Učinci inozemnih ulaganja u turizam u Republici Hrvatskoj

Tešija, Matea

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of Maritime Studies / Sveučilište u Splitu, Pomorski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:164:387495

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

Repository - Faculty of Maritime Studies - Split - Repository - Faculty of Maritime Studies Split for permanent storage and preservation of digital resources of the institution

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
POMORSKI FAKULTET U SPLITU

MATEA TEŠIJA

UČINCI INOZEMNIH ULAGANJA U TURIZAM U RH

ZAVRŠNI RAD

SPLIT, 2020.

SVEUČILIŠTE U SPLITU

POMORSKI FAKULTET U SPLITU

STUDIJ: POMORSKI MENADŽMENT

UČINCI INOZEMNIH ULAGANJA U TURIZAM U RH

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:

prof. dr. sc. Vinko Vidučić

STUDENT:

Matea Tešija

(MB:0171270594)

SPLIT, 2020.

SAŽETAK

Turizam zbog ekonomskih koristi je opravdano stekao status iznimno važne komponente nacionalnih gospodarstava mnogih zemalja pa tako i Republike Hrvatske. Inozemna izravna ulaganja odnose se na sva ulaganja u domaću tvrtku pri čemu strani investitor stječe 10% ili više vlasništva nad običnim dionicama poduzeća. Najčešće se drži da se inozemna izravna ulaganja razlikuju od drugih oblika priljeva privatnoga inozemnog kapitala, u prvom redu, po trajnom interesu u ciljnom poduzeću i aktivnom sudjelovanju inozemnih investitora u procesu upravljanja poduzećem. Što se tiče doprinosa izravnih inozemnih ulaganja gospodarskom rastu te rastu turizma u Hrvatskoj taj doprinos je manji od očekivanog jer je cilj tih ulaganja povećanje profitabilnosti, a ono se najbrže postiže smanjenjem broja zaposlenih. Inozemna izravna ulaganja u turizmu relativno su mala u usporedbi s ulaganjima u druge djelatnosti, kao i u odnosu na domaća ulaganja.

Ključne riječi: *inozemna izravna ulaganja (FDI), turizam, Republika Hrvatska.*

ABSTRACT

Tourism has justifiably acquired the status of an extremely important component of the national economies of many countries, including the Republic of Croatia. Foreign direct investment refers to all investments in a domestic company where a foreign investor acquires 10% or more ownership of ordinary shares of the company. It is most often held that foreign direct investment differs from other forms of private foreign capital inflows, primarily by a lasting interest in the target company and the active participation of foreign investors in the corporate governance process. Regarding the contribution of foreign direct investment to economic growth and the growth of tourism in Croatia, this contribution is lower than expected because the goal of these investments is to increase profitability, and it is most quickly achieved by reducing the number of employees. Foreign direct investment in tourism is relatively small compared to investment in other industries, as well as compared to domestic investment.

Key words: *foreign direct investment (FDI), tourism, Republic*

SADRŽAJ

1. UVOD 1

2. TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ 2

2.1. ZNAČAJ TURIZMA ZA GOSPODARSTVO REPUBLIKE HRVATSKE ... 4

2.2. MOGUĆNOSTI I POTREBE FINANCIRANJA RAZVOJA TURIZMA U RH..... 9

3. INOZEMNA IZRAVNA ULAGANJA U RH 10

3.1. POJAM I OBLICI INOZEMNIH IZRAVNIH ULAGANJA 10

3.2. UTJECAJ INOZEMNIH IZRAVNIH ULAGANJA NA ZEMLJU PRIMATELJA 12

3.3. UTJECAJ POREZNE POLITIKE NA PRIVLAČENJE INOZEMNIH ULAGANJA 12

3.4. FAZE INOZEMNIH IZRAVNIH ULAGANJA 16

4. INOZEMNA IZRAVNA ULAGANJA U TURIZAM U RH 17

4.1. VAŽNOST INOZEMNIH ULAGANJA ZA TURIZAM 17

4.2. MOTIVI INOZEMNIH ULAGAČA ZA ULAGANJE U TURIZAM RH 19

4.3. ODREDNICE IZRAVNIH ULAGANJA U TURIZAM U RH 22

5. STRUKTURA INOZEMNIH ULAGANJA U TURIZAM U RH 24

5.1. EKONOMSKI UČINCI INOZEMNIH ULAGANJA U TURIZAM..... 27

5.2. UTJECAJ INOZEMNIH IZRAVNIH ULAGANJA NA USPJEŠNOST POSLOVANJA U HOTELIJERSTVU 29

6. ZAKLJUČAK 31

LITERATURA 32

POPIS SLIKA..... 35

POPIS TABLICA..... 36

1. UVOD

Problem i predmet istraživanja ovoga završnog rada su učinci inozemnih ulaganja u turizam u RH. Ulaganja predstavljaju dio globalnoga razvoja što je kontinuirani proces koji svakome društvu osigurava efikasno poslovanje. Investicije su ulaganja u sadašnjost kako bi se stvorila određena koristi u budućnosti. Inozemna su izravna ulaganja sastavni dio platne bilance. Obuhvaćaju vlasnička ulaganja, zadržanu dobit i dužničke odnose između vlasnički povezanih rezidenata i nerezidenata. Izravna vlasnička ulaganja su ulaganja kojima strani vlasnik stječe najmanje 10% udjela u temeljnome kapitalu trgovačkoga društva.

Svrha i ciljevi istraživanja su proučiti teorijske aspekte inozemnih ulaganja te analizirati utjecaj inozemnih izravnih ulaganja na zemlju primatelja odnosno Republiku Hrvatsku. Ciljevi teorijskog dijela istraživanja su objasniti turizam općeniti značaj inozemnih izravnih ulaganja te prikazati kakav utjecaj imaju na turizam Republike Hrvatske.

Struktura se rada sastoji od šest dijelova. Prvi je dio rada uvod u kojem se iznosi problem istraživanja, svrha i struktura rada. U drugomese dijelu rada iznose teorijski aspekti turizma u Republici Hrvatskoj. Definira se pojam turizma i njegov utjecaj na gospodarstvo u Hrvatskoj. Treći se dio rada odnosi na pojam i utjecaj inozemnih ulaganja u Republici Hrvatskoj. U okviru ovoga dijela rada istaknut će se kako inozemna izravna ulaganja utječu na zemlju primatelja te utjecaj porezne politike na inozemna ulaganja. Četvrti se dio rada odnosi na inozemna izravna ulaganja u turizam u Republiku Hrvatsku. Objasniti će se zašto su važna inozemna izravna ulaganja za turizam te koji su motivi inozemnih ulagača. Peti se dio rada odnosi na strukturu inozemnih ulaganja u turizam RH. Također, na kraju je rada zaključak u kojemu se iznose spoznaje i konačni rezultati do kojih se došlo tijekom izrade rada.

2. TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

Nastanak je turizma proizašao iz pojma ljudskih potreba, a samim time i turističkih potreba nasuprot kojih se nalaze turistička dobra. Turist-potrošač osigurava prihode u gospodarskome sustavu niza grâna koje sudjeluju u turističkoj usluzi. Stoga, ekonomija turističko putovanje tretira kao proces potrošnje s ciljem zadovoljenja turističkih potreba.Postoje različiti koncepti usklađivanja turističkoga i gospodarskoga rasta. Osnovni je cilj tržišno orijentiranoga nacionalnog gospodarstva ravnomjeran i stabilan rast svih sastavnih dijelova. [16] Turističko dobro može biti prirodno, proizvod turističke djelatnosti te predmet potrošnje turista. [8]

Zbog ekonomskih koristi koje proizlaze iz razvoja turizma, opravdano je stekao status iznimno važne komponente nacionalnih gospodarstava mnogih zemalja. Razne zemlje u razvoju turizma vide izlaz iz gospodarskih i socijalnih problema posebno ako je zemlja nerazvijena. Druga skupina se u većoj ili manjoj mjeri oslanja na razvoj turizma radi dodatnog poticanja općeg gospodarskog rasta i razvoja, odnosno zemlje u razvoju i razvijene zemlje. Uz ostvarivanje koristi dolaze i negativne posljedice turizma. [4]

Turizam je skup raznolikih individualnih iskustava o odnosima koji nastaju povodom zadovoljavanja čovjekovih potreba, koje uobičavamo zvati turističkim. Turizam obuhvaća sve aktivnosti osoba na putovanju i prilikom boravka u mjestima izvan njihova uobičajenog prebivališta u razdoblju ne duljem od jedne godine, a u svrhu odmora, poslovnih i ostalih razloga. [15]

Nadalje, turizam je gospodarska aktivnost, ali u potpuno neodređenome kontekstu jer se taj pojam ne može rabiti kao okvir za analizu njegova obujma u nacionalnome gospodarstvu, već određuje samo njegov gospodarski karakter. Turizam se, u okviru primjera gospodarske djelatnosti, odnosi na granu koja pružausluge smještaja u hotelima. Taj je oblik smještaja samo jedan dio gospodarske grane ugostiteljstva. Gledajući turizam kaodio industrije,on je plodno tlo za potenciranje nerazumijevanja i pogrešnoga shvaćanja pojma jer se industrija u pravilu veže za preradu sirovina te zbog toga dolazi do nerazumijevanja.

