Inozemni dug na kraju listopada je iznosio 27,7 milijardi eura

Autor Guste Santini
Ponedjeljak, 08 Siječanj 2007 13:54

“Nakon što je tijekom ljetnih mjeseci zabilježeno sezonsko sniženje inozemnog duga Hrvatske, isti je tijekom rujna i listopada nastavio rasti. Prema posljednjim podacima HNB-a inozemni dug krajem listopada 2006. godine iznosio je 27,7 milijardi eura. U odnosu na stanje prethodnog mjeseca povišen je za 544 milijuna eura, dok je godišnja stopa rasta nakon četiri mjeseca ponovno premašila 14% (14,1%)...”

Pojednostavljeno rečeno inozemni dug predstavlja kumulativ deficita platne bilance. Deficiti se pridaju inozemnom dugu kao što se suficiti oduzimaju od iznosa inozemnog duga. Hrvatska je u prvih deset mjeseci 2006. godine povećala svoj inozemni dug za 2,2 milijarde eura. To znači da su prihodi po svim osnovama kao što je iznoz roba i usluga, dohoci od inozemnih ulaganja te transferi bili manji od obveza prema inozemstvu. Prodaja obiteljskog srebra u 2006. godini značajno je usporila dinamiku zaduživanja ali je nije usporilo ni približno očekivanjima.

Naime, kao što je znano u 2006. godini imamo rasprodaju dvaju značajnih privrednih subjekata jedan je Pliva, a drugi INA. Imamo li u vidu da će realni rast BDP iznositi 4,3 – 4,5% i da će povećanje cijena biti ispod 3% moramo zaključiti da povećanje javnog duga od 14% znači neuporedivo bržu stopu rasta inozaduživanja od nominalnog rasta BDP. To, nadalje, znači da će se inozemni dug izražen kao postotak domaćeg društvenog proizvoda povećati.

Optiminzam centralne banke predviđa u ovoj, 2007. godini, da inozeni dug neće prijeći 86% domaćeg drtuštvenog proizvoda. Jasno centralna je banka ukalkulirala i daljnju prodaju obiteljskog srebra, posebice prodaju 20% HT-a. Ipak čini mi se da nije realno očekivati sporiji rast inoozemnog duga u odnosu na nominalni rast bruto domaćeg proizvoda. Ovo tim više ako se ima u vidu da se nalazimo u izbornoj godini. Druga je priča što će hrvatska vlast činiti kada se rasproda obiteljsko srebro. Naprosto zvuči nevjeroajtno kako se olako rasprodaje obiteljsko srebro i tako umanjuje mogućnost i potreba definiranja strategije razvoja. Stiče se utisak da živimo od godine do godine, od izbora do izbora a sve ostalo je nebitno.