te je sklona aktivnostima i iskustvima koja pridonose učenju i osobnom razvoju (Ivandić i Kunst, 2013, 14). Ako se sagledaju karakteristike novoga kupca, jasno je zašto je obiteljsko poduzetništvo prepoznato kao zamašnjak turističkog razvoja, posebice u području ekstremnih sportova. Neke od ključnih vrijednosti kojima ponuda malih obiteljskih poslova uspješno privlači potencijalne kupce podrazumijevaju privatnost, personaliziran pristup, maksimalno ugađanje, autentičnost i povratak izvornom. Važnost prepoznavanja trendova i prilagodbe specifičnosti tržišta može se vidjeti na primjeru obiteljskog poduzetništva u Podvršju kod Ražanca koje je povezalo sport, arheologiju, turizam i ekološke komponente okoliša. Važnost prepoznavanja trendova i poznavanja karakteristika novih kupaca pokazuje i primjeri obitelji Tomić s Hvara koja je zasadila novi, ekološki vinograd u uvali Vira u blizini grada Hvara ili obitelji Anić na području Ravnih kotara, koji su razvili agroturizam i povezali ga sa sportskim sadržajem. Turistička ponuda obitelji prilagođena je upravo tzv. „novom kupcu“, a na temelju znanja o njihovim karakteristikama. U tu svrhu, osim degustacije, osmišljen je i koncept edukacije o vinima za sve posjetitelje. Opisani primjer jasno prikazuje ulogu i važnost obiteljskoga poduzetništva u razvoju turizma.

5 Sport i turizam

Sve veća globalna popularnost sporta otvara velike mogućnosti poduzetništvu posebice u segmentu turizma. Sport se u suvremenom društvu ubraja u vodeće industrije koja generira „vrijednost od 407 milijardi eura, što čini oko 3,7 % BDP-a EU-a i zapošljava 15 milijuna ljudi ili 5,4 % radne snage EU-a (European Council, 2007, 11), što sport čini bitnom sastavnicom ekonomije zemalja Europske unije“ (Bartoluci i Škorić, 2009, 49). Natjecanje u sportu nije njegova jedina vrijednost, natjecanje je ekspresivan i kreativan čin u kojem se može uživati ne jedino na elitnoj razini. Interdisciplinarnost područja turizma, sporta, ekonomije, baštine itd. sugerira da je potrebno promatrati epistemsku objedinjenost područja kojim se bavi ovaj rad. Tako konstruirana područja sporta, turizma, poduzetništva ne predstavljaju nužnu sintezu za društvo u cjelini. Kod određenja pojma nužno je razlikovati poduzetništvo u sportu i sport kao poduzetničku djelatnost. Poduzetništvo u sportu obuhvaća aktivnosti usmjerene realizaciji programa gdje je sport sredstvo za ostvarivanje ciljeva. Sport kao poduzetnička aktivnost obuhvaća djelatnosti vezane uz sport, sportske djelatnosti⁵ i sportsko tržište. Stoga se poduzetništvo u sportu definira kao obuhvat poslovnih aktivnosti, koje se sportom koriste kao sredstvom koje dovodi do ostvarivanja profita. Uzevši u obzir inovativne karakteristike i postavke poduzetništva, sportska industrija i sport mogu predstavljati zlatnu nišu za razvoj poduzetništava, što je vidljivo i na primjeru financijskih obiteljskih ulaganja u nogomet npr. PSG – Francuska, Chelsea – Engleska (Buble i Buble, 2014, 297). Uzevši u obzir navedeno vezano za turizam, sport i poduzetništvo, industrije moraju povesti računa i o stručnim kadrovima, bez kojih će poslovanje u suvremenim svijetu biti nezamislivo, a sve u funkciji unaprjeđenja sporta i turizma.

⁵ Sportske djelatnosti prema Zakonu o sportu (Narodne novine 71/06) su: sudjelovanje u sportskom natjecanju, sportska priprema, sportska rekreacija, sportska poduka, organiziranje i vođenje sportskog natjecanja i upravljanje i održavanje sportske građevine.

5.1 Odnos turizma i sporta

Povezanost sporta i turizma seže u vrijeme antičke Grčke, kada su sportaši i njihova pratnja putovali na sportske „manifestacije“. Sport i turizam društvene su aktivnosti koje su se razvijale, posebice izrazito obnovom modernog olimpizma u 19. stoljeću. Uzevši u obzir društveni kontekst, sport i turizam zasebno su postali dio globalne suvremene kulture koja je usmjerena prema konzumiranju raznih turističkih proizvoda, što predstavlja značajan ekonomski čimbenik. Činjenica je da su kako zasebno tako i uzajamno „turizam i sport međuovisne pojave te da imaju brojna zajednička interesna područja“ (De Villiers, 2001). Odnos turizma i sporta na području vezanom uz istraživanje predstavlja čimbenik koji je neizostavan, te je iskazan primjerice kroz procese koji prepoznaju značaj domicilnih sredina te konzumiranja usluga koje nudi obiteljsko poduzetništvo.

5.2 Budućnost sportskog turizma i poduzetništva u Dalmaciji

Budućnost sportskog turizma i poduzetništva reflektirat će se posebice u području „ekstremnih“ i vodenih sportova gdje su ulaganja primjerena geografskom okružju i financijskom moći hrvatskoga poduzetnika (primjer obiteljsko poduzetništvo na Paklenici). „S ciljem poboljšanja ponude te daljnjeg razvoja turizma, Vlada Republike Hrvatske u travnju 2013. godine donijela je Strategiju razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Ovaj strateški dokument posebno naglašava selektivne oblike turizma među kojima je i sportski turizam!“ (Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, 2013). Uzevši u obzir navedeno te s obzirom na komparativne prednosti, sportski turizam u Dalmaciji moći će se promovirati kao jedan od značajnih proizvoda koji dodatno može pridonijeti demografskoj obnovi navedenog područja. „Kada govorimo o hrvatskom turizmu u brojkama, u prvom tromjesečju 2015. godine zabilježeno je oko 1,4 milijuna noćenja što je za 18,7 % više nego u istom razdoblju prethodne godine. Rezultat je to povećanja broja noćenja prije svega inozemnih gostiju (stopa rasta blizu 26 %), ali i ukupnih noćenja domaćih gostiju (stopa rasta 9 %). Izraženo u apsolutnim iznosima to znači da su inozemni gosti ostvarili 174 tisuće, a domaći blizu 48 tisuća više noćenja nego u istom razdoblju 2014. godine“ (Turizam u brojkama u 2015., 2016). Iz navedenog, turizam značajno utječe na gospodarstvo Republike Hrvatske, što je i izraženo u 2018. i 2017. godini, a zanimanje za dodatne sadržaje, u što se ubraja i sport, je u porastu. Zanimanje za sportske aktivnosti u svim medijima ide u prilog razvoju sportskog turizma i poduzetništva u Dalmaciji. S obzirom na suštinu poduzetništva, kako bi neko područje optimalno iskoristilo svoje resurse, u ovom slučaju resurse za razvoj sportskog turizma, mora poznavati svoju ponudu i proširiti je nečim novim što je osnova njegova funkcioniranja i razvoja. Inovativnim idejama poduzetništvo može prepoznati karakteristike buduće potražnje i pripremiti društvenu sredinu na potrebne promjene koje će dovesti do rasta odnosno profita. „Prema podacima Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka Republike Hrvatske 2002. godine sportske je manifestacije u Hrvatskoj posjetilo 91 555 posjetitelja, od čega 32 % stranih“ (Bartoluci i sur., 2007, 103). Stoga manifestacije u području sporta treba dodatni poticati, razvijati kako bi bile značajan gospodarski čimbenik u Dalmaciji, postale medijski i drugi promotor istog područja. Radi razvoja sportskog turizma u Dalmaciji valja obnoviti postojeću infrastrukturu i izgraditi suvremenu infrastrukturu i prateće sadržaje. Da bi se omogućio razvoj sportskog turizma u Dalmaciji, potrebno je medijski promicati ovaj prostor, uzevši u obzir njegove prednosti. Analiza literature i dosadašnja istraživanja pokazala su da se ulaganjem u razvoj sportskog turizma pridonosi unaprjeđenju cjelokupnog turizma. „Ekonomska osnova sportsko-rekreacijskih programa može biti nov izazov poduzetnicima za razvoj sportskog turizma“ (Bartoluci i sur., 2007), što je izraženo i za Dalmaciju uzevši u obzir navedeno u tekstu.

6 Zaključak

Pojavni oblici obiteljskog poduzetništva i suvremenog turizma najuže su vezani za turističke potrebe i turističke motive koji utječu na stvaranje različitih segmenata turističke potražnje oblikovanih poduzetništvom. Tako specifičnosti turističkih regija, kao što je Dalmacija, utječu na ponudu,

zadovoljavanje potražnje, odnosno potreba i motiva vezanih uz obilježja obiteljskog poduzetništva. Obilježje „pratećeg sadržaja“ godinama su pratili sport te posljedičnu vezu s obiteljskim poduzetništvom. Turizam je danas jedna od najznačajnijih i najpotentnijih, u smislu širenja, gospodarskih djelatnosti Republike Hrvatske, a obiteljsko je poduzetništvo njezina pokretačka snaga. Kao jedan od posebnih oblika turizma, obiteljsko poduzetništvo u području sportskog turizma može pružati ključne vrijednosti kojima u potpunosti ispunjava potrebe tzv. „novih kupaca“. Privatnost, individualan, odnosno personaliziran pristup, maksimalno ugađanje i autentičnost, samo su neke od vrijednosti kojima se obiteljska poduzeća diferenciraju na turističkom tržištu u području sporta. Posebice se valja uzeti u obzir postojeća prirodna fragmentarnost i mogućnost razvoja unutar ekoloških sadržaja u skladu sa suvremenim potrebama. Činjenica da 50 % zaposlenih u Dalmaciji radi u obiteljskim tvrtkama, kao i da je većina mikro poduzeća i malih poduzeća u Hrvatskoj obiteljska, obvezuje na kreiranje podržavajućeg okruženja za poticanje obiteljskoga poduzetništva u navedenom području i stvaranje preduvjeta za njihov kontinuitet i razvoj. Iako su ulogu i važnost obiteljskoga poduzetništva prepoznala nadležna tijela, nužno je napokon i službeno definirati pojam obiteljske tvrtke kako bi se omogućila identifikacija, praćenje razvoja i projekcija utjecaja obiteljskih tvrtki u području sportskog turizma na gospodarstvo Dalmacije. Tek nakon definiranja obiteljska bi se tvrtka u potpunosti mogla implementirati kao smjer turističkog razvoja u Dalmaciji.

Literatura

- Alpeza, M. (2012). Razvoj i održivost obiteljskih poduzeća u Hrvatskoj. Dostupno na: http://www.cepor.hr/news/obiteljska-poduzeca/FB_policy%20brief_CEPOR.pdf (pristupljeno 23. kolovoza 2019.)
- Bartok, D. (2018). Obiteljsko poduzetništvo, Veleučilište „Lavoslav Ružička“, Vukovar.
- Blažević, B. (2007). Turizam u gospodarskom sustavu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Sveučilišta u Rijeci, Opatija.
- Bartoluci, M. i sur. (2004). Management u sportu i turizmu, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb.
- Buble, M., Buble, M. (2014). Poduzetništvo, Visoka škola Aspira, Split.
- Buble, M., Kružić, D. (2006). Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RriF, Zagreb.
- Breslauer, N., Hublin, T. (2016). Utjecaj inovacijskih tehnologija na poduzetništvo, sport i turizam. U N. Breslauer (ur.), Inovacije, tehnologije, edukacija i menadžment: 4. Međunarodna konferencija, Sv. Martin na Muri, 14. i 15. travnja, 2016., Zbornik radova, 4(4). 4. Međunarodna konferencija (str. 189-194). Međimursko veleučilište u Čakovcu, Čakovec.
- Chalip, L. (2004). Beyond Impact: A General Model for Sport Event Leverage. In: B.W. Ritchie, D. Adair (eds.). Sport Tourism: interrelationships, impacts and Issues, 226-252, Channel View Publications.
- Dalmacija danas. Dostupno na: <https://www.dalmacijadanas.hr/4-regionalni-forum-obiteljskog-smjestajaokupio-brojne-domacine> (pristupljeno 2. veljače 2018.)
- De Villiers, D. (2001). Sport and tourism to stimulate development, Address at the World Conference on Sport and Tourism, Barcelona.
- Dollinger, J. M. (1994). Entrepreneurship – Strategies and Resources, Richard D. Irwin, Inc., Burr Ridge, Illinois.

Drucker, F. P. (1992). *Inovacije i poduzetništvo*, Zagreb: Globus.

Gatewood, D. R., Taylor, R. R., Ferrell, C.O. (1995). *Management – Comprehension, Analysis and Application*, Richard D. Irwin, Austen Press, Chicago.

Gregorić, M., Hegeduš, I., Kolenko, K. (2018). Važnost inovacija i poduzetništva za ekonomski razvoj Republike Hrvatske, *Obrazovanje za poduzetništvo – E4E*, 8 (Special issue/Posebna), 23-43. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/196926> (pristupljeno 27. kolovoza 2019.)

Ivandić, N., Kunst, I. (2013). Nacionalni program razvoja malog obiteljskog hotelijerstva. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/arhiva/007_160128_moh.pdf (pristupljeno 4. veljače 2018.)

Jerić, M. (2018). Utjecaj smještajnih jedinica na posjećenost NP Plitvičkih jezera, Zadar, *Oeconomica Jadertina*, 2, 22-33.

Ministarstvo turizma (2013). *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*, Ministarstvo turizma, Zagreb. Dostupno na: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf> (pristupljeno 22. kolovoza 2016.)

Ministarstvo turizma (2016). *Turizam u brojkama 2015.*, Ministarstvo turizma, Zagreb. Dostupno na: <http://www.iztg.hr/UserFiles/file/institut/Hrvaskiturizam-u-brojkama-2015-Broj-01.pdf> (pristupljeno 22. lipnja 2016.)

Petrović, M., Knezović, D., Todorović, M. (2017). Sportski turizam kao komponenta razvoja održivog poduzetništva. *Obrazovanje za poduzetništvo – E4E*, 7(1), 81-89. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/183419>

Rihelj, G. (2017). Veliki interes za 3. regionalni Forum obiteljskog smještaja Splitsko-dalmatinske županije. Dostupno na: <http://hrturizam.hr/veliki-interes-za-3-regionalni-forum-obiteljskog-smjestajasplitsko-dalmatinske-zupanije/> (pristupljeno 30. siječnja 2018.)

Stepić, K. (2016). *Razvoj sportsko-rekreacijskog turizma na području Slunja*. Završni rad, Veleučilište u Karlovcu. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:128:492433>

Škorić, S. (2006). *Razvoj sportsko-rekreacijskog turizma na području Istre*, Magistarski rad, Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

Turco, D. M., Riley, R., Swart, K. (2002). *Sport tourism*. Morgantown: Fitness Information Tehcnology, Inc. Vukonić, B. & Cavlek, N. (ur.)

Udovičić, A. (2011). Malo i srednje poduzetništvo u Hrvatskoj s osvrtom na obiteljsko poduzetništvo, *Učenje za poduzetništvo*, 1(1), 405-416. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/130171> (pristupljeno 27. kolovoza 2019.)

Weed, M., Bull, Ch. (2004). *Sports tourism – participants, policy and providers*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington.