Također, turizam je visokosofisticirani integralni sustav u okviru nacionalnoga gospodarstva čiji djelokrug i struktura nadilaze ekonomske kategorije djelatnosti, grane, industrije i sektora. Čine ga međusobno povezani, heterogeni, međuovisni i komplementarni fragmenti različitih gospodarskih grana i djelatnosti koji zajedno stvaraju logičku, funkcionalnu i uravnoteženu cjelinu.

Također, turizam je krajnje složena ekonomska kategorija čiji opseg u strukturi nacionalnoga gospodarstva nije moguće metodološki potpuno definirati. Bez obzira na to što postoje mnoge konferencije još uvijek nije postignut jedinstven globalni konsenzus oko metodoloških postupaka po kojima bi u svakome nacionalnom gospodarstvu na unificiran način bilo moguće utvrditi cjelovit opseg turizma. [4]

Nadalje, turizam je skup raznolikih individualnih iskustava o odnosima koji nastaju povodom zadovoljenja čovjekovih potreba. Ovisno o poziciji čovjeka u tim odnosima formira se njegovo iskustvo, a prema tome i poimanje turizma. Jednu od najprihvatljivijih definicija turizma dali su švicarski autori Hunziker i Krapf. Njihovu je definiciju usvojilo i Međunarodno udruženje znanstvenih turističkih eksperata (AIEST). Definicija glasi: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekoga mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište tekada s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost.” [1]

TSA– *Turistička satelitska bilanca* je osnovni paket klasifikacija i definicija potrebnih za sastavljanje uniformiranog i metodološki konzistentnog statističkog sustava za potrebe turizma. Najveća tržišna vrijednost i snaga turizma koja proizlazi upravo iz sinergijskog učinka koji nastaje „filigranskim“ doziranjem učinaka svake gospodarske aktivnosti koja ga čini stvarajući tako novu dodanu vrijednost s analitičkog stajališta. Važno je primijetiti složenost korištenja turističkog proizvoda iz kojeg proizlazi brojnost, ali i međusobna različitost korištenih proizvoda i usluga. [15]

Također, većina europskih zemalja izrađuje TSA svake godine i koristi ga kao glavni statistički alat za procjenu turizma. Godine je 2016. Republika Hrvatska suradnjom s europskim zemljama pri izradi TSA ostvarila transfer znanja pa bi u budućnosti DZS izrađivao TSA svake dvije godine kao dio službene statistike RH. Posljednja je TSA studija Instituta za turizam objavljena za 2011. godinu kada je izravan udio turizma u

BDP-u iznosio 10,4 % s udjelom od 9 % u ukupnoj zaposlenosti u RH. Ukupan je učinak turizma na domaće gospodarstvo izračunat kao 14,3 % bruto dodane vrijednosti Hrvatske. [32]

2.1. Značaj turizma za gospodarstvo Republike Hrvatske

Počeci intenzivnijeg razvoja turizma u Hrvatskoj vezuju se uz Opatiju. S vremenom su i mnoga druga mjesta dobila status klimatskih, mjesta ili primorskih ljetnih odmarališta. Početak 20. stoljeća obilježen je brojnim promjenama. Industrijska revolucija donijela je revolucionarne promjene u tehničko – tehnološkim dostignućima što se posebice odrazilo na prometna sredstva.

Izračun ukupnih ekonomskih učinaka koji se ostvaruju po osnovi turističkih putovanja znači zbrojiti svu potrošnju na proizvode i usluge različitih gospodarskih djelatnosti u okviru nacionalnog gospodarstva koju posjetitelji realiziraju tijekom svog turističkog boravka. Iz svake gospodarske djelatnosti koja sudjeluje u formiranju turističke ponude treba izdvojiti samo onaj dio učinaka koji strukturno pripada učincima turizma.

Iz objektivne nemogućnosti potpunog definiranja obuhvata turizma u nacionalnom gospodarstvu proizlazi i nemogućnost potpunog utvrđivanja njegovih ukupnih ekonomskih učinaka (npr. udjela turizma u BDP-u) jer će jedan dio ekonomskih učinaka turizma uvijek ostati skriven u ekonomskim učincima niza gospodarskih djelatnosti koji čini sustav turizma na neizravnoj osnovi.

Važnost turizma za nacionalno gospodarstvo proizlazi iz njegovih brojnih ekonomskih funkcija i ekonomskih učinaka, ali i brojnih odnosa koji nastaju u sustavu u kojem turizam djeluje i kojem pripada. Bit razvoja turizma počiva na činjenici da se turizam razvija ponajprije zbog njegovih ekonomskih koristi koje u većoj ili manjoj mjeri pridonose razvoju nacionalnog, regionalnog, a osobito lokalnog gospodarstva. [15]

Za razvoj turizma u okviru nacionalnoga gospodarstva, od presudne je važnosti pristup domaćem i inozemnomu tržištu kapitala. Investicije u turizmu u širem smislu definiraju se kao vrednovanje prirodnih i kulturnih resursa te ulaganje materijalnih i

financijskih vrijednosti, kao i znanja i ljudskih potencijala u sadašnjosti radi ostvarenja pozitivnih učinaka u budućnosti. [5]

Temeljne čimbenike razvitka turizma u tržišnim uvjetima predstavljaju rad i kapital. Zato je položaj turističkog sektora važno gledati kroz zaposlenost i proizvodnost ljudskog faktora, te analizu proizvodnog kapitala kao ključnih pretpostavki tržišne aktivnosti turističke industrije. U razmjerima malog i otvorenog nacionanog tržišta kao što je hrvatsko tržište, ekonomski parametri razvitka turizma traže pozorno podešavanje mjera gospodarske politike kojima se optimizira međunarodna pozicija nacionalnog tržišta. [7]

Povećana ulaganja u turizmu utječu na agregatnu potražnju kratkoročno povećavajući proizvodnju i zaposlenost te još više djelovanjem na stvaranje nove turističke ponude koja će dugoročno osigurati veću proizvodnju, zaposlenost i prihvatljivu razinu cijena. [6]

Po ukupnom prihodu od turizma Hrvatska je 14. u Europi ili 12. među zemljama EU. Prema podacima iz platne bilance, prihodi od stranih turista činili su 19% BDP-a u 2016., odnosno 35% ukupnog prihoda od izvoza. Turizam je, isključujući domaću komponentu, odgovoran za 7% ukupnog broja zaposlenih u RH.

Turizam i njegovi učinci prepoznaju se u svim dijelovima BDP-a. Pod investicije (I) spada svako trošenje novaca od strane poduzeća za obavljanje poslova u svrhu turizma te će se u uvoz (M) uvrštavati onaj novac koji je turist potrošio na prijevoz u vlasništvu inozemnog poduzeća dok će u obrnutoj situaciji taj potrošeni novac biti uračunat pod izvoz (X) odnosno kad se prodaju usluge prijevoza i ostale turističke usluge od strane domaćeg poduzeća inozemnim turistima.

Nekolicina faktora koji utječu na turizam te direktno ili indirektno određuju doprinos koji turizam ima na BDP su: raspoloživost resursa, stanje stručnog znanja, društvena i politička stabilnost, ponašanje i navike te investicije. [11]

Raspoloživost resursa je važna za svaku djelatnost budući da o njima ovisi proizvodnja. Potrebe turizma za resursima su specifične jer on daje mogućnost unovčavanja javnih prirodnih dobara te će njihova raspoloživost biti jedna od ključnih

čimbenika uspijevanja na tržištu iako je za uspjeh turizma i važno imati kompetentnu radnu snagu u uslužnom sektoru te spremnost države da potpomogne njegov razvoj.

Stručno znanje u turizmu je potrebno zbog istih razloga kao i u ostalim djelatnostima, što je veća njegova razina to će i veća biti sposobnost da turizam bude više produktivan te time omogućiti veće prihode i doprinos BDP-u.

Nadalje, društvena i politička stabilnost unutar destinacije ima bitnu ulogu u promoviranju domaćih proizvoda i privlačenju turista, odnosno turist u većini slučajeva očekuje stabilnost u zemlji u koju putuje. U obrnutom slučaju, nestabilnosti će uzrokovati manje dolaske turista zbog nepovjerenja koje će se javljati prema turističkoj destinaciji ili zemlji u koju bi putovao, a time i manji prinos turizma u BDP-u.

Faktor investicija je onaj koji će poticati turizam u nekoj državi na visoku razinu konkurentnosti. Investicije u turizmu kao i u ostalim djelatnostima treba ciljano i planirano provoditi zbog toga što neefikasne investicije rezultiraju gubitkom države bez ikakvog ili vrlo malog povećanja u prinosima turizma.

Neminovno je da turizam doprinosi BDP-u, no postoje određeni problemi koji se javljaju kada se pokušava konkretno izračunati. To je kod turizma „posebice teško vrijednosno procijeniti, zbog nejasnih definicija usluga, koje su njegov sastavni dio. To vrijedi čak i tako, gdje postoje pouzdani statistički podaci, bilo iz državnih službi ili od gospodarske komore (što u mnogim državama nije slučaj).“

Neke od pozitivnih i negativnih stavki koje su razlog za poteškoće u izračunu jesu [13]:

1. Nenaplative usluge - one usluge u kojima nema ekonomske transakcije vezane za konkretno plaćanje već se ono provodi na druge načine kao što su recipročno ili barter plaćanje. Primjer toga može biti međusobno darivanje između inozemnog turista i domaćina;

2. Neobračunate usluge – su one usluge za koje je izvršeno plaćanje ali nikada nije formalno obračunato. To se uglavnom događa kada se želi izbjeći plaćanje poreza te se naziva crnom ili ponekad sivom ekonomijom;

3. Apstraktni troškovi – troškovi koji spadaju pod jednu djelatnost, a obračunavaju se u drugoj. Primjerice, ako turist kupi nekretninu i koristi je kao kuću za odmor, on tada kao vlasnik ne plaća troškove smještaja, ali se može reći da plaća apstraktnu stanarinu sam sebi koja je jednaka tržišnoj cijeni koju je za nekretninu platio;

4. Raspodjela javnog i privatnog prihoda – razlika između prihoda koji je ostvario privatni sektor u jednoj djelatnosti i troškova javnog sektora u drugoj djelatnosti može uzrokovati probleme vezane za dvostruki obračun poreza;

5. Nepravilnosti u platnoj bilanci – problemi izračuna investicija u turizam i prihoda od turizma koji su izraženi u fluktuirajućoj valuti;

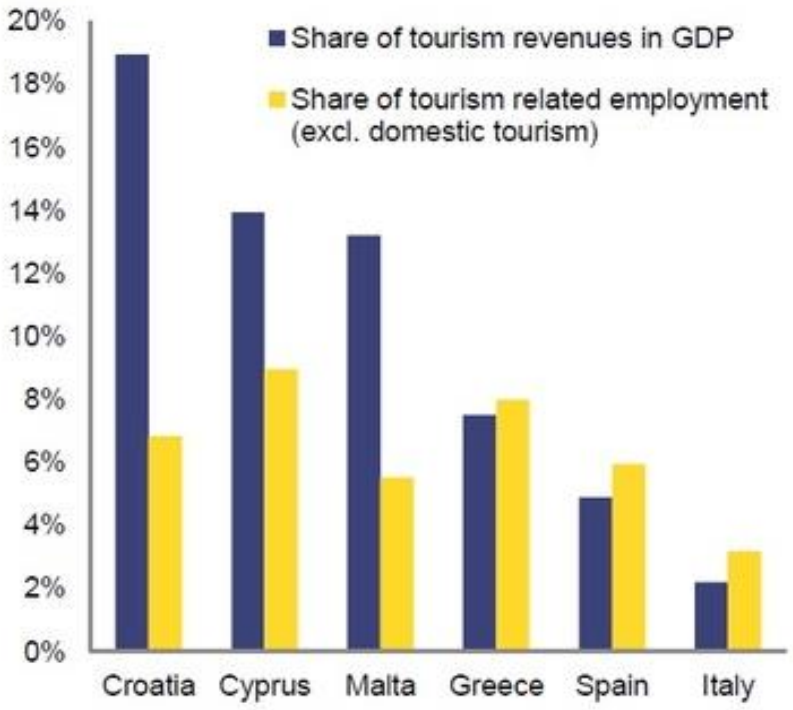
6. Društveni troškovi i koristi – tu se javljaju pozitivne i negativne eksternalije djelovanja turizma na određenu okolinu. Na primjer, one koristi koje turizam može donijeti nekoj destinaciji mogu uzrokovati velike gubitke naspram neke druge djelatnosti u istoj destinaciji te tu nastaju problemi vezani za izračun stvarnih prihoda ili pak gubitaka od turizma u destinaciji ili zemlji;

7. Javna dobra – s turizmom raste vrijednost javnih dobara (konkretno javnih prirodnih dobara) ali se ta vrijednost ne može konkretno iskazati jer je na slobodno korištenje svima te jedini način izračuna vrijednosti tih dobara bi se mogao temeljiti na zamišljenim cijena koje bi turisti bili voljni platiti.

Određene su četiri metode kojima se mjere turistički izdaci i primici, a to su: direktno promatranje izdataka, direktno promatranje primitaka, anketiranje turista i ankete u kućanstvu.

Pod direktnim promatranjem izdataka se misli na praćenje turista tijekom njihove potrošnje no to nije moguće ostvariti. Jedina alternativa koja se nudi je nalaženje grupe turista koji će sami pratiti i zapisivati svoje izdatke. Nadalje, direktno promatranje primitaka podrazumijeva skupljanje podataka o primicima od prodaje u turizmu, takvi podaci se uglavnom mogu dobiti od državnih institucija ili preko prijavljenog prihoda/poreza.

Anketiranja koja, kad se provode na turistima, govore o vrijednosti turizma te su u određenim situacijama (izbacivanjem pristranosti) vrlo pouzdana. Provode se uglavnom na ulazu i izlazu turista iz destinacije ili zemlje koju posjećuju. Može se i anketirati kućanstva gdje se procjenjuju izdaci za turizam na njihovoj ishodišnoj točci te se izdvajaju iz ukupnih izdataka. Velika je vjerojatnost da će se koristeći tu metodu prikupiti ispravni i pouzdani podaci. Svaka od navedenih metoda ima svoje prednosti i nedostatke, stoga se uvijek treba s pažnjom pristupati istraživanju u turizmu te koristiti više od jedne metode istraživanja kako bi se povećala mogućnost donošenja ispravnih zaključaka.



Slika 1. Prihodi od turizma i zaposlenost, 2016. [33]

Slika 1. prikazuje udio prihoda od stranih turista u Hrvatskoj koji je daleko najveći u EU. Međutim, sa 7% zaposlenih u ukupnom broju zaposlenih Hrvatska ne odskače značajno od drugih zemalja. U Grčkoj i Cipru turizam generira relativno veći broj zaposlenih.

Potrošnja turista ne doprinosi BDP-u u ekvivalentnom iznosu – jer se veliki dio turističke potražnje prelijeva na uvoz. Uvozna elastičnost turizma je na otprilike 0,65, što znači da za svaki EUR koji uđe u zemlju, 65 centi izađe u obliku većeg uvoza. [14]

2.2. Mogućnosti i potrebe financiranja razvoja turizma u RH

Poželjan razvoj hrvatskog turizma podrazumijeva upravljanje resursima koje udovoljava osnovnim ekonomskim, socijalnim i estetskim kriterijima dugoročno održivog poslovanja uz rast blagostanja, očuvanje kulturnog integriteta te vitalnih ekoloških sustava i biološke raznolikosti.

Poticanje bržeg gospodarskog rasta temeljenog na integraciji tržišta i institucionalnim reformama, viša stopa zaposlenosti i promicanje održivog razvoja tri su glavna strateška cilja Nacionalnog strateškog referentnog okvira.

Operacionalizacija razvojnih ciljeva i nove vizije razvoja hrvatskog turizma podrazumijeva i pokretanje konkretnih razvojno-investicijskih projekata međunarodne prepoznatljivosti koji će svojim kvalitativnim značajkama biti u stanju autonomno privlačiti nove segmente turističke potražnje, podizati kvalitetu i/ili raznovrsnost destinacijske ponude, produljivati sezonu te dodatno pridonijeti unapređenju međunarodnog imidža hrvatskog turizma. [25]

Na nepovoljan trend ulaganja djeluje više čimbenika, to su otežano financiranje projekata, pri čemu komercijalne banke traže veće udjele vlastitoga kapitala investitora, utjecaj krize na poslovanje sektora i s tim u vezi smanjena mogućnost financiranja razvoja vlastitom akumulacijom. Kao rezultat ovih čimbenika, ulaganja u turizam Hrvatske znatno su smanjena. [20]

Zakonska problematika od interesa za efikasno upravljanje turizmom i/ili s njim neposredno povezanim aktivnostima u nas je regulirana nizom propisa koje donose različita tijela državne uprave, a koji su nerijetko neprimjereni, nefunkcionalni i nedorečeni, stvarajući okruženje u kojem se nije lako snaći.

Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju dionicima u javnom, privatnom i civilnom sektoru hrvatskog turizma otvaraju se velike mogućnosti za korištenje fondova Europske unije u sufinanciranju različitih razvojnih projekata. Na raspolaganju su [25]:

- strukturni fondovi (Europski fond za regionalni razvoj i Europski socijalni fond),
- Kohezijski fond,
- Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj.