Investiranje u investicijske fondove rizičnog kapitala u zemljama Srednje i Istočne Europe

Investing in venture capital funds in the countries of Central and Eastern Europe

KARMEN PRTENJAČA MAŽER

Odjel za ekonomiju
Sveučilište u Zadru
Splitska 1, 23000 Zadar
Republika Hrvatska
karmenprtenjaca@yahoo.com

Pregledni rad/ Review

UDK / UDC: 330.32:336.714>(4-11) (4-191.2)

Primljeno / Received: 26. svibnja 2019. / May 26th, 2019.

Prihvaćeno za objavu / Accepted for publishing: 09. srpnja 2019. / July 9th, 2019.

Sažetak: Investicijski fondovi rizičnog kapitala važan su dio financijskog sustava s obzirom na to da osiguravaju kapital tvrtkama koje nemaju dovoljno vlastitog kapitala i ne mogu sklopiti optimalne financijske aranžmane s drugim financijskim posrednicima. Za osnivanje investicijskog fonda rizičnog kapitala potrebna su financijska sredstva prikupljena iz različitih izvora. Cilj rada je prikazati investiranje u fondove rizičnog kapitala u zemljama srednje i istočne Europe (CEE) koje znatno zaostaje u odnosu na ostatak Europe. Problem s kojim se susreću fondovi rizičnog kapitala u zemljama CEE-a je to što investitori ne ulažu u fondove rizičnog kapitala zbog visoke razine korupcije, straha od nesređenih imovinsko-pravnih odnosa, kao i zbog nedovoljnog znanja lokalnih poduzetnika koje dovodi do lošeg korporativnog upravljanja. Rezultati su pokazali da strani investitori još uvijek ne pokazuju dovoljan interes za ulaganje u investicijske fondove rizičnog kapitala u zemljama CEE-a. S obzirom na to da nedostaje sredstava za investiranje u fondove rizičnog kapitala, oni se ne razvijaju kao u ostatku Europe. Time je i potražnja za takvom vrstom financiranja od poduzetnika u zemljama CEE-a ograničena.

Ključne riječi: investiranje, indeks korupcija, zakonska ograničenja, investicijski fondovi rizičnog kapitala, srednja i istočna Europa, Hrvatska

Abstract: Venture capital investment funds are an important part of the financial system since they provide capital to companies that do not have enough equity and cannot stipulate optimal financial arrangements with other financial intermediaries. Setting up a venture capital investment fund requires funding raised from a variety of sources. The aim of the paper is to present investment in venture capital funds in the countries of Central and Eastern Europe (CEE), which is significantly behind the rest of Europe. The problem faced by venture capital funds in CEE countries is that investors do not invest in venture capital funds because of the high level of corruption, fear of unsettled property law aspects, and lack of knowledge of local entrepreneurs leading to poor corporate governance. The achieved results show that foreign investors still do not show sufficient interest in investing in venture capital funds in CEE countries. Given the lack of funds to invest in venture capital funds, they are not developing as in the rest of Europe and thus the demand for this type of financing by entrepreneurs in CEE countries is limited.

Keywords: investment, corruption index, legal restrictions, venture capital investment funds, Central and Eastern Europe, Croatia

1 Uvod

Ulaganje u rizični kapital smatralo se investiranjem velikog rizika, ali i velike zarade. Ulagачi su direktno ulagali svoja sredstva, bez posrednika, te su tako imali veću kontrolu nad uloženim sredstvima za razliku od ulaganja u mirovinske fondove. Ulaganje u rizični kapital neke tvrtke dugoročna je investicija, koja sa sobom nosi uglavnom veliki povrat, ali i veliki rizik što nije karakteristika ulaganja u mirovinske fondove. Upravo zbog velikog rizika od povrata investicije, ulaganje mirovinskih fondova je zabranjeno ili ograničeno.

U Sjedinjenim Američkim Državama (SAD) 1979. godine donesen je *prudent man rule* – amandman kojim su mirovinskim fondovima ukinute restrikcije ulaganja u investicijske fondove rizičnog kapitala. Stoga oni postaju njihovi najvažniji investitori, što su ostali do danas. U SAD-u se bilježi porast udjela mirovinskih fondova i zaklada kao investitora, te pad udjela osiguravajućih društava i banaka. Pravilo *prudent man* prihvale su, nakon SAD-a, i druge zemlje, da bi konačno zaživjelo i u europskom zakonodavstvu u direktivi 2003/41/EC, poznatoj pod nazivom *European Pension Fund Directive*. Unatoč spomenutoj direktivi, mirovinski fondovi još uvijek ne ulažu dovoljno sredstava u investicijske fondove rizičnog kapitala u zemljama srednje i istočne Europe (CEE).

Zaklade kao investitori investicijskih fondova rizičnog kapitala prisutne su uglavnom u SAD-u, a manje u ostatku svijeta. Usprkos konzervativnim načelima ulaganja sredstava, osiguravajuća društva bila su i ostaju jedan od važnijih investitora u rizični kapital. U interesu zaštite njihovih klijenata osiguranika, zakoni svih zemalja propisuju ograničenja ulaganja u postocima, što se vrlo strogo kontrolira putem nadzornih državnih agencija. S obzirom na to da su mirovinski fondovi pod kontrolom državnih agencija, bilo kakvo financiranje koje u sebi sadrži viši stupanj rizika, bez obzira na količinu povrata, je zabranjeno jer su sredstva mirovinskih fondova u vlasništvu građana pojedinaca, nastala dugogodišnjom štednjom građana, stoga je važnija sigurnost investicija nego eventualno veći rizik koji bi donosio i veći povrat.

Upravo je to jedan od problema za razvoj ulaganja u rizični kapital CEE-a. Velike količine novca zarobljene su u institucijama koje su u državnom vlasništvu, u ovom slučaju mirovinskim fondovima, koji su ili u vlasništvu države ili su pod kontrolom države.

U razvijenim gospodarstvima ulaganje u privatni vlasnički i rizični kapital (PE/VC) element je financijskog tržišta koji može znatno pridonijeti razvitku onoga dijela gospodarstva kojem je financiranje zaduživanjem ili emisijom dionica nedostupno ili teško dostupno. To su ponajprije nove tvrtke, inovativne brzorastuće tvrtke, tvrtke u procesu restrukturiranja i sl.

U Hrvatskoj je, međutim, domaća industrija privatnog vlasničkog i rizičnog kapitala još razmjerno nerazvijena, a strani ulagači u privatni vlasnički i rizični kapital također nisu pronašli dovoljan razlog da svoja ulaganja usmjere u Hrvatsku.⁶

Zbog slabe razvijenosti rizičnog kapitala u CEE-u u usporedbi s Europom i ostatkom svijeta, u ovome radu iznosi se problematika prikupljanja sredstava za investiranje u investicijske fondove rizičnog kapitala u zemljama CEE-a s osvrtom na Hrvatsku. Mnogo je razloga zašto zemlje CEE-a nisu atraktivne za strane investitore, a kao najznačajnije iznosi se visok stupanj korupcije, zakonska ograničenja koja onemogućuju ili ograničavaju investiranje sredstava u fondove rizičnog kapitala, nesređeni imovinsko-pravni odnosi i loše korporativno upravljanje.

2 Pregled dosadašnjih istraživanja

Mnogo je radova napisano na temu razvoja fondova rizičnog kapitala u zemljama CEE-a, no investiranje u fondove nije pokriveno značajnom literaturom. Groh i suradnici (2008) u radu pod nazivom: „The Attractiveness of Central Eastern European Countries for Venture Capital and Private

⁶ Đurđica Ognjenović: Hrvatska industrija rizičnog kapitala – realna i neiskorištena opcija financiranja tvrtki u razvoju. Sažetak predavanja polaznicima doktorskog studija za financije na Sveučilištu u Trstu, u sklopu suradnje ZSEM-a i Škole za financije, Sveučilišta Trstu

Equity Investors“ osvrću se na privlačnost zemalja CEE-a za ulagače u fondove rizičnog kapitala izgradnjom složenog indeksa. U radu su identificirali šest skupina atraktivnosti za zemlje CEE-a. Usporedili su indeks sa stvarnim aktivnostima prikupljanja sredstava u pojedinim zemljama i otkrili razumnu korelaciju obje brojke. Rezultati su istaknuli prednosti i slabosti pojedinih gospodarstava i dali smjernice za poboljšanja politike. Atraktivnost svake zemlje ovisi o očekivanjima institucionalnih investitora iz lokalnih PE i VC fondova, tj. njihovoj sposobnosti da naprave dovoljan broj investicija sa zadovoljavajućim rizikom i povratom, tj. privlačnost pojedine regije ovisi o adekvatnim mogućnostima ulaganja.

Groh i suradnici (2008) u drugom radu pod nazivom „International allocation determinants of institutional investments in venture capital and private equity limited partnerships“ ispitali su odrednice o alokaciji međunarodnog kapitala u fondove rizičnog kapitala. Analiza je provedena upitnikom namijenjenom potencijalnim investitorima, privatnim poduzetnicima širom svijeta.

Preko upitnika ispitanici su pokazali koji su kriteriji za međunarodnu raspodjelu sredstava. Osnovni kriterij je zaštita imovinskih prava, slijedi potreba za pronalaženjem kvalitetnih lokalnih partnera, kao i kvaliteta upravljanja investicijom te vještine lokalnih poduzetnika, dok se ulagači najviše boje podmićivanja i korupcije. Javno financiranje i subvencije ne igraju nikakvu ulogu u procesu međunarodne dodjele. Dakle, privatni novac ne prati javni novac.

Isti su autori 2008. godine u radu pod nazivom „Limited partners perceptions of Central Eastern European venture Capital and Private Equity market“ analizirali ograničenja koja dovode do slabog investiranja u fondove rizičnog kapitala u zemljama CEE-a. Autori su i u ovome radu primijenili metodu upitnika. Dobivene rezultate su obradili i zaključili da se privatni poduzetnici u ovome dijelu Europe najviše boje rizika gubitka zaštite svojih prava prilikom ulaganja u fondove rizičnog kapitala, slijedi strah od nedovoljnog znanja lokalnih investitora, kao i od nedovoljno razvijenog tržišta kapitala. Unatoč tome privatni poduzetnici su zadovoljni povijesnim podacima o omjeru rizika i povrata od investicije u ovim zemljama. Općenito, regija je vrlo povoljno rangirana u usporedbi s drugim regijama u nastajanju, a posebice s obzirom na svoju gospodarsku i poduzetničku aktivnost.

Diacounu (2017) u svojem radu pod nazivom „Private equity market developments in Central and Eastern Europe“ dolazi do zaključka i da je glavni razlog nedostatka investiranja u fondove rizičnog kapitala niz ograničenja specifičnih za regiju CEE-a, posebice nedostatak lokalnih investitora, visok rizik koji strani ulagači doživljavaju i nedovoljno financiranje zajmom za transakcije s privatnim kapitalom. Ulagачi se često žale na spore pravne i regulatorne procese, na neiskusno i nedovoljno stručno pravosuđe i birokraciju. Uobičajene prepreke koje sprječavaju domaći kapital da ulaže u privatne dioničke fondove su birokracija, nedostatak tržišnih prilika, slabi stečajni okvir i prepreke za pokretanje poslovanja. U nekim zemljama taj popis uključuje i grabežljive dužnosnike, zlouporabu dioničara, slabu licencu i neizvjesnu provedbu zakona. Donositelji politika diljem regije još uvijek moraju posvećivati više pozornosti specifičnim potrebama privatnog sektora kapitala i rješavati prepreke njegovu razvoju

3 Metode istraživanja primijenjene u radu

Postoji niz radova o razvoju fondova rizičnog kapitala u zemljama CEE-a, a ovaj rad govori o investiranju, tj. prikupljanju sredstava za investiranje u fondove rizičnog kapitala. U radu se analizira investiranje u fondove rizičnog kapitala u zemljama CEE-a i Hrvatskoj od 2014. do 2017. godine, koje nije dovoljno pokriveno u trenutačnim istraživanjima.

Hipoteza rada je da prikupljanje sredstava za investiranje u investicijske fondove rizičnog kapitala u zemljama CEE-a nije dovoljno razvijeno i zaostaje za ostatkom Europe.

Hipoteza rada obranjena je analizom sekundarnih izvorima podataka, primjenom relevantnih znanstvenih i istraživačkih metoda od kojih su najvažnije: indukcija, dedukcija, kompilacija i usporedba. Glavni izvor je baza podataka Invest Europe o ulaganjima u privatno vlasništvo CEE-a. Baza podataka je statistička platforma koja prati razvoj privatnog i rizičnog kapitala u dvadeset pet europskih zemalja. Opseg investiranja u privatni kapital u CEE-u i Hrvatskoj prikazani su analizama, grafikonima i usporedbama.

Uz ovu bazu podataka u radu se koristi statistička bazapodataka European Private Equity Activity 2018 Statistics Report. European data cooperative (EDC) je baza podataka koja prikuplja podatke iz 3300 tvrtki, 9000 fondova, 70 000 portfelj kompanija, 255 000 transakcija.

Autorica je prikupila i sistematizirala podatke o dinamici investiranja u fondove rizičnog kapitala u zemljama Europe, s posebnim naglaskom na zemlje CEE-a i Hrvatsku od 2014. do 2017. godine. U članku se razmatra visina investiranja u fondove rizičnog kapitala te se pokušava utvrditi čimbenike koji negativno utječu na investiranje viška sredstava u fondove kako bi prikupljena sredstva plasirali u razvoj poduzeća.

U radu je primijenjen Pearsonov koeficijent korelacije i Spearmanova rang korelacija za ispitivanje povezanosti između indeksa korupcije i investicija zemalja Europe. T-Test i Mann-Whitneyjev U test upotrijebljeni su da bi se veličine indeksa korupcije i investicija u zemljama CEE-a usporedile s ostalim zemljama Europe za koje su bili dostupni isti navedeni podaci. Testovima je dokazana poveznica između indeksa korupcije i investicija i razlika u indeksima korupcije na investicije u zemljama EU-a i utjecaj na zemlje CEE-a.

3.1 Analiza investiranja u investicijske fondove rizičnog kapitala u zemljama CEE-a

Ukupne investicije u fondove rizičnog kapitala u Europi 2019. godine dosegnule su 97,3 milijarde eura što je najveća razina investicija od 2006. godine. Broj fondova koji su prikupili novi kapital pao je za 5 % na 581. Unatoč tom padu ostvarili su 13 % bolji rezultat od godišnjeg prosjeka.