Strateška utemeljenost je osnovno načelo za definiranje i izradu nacionalnih operativnih programa i prioriteta sukladno glavnim ciljevima strategije Europa 2020. i izvedenim tematskim ciljevima pojedinih financijskih perspektiva, a temeljem kojih se pripremaju projekti koji povlače sredstva iz fondova EU.

3. INOZEMNA IZRAVNA ULAGANJA U RH

3.1. Pojam i oblici inozemnih izravnih ulaganja

Inozemna izravna ulaganja (engl. *foreign direct investment* – FDI) su sva ulaganja u domaće poduzeće gdje strani investitor stječe 10% ili više vlasništva nad običnim dionicama poduzeća ili ekvivalentni iznos glasačkih prava. [20]

Prema definiciji Hrvatske narodne banke (HNB) inozemna ulaganja sastavni su dio platne bilance, a obuhvaćaju vlasnička ulaganja, zadržanu dobit i dužničke odnose između vlasnički povezanih rezidenata i nerezidenata. [29]

Inozemna strana ulaganja pojavljuju se kao samostalna ulaganja u vlastito poduzeće ili kao zajednička ulaganja, te kao horizontalna i vertikalna ulaganja.

Samostalna izravna ulaganja - odnosno inozemna ulaganja u vlastito poduzeće mogu se izvesti na dva načina [12]:

- investirati u potpuno novo poduzeće, pogon ili djelatnost,
- kupovinom, odnosno otkupom postojećeg poduzeća.

U tim slučajevima „poduzeće postaje dio međunarodnog proizvodnog sustava kojeg predstavlja inozemna kompanija, što uključuje strateško upravljanje iz središta inozemne kompanije. Najrasprostranjenije je preuzimanje nacionalnih tvrtki ili sjedinjenje sa njima budući da kod investiranja u inozemno poduzeće otkup ima stanovite prednosti. Primjerice odmah se iskorištavaju već postojeći proizvodni kapaciteti, postojeća marketinška organizacija, osiguran je određeni dio tržišta, te se izbjegava strah domaćeg stanovništva od stranog vlasnika, budući da lokalna javnost ne mora odmah znati da se radi o stranom vlasniku.“ [11]

Isto tako veliki dio poduzeća, posebice u nekim bivšim socijalističkim zemljama prodana su stranim poduzećima pod simboličnom ili ispod realne vrijednosti, te se u tim zemljama izravna ulaganja provode prvenstveno kroz otkup postojećih poduzeća.

Zajednička inozemna izravna ulaganja predstavljaju oblik suradnje dvaju ili više poduzeća iz različitih zemalja koja rezultira osnivanjem novog, pravno neovisnog, poslovnog identiteta. Ulagači koji formiraju ovaj identitet najčešće se nazivaju matičnim poduzećima. Novonastalo poduzeće kao rezultat procesa međunarodnih ulaganja, naziva se zajedničkim poduzećem.

Novonastalo poduzeće može biti osnovano u nekoj od zemalja gdje su registrirana i matična poduzeća u nekoj trećoj zemlji. Ulozi investitora mogu biti novčani te naturalni. Primjerice oprema, objekti, zemljišta, know-how ili kombinacija navedenog. No, potencijalna prijetnja ovoj vrsti zajedničkih ulaganja jesu različite brzine kojima zajednički investitori stječu nova znanja zbog čega može biti ugrožena konkurentska prednost sporijeg partnera.

Horizontalna ulaganja predstavljaju ona ulaganja koje poduzeće poduzima radi širenja svoje djelatnosti. Vertikalna inozemna ulaganja su ulaganja u nove djelatnosti. [12]

Dakle, izravna strana ulaganja uključuju spajanja, akvizicije, izgradnju novih pogona, ulaganje dobiti ostvarenih operacijama u inozemstvu i zajmove unutar kompanija. Inozemna su izravna ulaganja jedan od najznačajnijih oblika međunarodnih smjerova kapitala koje su od velikoga značaja za svaku zemlju, posebice za nerazvijene zemlje i zemlje u razvoju. „Cilj je inozemnoga ulaganja stvaranje stalnoga i aktivnoga ekonomskog

interesa kojim ulagač teži da kontrolom i upravljanjem ostvaruje profit na uloženi kapital u bilo kojem obliku. Najviše se odnosi na poduzetnička ulaganja koja donose prava vlasništva, mogućnost upravljanja i pravo kontrole poslovanja.“ [18]

U užem smislu, izravna strana ulaganja odnose se na izgradnju novoga pogona i trajni upravljački interes. FDI je zbroj temeljnoga kapitala, dugoročnoga kapitala i kratkoročnoga kapitala koji je prikazan u platnoj bilanci. FDI obično uključuje sudjelovanje u upravljanju, zajedničkome ulaganju, transferu tehnologije i stručnosti. [9]

Smatra se da ulagač s većim udjelom ima velik utjecaj na donošenje bitnih odluka vezanih uz upravljanje poduzećem, iako nema većinski vlasnički udio. Najčešće se smatra da se inozemna izravna ulaganja razlikuju od drugih oblika priljeva privatnoga inozemnog kapitala.U prvome redu, po trajnome interesu u ciljnome poduzeću i aktivnome sudjelovanju inozemnih investitora u procesu upravljanja poduzećem. [3]

3.2. Utjecaj inozemnih izravnih ulaganja na zemlju primatelja

Motivi se primatelja odnosno zemlji-primatelju inozemnoga izravnog ulaganja sastoji u usporedbi društvenih koristi i društvenih troškova koji su prouzrokovali inozemna izravna ulaganja te u nastojanju da društvene koristi budu veće. Društvene koristi ili dobitci inozemnih izravnih ulaganja u zemlji-primateljicu mogu činiti široku paletu pozitivnih utjecaja. Takvo je stvaranje dobit strane multinacionalne kompanijekoja se zatim oporezujei osigurava znatne priljeve u državni proračun. S druge je strane, jedna od uobičajenih fiskalnih mjera za privlačenje inozemnih izravnih ulaganja upravo oslobađanje od plaćanja poreza (djelomično ili potpuno) u dužem razdoblju (npr., deset godina). Postoji mogućnost otvaranja novih radnih mjesta, prijenosa znanja, tehnologije i upravljačkih vještina, i sl. [3]

3.3. Utjecaj porezne politike na privlačenje inozemnih ulaganja

Najčešće su korišteni poticaji za privlačenje FDI-a iz područja fiskalne politike. Među najviše korištene porezne poticaje spadaju olakšice kod plaćanja izravnih korporacijskih poreza. Primjer tomu je smanjenje stope poreza na dobit, oslobođenje od

plaćanja poreza u prvim godinama poslovanja ili olakšice za poslovanje u slobodnim zonama. Druga se grupa poticaja odnosi na ulaganja u dugotrajnu imovinu, a uključuje ubrzanu stopu amortizacije ili oslobađanje od plaćanje poreza na reinvestiranu dobit. Treća se vrsta olakšica primjenjuje na prekogranično poslovanje. Primjerice, smanjenje uvoznih carina i poreznih davanja u vanjskoj trgovini.

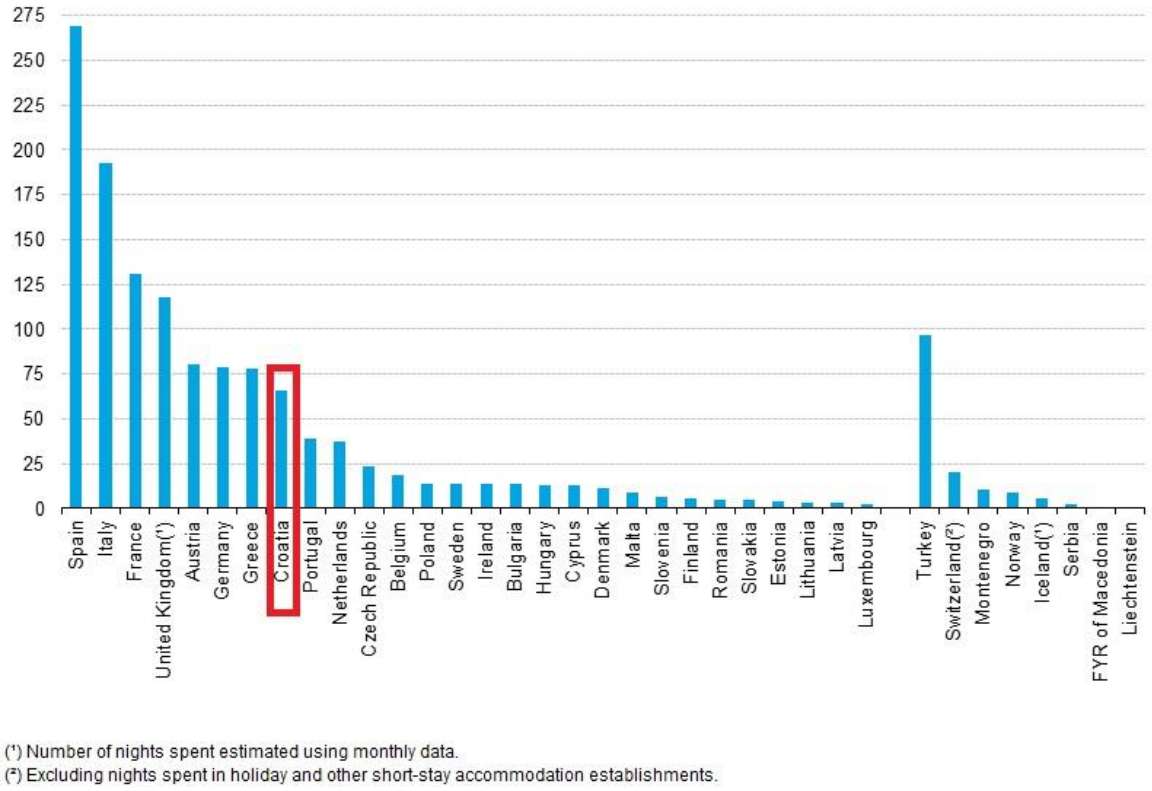
Ostali najčešće korišteni poticaji jesu porezne olakšice u odabranim sektorima. Na primjer, smanjenje poreza na dodanu vrijednost ili na nekretnine. Nastojanja da se konkurentnost tržišta poveća poreznim olakšicama stvaraju opasnost od nadmetanja zemalja i većih poreznih rasterećenja. Nadalje, to dovodi do smanjenja ukupnih poreznih prihoda. Takva je štetna porezna praksa posebno prepoznata u tranzicijskim zemljama koje se nadmeću u privlačenju inozemnih ulagača. [3]

Po prosječnome se poreznom opterećenju Hrvatska nalazi ispod prosjeka većine zemalja članica Europske unije, ali i drugih razvijenih zemalja. U Hrvatskoj iznos olakšica, oslobođenja i poticaji u sustavu poreza na dobit iz godine u godinu raste što može utjecati na privlačnost zemlje za FDI. [23]

Na konačnu odluku o ulaganju utječu i nefiskalni čimbenici kao što su postojanje odgovarajućega institucionalnoga i zakonodavnoga okvira, raspoloživost javne infrastrukture, stupanj obrazovanja radne snage, jezik i ostali kulturno-povijesni čimbenici. Pozitivna je strana hrvatskoga poreznog sustava veće oslanjanje na oporezivanje PDV-om, a manje na poreze od dobiti jer jače oporezivanje potrošnje,u odnosu na štednje i ulaganja, pozitivno utječe na razvoj gospodarstva. Također, Hrvatska ima previsoku stopu PDV-a u turizmu. Prije svega, to se odnosi na usluge hotelijerstva i ugostiteljstva te time u velikoj mjeri ugrožava svoju turističku konkurentnost. [10]

Snižavanje je stope PDV-a u turizmu iz 2013. godine na 10% urodilo najintenzivnijim porastom investicija i zapošljavanja. Danas su stope PDV-a na organizirani smještaj i ugostiteljstvo veće od svih mediteranskih konkurenata. Time je Hrvatska na dnu ljestvice konkurentnosti poslovnoga okruženja. Stoga, u odnosu na stopu od 10%, to znači da je 41% manje sektorskih investicija do 2021. godine i 200 hotela manje u sljedećih 10-15 godina. [26]

Republika Hrvatska, poput drugih tranzicijskih zemalja, nastoji mjerama porezne politike postati konkurentna u privlačenju FDI-a. U sustav se oporezivanja dobiti uvode promjene, posebice u području poreznih poticaja te oslobođenja i olakšica. Različitim mjerama fiskalne politike,s jedne strane država nastoji osigurati optimalni model poticanja ulaganja, a s druge strane ne želi narušiti neutralnost i konzistentnost poreznoga sustava. [20]

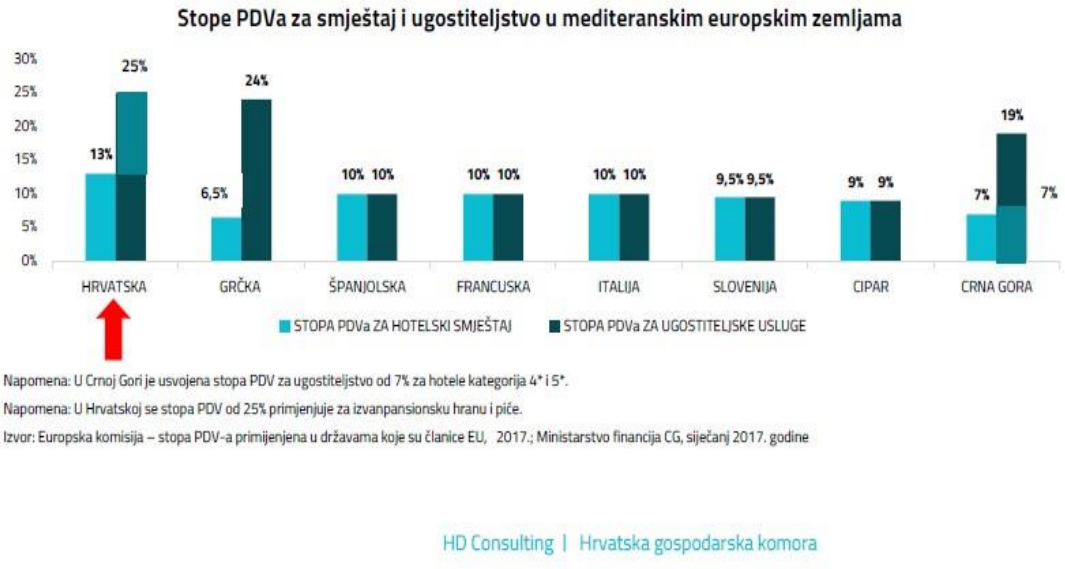


(1) Number of nights spent estimated using monthly data.
(2) Excluding nights spent in holiday and other short-stay accommodation establishments.

Slika 2. Stope PDV-a za restorane [34]

Slika 2. prikazuje stopu PDV-a za restorane u Europskoj uniji.Dakle, 18 zemalja primjenjuje stopu koja je manja ili jednaka 10% za hotele, a 17 zemalja rabi sniženu stopu PDV-a za restorane. Stopa je od 25% na ugostiteljstvo, uz Dansku, najviša u EU upravo u Hrvatskoj. Snižena stopa PDV-a može pridonijeti konkurentnijim cijenama, povećanju prihoda i dobiti, otvaranju novih radnih mjesta i većim plaćama, smanjenju sive ekonomije i poticanju investicija.

Država je, prema rezultatima studije i procjenama fiskalnoga učinka, postojeće stope od 2019. prihodovala manje po novim stopama u odnosu na one iz 2016. godine.



Slika 3. Stopa PDV-a na smještaj i ugostiteljstvo [34]

Investicijski je razvojni ciklus hrvatskoga turizma, u usporedbi s konkurentskim zemljama, ugrožen jer stalne promjene poreznoga okruženja dugoročno stvaraju nepovjerenje kod investitora te nas udaljavaju od ponuda više vrijednosti kojoj težimo.

Tablica 1. Porezni poticaji za ulaganje u Hrvatsku [30]

Investicija u mil. eura	Broj novozaposlenih	Razdoblje (godine)	Razdoblje očuvanja novih radnih mjesta (godine)	Stopa poreza na dobit
< **1**	5 (za mikro)	**10**	3 (SME), 5 (veliki)	10%
1 do 3	10	**10**	3 (SME), 5 (veliki)	5%
< **3**	15	10	3 (SME), 5 (veliki)	0%

3.4. Faze inozemnih izravnih ulaganja

Prema Dunningu postoji pet faza u kojima dolazi do priljeva i odljeva inozemnih izravnih ulaganja [12]:

- **Faza I**
  - Slab je priljev inozemnih izravnih ulaganja, postoji potencijal budućih investicija;
  - Ne postoji odljev inozemnih izravnih ulaganja jer je zemlja neto primatelj kapitala.

- **Faza II**
  - Raste priljev inozemnih izravnih ulaganja;
  - Raste bruto domaći proizvod i dolazi do privlačenja dodatnih investicija u zemlju;
  - Odljev investicija u inozemstvo je još uvijek relativno malen.

- **Faza III**
  - Priljev inozemnih izravnih ulaganja i dalje je velik, ali se mijenja struktura;
  - Jačanje domaće ekonomije stvara snažnijima domaća poduzeća koja sada ulažu u inozemstvo.

- **Faza IV**

  • Pojačava se odljev ulaganja u inozemstvo zbog nižih troškova rada u inozemstvu nego u domaćoj ekonomiji.

- **Faza V**

  • Transnacionalne kompanije (TNC) diktiraju investicijske odluke;

  • Tokovi (priljevi i odljevi) inozemnih izravnih ulaganja dolaze u ravnotežu.