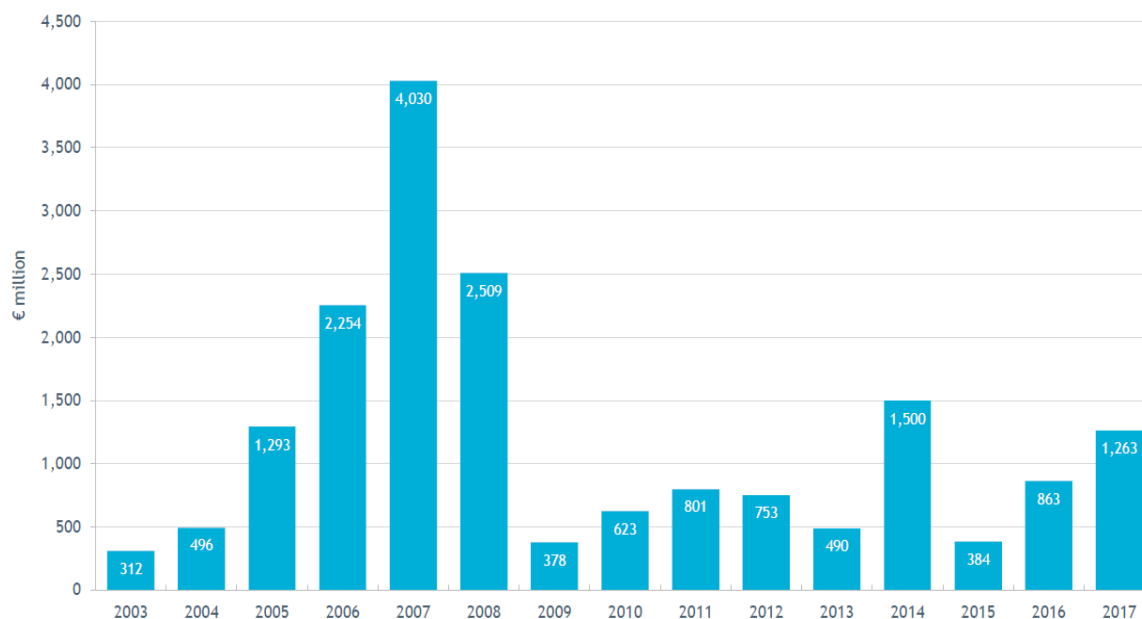
Tablica 1. Prikupljena sredstava u investicijske fondove rizičnog kapitala u 2018.

Izvor: Izvještaj o aktivnostima fondova rizičnog kapitala u Europi (2018)

2018.	Svi fondovi rizičnog kapitala	Rizični kapital	Buyout	Rast
Prikupljena sredstva	97,3 mlrd eur	11,4 mlrd eur	66,5 mlrd eur	7,8 mlrd eur
Broj fondova	581	229	108	110
Zatvaranje- kumulativni iznos	89,1 mlrd eur	8,6 mlrd eur	72 mlrd eur	3,4 mlrd eur
Zatvaranje- broj fondova	199	93	57	27

Mirovinski fondovi u Europi najznačajniji su ulagači u fondove rizičnog kapitala. U 2018. godini ukupno su investirali 31 % kapitala, zatim su sudjelovali privatni fondovi rizičnog kapitala s 18 %, privatni poduzetnici i individualni investitori s 11 %, osiguravajuće kuće s 11 %, državni fondovi sa 7 %, ostali s 22 %.

U CEE-u je 2017. godine ukupno prikupljeno 1,26 milijardi eura sredstava za ulaganje u fondove rizičnog kapitala, snažan rezultat i povećanje od 46 % na godišnjoj razini. Za usporedbu, u 2017. godini prikupljanje sredstava za investicije poraslo je za 12 % u cijeloj Europi i dosegnulo je iznos od 91,9 milijardi eura.



Grafikon 1. Godišnje investicije u fondove rizičnog kapitala u CEE-u (2003. – 2017.)

Izvor: Invest Europe/EDC podaci za 2007. – 2017.

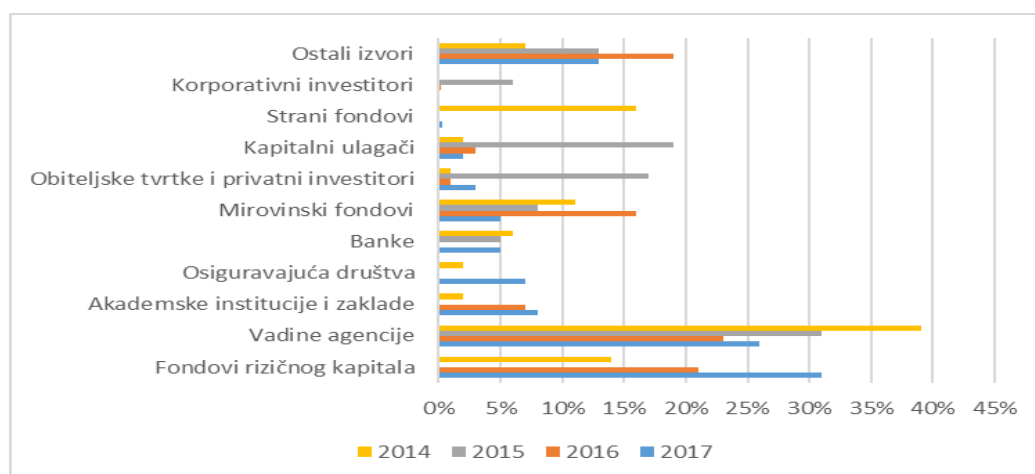
U 2017. godini glavni izvor sredstava prikupljen je od investitora izvan regije CEE-a. Njihov udjel u investicijama čini 38 % ukupnog prikupljenog kapitala. Od svih investitora izvan regije najviše kapitala pristiglo je od investitora izvan Europe (26 %) i to uglavnom iz SAD-a. Domaći izvori kapitala u CEE-u čine 24 % ukupno prikupljenih sredstava.

Tablica 2. Ukupno prikupljena sredstva u 2016. i 2017. godini u zemljama CEE-a

Izvor: Invest Europe/EDC podaci za 2016. i 2017. godinu

Fondovi rizičnog kapitala u zemljama CEE	Iznos (mil. €)	Broj fondova	Iznos (mil. €)	Broj fondova
Početna faza fonda	78,912	3	87,2	2
Kasnija faza fonda	0	0	0	0
Fondovi (sve faze)	60,63	2	47,619	1
Ukupno fondovi	139,542	5	134,819	3
Rastući kapital	30,5	1	0	0
Buyout	82	1	999,602	2
Mezzanine financiranje	0	0	0	0
Općenito	103,669	3	0	0
Ukupan iznos prikupljenih sredstava	355,711	10	1,134,421	5

Fondovi rizičnog kapitala bili su najveći izvor kapitala koji čine 31 % kapitala regije CEE-a 2017. godine, slijede vladine agencije (26 %), akademske institucije i zaklade (8 %), osiguravajuća društva (7 %) te ostali (28 %).



Grafikon 2. Izvori prikupljenog kapitala u zemljama CEE-a (2014.– 2017.) u postocima
Izvor: Izvještaj o aktivnostima fondova rizičnog kapitala u Europi (2018)

3.2 Primjena statističkih metoda analize i rezultati

Indeks korupcije rangira 180 zemalja temeljem percipiranih razina korupcije u javnom sektoru pri čemu se koristi ljestvica od 0 do 100, gdje 0 predstavlja vrlo korumpiranu zemlju te vrijednost 100 zemlju bez korupcije. Prema izvještaju Transparency International za 2017. godinu, Novi Zeland i Danska zauzimaju najviše mjesto s ocjenama 89 i 88. Sirija, Južni Sudan i Somalija imaju najniži rang s ocjenama 14, 12 i 9. Najuspješnija regija je zapadna Europa i Europska unija s prosječnom ocjenom 66. Najgore su regije srednja i istočna Europa (43), Srednja Azija (prosječna ocjena 34), supsaharska Afrika (prosječna 32).

Tablica 3. Indeks korupcije zemalja CEE-a u 2017. godini.
Izvor: Transparency International (2017)

Zemlja	ISO3	Regija	Indeks Korupcije; 2017	Rang	Odstupanja	Niski IK	Visoki IK	Izvor
Estonija	EST	WE/EU	71	21	2,21	67	75	10
Slovenija	SVN	WE/EU	61	34	2,78	56	66	10
Poljska	POL	WE/EU	60	36	1,36	58	62	10
Litva	LTU	WE/EU	59	38	2,21	55	63	9
Latvija	LVA	WE/EU	58	40	3,21	53	63	9
Češka	CZE	WE/EU	57	42	1,98	54	60	10
Slovačka	SVK	WE/EU	50	54	3,32	45	55	9
Hrvatska	HRV	WE/EU	49	57	2,64	45	53	10
Rumunjska	ROU	WE/EU	48	59	3,12	43	53	10
Mađarska	HUN	WE/EU	45	66	2,89	40	50	10
Bugarska	BGR	WE/EU	43	71	2,66	39	47	10
Srbija	SRB	ECA	41	77	2,8	36	46	8
Ukrajina	UKR	ECA	30	130	2,27	26	34	9
SVJETSKI PROSJEK			43,07					

Uzimajući u obzir važnost indeksa korupcije kojim se koriste strani investitori prilikom donošenja odluke o investiranju u pojedine zemlje, indeks korupcije u radu uzet je kao vrlo bitan čimbenik za usporedbu razine investicija u fondove rizičnog kapitala u Europi.

U radu su primijenjene statističke metode, Pearsonov koeficijent korelacije, Spearmanova rang korelacija te Mann-Whitneyjev U test. Testovima je dokazana povezanost indeksa korupcije i investicija, te usporedba indeksa korupcije i investicija u fondove rizičnog kapitala u zemljama CEE s ostatkom Europe. T-testom uspoređivani su indeksi korupcije zemalja CEE-a i ostatka Europe (Tablica 4.). Usporednim podacima dobivene su značajne razlike u indeksu korupcije između ovih dviju varijabli, odnosno da zemlje CEE-a imaju niži indeks korupcije u odnosu na ostatak zemalja Europe pri čemu 0 znači vrlo korumpiran, a 100 znači zemlja bez korupcije.

Tablica 4. Usporedba indeksa korupcije zemalja CEE-a i ostatka Europe
Izvor: autor (2019)

Varijable	Ostale zemlje Europe	CEE	t	df	p	N (ostale zemlje)	N (CEE)	Std.Dev. (ostale zemlje)	Std.Dev. (CEE)	F-ratio	p
INDEKS KORUPCIJE u 2016.	M = 72,85	M = 51,69	4,53***	31	0,000	20	13	14,4123	10,719	1,80781	0,29543
INDEKS KORUPCIJE u 2017.	M = 72,8	M = 51,69	4,89***	31	0,000	20	13	12,9233	10,719	1,45356	0,51287

Napomena: *** $p < .001$

Nakon što su ustanovljene značajne razlike u indeksu korupcije između zemalja, u radu se uvrstila kao dodatna varijabla za analizu razlike u iznosu investicija u fondove rizičnog kapitala. Mann-Whitneyjevim U testom provedena je usporedba prikupljenih sredstava za investiranje u fondove rizičnog kapitala (Tablica 5.). Usporedba je obuhvatila posebno zemlje CEE-a u odnosu na zemlje u ostatku Europe. Pri usporedbi uzete su u obzir zemlje za koje su bili dostupni podaci o investiranjima za 2016. i 2017. godinu. Uočene su značajne razlike u iznosu prikupljenih sredstava u drugim državama Europe u odnosu na zemlje CEE-a u 2017. godini, ali ne i u 2016. godini. U 2017. godini prikupljena su sredstva viša u ostalim zemljama u odnosu na zemlje CEE-a.

Tablica 5. Rezultati Mann-Whitneyjeva U testa za usporedbu prikupljenih sredstava u zemljama CEE-a i ostatku Europe u 2016. i 2017. godini
Izvor: autor (2019)

Varijable	Suma rangova	Suma rangova	U	Z	p-value	Z	p-value	Valid N	Valid N	Dvosmjerni
U milijunima EUR	drugi	CEE				korigirani		drugi	CEE	točan p
Prikupljena sredstva na milijun stanovnika 2016.	80	151	44	-0,54316	0,587023	-0,54316	0,587023	8	13	0,595066
Prikupljena sredstva na milijun stanovnika 2017.	227	124	33	2,615385**	0,008913	2,615385**	0,008913	13	13	0,007244

Napomena: ** $p < .01$

Povezanost indeksa korupcije i investicija u fondove rizičnog kapitala na milijun stanovnika prikazan je Pearsonovim koeficijentom korelacije (zbog velikog odstupanja u iznosu investicija isključen je Island u 2016. godini i Luksemburg u 2017. godini). Uočene su značajne korelacije na razini $p < .01$ za 2017. godinu te dobiveni rezultati upućuju na to da što je u zemljama viši indeks korupcije, viši je i udio prikupljenih sredstava za investiranje u fondove rizičnog kapitala (Tablica 6.).

Tablica 6. Pearsonovi koeficijenti korelacije između indeksa korupcije i prikupljenih sredstava u 2016. i 2017. godini
Izvor: autor (2019)

	INDEKS KORUPCIJE u 2016.	INDEKS KORUPCIJE u 2017.
Prikupljena sredstva u 2016. bez ISLANDA	0,1922	0,2167
	$p = ,417$	$p = ,359$
Prikupljena sredstva u 2017. bez LUKSEMBURGA	0,5848**	0,584**
	$p = ,007$	$p = ,007$

Napomena: ** $p < .01$

Dodatnom analizom Spearmanova koeficijenta rang korelacije (uključene su sve zemlje u 2016. i 2017. godini) dobivene su značajne korelacije kao kod Pearsonova koeficijenta korelacije, odnosno potvrđeno je da zemlje u kojim je indeks korupcije viši, ujedno imaju viši udio prikupljenih sredstava za investiranje u fondove rizičnog kapitala.

Tablica 7. Odnos korupcije i prikupljenih sredstava u 2016. i 2017. godini
Izvor: autor (2019)

Varijable	Valid N	Spearman R	t(df = N-2)	p
Prikupljena sredstva na milijun stanovnika i Indeks korupcije u 2016. godini	21	0,190383	0,845323	0,40845
Prikupljena sredstva na milijun stanovnika 2016. godini i Indeks korupcije u 2017. godini	21	0,202729	0,902414	0,378135
Prikupljena sredstva na milijun stanovnika u 2017. godini i Indeks korupcije u 2016. godini	26	0,699059	4,789331***	0,000071
Prikupljena sredstva na milijun stanovnika i Indeks korupcije u 2017. godini	26	0,72385	5,139624***	0,000029

Napomena: *** $p < .001$

4 Investicijski fondovi rizičnog kapitala u Hrvatskoj

Private equity (PE) i Venture capital (VC) fondovi u hrvatskom zakonodavstvu nazivaju se otvorenim investicijskim fondovima rizičnog kapitala s privatnom ponudom. Iako sami fondovi nemaju pravnu osobnost (njima upravljaju društva za upravljanje), obično se upravo njih ističe kao „igračke“ koji upravljaju znatnom količinom kapitala. Ulažu u perspektivna poduzeća s visokim potencijalom rasta na srednji i dugi rok (prosječno pet godina) s jasno definiranom izlaznom strategijom.

Do stupanja na snagu novog Zakona o investicijskim fondovima, poslovanje fondova rizičnog kapitala u Hrvatskoj nije bilo zakonom regulirano. Fondovi su do stupanja Zakona (početak 2006. godine) djelovali iz inozemstva, a u Hrvatskoj su poslovali posredstvom neke domaće tvrtke koja je tražila potencijalne kandidate za investiranje i obavljala transakcije vezane za ulaganja.

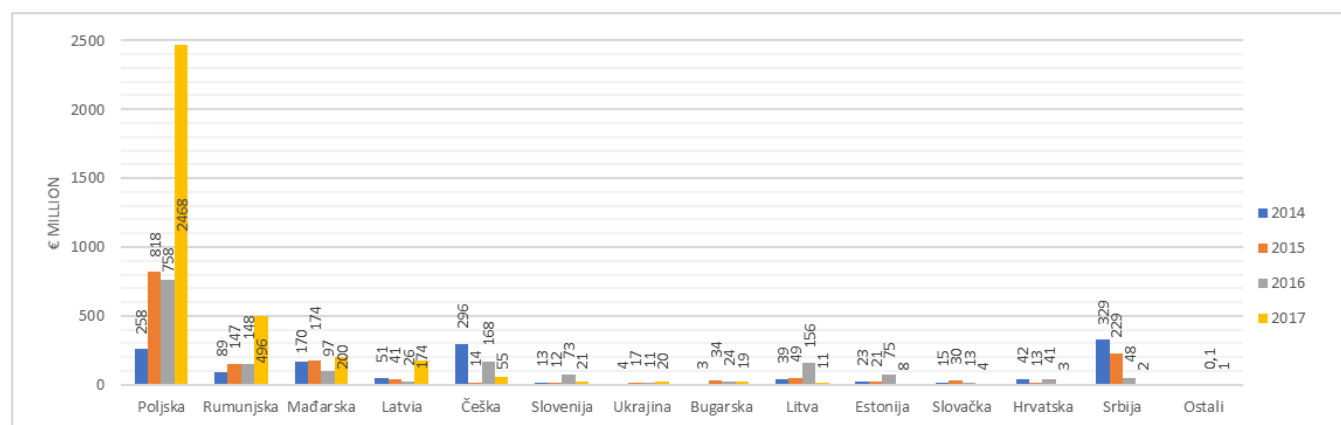
Prvi domaći fond rizičnog kapitala Quaestus PE Partners osnovan je 2003. godine kada su investitori devet renomiranih hrvatskih tvrtki u fond uložili 35 mil. eura. Quaestus PE Partners u početku je djelovao na načelu klasičnoga ugovornog zajedničkog pothvata, ali to je u praksi podrazumijevalo brojne probleme pri donošenju odluka, potpisivanja specijalnih punomoći i sl.

Od 2003. godine do danas nije se razvio ni jedan značajniji fond rizičnog kapitala. Većina investicija putem fondova rizičnog kapitala završila je neuspješno.

Zakon o investicijskim fondovima regulirao je ovu vrstu financiranja kao otvorene investicijske fondove rizičnog kapitala s privatnom ponudom koji se osnivaju na određeni rok, minimalno deset godina. Veličina fonda propisana je u iznosu od minimalno 75 mil. kuna. Udjele u fondu rizičnog kapitala mogu kupovati isključivo kvalificirani ulagači čija je neto vrijednost imovine barem 20 mil. kuna, ne smije ih biti više od 20, a minimalan iznos njihova ulaganja u fond je 10 mil. kuna.

Zbog većeg rizika ulaganja u odnosu na rizik koji preuzimaju drugi investicijski fondovi, mirovinski fondovi, banke i osiguravajuća društva, kao investitori u ovakve fondove mogu se pojaviti isključivo kvalificirani ulagači. Privatni investitori koji žele uložiti sredstva u fond moraju imati najmanje 20 mil. kuna neto imovine i koji za potrebe ulaganja u određeni investicijski fond raspolažu novcem u iznosu od najmanje 10 mil. kuna gotovine. U roku od pet godina nakon osnivanja fonda, fond mora napraviti minimalno pet investicija u različite udjele ili dionice s tim da udjeli ili dionice jednog izdavatelja ne smiju prelaziti 33 % veličine fonda, a ulaganje u jedan gospodarski subjekt ne može iznositi više od 40 % veličine fonda. Fond je odgovoran nadzornom tijelu koje odlučuje o daljnjim ulaganjima sredstava fonda. Zabranjeno je bilo kakvo javno oglašavanje i reklamiranje fondova. To ograničava poslovanje fondova u Hrvatskoj i destimulira njihov razvoj.

U usporedbi s drugim tranzicijskim zemljama Hrvatska znatno zaostaje po broju fondova, broju ulaganja i veličini investiranja, dok među postojećim fondovima rizičnog kapitala nije prepoznata kao zemlja koja ima velik potencijal razvoja ove vrste industrije.



Grafikon 3. Godišnje investicije u zemljama CEE-a (2014. – 2017.)

Izvor: Invest Europe/EDC – podaci za 2014., 2015., 2016. i 2017. godinu

Problemi su malo nerazvijeno tržište, nerazumijevanje poduzetnika i pravna ograničenja. Od sto potencijalnih investicija samo se jedna investicija na kraju i realizira. Poduzetnici uglavnom percipiraju fondove rizičnog kapitala kao neku vrstu zajmova poslovnih banaka.

U svrhu razvijanja tržišta kapitala, Zagrebačka burza je malim i srednjim poduzetnicima ponudila da preko specijalizirane trgovinske platforme Progress dođu do ulagača, ali još uvijek traje bezuspješna potraga za kompanijama koje bi se izlistale.

Ni ulagačko tržište nije razvijeno; malo je aktivnih i domaćih i stranih fondova rizičnog kapitala ili otvorenih investicijskih fondova rizičnog kapitala s privatnom ponudom, kako ih je opisalo domaće zakonodavstvo. Recesija im je smanjila i broj prilika i raspoložive izvore kapitala. Jedan od najstarijih

fondova Quaestus (dosad dva fonda s ukupnim kapitalom pod upravljanjem od 80 mil. eura), a ove su godine negativnu pažnju privukli javno-privatni Nexus FGS-ovi kojima je upravljalo jedno od najvećih domaćih društava, Nexus Private Equity Partneri, jer su bili među prikrivenim kreditorima Agrokor. Upravljanje nad tim fondovima preuzeli su Prosperus Invest i Inspire Investments.

Nerazumijevanje poduzetnika očituje se uvelike i u tome što poduzetnici ne žele izgubiti kontrolu nad svojom tvrtkom, niti žele omogućiti promjenu menadžmenta te prihvatiti uvjete ponuđenog partnerstva. Većina hrvatskih poduzetnika sredstva za početak rada poduzeća osiguravaju iz vlastitih izvora.

Budući da je razvoj fondova rizičnog kapitala u Hrvatskoj u silaznoj putanji, a kako bi potaknuli razvoj ovakvog načina financiranja u Hrvatskoj, uključio se i Europski investicijski fond (EIF) koji poput Svjetske banke ima zadaću pomagati MSP-e i početnike. EIB je financijska institucija Europske unije čije su države članice njezini dioničari. EIB posuđuje novac na financijskim tržištima i onda daje zajmove koji su usmjereni na ispunjavanje zacrtanih ciljeva Europske unije.

Europski investicijski fond (EIF) i Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) u siječnju 2019. potpisali su ugovor kojim je pokrenut CROGIP (*Croatian Growth Investment Programme*) – inicijativa koja će potaknuti ulaganja u mala i srednja poduzeća u vrijednosti od najmanje 70 mil. eura. Potpisani ugovor preduvjet je za zajedničko ulaganje sredstava EIF-a i HBOR-a, od kojih će svaki uložiti po 35 mil. eura u fondove rizičnog kapitala kojima će upravljati društva koja odabere EIF u skladu sa svojim metodologijama.

Prema riječima Michaela Kedzija, partnera u Enterprise Investorsu (EI), jednom od najstarijih društava za upravljanje fondovima rizičnog kapitala u CEE-u, Hrvatska ima golem potencijal za razvoj fondova rizičnog kapitala: „Gospodarstvo se značajno promijenilo. U očima menadžera rizičnog fonda izgledamo privlačno i zdravije, a očekuje se nastavak gospodarskog rasta i potrošnje iznad prosjeka eurozone. S poslovne je strane zanimljivo i to koliko 'nabubrimo' u ljetnoj turističkoj sezoni, to je dobar potencijal za biznise koje oni snimaju u potrošačkom segmentu.“

5 Rasprava

U 2017. godini u zemljama CEE-a prikupljeno je samo 1,26 mlrd. eura, dok je pak u ostatku Europe u istoj godini prikupljeno 91,9 mlrd. eura. Zbog visokog indeksa korupcije (43), nerazvijenosti tržišta kapitala, komplicirane administracije, kompleksnosti zakona i zakonskih ograničenja, ulaganje stranih investitora u zemlje CEE-a je ograničeno. Provedenim statističkim testovima dokazana je povezanost indeksa korupcije i investicija u svim zemljama Europe, kao i razlika indeksa korupcije na investicije u fondove rizičnog kapitala u zemljama CEE-a u usporedbi s ostatkom Europe.

Općenito gledano, samo pet posto ulaganja PE fondova bilo je 2017. godine usmjereno na kompanije u CEE-u; trećina je završila u Francuskoj i zemljama Beneluxa te 26 % u Velikoj Britaniji i Irskoj. Uobičajene prepreke koje sprječavaju domaći kapital da ulaže u privatne dioničke fondove su birokracija, nedostatak tržišnih prilika, slabi stečajni okvir i prepreke za pokretanje poslovanja. U nekim zemljama taj popis uključuje i grabežljive dužnosnike, zlouporabu dioničara i neizvjesnu provedbu zakona. Kreatori politike u cijeloj regiji još uvijek moraju posvetiti više pozornosti specifičnim potrebama privatnog sektora kapitala i rješavati prepreke njegovu razvoju (EBRD, 2006).

Mađarska i Poljska izvrstan su primjer kako vlada svojim mjerama može potaknuti strane investitore na ulaganje u domaće fondove rizičnog kapitala. Karsai (2013) pokazuje kako je Mađarska postala drugo najrazvijenije tržište rizičnog kapitala i privatnog kapitala (VC&PE) u CEE-u. To upućuje na snažnu povezanost između prikupljanja sredstava za investiranje, investiranja i toka kapitala na Budimpeštanskoj burzi. U 2010. godini Mađarska vlada osnovala je fond Jeremie. Vlada je, osim svojih izravnih ulaganja u investicijske fondove rizičnog kapitala, namjeravala neizravno sudjelovati u investicijama putem hibridnih fondova, što je bila provjerena shema na međunarodnim tržištima. U svojoj prvoj godini poslovanja fondovi Jeremie dosegli su sličan udjel na tržištu, kao i ulaganja privatnog sektora.

Hrvatska je jedna od zemalja s najnižom razinom privatnih vlasničkih ulaganja, osobito u ranim fazama. Skroman udio inovativnih malih i srednjih poduzeća, smanjena potrošnja za istraživanje i razvoj, kako u privatnom tako i u javnom sektoru, dominacija tržišta stabiliziranim tvrtkama utječe na

sve zahtjeve za rizičnim kapitalom, što zauzvrat smanjuje ponudu kapitala. Također, nedostatak pojedinih investitora i povoljne mogućnosti dezinvestiranja utječu na opskrbu novčanim sredstvima.

6 Zaključak

Nažalost, tijekom proteklog desetljeća regija CEE-a doživjela je skromnu razinu financiranja putem fondova rizičnog kapitala, koje je i dalje usmjereno zapadnoj Europi. Institucionalni kapital koji se upotrebljava u većini zemalja OECD-a za financiranje investicija u fondove rizičnog kapitala nije prisutan ili je smanjen angažman na tržištima CEE-a, a mnoge aktivne specijalizirane tvrtke u regiji djeluju kao strane podružnice. Gledano u cjelini, prikupljena i uložena sredstva u CEE-u pokazuju sličan trend u odnosu na ostale zemlje europskog prostora, ali su kapitalne veličine znatno niže. Promatrajući kontinuirani razvoj od svojega nastanka do danas, industrija privatnog kapitala (i poduzetničkog kapitala) još je uvijek mlada na ovom području.

Za hrvatsko gospodarstvo, kao i za gospodarstvo zemalja CEE-a, modeli financiranja putem fondova rizičnog kapitala mogli bi biti pokretačka snaga gospodarskog razvitka. Iako se na hrvatskom tržištu bilježe određeni pomaci, fondovi rizičnog kapitala najslabije su razvijeni segment hrvatskoga fondovskog tržišta. Vlada može utjecati na izmjene Zakona o investicijskim fondovima te poduzeti određene mjere za smanjenje korupcije. Transparentno gospodarstvo, otvoren pristup poduzetnika prema investitorima, pravna sigurnost, kao i suzbijanje mita i korupcije znatno utječe na privlačenje stranih ulagača za investiranje, kako u fondove rizičnog kapitala neke zemlje, tako i općenito u investiranje gospodarstva neke zemlje.

Iako je teško ili gotovo nemoguće uspoređivati tržište fondova rizičnog kapitala u CEE-u i Hrvatskoj s tržištem u SAD-u i/ili Velikoj Britaniji, bitno je naglasiti da američki tip financiranja fonda putem kojeg se sredstva temeljnog kapitala fonda pribavljaju isključivo preko privatnih investitora koji osiguravaju kapital za rizična ulaganja direktno u nova i rastuća poduzeća, pri tome zanemaruju ulogu države. Iako neki analitičari smatraju da država ne bi trebala imati nikakav utjecaj na razvoj fondova rizičnog kapitala, država bi različitim programima potpore, ali i poreznim olakšicama, mogla bitno utjecati na tržište rizičnog kapitala, što bi u slučaju da su programi kvalitetno postavljeni trebalo polučiti uspjehom, no treba svakako uvijek imati na umu da država svojim djelovanjem ne smije poremetiti tržišnu utakmicu stvarajući nepotrebne distorzije između raspoložive količine kapitala i njegove cijene.

Za buduća istraživanja treba uključiti bankarski sektor i udio banaka u financiranju visoke tehnologije. Razvoj poduzetništva zahtijeva primjenu visoke tehnologije koja je iznimno skupa. Da bi poduzetnik opstao u turbulentnom okruženju nužne su investicije u nove tehnologije. Poduzetnik će se u nedostatku vlastitih sredstava obratiti bankama. Zbog visokih investicijskih potreba i nedostatka vrijednih osiguranja (nekretnina) banke će biti ograničene u plasiranju visokorizičnih kredita. Poduzetnici će biti prisiljeni pronaći potrebna sredstva putem drugih izvora kapitala. Vlada će morati poduzeti mjere za prikupljanje sredstava za investiranje u fondove rizičnog kapitala ili putem ukidanja zakonskih ograničenja ili otvaranjem tržišta za strane investitore tako da smanji kompliciranu administraciju te sprječavanjem korupcije.

Literatura

British Private Equity and Venture Capital Association (2017). BVCA Private Equity and Venture Capital Report on Investment Activity 2016.

British Private Equity and Venture Capital Association (2018). BVCA Private Equity and Venture Capital Report on Investment Activity 2017.

Bujan, I., Vugrinec, M. (2014). Specifičnosti financiranja SME sektora¹ u Hrvatskoj u odnosu na zemlje Europske unije, *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 2(1), 127-138.

Diaconu, M. (2017). Private equity market developments in central and Eastern Europe, *Theoretical and Applied Economics*, XXIV, 2(611), 131-146.

Dumitrescu, G. K. (2015). Central and Eastern European Countries Focus on the Silk Road Economic Belt, *Global Economic Observer*, 3(1), 186-197.

European Investment Fund (2011). The European Private Equity Market Outlook.

European Commission (2016). Assessing the Potential for EU Investment in Venture Capital and Other Risk Capital Fund of Funds, Oxford research, Strategy and Evaluation services.

Groh, P. A., Liechtenstein, H., Lieser, K. (2008). The Attractiveness of Central Eastern European Countries for Venture Capital and Private Equity Investors, (March 2008). IESE Business School Working Paper No. D/677; EFA 2008 Athens Meetings Paper.

Groh, P. A., Liechtenstein, H., Canela, M. (2008). International Allocation Determinants of Institutional Investments in Venture Capital and Private Equity Limited Partnerships (Januar 2008), IESE Business School, University of Navaraa, Working Paper No.726.

Groh, P. A., Liechtenstein, H., Canela, M. (2008). Limited Partners' Perceptions of the Central Eastern European Venture Capital and Private Equity Market, (August 1, 2009). IESE Business School Working Paper No. 727.