Dunning kombiniranjem mikro i makro razine na načelima industrijske ekonomije razvija Oli model. Oli pristup objašnjava razloge nastanka inozemnih stranih ulaganja trima stavkama:

- prednosti poduzeća koje dolazi iz vlasništva,
- prednosti internalizacije,
- lokacijske prednosti.

4. INOZEMNA IZRAVNA ULAGANJA U TURIZAM U RH

4.1. Važnost inozemnih ulaganja za turizam

Inozemna su se izravna ulaganja vezana za turizam manje proučavala u znanstvenoj i stručnoj literaturi. Vjerojatno je jedan od razloga komplicirano statističko praćenje turizma te njegovo svođenje na djelatnost hoteli i restorani za koje je lakše precizno odrediti pokazatelje. Najveći su doprinos proučavanju i statističkom praćenju FDI-a u turizmu na globalnoj razini dali Svjetska turistička organizacija (UNWTO), zatim UNCTAD i OECD. Istraživanja su UNCTAD-a (2007.) pokazala da FDI-ovi u turizmu najčešći u hotelijerstvu (ulaganja u izgradnju ili obnovu hotela, apartmana i sličnih sadržaja). Zatim, slijede ulaganja u restorane i slične objekte, kuće i stanove za odmor te u aktivnosti iznajmljivanja opreme u putničkome prijevozu.

Obično se proučava utjecaj FDI-a na razvoj turizma određene države ili regije, kao i metode te načini njihovoga privlačenja. Veličina, uloga i značenje FDI-a u turizmu nekih

država pokazuju određene prednosti za cjelokupno gospodarstvo države. Prema istraživanju koje je provedeno u Grčkoj pokazalo se da FDI značajno pridonosi zapošljavanju, unapređenju upravljačkih i marketinških znanja te vještina i razvoju nerazvijenih krajeva. [3]

Istraživanje je pokazalo da FDI u turizmu Indije,kao zemlje koja je u razvoju turizma, vidi mogućnost povećanja BDP-a i zaposlenosti. Najveća se prepreka privlačenja FDI-a nalaziu destimulirajućoj poreznoj politici,iako je Indija posljednjih godina postala jedna od najprivlačnijih destinacija za FDI u turizmu. Također, postoji pozitivno-uzročna veza i potreba da se na taj način popravi turistička infrastruktura i ubrza gospodarski razvoj zemlje. [22]

Istraživanje koje je provedeno u Turskoj potvrđuje tezu o povezanosti FDI-a i međunarodnoga turizma. Ističe da se dotok stranoga kapitala u zemlju povećavao s povećanjem prihoda od turizma. [19] Glavni su čimbenici koji utječu na priljeve FDI-a u turizmu u Južnoj Africi percepcija turističke destinacije, infrastruktura, ekonomska politika zemlje, konkurentnost i prirodni resursi. [21]

U Hrvatskoj je napravljeno nekoliko istraživanja na tu temu. U istraživanju su se uspoređivali rezultati poslovanja turističkih kompanija prije i nakon ulaganja iz inozemstva. Utvrdilo se da postoji pozitivna korelacija, iako je većinom riječ bila o ulaganjima u procesu privatizacije. [24]

Što se tiče doprinosa FDI-a gospodarskome rastu i rastu turizma u Hrvatskoj, taj doprinos je manji od očekivanoga jer je većinom riječ o *brownfield* ulaganjima čiji je glavni cilj povećanje profitabilnosti, a ono se najbrže postiže smanjenjem broja zaposlenih. Na primjeru Dubrovačko-neretvanske županije pokazalo se da su inozemna izravna ulaganja kvantitativno i kvalitativno oblikovala ponudi hotelskoga smještaja toga kraja. [3]

4.2. Motivi inozemnih ulagača za ulaganje u turizam RH

Motiv za pokretanje FDI-a nastaje kada su ispunjena tri nužna uvjeta [3]:

- kada postoje vlasničke prednosti zbog posjedovanja specifične neopipljive imovine (eng. *ownership advantages* – O);
- kada su koristi od vlastite proizvodnje, odnosno od internalizacije veće od koristi što ih donosi prodaja licencija (engl. *internalization* – I);
- kada postoje prednosti lokacije (engl. *location* – L).

Lokacijski čimbenici uključuju pogodnosti vezane uz inpute na određenoj lokaciji (prirodni resursi, infrastruktura, cijena radne snage u usporedbi s njezinom kvalitetom, kvaliteta drugih proizvodnih inputa), transportne troškove, pristup tržištu i različite oblike administrativnih mjera (carine, kvote, mjere za poticanje ulaganja). Na temelju čimbenika internalizacije i lokacije trgovačko poduzeće u pretežnome stranom vlasništvu odlučuje se je li specifičnu prednost unosnije iskorištavati izvozom/prodajom licencije ili pomoću FDI.

Anketno je istraživanje percepcije Hrvatske kao FDI destinacije među menadžerima inozemnih trgovinskih tvrtki pokazalo da su najznačajniji motivacijski čimbenici u području ekonomskoga i konkurentskoga okruženja:

- zemljopisna blizina,
- kulturološka sličnost,
- stabilnost cijena,
- zapošljivost domaćeg stanovništva,
- mogućnost ulaska na nova tržišta.

Čimbenici privlačenja u sferi državne politike jesu:

- tečajna politika,
- carinski sustav,
- radno zakonodavstvo,
- porezna politika.

Iako gotovo sva istraživanja potvrđuju značajan utjecaj FDI-a na razvoj turizma, podizanjem kvalitete turističkih objekata i usluga turizam u privlačenju inozemnoga

kapitala najčešće zaostaje za ostalim uslugama i proizvodnjom, pa čak i poljoprivredom. Logika kojom se vode inozemni ulagači u ostalim djelatnostima najčešće nije primjenjiva na turizam.

Detaljnom analizom pojedinih aspekata FDI-a u turizmu, posebno djelatnost djelatnosti hotela i restorana uočene su prednosti vlasništva koje omogućuju efikasno natjecanje sa domaćim tvrtkama. Prepoznate su i prednosti lokacije kao što su ulazak na veliko tržište, jeftina radna snaga, bogata kulturna baština ili ugodna klima. Čimbenik internalizacije nije uvijek pozitivno aspektiran. Ono što privlači inozemne investicije u hotele jest činjenica da su one najčešće kapitalno intenzivne, omogućuju bolje prepoznavanje brenda multinacionalne kompanije te da postoji nedostatno upravljačko znanje u zemlji domaćinu. Kao čimbenici koji ne idu u prilog inozemnim ulagačima navode se sklonost pojedinih vlada nevlasničkim ulaganjima, porast menadžerskih znanja u zemlji domaćinu te često razdvajanje vlasništva i kontrole.

Prema portfeljnojketeoriji glavni motiv za poduzimanje investicije želja vlasnika određenoga portfelja da maksimiziraju njegovu vrijednost, odnosno očekivani prinos portfelja uz što manji rizik. Prema tomepristupu FDI je moguć kada je očekivani prinos aktive niži od prinosa domaće imovine koja predstavlja odnos između očekivanoga prinosa domaćih investicija i investicija u inozemstvu manjih od jedne. Međutim, postoje određeni problemi s portfeljnom teorijom objašnjavanja motiva ponuđača FDI: „Gledajući samo portfelj inozemnoga ulagača i isključujući kontrolu koja donosi FDI, ova teorija može objasniti razliku između sklonosti multinacionalne kompanije prema zajmovima i sklonosti prema kunji dionica, tj. vlasničkih vrijednosnica, ali ne može različite dionice koje se kupuju radi upravljanja od dionica koje se kupuju radi investiranja.“

Druga skupina motiva za provođenje FDI uključuje eksternalije ili nesavršenosti tržišta koje se internaliziraju ili eliminiraju pomoću inozemnoga ulaganja. To povezivanjem stvara ulaganje s matičnim poduzećem: „Pri tome se razlikuju tehnološke eksternalije koje se sastoje od opadanja prosječnih fiksnih troškova kapitalno intenzivnih industrija i povećanja proizvodnje zbog FDI te eksternalije zbog nesavršenosti na tržištu faktora rada ili kapitala, ili znanja i vještina kada se te nesavršenosti iskorištavaju kako bi se FDI dodatno povećali efekti ekonomije razmjera matičnoga poduzeća.“

Treća skupina motiva temelji se na teoriji industrijske organizacije: „Prema toj teoriji očekivani prinost od podružnice nastale FDI veći je od prinosa domaćega poduzeća kojem se primjerice ustupa licencija zbog blizine tržišta, nižih troškova rada ili kapitala, mogućega osvajanja većega djela tržišta i drugih povoljnijih uvjeta na lokalnome tržištu. Određenome poduzeću, da bi proširilo svoju aktivnost u druge zemlje, potrebne su neke specifične prednosti pred lokalnim konkurentima u koje se ubrajaju napredna tehnologija, zaštitni znak, patenti, ekonomija obujma te upravljačka i marketinška znanja, što se zajedno naziva neopipljivom imovinom.“

Četvrta se skupina motiva temelji na racionalizaciji troškova kapitala. Multinacionalna poduzeća osnivaju podružnice u inozemstvu zato što im je dug jeftiniji način financiranja od vlasništva, što radije investiraju jer moraju u svome poslovanju imati određen omjer duga. Također, isplativije im je imati investicije u pasivu u inozemstvu u obliku izravnoga ulaganja,nego plaćati dividendu dioničarima.

Društvene koristi ili dobitci od FDI u zemlji-primatelju mogu biti brojne: „Stvaranje dobiti od strane multinacionalne kompanije koja se oporezuje osigurava znatne priljeve u državni proračun. S druge je strane, jedna od uobičajenih fiskalnih mjera za privlačenje FDI oslobađanje od poreza. Postoji mogućnost otvaranja novih radnih mjesta i u vezi s time prijenosa znanja, tehnologije i upravljačkih vještina. Općenito, može se reći da FDI mogu poboljšati kvalitetu radne snage i ljudskoga kapitala u zemlji domaćinu, npr. osposobljavanje zaposlenika na novim strojevima ili uporabom novih procesa proizvodnje. Iskorištavanje komparativnih prednosti lokalnoga gospodarstva s ekonomijom razmjera inozemnoga ulagača može biti važan element za proboj domaće proizvodnje na svjetsko tržište.

Ulazak inozemnih tvrtki u proizvodni sektor može prouzročiti jačanje konkurencije što povećava pritisak na efikasnije poslovanja ostatka sektora. Zemlja primatelja je motivirana činjenicom da se ulazni FDI ne uključuje u inozemni dug zemlje pa zemlje imaju dodatni motiv da prikupe više izravnih ulaganja s obzirom na to da su ostale stavke na kapitalnome i financijskome računu platne bilance. „Potencijalne društvene troškove FDI mogu prouzročiti smanjenost zaposlenosti zbog racionalizacije radne snage u preuzetom poduzeću ili na makrorazini zbog istiskivanja neuspješnih domaćih tvrtki.

Zatim, mogu se pojaviti poremećaji na tržištu rada. Odnosno, može se smanjiti količina dobrih poslova i povećati količina loših poslova.“ [2]

4.3. Odrednice izravnih ulaganja u turizam u RH

Inozemna su izravna ulaganja u turizmu relativno mala u usporedbi s ulaganjima u druge djelatnosti, kao i u odnosu na domaća ulaganja. Udio turizma u ukupnim svjetskim FDI-ovima je samo od 1% do 2%. Inozemna su ulaganja u područje turizma najviše usmjerena u zemlje u razvoju. Proces je privatizacije devedesetih bio među glavnim pokretačima takvih ulaganja pri čemu su inozemni investitori uglavnome kupovali i obnavljali stare hotele. Investitorezanima isplativost investicije u korelaciji s rizikom realizacije, rokovima i ostalim vanjskim čimbenicima. [3]

U Hrvatskoj je profitabilnost investicija u hotele niska, odnosno rok je povrata predug. Također, struka navodi da je 60% zauzetosti smještajnih kapaciteta donja granica pri kojoj se može postići kvalitetan povrat investicije. [26]

Prosjek cijelogodišnje zauzetosti hotelskih soba u Europi iznosi 65%, dok je u Hrvatskoj samo oko 45%. Najbolje pokazatelje imaju hoteli s pet zvjezdica, dok su najlošije popunjeni hoteli s dvjema zvjezdicama (26%). U javnosti je ponekad prisutan negativan stav prema inozemnim ulaganjima potpomognut činjenicom da velik dio imovine u Republici Hrvatskoj posjeduju stranci. Stoga, potrebno je utvrditi opravdanost takvih ulaganja, kao i njihov doprinos povećanju blagostanja lokalnih poduzeća, a time i države. Osim što su stabilan i dugoročan izvor kapitala, smatra se da su FDI i kanal kojim se prenose suvremene tehnologije, upravljačka i organizacijska znanja. Pomoću njih se domaće gospodarstvo integrira u međunarodne tijekove kapitala i trgovine.

Osnovni pokazatelji pri razmatranju ulaganja za Hrvatsku u usporedbi s ostalim srednjoeuropskim tranzicijskim zemljama pokazuju umjerenu konkurentnost. Dakle, pokazuju da je to mala zemlja prema broju stanovnika, umjerene potrošačke snage prema BDP-u po glavi stanovnika, slabijega prosječnog realnog rasta BDP-a, visoke nezaposlenosti s umjerenim akumuliranim priljevom inozemnih ulaganja te niskom inflacijom.

Naznake pozitivnih kretanja u dijelu trgovine i plasmana proizvoda na treća tržišta postoje carinska zaštita hrvatskog tržišta smanjena je ulaskom u WTO. Zabrinjava visoka neefikasnost i korumpiranost hrvatskih institucija i administracije, što su registrirale i relevantne svjetske institucije. Pojačanu investicijsku aktivnost inozemnih ulagača, koji su pokazali zanimanje za Hrvatsku, i srednjoročni ekonomski rast treba poduprijeti konsolidacijom fiskalne politike definirane.

Među najvažnijim prirodnim resursima Hrvatske pripada mediteranska klima u kombinaciji s 5835 km dugom morskom obalom te 1185 otoka (66 naseljenih). Zbog takvoga se prirodnoga okružja razvija turizam. Budući inozemni ulagači koji se želeodržati na tržištu, moraju poslovati s dobitkom, unatoč tome što je Hrvatska i dalje zemlja podložna sezonalnost. No, prelijevanje pozitivnih efekata poslovanja privatiziranih tvrtki može se očekivati i u hotelima na drugim obalnim područjima s obzirom na to da se sposobnost uprava neprivatiziranih hotelskih tvrtki može mjeriti prema dostignućima tržišnih *leadera.*

Što se tiče infrastrukture Hrvatske, bez obzira na to što država daje investicije u ceste, nije postignuta zadovoljavajuća razina infrastrukture nužna za normalno funkcioniranje ekonomskih subjekata, a time i za FDI. Primjerice, to je zbog lošega stanja željeznica i nepotpunih cestovnih pravaca. Također, vlada pravna zamršenost i administrativna sporost pri otvaranju novih poduzeća jer lokalne vlasti različito pristupaju zemljišnome reguliranju i komunalnim naknadama. [3]

5. STRUKTURA INOZEMNIH ULAGANJA U TURIZAM U RH

. Promatraju li se agregatni pokazatelji inozemnih izravnih ulaganja, poput udjela ukupnih stranih ulaganja u BDP-u, Hrvatska se svrstava među ponajbolje nove zemlje članice EU-a. Nadalje, ukupna ostvarena inozemna izravna vlasnička ulaganja u Hrvatsku u znatnoj se mjeri odnose na vlasnička ulaganja u financijski sektor.

Premije su stranoga vlasništva u različitim djelatnostima gospodarstva prerađivačka industrija, trgovina, turizam (hoteli i ostali smještaj), informacijske tehnologije i različite profesionalne usluge. Postoje organizacijske i tehnološke premije stranoga vlasništva u svim djelatnostima, osim turizma. Izostanak se premije stranoga vlasništva u turizmu može objasniti činjenicom da hrvatskim hotelijerskim sektorom dominiraju domaćim hotelskim lancima koji su izrazito konkurentni i kapitalizirani te se smatraju perjanicama ne samo hrvatskog turizma nego cjelokupnoga gospodarstva.

Budući da domaće turističke kompanije imaju dugu tradiciju poslovanja još iz vremena prije gospodarske tranzicije i nemaju problema s pristupom kvalitetnome financiranju, strano vlasništvo ne bi trebalo donositi značajnu premiju u turizmu.