Invest Europe; Central and Eastern Europe Statistics (2017). Central and Eastern Europe Private Equity Statistics 2016.

Invest Europe; Central and Eastern Europe Statistics (2018). Central and Eastern Europe Private Equity Statistics 2017.

Invest Europe; Central and Eastern Europe Statistics (2017). European Private Equity Activity; Statistics and Fundraising, Investments & Divestments.

Karsai, J. (2010b). Private Pension Funds' Attitudes to Private Equity in Hungary. Budapest: Hungarian Venture Capital and Private Equity Association.

PitchBook (2019). Global Fund Performance Report 2018.

PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (2018). Private Equity Trend Report 2018, The Coming of Age, February 2018.

Raade, K., Dantas, M. C. (2008). Recent developments in the European private equity market, European economy, *Economic Papers* 319.

Šimić, M. (2015). Atraktivnost Hrvatske u privlačenju ulagača rizičnog kapitala, *Ekonomiska misao praksa dbk.*, XXIV(1), 267-294.

Zakon o investicijskim fondovima, *Narodne novine*, 150/05.

Najčešći problemi i izazovi u provođenju poslovnih web anketa

The most common problems and challenges in conducting business web surveys

doc. dr. sc. BERISLAV ŽMUK
Ekonomski fakultet
Sveučilište u Zagrebu
Trg J. F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb
Hrvatska
bzmuk@efzg.hr

Stručni rad / *Professional paper*

UDK / UDC: 658:<303.62:004.7>

Primljeno / Received: 01. listopada 2019. / October 01st, 2019.

Prihvaćeno za objavu / Accepted for publishing: 24. listopada 2019. / October 24th, 2019.

Sažetak: Provođenjem poslovnih anketa može se doći do važnih informacija o stavovima poduzeća o određenoj temi, ali i o problemima koje sprječavaju poduzeća u ostvarivanju planova i postizanja više razine uspješnosti poslovanja. Razvojem informacijsko-komunikacijskih tehnologija te povećanjem broja korisnika koji te tehnologije uspješno primjenjuju u svojem svakodnevnom radu, web ankete su se prometnule kao najefikasnije sredstvo prikupljanja informacija od većeg broja poduzeća. Ipak, provođenje poslovnih web anketa nije tako jednostavno kao što se to na prvi pogled čini. Stoga se u radu daje pregled najvažnijih izazova uspješnog provođenja poslovnih web anketa. Izazovi koji su posebno istaknuti i obrađeni u radu vezani su uz: ciljnu populaciju i okvir izbora jedinica u uzorak; jedinicu izvještavanja i probleme vjerodostojnosti odgovora; dizajn anketnog upitnika i tehničke aspekte web ankete; slanje poziva za sudjelovanje u istraživanju i podsjetnika te trajanje istraživanja; niske stope odgovora; analizu prikupljenih informacija i interpretaciju dobivenih rezultata te povratnu komunikaciju s poduzećima.

Ključne riječi: poslovna web anketa, provođenje anketnog istraživanja

Abstract: Conducting business surveys can lead to very important information about companies' views on a particular topic, as well as problems that prevent companies from achieving plans and accomplish a higher level of business success. With the development of information and communication technologies and the increasing number of users who successfully apply these technologies in their daily work, web surveys have become the most efficient means of gathering information from a large number of companies. However, conducting business web surveys is not as simple as it might seem at first glance. Therefore, the paper gives an overview of the most important challenges of successfully conducting business web surveys. Challenges that are particularly highlighted and addressed in the paper are related to: the target population and the framework of unit selection in the sample; the reporting unit and the credibility of the response; questionnaire design and technical aspects of the web survey; sending invitations to participate in research and reminders and duration of research; low response rates; analysis of the information collected and interpretation of the results obtained; and feedback from companies.

Keywords: business web survey, conducting survey research.

1 Uvod

Jedno od prvih provedenih anketnih istraživanja na uzorku ispitanika povezuje se s britanskim znanstvenikom Francisom Galtonom koji je 1874. godine proveo istraživanje na uzorku od 180 znanstvenika (Godin, 2006). Od tada do danas anketna istraživanja znatno su unapređivala na područjima metodologije i primjene te razine prihvaćenosti. Bitan utjecaj na razvoj anketa imao je i razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologija koje su utjecale na prevladavajući oblik provođenja anketa te na način obrade podataka. Osim za znanstvene svrhe i potrebe statističkih ureda i sličnih institucija, ankete primjenjuju i poduzeća za istraživanje tržišta i ispitivanje stavova kupaca. Pri tome ispitanici ne moraju biti jedino pojedinci ili kućanstva, nego poduzeća mogu provoditi ankete gdje su ispitanici druga poduzeća (takozvane *business-to-business* ili B-to-B ankete) (Poynter, 2004).

Žugaj, Dumičić i Dušak (2006) promatraju anketu kao statističko istraživanje u sklopu kojeg se razmatraju određeni agregati jedinica ekonomskih i društvenih cjelina na temelju anketnog upitnika. Ovdje se pod jedinicama ponajprije smatraju pojedinci, kućanstva i poduzeća. Anketu se može provoditi na cjelokupnoj populaciji jedinica, ali se, zbog razumljivih razloga, preferira provođenje ankete na dijelu jedinica populacije odnosno na njihovu uzorku.

Anketa se provodi prikupljanjem informacija na različite načine. To mogu biti: osobni intervju, klasična poštanska metoda, telefonski intervju, elektronička pošta i *web* anketa. Svaki od navedenih načina provođenja ankete ima određenih prednosti i nedostataka u odnosu na druge načine (Dillman, Smyth i Christian, 2014). Odabir odgovarajućeg načina provođenja ankete ovisi ponajprije o ciljevima istraživanja, ciljnoj populaciji, raspoloživom proračunu istraživanja i raspoloživom vremenu. U određenim slučajevima može se kombinirati i primijeniti dva ili više načina provođenja ankete te se tada govori o takozvanoj mješovitoj anketi (engl. *mix-mode survey*).

Ovaj stručni rad usredotočen je na istraživanje *web* anketa. U odnosu na ostale načine provođenja ankete, za *web* ankete je karakteristično da se provode bez fizičke prisutnosti anketara pri čemu ispitanik ispunjava anketu u digitalnom obliku, na odgovarajućem računalu, tabletu ili pametnom telefonu. Za razliku od ostalih načina provođenja ankete, čim ispitanik ispunji *web* anketu, podaci se automatski upisuju u bazu podataka te su odmah raspoloživi za analizu. Zahvaljujući razvijenoj tehnologiji lako se može pratiti ponašanje ispitanika za vrijeme ispunjavanja *web* ankete, čime se može doći do dodatnih važnih informacija o ispitanicima. Ipak, pri prikupljanju tih takozvanih para podataka (engl. *paradata*), treba pripaziti na anonimnost i privatnost ispitanika.

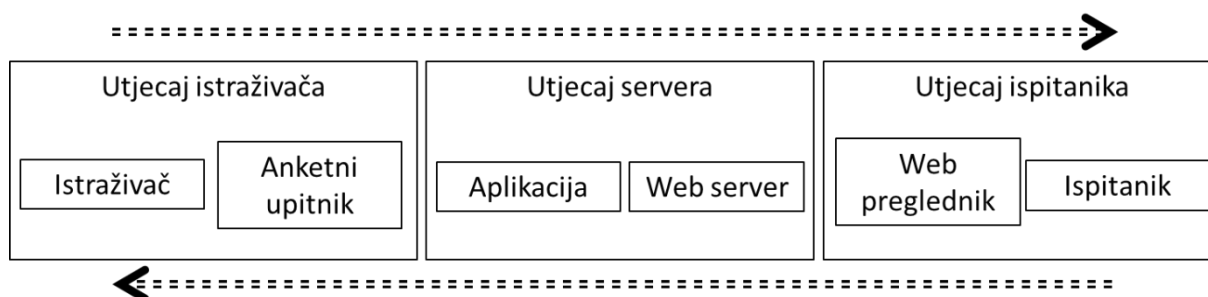
Dok su ankete u kojima ciljnu populaciju predstavljaju pojedinci odnosno kućanstva dobro zastupljene u postojećoj literaturi, te su stoga relativno dobro istražene, ankete u kojima su poduzeća ciljna populacija redovito su zapostavljane u literaturi. Poduzeća su specifična populacija kod koje mnoga pravila i obrasci ponašanja, koji vrijede kod pojedinaca i kućanstava, ne vrijede. Budući da poduzeća imaju veliku ulogu u društvu, važnost provođenja poslovnih anketa je neizmjerena. Kako bi se došlo do vjerodostojnih informacija, važno je anketu provesti na odgovarajući način. Jedino na temelju takvih informacija može se doći do relevantnih zaključaka koji će, ponajprije poduzećima i donositeljima nacionalnih politika, pružiti kvalitetnu podlogu za donošenje odluka kojima će se moći unaprijediti poslovanje poduzeća, poboljšati rezultati poslovanja te, u konačnici, povećati razina blagostanja u zemlji.

Kako trenutačno prevlada primjena *web* anketa, s trendom rasta primjene, u radu se razmatraju izazovi u provođenju poslovnih *web* anketa. Budući da izvora potencijalnih problema u poslovnim *web* anketama ima mnogo, istaknut će se najvažniji izvori problema te s njima povezani izazovi. Za neke su probleme postojeća istraživanja pronašla odgovarajuća rješenja, dok na određenim mjestima još uvijek ima puno otvorenih pitanja.

Rad je organiziran kako slijedi. Nakon uvoda u kojem se sažeto ističe važnost provođenja poslovnih anketa i objašnjava razlog promatranja upravo poslovnih *web* anketa, u drugom dijelu rada navode se glavne karakteristike poslovnih *web* anketa. Pri tome se ističu prednosti i nedostaci poslovnih anketa. U trećem, središnjem, dijelu rada daje se pregled najvažnijih problema i s njima povezanih izazova kod poslovnih *web* anketa. U posljednjem, četvrtom, dijelu rada iznose se zaključna razmatranja.

2 Karakteristike poslovnih web anketa

Web ankete imaju mnogo zajedničkih točaka s ostalim metodama anketnog prikupljanja podataka, ali imaju i mnogo jedinstvenih karakteristika koje ih čine znatno drugačijim od ostalih metoda. Evans i Mathur (2005) usredotočuju se upravo na karakteristike web ankete te diskutiraju razloge popularnosti njihove primjene. Na Slici 1. prikazana je shema procesa provođenja web ankete.



Slika 1. Shematski prikaz procesa provođenja web ankete

Izvor: izrada autora

Provođenje web ankete, kao i kod ostalih vrsta anketa, počinje od istraživača i njegove inicijative. Na temelju određenog problema, istraživač formuliра precizna istraživačka pitanja i istraživačke hipoteze te u skladu s tim promišlja koje informacije i kakve podatke mora prikupiti kako bi mogao odgovoriti na postavljena pitanja te riješiti problem. Ovisno o potrebnim informacijama, formuliraju se anketna pitanja koja će biti dio anketnog upitnika. Po uvrštavanju potrebnih anketnih pitanja treba provjeriti jesu li ona postavljena u logičnom redoslijedu, ima li istih ili vrlo sličnih pitanja, jesu li sva pitanja dovoljno razumljiva svim ispitanicima i slično (Bethlehem, 2009).

Nakon što je utvrđen sadržaj anketnog upitnika, pristupa se njegovu unosu u odgovarajuću aplikaciju za provođenje web anketa. Takvih aplikacija ima mnogo, a razlikuju se ponajprije u cijeni te u određenim mogućnostima (vidjeti npr. Marra i Bogue, 2006). Nakon prilagođavanja i uređivanja anketnog upitnika u aplikaciji, potrebno je odrediti kome će upitnik biti dostavljen putem serverske infrastrukture i interneta. Pri tome se polazi od okvira izbora jedinica za uzorkovanje (engl. *sampling frame*) te odluke o tome provodi li se statističko ili nestatističko uzorkovanje (Levy i Lemeshow, 2008).

Naposljetku, anketni upitnik prikazuje se na ekranu uređaja ispitanika koji onda može pristupiti ispunjavanju anketnog upitnika odgovarajući na postavljena pitanja. Ovisno o dizajnu anketnog upitnika prikupljeni odgovori šalju se natrag na server nakon završene određene cjeline ili tek na kraju anketnog upitnika kada ispitanik odgovori na sva postavljena pitanja. S odgovorima se na server, ovisno o postavkama, mogu slati i određene informacije o ispitaniku i procesu ispunjavanja anketnog upitnika (para podaci). Te se informacije pohranjuju u bazi korištene aplikacije, koje onda istraživač obrađuje, analizira i donosi odgovarajuće zaključke.

Couper (2008) navodi da je za web ankete specifična sljedeća kombinacija karakteristika: samo-administriranje, računalno upravljanje, interaktivnost, distribuiranost, bogatstvo vizualnih alata. Zahvaljujući karakteristikama samoadministriranja uklonjen je utjecaj anketara na odgovore ispitanika te su, zbog odsutnosti anketara, troškovi provođenja istraživanja niži. Dodatna korist samoadministriranja je mogućnost ispitanika da sami biraju vrijeme ispunjavanja anketnog upitnika te ga mogu ispunjavati i više puta (pogotovo ako je riječ o zahtjevnijim i dužim anketnim upitnicima). Zbog računalnog upravljanja, web anketa ima mogućnost jednostavnog korištenja različitih značajki poput, primjerice, korištenja: različitih oblika pitanja (otvorena, zatvorena, s jednostrukim odgovorima, s višestrukim odgovorima, izričito tekstualna, izričito numerička itd.); prilagođenog odgovaranja (na temelju prethodnih odgovora ispitanika ili prikazivanjem dijela odgovora kad ispitanik započne s unosom odgovora); preskakanja, grananja i usmjeravanja pitanja; provjere valjanosti odgovora; randomizacije redoslijeda pitanja i ponuđenih odgovora. Interaktivnost web ankete proizlazi iz njezine dinamičnosti zbog poduzetih akcija ispitanika (preskakanje određenih

pitanja, onemogućavanje davanja višestrukih odgovora, upozorenja o pogrešnom unosu i slično). Kao posljedica distribucije *web* ankete na različitim platformama, anketni upitnik može se znatno drugačije prikazivati na ekranu ispitanika (zbog korištenja ekrana različitih razlučivosti, korištenog *web* preglednika i slično). Naposljetku, *web* ankete mogu biti vizualno sadržajno bogate te mogu sadržavati različita grafička rješenja prikazivanja pitanja, slike se mogu staviti kao dodatna objašnjenja pitanja ili kao pomoć u odabiru odgovarajućeg pitanja, te se mogu dodavati i različita druga multimedijiska rješenja.

Razlike između *web* ankete i ostalih metoda anketnog prikupljanja podataka najlakše je uočiti izravnom usporedbom. Stoga su u Tablici 1. usporedo prikazane neke od glavnih karakteristika osobnog intervjua, telefonskog intervjua, poštanske ankete i *web* ankete. Budući da je *web* anketa zapravo digitalna inačica poštanske ankete, te se dvije metode najmanje razlikuju.

Tablica 1. Usporedba karakteristika odabranih načina prikupljanja anketnih podataka
Izvor: prilagođeno prema Dumičić (2011)

Karakteristika	Osobni intervjui	Telefonski intervjui	Poštanska anketa	Web anketa
Troškovi prikupljanja podataka	Visoki	Srednji	Niski	Niski
Vrijeme potrebno za prikupljanje podataka	Srednje	Kratko	Dugo	Kratko
Veličina uzorka za dane troškove	Mala	Srednja	Velika	Velika
Moguć broj podataka po ispitaniku	Velik	Srednji	Mali	Velik
Doseg vrlo rasprostranjenih jedinica	Ne	Možda moguće	Da	Da
Razina pristranosti zbog anketara	Visoka	Srednja	Nema je	Nema je
Vizualno poticanje ispitanika	Moguće	Nemoguće	Možda moguće	Moguće
Potreba za obukom anketara	Da	Da	Ne	Ne

Poslovne *web* ankete posjeduju sve karakteristike „običnih“ *web* anketa, no kod njih ne postoji jednakost između jedinice ciljne populacije i jedinice ispitanika. U konkretnom slučaju kod poslovnih *web* anketa ciljnu populaciju čine poduzeća, dok odgovore vezano za to poduzeće daju njegovi zaposlenici.

3 Glavni izazovi u uspješnom provođenju poslovnih *web* anketa

Prema onome što je napisano u drugom poglavlju rada, mogao bi se steći pogrešan dojam o jednostavnosti provođenja *web* ankete u kojem nema nikakvih problema ni mjesta za pogrešku. Nažalost, provođenje *web* ankete zahtijeva veliku posvećenost i pažnju u fazama pripreme, provođenja i zaključenja. Treba istaknuti da svaki način prikupljanja anketnih podataka ima određena mjesta u procesu istraživanja na koje treba posebno pripaziti. Ipak, upravo zbog te jednostavnosti, pristupačnosti i lakoće slanja poziva na sudjelovanje, istraživač bi mogao smetnuti s uma određene stvari bitne za uspješnost provođenja *web* ankete. Olakotna je okolnost što su određena kritična mjesta jednaka za sve načine prikupljanja anketnih podataka. Međutim, zbog svoje specifičnosti, poslovne *web* ankete imaju i druga kritična mjesta o kojima treba dodatno voditi računa. Dok su rješenja za zajednička kritična mjesta donekle primjenjiva i na slučaju poslovnih *web* anketa, specifična kritična

mjesta kod poslovnih *web* anketa nisu u potpunosti riješena u postojećoj literaturi te je upravo i cilj rada ukazati na njih. Radi cjelovitosti i potpunosti, u radu će se navesti i obraditi glavna mjesta u poslovnim *web* anketama na koja je potrebno posebno obratiti pozornost.

Prvi problem i izazov s kojim se istraživač susreće u procesu pripreme i planiranja provođenja poslovne *web* ankete su ciljna populacija i okvir izbora jedinica u uzorak. Precizno i potpuno definiranje ciljne populacije olakšava ne samo pripremu provođenja ankete nego ima i veliku ulogu u interpretaciji dobivenih rezultata te donošenju zaključaka. Međutim, premda istraživač može imati u planu promatrati jednu ciljnu populaciju, zbog ograničenja okvira izbora jedinica u uzorak, on će morati prilagoditi svoju ciljnu populaciju. Ovisno o kvaliteti i dostupnosti raspoloživih okvira izvora jedinica u uzorak, te prilagodbe mogu biti i izrazito značajne. U tom slučaju postoji opasnost da se, zbog prilagodbe ciljne populacije, neće moći doći do rezultata istraživanja koji bi mogli odgovoriti na postavljena istraživačka pitanja.

Kada se promatraju *web* ankete, glavno pitanje nije kakve je kvalitete okvir izbora jedinica u uzorak nego ima li ga uopće. Okvir izbora jedinica u uzorak uključuje popis svih jedinica iz ciljne populacije. Kod *web* ankete to bi značilo da se ponajprije raspolaže valjanim adresama elektroničke pošte svih jedinica ciljne populacije, koje onda služe za kontakt odnosno za slanje poziva na sudjelovanje u *web* anketi. Kada se, primjerice, promatra generalna populacija neke zemlje, vrlo je teško doći do takvih podataka jer ne postoji takva službena evidencija na nacionalnoj razini (barem ne u Hrvatskoj). Postoje i određena ograničenja vezana uz zaštitu podataka. Dodatno, ne može se niti predvidjeti koja bi bila valjana adresa elektroničke pošte za svakog pojedinca na temelju npr. kombinacije imena i prezimena te osobe. Slično, pojedinac može imati više otvorenih adresa elektroničke pošte te je pitanje kojom se adresom služi te postoji opasnost višestrukog sudjelovanja u istraživanju. S druge strane, određena osoba niti se ne mora koristiti elektroničkom poštom, što sa sobom povlači problem reprezentativnosti jedinica u uzorku.

Budući da su određeni podaci poduzeća javni te ne podliježu regulaciji zaštite podataka (npr. na poduzeća se ne odnose odredbe GDPR-a), situacija je uvelike bolja kod poslovnih *web* anketa nego kod *web* anketa gdje ciljnu populaciju čine pojedinci odnosno kućanstva. Tako se popis poduzeća i njihovi podaci za kontakt mogu lako pronaći u određenim službenim administrativnim izvorima. Žmuk (2017a) je istraživao kvalitetu javno dostupnih okvira izbora jedinica u uzorak, koji bi se mogli upotrijebiti kod poslovnih *web* anketa. Vrlo brzo se ustanovilo da su dostupni okviri izbora jedinica u uzorak daleko od savršenih. Najčešći problemi vezivali su se uz neažuriranost, nedostatak cjelokupnog obuhvata svih jedinica te nedostatak odgovarajućih podataka za kontakt (ponajprije nedostatak podataka o adresama elektroničke pošte). Ipak, pokazalo se da su, uza sve svoje manjkavosti, službeni administrativni okviri izbora jedinica u uzorak najbolje rješenje te da bi se od njih trebalo započeti prilikom pripreme istraživanja.

Drugi problem u poslovnim *web* anketama obuhvaća problematiku vezanu uz jedinice izvještavanja i vjerodostojnost njihovih odgovora. Nakon što se i uspije oblikovati te koristiti okvir izbora jedinica u uzorak odgovarajuće kvalitete, postavlja se pitanje kome se u poduzeću obratiti odnosno tko je u poduzeću najrelevantnija osoba iz područja teme anketnog istraživanja. Ovaj problem nije toliko izražen kod malih poduzeća kao što je to kod većih. Naime, kod malih poduzeća ako poziv na sudjelovanje u anketnom istraživanju i ne dospije u ruke najpogodnije osobe, postoji velika vjerojatnost da će osoba koja je primila taj poziv znati kome ga mora proslijediti. S druge strane, kod organizacijski složenijih poduzeća to neće biti tako jednostavno. Dapače, postoji mogućnost da će osoba koja je zaprimila poziv, jednostavno ga zanemariti i neće ga proslijediti. Stoga bi kod poslovnih *web* anketa trebalo odmah u zamolbi za sudjelovanjem u anketnom istraživanju napisati tko je najpogodnija izvještajna osoba odnosno osoba koja će osoba dati podatke u ime poduzeća. Dakako, pogotovo u većim sustavima, postoji opasnost da usprkos nastojanjima i naporima anketara da se *web* anketa proslijedi osobi koja je zadužena za takvu komunikaciju s javnošću to ne dogodi.

Kad se govori o vjerodostojnosti odgovora ispitanika, potrebno je imati na umu i mogućnost takozvanog brzanja (engl. *speeding*) ispitanika. U slučaju brzanja ispitanik ne posvećuje dovoljno vremena postavljenom pitanju i brzo odgovara na postavljeno pitanje. Problem je što ispitanik ne ostavlja dovoljno vremena potrebnog za odvijanje cijelog mislenog i kognitivnog procesa. U slučaju ispitanika koji su iskusniji u ispunjavanju *web* anketnih upitnika za očekivati je da će im trebati nešto manje vremena kako bi odgovorili na pitanja. Ipak, otvoreno je pitanje kako utvrditi je li neki ispitanik brzao ili ne. Osim pitanja kako mjeriti, pitanje je i koliko ispitanik mora biti brz kako bi se smatralo da

brza. Žmuk (2017b) je navedenim problemima pristupio promatrajući ispitanike koji brzaju kao izdvojenice. Ipak, neko savršeno rješenje nije pronađeno. Osim brzanja, kod poslovnih *web* anketa postoji mogućnost zadovoljavanja forme (engl. *satisficing*) od ispitanika. To je posebno istaknuto kod pitanja kod kojih su odgovori definirani na Likertovoj mjernoj skali. U tom slučaju ispitanik brzo odabire samo iste odgovore tek toliko da zadovolji formu. Kod poslovnih *web* anketa izvori problema mogu biti i u okolini ispitanika, poput radnih kolega, zvonjave telefona i slično, koja će poremetiti ritam ispunjavanja anketnog upitnika te čak navesti ispitanika da slučajno odgovori drukčije od onoga kako je namjeravao. Općenito govoreći, kod poslovnih *web* anketa se i očekuje da će razina brzanja ispitanika, zadovoljavanja forme i slični problemi biti izraženiji nego kod ostalih *web* anketa. Naime, poslovne *web* ankete ispunjavaju zaposlenici za vrijeme svojega radnog vremena. To znači da svoj trenutačni posao, za koji su plaćeni, moraju ostaviti po strani i raditi nešto drugo za što nisu plaćeni i stimulirani. Stoga je definitivno potrebno puno vremena posvetiti optimalnom dizajnu anketnog upitnika kako bi se i tako pokazalo da se cijeni uloženo vrijeme ispitanika.

Dizajn anketnog upitnika i tehnički aspekti *web* ankete sljedeći su problemi na koje se treba osvrnuti. Kod dizajna anketnog upitnika kod poslovnih *web* anketa treba se pridržavati svih pravila i smjernica koje vrijede i kod običnih *web* anketa (Couper, 2008). Ipak, uzimajući u obzir karakteristike poduzeća, poslovna *web* anketa trebala bi biti što je moguće sažetija (ispitanici odnosno zaposlenici nemaju previše slobodnog vremena da se kvalitetno posvete *web* anketi na dulje vrijeme), pregledna i jednostavna (kako bi potrebno vrijeme ispunjavanja anketnog upitnika bilo što kraće), bez previše stručnih termina koji se ne upotrebljavaju često (ako se i upotrebljavaju, potrebno ih je objasniti), bez multimedijalnih dodataka poput slika, grafikona, glazbe ili videoisječaka (mogući razni tehnički problemi), te bez složenijih dizajna anketnih pitanja koja primjerice uključuju razne klizalice (engl. *sliders*), mreže pitanja i tome slično. Dodatno, potrebno je dobro razmisliti kako će se u anketni upitnik uključiti obvezna (engl. *mandatory*) anketna pitanja (na primjer, hoće li biti definiran tzv. „hard reminder“ prema kojem ispitanik ne može nastaviti s ispunjavanjem anketnog upitnika ako ne odgovori na pitanje ili će biti definiran tzv. „soft reminder“ prema kojem se, nakon što ispitanik ne odgovori na anketno pitanje te želi nastaviti s ispunjavanjem anketnog upitnika, ispitaniku pojave dodatne opcije odgovora „ne znam“ i/ili „ne želim odgovoriti“).

Osim što jednostavni i optimalni dizajn anketnog upitnika smanjuje vrijeme potrebno za potpuno ispunjavanje, smanjuje se i mogućnost nastanka različitih poteškoća. Dok je kod klasičnog anketnog upitnika ispisanog na papiru on jednak za sve ispitanike, kod *web* anketa postoji mogućnost da se anketni upitnik neće jednako prikazati na zaslonima svih ispitanika. Dapače, zbog korištenja različitih uređaja (osobno računalo, tablet, pametni telefon), različitih veličina i rezolucija zaslona, različitih operativnih sustava te različitih dodatnih programa kojima se ispitanik služi, s velikom sigurnošću se može zaključiti da baš svim ispitanicima anketni upitnik neće biti prikazan na identičan način. U skladu s tim potrebno je razviti dizajn anketnog upitnika za različite uređaje, odabrati odgovarajuće veličine slova te paziti koje će dodatne programe anketni upitnik zahtijevati. Nažalost, tehnički se problemi ne mogu potpuno ukloniti jer oni značajno ovise o uređaju ispitanika, postavkama mreže koja se koristi i slično. Međutim, kao što je ranije spomenuto, pojednostavljivanjem anketnog upitnika trebali bi se riješiti problemi kod većine ispitanika. Dodatno, uzimajući u obzir da je riječ o poslovnoj *web* anketi te karakteristike ispitanika svakako se predlaže uključivanje opcije da ispitanik može pristupiti nastavljanju anketnog upitnika više puta te opcije ispisivanja anketnog upitnika na papir.

Tehnički problemi mogu stvarati poteškoće ispitaniku u fazi kad se on već odlučio sudjelovati u istraživanju (problemi u pokretanju *web* ankete, ispunjavanju anketnog upitnika), ali je kod *web* anketa potrebno obratiti pozornost na tehničke probleme pri slanju poziva na sudjelovanje u istraživanju. Time se otvara nova skupina problema i izazova vezana upravo uza slanje poziva na sudjelovanje u istraživanju, slanje podsjetnika te na trajanje istraživanja. Kako bi ispitanik mogao pristupiti ispunjavanju anketnog upitnika, ključno je da poziv na sudjelovanje u istraživanju uspješno dođe do ispitanika. Međutim, postoje različite prepreke koje se mogu tome ispriječiti, poput krivo upisane adrese elektroničke pošte ispitanika, adrese elektroničke pošte koja se više ne koristi, pretinca elektroničke pošte koji je prepunjen, klijenta elektroničke pošte koji poziv na sudjelovanje u istraživanju vidi kao neželjenu poštu te je automatski blokira i tome slično. Na većinu tih problema anketar ne može utjecati. Ipak, olakotna je okolnost što će u velikom broju slučajeva, odmah ili u roku od dva tjedna, anketar dobiti povratnu informaciju da ispitanik nije zaprimio poziv na sudjelovanje u istraživanju. Anketar može ocijeniti koliki je razmjer takvih neisporučenih poruka te u skladu s tim

donijeti odluku o poduzimanju određene akcije korekcije. Jedna od mogućnosti je da se ispitanicima odnosno poduzećima anketar obrati pomoću običnog fizičkog pisma u kojem će, među ostalim, navesti poveznicu do *web* ankete.

Slični tehnički problemi, kao i kod slanja inicijalnih poziva na sudjelovanje, mogu se pojaviti i pri slanju podsjetnika te ih je potrebno korigirati na sličan način. Međutim, glavni problemi vezani uz slanje podsjetnika nisu povezani s tehničkim problemima nego s pitanjem koliko često se oni mogu slati. Pri slanju podsjetnika anketar mora paziti da bude, prije svega, strpljiv, ostavljajući ispitanicima dovoljno vremena i prostora da ispune anketni upitnik. Za određivanje intervala u kojima će se slati podsjetnici, anketar mora uzeti u obzir to da je riječ o zaposlenicima koji su možda na poslovnom putu, usred nekog projekta, u izradi obveznih godišnjih financijskih izvještaja i tome slično. Dakle, razmak između podsjetnika ne bi trebao biti kraći od tri-četiri tjedna. Također, ne treba pretjerivati s brojem poslanih podsjetnika jer to može prouzročiti negativan efekt kod ispitanika koji će blokirati anketara u svojem klijentu elektroničke pošte te, što je puno gore, predomisliti će se i odustati od sudjelovanja u anketnom istraživanju. Prema tome, u poslovnim *web* anketama poželjna su do tri podsjetnika. Ako i nakon tri podsjetnika odgovor poduzeća nije stigao, anketar može razmisliti o drugačijem načinu kontaktiranja poput telefonom ili pomoću obične pošte.

Konačno, anketar odnosno istraživač mora pripaziti na ukupno trajanje istraživanja. Ako se šalje puno podsjetnika te ako je vrijeme između njih dugo, proces prikupljanja podataka može potrajati. Može se dogoditi da se u međuvremenu promijenilo stanje u poduzećima koja su prva sudjelovala u anketnom istraživanju te bi da sada ispunjavaju anketni upitnik dala drugačije odgovore. Na taj način narušena je usporedivost rezultata i odgovora poduzeća iz cijelog uzorka. Najbolje bi bilo unaprijed definirati krajnji rok do kada se provodi istraživanje odnosno do kada se prikupljaju podaci. Tako će i poduzeća odnosno ispitanici moći bolje ocijeniti hoće li stići, u skladu sa svojim poslovnim obvezama, sudjelovati u istraživanju ili ne.

Nažalost, golema većina poduzeća odbija sudjelovati općenito u anketnim istraživanjima, a posebice u poslovnim *web* anketama. To uzrokuje niske stope odgovora. Općenito, stope odgovora na anketna istraživanja u opadanju su već dulje vrijeme te je to posebno izraženo upravo kod *web* anketa. Što se tiče poslovnih *web* anketa, neki od najčešćih razloga veoma niskih stopa odgovora su nedostatak slobodnog vremena zaposlenika, prevelika okupiranost drugim postojećim radnim obvezama, procjena zaposlenika da ne posjeduju dovoljnu razinu kompetentnosti kako bi sudjelovali u anketnom istraživanju, te politika poduzeća koja brani zaposlenicima sudjelovanje u svim anketnim istraživanjima.

Istraživač na navedene razloge gotovo pa niti ne može utjecati. Upravo zbog toga istraživač mora ne samo pratiti kolika je razina stope odgovora mjerena pomoću različitih mjerila (vidjeti American Association For Public Opinion Research, 2016) nego mora donijeti i odluku o tome hoće li se poduzeti određene akcije korekcije i prilagodbe. Naime, može se dogoditi da će u anketnom istraživanju većinski sudjelovati određena vrsta poduzeća, što će uzrokovati pristrane (engl. *bias*) rezultate. U skladu s tim, istraživač može primijeniti ponderiranje (engl. *weights*) kako bi se takve nejednakosti uravnotežile i izjednačile sa stvarnom situacijom iz populacije (Valliant, Dever i Kreuter, 2013). Međutim, pri tome treba imati na umu da se korištenjem pondera može unijeti dodatna razina varijabilnosti te se stoga mora biti oprezan prilikom njihova korištenja.

Nastavno na ove probleme i izazove u analizi prikupljenih podataka potrebno je pripaziti i na dizajn anketnog istraživanja. Ako je korišten jednostavan dizajn s jednostavnim slučajnim uzorkovanjem, tada je u analizi dovoljno pratiti jednostavne izraze za izračun pokazatelja, a koji su redovito navedeni u udžbenicima iz statistike (vidjeti u npr. Bahovec i Erjavec, ur., 2015). Ipak, u slučaju kad se koristi složen dizajn anketnog istraživanja (engl. *complex survey design*), tada ti izrazi nisu odgovarajući (pogotovo kad se promatraju intervalne procjene parametara) te se potrebno koristiti nešto složenijim izrazima (vidjeti u npr. Kish, 1995). Iz ovoga proizlaze sljedeća dva glavna problema odnosno izazova. Prvi problem je da još uvijek nisu razvijeni izrazi za procjenu određenih parametara kod složenog dizajna ankete. S druge strane, drugi problem je što postojeći izrazi za primjenu kod složenih dizajna ankete nisu kvalitetno zastupljeni u postojećoj programskoj potpori (Heeringa, West i Berglund, 2010).

Pri provedbi analize potrebno je voditi računa i o načinu izvještavanja odnosno objavi rezultata. Iako se primjerice Opća uredba Europskog parlamenta i Vijeća o zaštiti osobnih podataka (engl. *General Data Protection Regulation – GDPR*) (Council of the European Union, European Parliament, 2016) ne

odnosi izravno na poduzeća, pri objavi rezultata treba voditi računa o grupnom prikazivanju rezultata te anonimnosti poduzeća. Ako postoji rizik otkrivanja identiteta poduzeća, potrebno je prethodno pristupiti pokretanju procesa anonimizacije. Ako istraživač jamči anonimnost poduzeća, može očekivati iskrene odgovore poduzeća te veću stopu kooperacije. Naime, poduzeća se brinu o tome da ne dođe do otkrivanja njihovih poslovnih tajni što bi konkurencija mogla dobro iskoristiti. Dakako, i identitet izvještajne jedinice odnosno zaposlenika poduzeća mora ostati neotkriven pri objavi rezultata istraživanja.

Naposljetku, nakon provedenog istraživanja i objave rezultata, potrebno je uspostaviti završnu komunikaciju s poduzećima. Nikako se ne smije dopustiti da se poduzeća osjećaju iskorištenima od istraživača koji je uzeo podatke i otišao. Ponajprije je potrebno zahvaliti svim poduzećima koja su sudjelovala u istraživanju. Nakon što se objave rezultati istraživanja poželjno je obavijestiti sva poduzeća koja su bila pozvana u istraživanje o mjestu objave. Osim toga, svakako se preporučuje izrada skraćenog jednostavnog izvještaja o provedenom istraživanju s istaknutim najvažnijim rezultatima i zaključcima istraživanja. Tako će poduzeća imati dojam da su zaista sudjelovala u nečem važnom i korisnom, prije svega za njih. Time se povećava vjerojatnost da će se poduzeće odlučiti na suradnju i u budućim istraživanjima.

4 Zaključak

Značaj poslovnih *web* anketa je neosporan. No zbog složenosti procesa provođenja anketnih istraživanja, prepreke i problemi mogu se javiti u svakoj fazi. Stoga su u ovom stručnom radu istaknuti problemi i izazovi koji se učestalo pojavljuju kod poslovnih *web* anketa, ali i kod anketnih istraživanja općenito. Potrebno je naglasiti da u praksi problema i izazova u provođenju poslovnih *web* anketa ima daleko više od onih koji su ovdje navedeni, ali njihov utjecaj na uspjeh provedbe poslovne *web* ankete ne smatra se toliko značajnim.

Literatura

American Association For Public Opinion Research (2016). Standard Definitions: Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys. Dostupno na: https://www.aapor.org/AAPOR_Main/media/publications/Standard-Definitions20169theditionfinal.pdf (pristupljeno 5. ožujka 2019.)

Bahovec, V., Erjavec, N. (2015). Statistika, Element, Zagreb.

Bethlehem, J. (2009). Applied Survey Methods: A Statistical Perspective, Hoboken, John Wiley & Sons, New Jersey.

Council of the European Union, European Parliament (2016). Uredba (EU) 2016/679 Europskog parlamenta i Vijeća od 27. travnja 2016. o zaštiti pojedinaca u vezi s obradom osobnih podataka i o slobodnom kretanju takvih podataka te o stavljanju izvan snage Direktive 95/46/EZ (Opća uredba o zaštiti podataka). Dostupno na: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/3e485e15-11bd-11e6-ba9a-01aa75ed71a1/language-hr> (pristupljeno 5. ožujka 2019.)

Couper, M. P. (2008). Designing Effective Web Surveys, Cambridge University Press, New York.

Dillman, D. A., Smyth, J. D., Christian, L. M. (2014). Internet, Phone, Mail, and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method, Hoboken, John Wiley & Sons, New Jersey.

Evans, J. R., Mathur, A. (2005). The value of online surveys, *Internet Research*, 15(2), 195-219.

- Godin, B. (2006). From Eugenics to Scientometrics: Galton, Cattell and Men of Science. Dostupno na: http://www.csiic.ca/PDF/Godin_32.pdf (pristupljeno 1. veljače 2019.)
- Heeringa, S. G., West, B. T., Berglund, P. A. (2010). Applied Survey Data Analysis, Chapman & Hall/CRC, Boca Raton.
- Kish, L. (1995). Survey Sampling, John Wiley & Sons, New York.
- Levy, P. S., Lemeshow, S. (2008). Sampling of Populations: Methods and Applications, Hoboken, John Wiley & Sons, New Jersey.
- Marra, R. M., Bogue, B. (2006). A Critical Assessment of Online Survey Tools, Proceedings of the 2006 Women in Engineering Programs and Advocates Network Conference. Dostupno na: <https://www.engr.psu.edu/awe/misc/ResearchPagePDFs/126-Marra-CriticalSurvey.pdf> (pristupljeno 28. veljače 2019.)
- Poynter, R. (2004). If the internet is so clever, why aren't we all rich!. Dostupno na: www.virtualsurveys.com/news/papers/paper_11.asp (pristupljeno 15. veljače 2019.)
- Valliant, R., Dever, J. A., Kreuter, F. (2013). *Practical Tools for Designing and Weighting Survey Samples*, Springer, New York.
- Žmuk, B. (2017a). Are Publicly Available Online Businesses Lists Appropriate to be used as Sampling Frames in Croatian Business Surveys?, *Business Systems Research Journal*, 8(2), 26-39.
- Žmuk, B. (2017b). Speeding problem detection in business surveys: benefits of statistical outlier detection methods, *Croatian Operational Research Review*, 8(1), 33-59.
- Žugaj, M., Dumičić, K., Dušak, V. (2006). Temelji znanstvenoistraživačkog rada: Metodologija i metodika, Tiva, Varaždin.

Prikaz knjige: Analiza i primjena više različitih varijacija vremenskih serija

Book review: Multivariate time series analysis and applications

TIHANA ŠKRINJARIĆ
Ekonomski fakultet – Zagreb
Sveučilište u Zagrebu
Trg. J. F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb
tskrinjar@net.efzg.hr

Prikaz knjige / Book review
UDK / UDC: 303.71:330.43
Autor knjige: William W. S. Wei
Izdavač: John Wiley & Sons Ltd., 2019.
ISBN: 978-1-119-50285-2

Analiza ekonomskih modela i fenomena danas je nezamisliva bez potpore ekonometrije i empirijskih analiza nad stvarnim podacima. Kako ekonomske pojave ovise jedna o drugoj, potrebno je analizu provesti tako da se promatraju multivarijatni modeli u kojima se modelira međusobna ovisnost i isprepletenost učinaka više varijabli odjedanput. Knjiga *Multivariate time series analysis and applications* sastoji se od deset poglavlja posvećenih analizi i interpretaciji rezultata multivarijatnih modela i vremenskih serija, a njezin je autor jedan od najpoznatijih imena u analizi vremenskih serija (upoznati čitatelji zasigurno su već proučili knjigu *Time Series Analysis : Univariate and Multivariate Methods*). Kako je riječ o multivarijatnim modelima, knjiga se preporučuje čitateljima koji već imaju određena znanja iz ekonometrije i vremenskih serija (poput univarijatne analize, testiranja stacionarnosti vremenskih serija i slično). Svako poglavlje potkrijepljeno je empirijskim primjerima uz opis naredbi koje je potrebno upisati u *R*, *SAS* i *Matlab* kako bi čitatelj sam mogao provesti procedure opisane u knjizi. *Online* su dostupni podaci kojima se autor koristi u knjizi, stoga je ovo dodatna prednost u odnosu na druge dostupne knjige, jer čitatelj sam može vježbati i interpretirati kao što je to učinjeno u knjizi. Kako je u nazivu knjige i riječ *primjene*, riječ je o knjizi koja ima balansiran spoj teorije i primjera kroz spomenute primjene.

Prvo poglavlje je najkraće jer se radi o uvodu u multivarijatne serije i modele, s uvođenjem oznaka i koncepata koje će se razmatrati u ostalim poglavljima, uz matrične zapise te prikaz načina na koji će se iskazivati modeli i slično. Već se ovdje uočava da je potrebno znati matrični račun kako bi se lakše pratio ostatak gradiva u knjizi. Drugo poglavlje je naziva *Vektorski modeli vremenskih serija* te se ovdje obrađuju VMA, VAR i VARMA modeli s njihovim svojstvima, metodama procjene i opsežnim primjerima. Izvode se opći matrični zapisi za svaki model, kao i matrice varijanci i kovarijanci parametara modela s obzirom na potrebne izračune za prognožiranje budućih vrijednosti i izračuna funkcija impulsnih odziva. Kratko se obrađuju Grangerova uzročnost, sezonski vektorski modeli te je dio poglavlja posvećen analizi netipičnih vrijednosti (engl. *outliers*) koje se u praksi pojavljuju pa se tako obrađuju MIO, MAO, MLS te MTC modeli (engl. *multivariate innovational outlier*, *multivariate additive outlier*, *multivariate level shift outlier* i *multivariate temporary change*). Analiza ovakvih modela sve je popularnija u posljednjih nekoliko godina, što se vidi i iz referenci u ovome dijelu knjige. Posljednji dio poglavlja posvećen je nekoliko empirijskih primjera te se proteže na više od trideset stranica sa svim grafičkim prikazima, matricama i tablicama. Svi uvedeni pojmovi analiziraju se nad stvarnim podacima te se interpretiraju kako bi ih čitatelj lakše povezao s prvim dijelom teorije. Za sve izračune autor prikazuje naredbe koje je potrebno kopirati u odgovarajuću programsku podršku. Kako se u trećem poglavlju analizira regresijska analiza multivarijatnih modela, ovo poglavlje vezano je uz prethodno. Obrađuju se pretpostavke multivarijatnih regresijskih modela te GLS metoda procjene (engl. *generalized least squares*). Ponovno su uključeni detaljni primjeri s

interpretacijama ne samo procjena, već i dijagnostike modela. Ovo poglavlje obrađuje i VARX modele, što se ponekad ne nalazi u sličnoj literaturi.

Analiza glavnih komponenti (engl. PCA – *principal component analysis*) naziv je četvrtog poglavlja. Autor ovdje obrađuje kako se matrica varijanci-kovarijanci varijabli od interesa pomoću PCA analize može objasniti pomoću manjeg broja linearnih kombinacija inicijalnog skupa varijabli. Posebno se analizira PCA za populaciju te posebno za uzorak. Primjer na kraju poglavlja je prikladan s obzirom na to da se analizira skup dionica za portfelj, gdje je matrica varijanci-kovarijanci prinosa veoma važan pojam u analizi portfelja. Nastavno na četvrto poglavlje, iduće je naziva *Faktorska analiza multivarijatnih vremenskih serija*, koja ima sličnu svrhu kao PCA analiza. Nakon definiranja neopazivih faktora koji se žele obuhvatiti ovom analizom, detaljno se predočava metoda procjene faktorskih modela te rotacija faktora i na kraju se primjer nastavlja na prethodno poglavlje (dionice i njihovi prinosi). Ova dva spomenuta poglavlja čak se mogu preporučiti čitateljima koji prvi put počinju učiti multivarijatne metode PCA i faktorske analize s obzirom na podrobna obrazloženja, numeričke primjere te primjere sa stvarnim podacima (koji su prikazani na mnogo stranica).

MGARCH (engl. *multivariate generalized autoregressive conditional heteroskedasticity*) modeli analiziraju se u šestome poglavlju: prve generacije modela (izravne generalizacije univarijatnih GARCH modela) te druge (linearne kombinacije univarijatnih modela). Ortogonalni GARCH model povezuje se s prethodnim poglavljima (zbog koreliranosti faktora/varijabli u matricama varijanci-kovarijanci). Naravno, prikazuje se metoda najveće vjerodostojnosti za procjenu MGARCH modela, ali i WSE metoda (engl. *weighted scatter estimation*), koja se nešto rjeđe nalazi u drugoj literaturi. Stoga se i ovdje uočava kako se postojeća znanja čitatelja koji su se već susreli s određenim pojmovima u ovoj knjizi mogu nadopuniti.

Iduće, sedmo poglavlje, naziva je *Ponovljena mjerenja* (engl. *repeated measurements*) jer se u praksi događaju situacije kada se određene varijable mjere samo nekoliko puta kroz vrijeme, a potrebno je izvršiti određene analize. Stoga se ovdje obrađuju MANOVA (engl. *multivariate analysis of variance*), model s fiksnim efektima, model sa slučajnim efektima, NRE model (engl. *nested random effects*) i primjeri su ponovno opširni. Ovdje se uočava mogućnost primjena u sociološkim istraživanjima, kao i u medicini. Autor je svjestan brojnih drugih područja primjene osim ekonomije stoga na kraju poglavlja zainteresirane čitatelje upućuje na daljnju literaturu za specifična pitanja. Osmo poglavlje naziva je *Space-time series models* te se odnosi na prostornu ekonometriju s obzirom na to da se neke ekonomske fenomene može modelirati ovisno o šokovima bližih ekonomskih jedinica/regija/država. Tako se ovdje modeliraju matrice udaljenosti jednog entiteta od drugih te pripadajući STARIMA modeli (engl. *Space-time ARIMA*). Uvode se i pojmovi ST-ACF i ST-PACF funkcija (engl. *space-time autocorrelation, partial autocorrelation function*) te GSTARIMA (engl. *generalized STARIMA*). Primjeri uključuju modeliranja za američke države te je ovdje uključeno mnoštvo rezultata i grafičkih prikaza. Prostorna ekonometrija sve je popularnija u posljednjih nekoliko godina te je ovo poglavlje jedno od onih koje se može preporučiti početnicima za upoznavanje s takvom materijom.

Spektralna analiza multivarijatnih serija razmatra se u devetom poglavlju. Za ovo poglavlje preporučuje se čitateljima najprije upoznavanje iste ove analize, ali za univarijatne serije s obzirom na to da je potrebno znati određene nalaze primjenom diferencijalnog i integralnog računa te je potrebno znati asimptotska svojstva pojedinih procjenitelja. Ovo je jedno od naprednijih poglavlja u ovoj knjizi te se ovdje nalazi najviše izvoda u odnosu na ostatak knjige. Razlog leži vjerojatno u tome što je autor svjestan da se ova analiza rjeđe nalazi u literaturi tipičnoj za vremenske serije. Nakon uvođenja inicijalnih pojmova koje je potrebno znati u ovoj analizi, prikazuju se prethodno uvedeni pojmovi i analiziraju se s aspekta spektralne analize (npr. VAR model). Posljednje poglavlje posvećeno je smanjenju broja dimenzija u multivarijatnim analizama. U praksi se često mogu dogoditi situacije velikog broja varijabli i broja parametara u modelu koji vode do smanjenja broja stupnjeva slobode ili pak potpune nemogućnosti procjene parametara modela. Stoga je ovo poglavlje posvećeno metodama smanjenja broja dimenzija u takvim slučajevima: obrađuju se *lasso* metoda i njezine varijante (kao najpopularnije metode), HVAR (engl. *hierarchical VAR*) i faktorska analiza. Empirijski primjeri na kraju uspoređuju sve metode odjedanput, što može biti izrazito korisno za čitatelja.

Može se zaključiti da je knjiga *Multivariate time series analysis and applications* jedan od značajnijih doprinosa u području primijenjene ekonometrije, posebice u području multivarijatnih modela. Knjiga se preporučuje onima koji već imaju određena znanja iz ekonometrijske analize te analize univarijatnih

vremenskih serija. Posebno je važno naglasiti da je za lakše razumijevanje materije u ovoj knjizi potrebno šire znanje iz matričnog računa jer je cijela knjiga pisana uz tu pretpostavku. Još jedanput se treba pohvaliti dobar omjer spomenute teorije i velikog broja ekonomskih primjena s ispisanim naredbama za nekoliko različitih programskih podrški. Stoga se ova knjiga može koristiti u različitim granama ekonomije i zasigurno može dopuniti postojeća znanja onih koji se bave (primijenjenom) ekonometrijom.

Naslov Rada (14pt Times New Roman, Bold, centrirano)

IME I PREZIME (11pt Times New Roman, centrirano)
Fakultet/Odjel (11pt Times New Roman, centrirano)
Sveučilište (11pt Times New Roman, centrirano)
Adresa (11pt Times New Roman, centrirano)
Država (11pt Times New Roman, centrirano)
vas.mail@xxxxxx.xx (11pt Times New Roman, centrirano)

Sažetak: Ovo je primjerak formata vašeg rada. Rad bi minimalno trebao imati osam stranica A4 (21 x 29 cm), a maksimalni opseg rada nebi trebao prelaziti trideset stranica. Gornja i donja margina, kao i lijeva i desna su 2.5 cm. Koristite jednostruki prored u cijelom radu (bez razmaka prije i poslije). Koristite Times New Roman font u tekstu rada veličine 11pt, izuzev naslova i fusnota. Za pisanje fusnota koristite Times New Roman font veličine 8pt. Riječi *Sažetak*, *Ključne riječi* i *Reference* su u kurzivu i masno otisnute. Sažetak minimalno treba imati 120 riječi. Tekst u cijelom radu treba biti obostrano poravnat. **Sažetak je potrebno prevesti na engleski jezik.**

Ključne riječi: Ostavite dvije prazne linije ispod Sažetka i navedite 5 do 7 ključnih riječi međusobno odvojenih zarezom. Ključne riječi je potrebno prevesti na engleski jezik.

1 Uvod (12pt, Times New Roman)

Predloženi naslovi se ne trebaju slijediti doslovno, što znači da primjerice možete koristiti klasični okvir s Uvodom, Materijalima i Metodama, Rezultatima, Raspravom, Zaključkom i Referencama. Naslovi svake cjeline rada trebaju biti lijevo poravnati i masno otisnuti. Obavezno je numeriranje naslova i podnaslova cjelina rada kao i u ovom predlošku. Navedeno numeriranje nebi se smjelo vršiti primjenom rimskih brojeva. Odlomci se odvajaju razmakom, a svaki odlomak trebao bi imati bar tri retka.

2 Formulacija problema

Molimo Vas da ostavite dvije prazne linije između susjednih naslova. Podnaslovi se odvajaju jednom praznom linijom. Ispod naslova i podnaslovaslijedi redak razmaka te potom tekst bez uvlake. bez uvlake. Sljedeći odlomak slijedi nakon razmaka, kako je već ranije navedeno.

Ukoliko u Vašem radu ima i matematičkih izraza i formula potrebno ih je numerirati redoslijedom kako se pojavljuju – (1), (2), (3), Nikako nemojte koristiti princip vezivanja tih izraza s podnaslovima – (1.1), (1.2), ..., (2.1), ... , dakle nije poželjno. Svi takvi izrazi su centrirani i odvojeni s po jednom linijom razmaka u odnosu na tekst koji prethodi i koji slijedi. Isto vrijedi i za više takvih izraza u nizu – odvajanje po istom principu.

2.1 Podnaslov (12pt, Times New Roman)

Podnaslovi se lijevo poravnavaju, masno su otisnuti, veličine 12pt u fontu Times New Roman. Potrebno je da vodite računa da Vam sam podnaslov ne bude izoliran na dnu stupca.

2.1.1 Pod-podnaslov (11pt, Times New Roman)

Kada trebate koristiti i daljnju podjelu unutar neke cjeline, za pod-podnaslove koristite Times New Roman veličine 11pt, masno otisnut i lijevo poravnat. Daljnja podjela cjelina nije poželjna i neće se prihvaćati.

3 Rješenje problema

Slike i tablice trebaju se referencirati kako slijedi: Slika 1, Slika 2, Slika 3, ..., Tablica 1, Tablica 2, Tablica 3, Svaka referenca slike sadrži i opis slike (što slika predstavlja) i eventualno izvor odakle je preuzeta, u slučaju da je riječ o slikama kojima niste autori/ce. Isto vrijedi i za tablice, što podrazumijeva da se pored oznake tablice nalazi i njezin naziv ili kratko objašnjenje što predstavlja, uz navođenje izvora za slučajeve preuzetih tablica.

Naslov tablice navodi se iznad tablice zajedno s pripadajućim izvorom dok se naslov slike navodi ispod same slike zajedno s pripadajućim izvorom. Tablice i slike se centriraju, kao i njihovi naslovi i izvori.

U slučajevima da vaš rad značajno odstupa od navedenih specifikacija, tajnik časopisa će Vas na to upozoriti i zamoliti da uredite rad prema ovim uputama. U slučaju da ni nakon toga Vaš rad nije u skladu s traženim formatom, tada ne može biti uključen u izdanje časopisa.

4 Zaključak

Sve reference u tekstu rada, kao i na kraju u samom popisu istih, navode se po harvardskom sustavu citiranja i referenciranja – u ovoj uputi, pod popisom Literatura, navedeni su samo neki najčešći primjeri. Kad se u tekstu navode autori (primjerice et. al.) tada se u popisu literature trebaju navesti svi autori. Molimo Vas da ove preporuke slijedite što vjernije kako bismo osigurali uniformnost svih radova koji će se objavljivati u ovom časopisu. Zahvaljujemo na Vašoj suradnji i doprinosu.

Literatura:

Boughton, J. M. (2002) The Bretton Woods Proposal: An Indepth Look, *Political Science Quarterly*, 42 (6), str. 564-578.

Carter, F., Neville, T. (2008a) Quantum Reality of Genetics, *Nature*, 454 (7193), str. 234 – 250.

Carter, F., Neville, T. (2008b) Epigenetics in Review, *Nature*, 454 (7199), str. 180 – 202.

Chung-Lung, H., Chi-Chun, L., Chin-Long, T. (2004) Mobile Privacy and Identity Management, Rožić, N. & Begušić, D. eds., *Proceedings of 12th International Conference on Software, Telecommunications and Computer Networks, SoftCOM 2004*, Split – Dubrovnik, Croatia – Venice, Italy, October 10 – 13, 2004., Split: University of Split, str. 17 – 21.

Clinch, P. (2001) *Using a Law Library: A Student's Guide to Legal Research Skills*, 2nd ed., London: Blackstone.

Foster, H. (2008) Perception and Mind, *Science*, 321 (5884), str. 121 – 145.

Hamill, C. (1999) Academic Essay Writing in the First Person: A Guide for Undergraduates, *Nursing* [pristupljeno 20.07.2005.].

Title of the Paper (14pt Times New Roman, Bold, Centred)

AUTHOR'S NAME (11pt Times New Roman, CAPITAL LETTERS, centred)

Faculty / Department (11pt Times New Roman, centred)

University (11pt Times New Roman, centred)

Address (11pt Times New Roman, centred)

Country (11pt Times New Roman, centred)

your.mail@xxxxx.xx (11pt Times New Roman, centred)

Abstract: This is a sample paper template. Please use the following settings. Page format must be size A4 (21 x 29 cm). The length of the paper should be in the range of eight to maximum thirty pages. Top, bottom, left and right margins are 2.5 cm. Use single line spacing throughout your paper (Spacing 0 pt Before and After). Use font Times New Roman 11pt, except in the title and footnotes. All footnotes should be single-spaced 8-point Times New Roman. The words *Abstract*, *Key words* and *References* are in italics and bold. The Abstract should have at least 120 words. The text should be justified throughout the paper.

Keywords: Leave two blank lines after the Abstract and list 5 to 7 key words, separated by commas

1 Introduction (12pt, Times New Roman)

It is not necessary to follow the suggested headlines strictly. For instance, you may use the standard framework including Introduction, Materials and methods, Results, Discussion, Conclusion(s) and References. Headings should be aligned left and bold-faced. Headings and subheadings should be in "Sentence case" and numbered using Arabic numerals as in this template. Paragraphs are separated by a blank line, each paragraph containing at least three lines.

2 Problem formulation

Please leave two blank lines between the neighbouring headings. Subheadings are separated by a blank line. Headings and subheadings are followed by a blank line. The text follows without indentations. As it has been already said, the next paragraph is preceded by a blank line.

Mathematical equations, formulae and other expressions should be numbered sequentially, as they appear, i.e. (1), (2), (3), ... Please avoid the principle of linking these expressions with the subheadings, hence (1.1), (1.2), ..., (2.1), ... should be avoided. These expressions are centred and separated by one blank line from the preceding and following text. The same goes for a series of expressions – they are separated following the same principle.

2.1 Subheading (12pt, Times New Roman)

For subheadings use 12pt Times New Roman, bold. Subheadings should be in "Sentence case", aligned left and numbered using Arabic numerals. Make sure your subheading is not left isolated at the bottom of the page.

2.1.1 Subheading (11pt, Times New Roman)

If it is necessary to further distribute the text, you can introduce subheadings in Times New Roman 11pt, aligned to the left side and bold-faced. Further distribution is not recommended and will not be accepted.

3 Results

Figures and tables should be inserted as close as possible to the position where they are first referenced. Use Arabic numerals: Figure 1, Figure 2, Figure 3,, Table 1, Table 2, Table 3, Each figure / table should be accompanied by a reference (caption / legend) with sufficient description so that the figure / table is understandable without reading the text. In case the author of the paper is not the author of the figure / table, the source has to be cited correctly. Figures are centred and so are their references below them. Tables and their references are also centred but the references are placed above the tables. In case your paper significantly deviates from these guidelines, the secretary of the journal will warn you and ask you to adjust the formatting. If your paper fails to comply with the required format again, it can not be published in the journal.

4 Conclusion

All references, within the main text and within the list of references, are cited according to the Harvard reference system. This sample paper template features only the most common items in the list of References. When authors are quoted in the text (for example, et al.), all authors should be listed in the Reference list. Please follow these guidelines as closely as possible so that we could ensure uniform quality of the published work. Thank you for your cooperation and contribution.

References:

Boughton, J. M. (2002) The Bretton Woods Proposal: An Indepth Look, *Political Science Quarterly*, 42 (6), pp. 564-578.

Carter, F., Neville, T. (2008a) Quantum Reality of Genetics, *Nature*, 454 (7193), pp. 234 – 250.

Carter, F., Neville, T. (2008b) Epigenetics in Review, *Nature*, 454 (7199), pp. 180 – 202.

Chung-Lung, H., Chi-Chun, L., Chin-Long, T. (2004) Mobile Privacy and Identity Management, Rožić, N. & Begušić, D. eds., *Proceedings of 12th International Conference on Software, Telecommunications and Computer Networks, SoftCOM 2004*, Split – Dubrovnik, Croatia – Venice, Italy, October 10 – 13, 2004., Split: University of Split, pp. 17 – 21.

Clinch, P. (2001) *Using a Law Library: A Student's Guide to Legal Research Skills*, 2nd ed., London: Blackstone.

Foster, H. (2008) Perception and Mind, *Science*, 321 (5884), pp. 121 – 145.

Hamill, C. (1999) Academic Essay Writing in the First Person: A Guide for Undergraduates, *Nursing Standard*, [Online], 13 (44), pp. 38-40., <available at: <http://libweb.anglia.ac.uk/ejournals/333>>, [accessed 20.07.2005.].