Tablica 2. Izravna inozemna ulaganja u Republici Hrvatskoj [29]

Godina	VLASNIČKA ULAGANJA			ZADRŽANA DOBIT[2)]	DUŽNIČKI INSTRUMENTI			UKUPNO
	U poduzeće izravnog ulaganja	U izravnog ulagača (obrnuto ulaganje)	Između horizontalno povezanih poduzeća		U poduzeće izravnog ulaganja	U izravnog ulagača (obrnuto ulaganje)	Između horizontalno povezanih poduzeća	
2010.	-280,8	0,0	119,8	7,3	104,6	13,0	379,7	**343,6**
2011.	-129,2	0,0	74,3	-7,4	89,1	-36,8	-27,6	**-37,7**
2012.	105,6	0,0	0,5	-70,8	18,2	16,1	-115,8	**-46,2**
2013.	56,0	0,0	6,4	-163,5	-3,2	30,5	59,9	**-13,9**
2014.	1.565,0	0,0	-0,4	-212,0	167,3	33,2	66,9	**1.620,1**
2015.	389,7	0,0	2,4	-446,0	115,1	-32,3	-208,7	**-179,7**
2016.	111,0	0,0	-192,7	-1.562,8	54,7	49,7	-89,1	**-1.629,1**
2017.	386,7	0,0	-0,7	-1.239,4	101,7	-16,7	95,6	**-672,8**
2018.	102,2	0,0	-0,5	55,4	-23,2	70,0	57,7	**261,5**
2019.[3)]	103,4	0,0	-0,7	103,3	-100,2	-15,5	134,7	**225,0**
UKUPNO	**5.883,5**	**0,0**	**8,6**	**-3.038,7**	**1.055,3**	**130,8**	**352,4**	**4.391,9**

Tablica 3. Izravna ulaganja prema djelatnostima [29]

Djelatnost		2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.[2)]	UKUPNO
Trgovina na veliko, osim trgovine motornim vozilima i motociklima		41,7	-126,8	88,5	-12,7	-42,0	78,9	96,3	96,2	74,0	92,3	**2.964,2**
Poslovanje nekretninama		166,2	225,3	-17,3	194,2	55,2	-19,9	308,5	78,4	-67,9	86,1	**2.193,1**
Vlasnička ulaganja u nekretnine		175,0	150,7	168,4	159,7	155,8	168,6	198,2	223,3	230,9	265,5	**2.108,9**
Telekomunikacije		-77,9	17,8	-44,5	-12,8	116,9	-2,8	60,8	90,7	76,0	4,5	**2.034,5**
Trgovina na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima		104,7	52,6	81,1	-43,1	165,1	78,2	80,7	181,2	108,6	55,6	**1.984,3**
Smještaj		144,8	-19,9	48,7	4,4	188,1	42,2	25,2	55,6	61,1	128,1	**1.334,7**
Gradnja zgrada		11,9	48,8	34,2	28,9	35,5	10,4	106,8	123,4	-39,7	25,7	**1.174,7**
Proizvodnja prehrambenih proizvoda	51,7	14,7	-10,1	-29,1	62,3	4,6	-9,8	37,2	-1,4	34,9	66,0	**431,7**
Sportske djelatnosti te zabavne i rekreacijske djelatnosti	0,3	20,5	12,9	103,5	12,4	28,1	30,6	18,2	16,4	0,9	15,4	**343,5**
Informacijske uslužne djelatnosti	0,4	3,5	0,7	1,9	2,1	4,9	5,2	59,7	6,9	8,8	6,6	**119,3**
Vodeni prijevoz	6,5	9,6	-15,0	-56,9	3,7	-0,1	7,1	16,1	-2,4	42,1	14,2	**118,6**
Promidžba (reklama i propaganda) i istraživanje tržišta	0,8	5,0	15,2	4,6	0,3	0,1	1,5	4,0	4,0	5,7	12,0	**104,5**
Kopneni prijevoz i cjevovodni transport	0,3	18,6	0,8	-1,1	-1,8	-0,2	15,9	0,3	17,3	43,9	-5,5	**86,6**
Emitiranje programa	0,0	4,7	23,2	0,3	2,4	1,2	0,0	4,5	3,9	3,3	17,9	**85,1**
Djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića	3,0	-18,3	0,5	4,3	0,8	2,9	-0,1	1,7	1,1	-0,4	-0,6	**19,0**
Proizvodnja kože i srodnih proizvoda	0,4	13,8	12,0	13,3	3,4	-4,1	-37,3	-16,3	-26,5	-16,1	12,7	**17,2**
Djelatnosti iznajmljivanja i davanja u zakup (leasing)	0,2	-74,4	-16,7	-15,1	-5,7	-6,7	6,1	9,4	13,8	32,4	4,8	**11,0**
Putničke agencije, organizatori putovanja (turoperatori) i ostale rezervacijske usluge te djelatnosti povezane s njima	6,8	-16,7	5,5	-7,4	-11,2	-7,5	-9,1	-12,0	5,6	0,0	21,0	**-3,5**
Proizvodnja namještaja	5,1	-1,7	-2,1	0,3	-1,3	-28,2	-13,6	5,8	-7,7	23,2	11,4	**-8,9**
Proizvodnja ostalih prijevoznih sredstava	1,3	5,9	-2,6	0,1	0,1	0,2	3,5	-0,7	3,8	14,0	-0,7	**-19,2**
Gradnja građevina niskogradnje	-0,7	-5,5	-62,0	52,5	19,1	21,1	64,1	4,2	-29,2	-6,3	-56,4	**-27,0**
Ostale djelatnosti[3)]	16,2	27,5	65,8	51,3	64,1	42,6	18,5	31,7	31,3	27,9	16,7	**602,9**
Nepoznato[4)]	58,6	-1,1	17,2	-3,1	23,3	65,3	-15,6	18,8	39,9	-8,4	183,8	**514,5**
UKUPNO	**1.158,9**	**1.153,7**	**894,7**	**1.014,7**	**734,2**	**2.309,3**	**30,1**	**370,0**	**460,4**	**1.040,9**	**1.237,2**	**31.792,5**
Od toga:												
Kružna izravna ulaganja[5)]		*-618,6*				*1.485,8*						*2.359,4*

Prema podacima iz 2019. godine revidirana je serija podataka izravnih ulaganja, dužnički instrumenti, zbog revizije podataka o inozemnome dugu počevši od 2010. godine. Podaci uključuju i kružna izravna ulaganjaimaju kao učinak povećanje izravnih ulaganja u obaju smjerova (u Republiku Hrvatsku i inozemstvo) za isti iznos. Ta je vrsta izravnih ulaganja evidentirana u prosincu 2008. (825,7 mil. EUR), kolovozu 2009. (666,5 mil. EUR), prosincu 2010. (-618,6 mil. EUR) i lipnju 2014. godine (1.485,8 mil. EUR).

Podaci su o turističkim kretanjima, turističkoj potrošnji i ekonomskim učincima turizma ipak rezultat tek znanstveno utemeljenih procjena, a ne preciznih izračuna. Složena se metodologija mjerenja učinaka, mjerenje fizičkih ekonomskih učinaka, temelji na brojenju fizičkih jedinica. Pokazatelji se financijskih ekonomskih učinaka odnose na kretanje veličine i strukture inozemnih ulaganja po pojedinim djelatnostima.

Prema izvještaju *Global tourism locations of the future* 2017/2018 (Globalne turističke destinacije budućnosti), vodeće britanske publikacije Financial Timesa za posao Magazine, svrstalo je Hrvatsku na visoko sedmo mjesto destinacija s najvećim FDI potencijalom za investiranje u turizam. Hrvatska je bila između 43 svjetske turističke destinacije, kao jedna od zemalja s najvećim napretkom u području unapređenja turističke infrastrukture, smještaja, inicijativa za razvoj turizma te za investiranje u hotele i kruzing segment nautičkog turizma. Hrvatska je osim atraktivne turističke destinacije, atraktivna i za ulaganja.

Investicije u privatnome sektoru uključuju ulaganja u hotele, kampove, nautiku i ostale vrste smještajnih objekata, sadržaje i atrakcije. Investicije u javnome sektoru uključuju ulaganje u središta za posjetitelje, plaže, šetnice, itd. Investicije u 2017. godini iznosile su 817 milijuna eura, a 2016. godine 676 milijuna eura.

5.1. Ekonomski učinci inozemnih ulaganja u turizam

Izravna strana ulaganja u turistički sektor potiču ekonomski rast povećanjem dohotka, porastom zaposlenosti u zemlji, povećanjem deviznih promjena i poboljšanjem raspodjele dohotka. Također, utječu na rast promovirajući proizvodne kapacitete zemlje uključujući povećanu produktivnost domaćih tvrtki, povećanju integracije u globalno tržište i sl.

Aspekt je stvaranja novih radnih mjesta izravnih stranih ulaganja u turizmu jedan od važan doprinos ublažavajući gospodarski rast i razvoj zemlje-domaćina. U turizmu se zapošljavaju lokalni stanovnici u hotelima, restoranima i drugim turističkim uslužnim djelatnostima.

Inozemni ulagači povremeno ulažu u usluge zračnoga i cestovnoga putničkog prometa. Vrlo su rijetka ulaganja u ostale turističke aktivnosti kao što je cestovni i vodeni putnički promet, rezervacijski sustav, putničke agencije, usluge u kulturi te sportu i rekreaciji. Značajan je utjecaj FDI na razvoj turizma, najčešće podizanjem kvalitete turističkih objekata i usluga. Njihov je udio u ukupnim svjetskim inozemnim izravnim ulaganjima od 1 do 1,5 %.

Turizam u privlačenju inozemnoga kapitala zaostaje za ostalim uslugama i proizvodnjom, pa čak i poljoprivredom. Posljednje dostupno Izvješće o ulaganjima u svijetu uspoređuje kretanje priljeva FDI u različite sektore svjetskoga gospodarstva u razdoblju početkom devedesetih te dvadesetak godina poslije. U prvome je promatranom periodu FDI u hotelijerstvo činio 1,69% ukupnih svjetskih FDI da bi se poslije taj udio smanjio na 0,51 %. Istovremeno je udio inozemnih ulaganja u hotelijerstvo u svjetskim ulaganjima u uslužne djelatnosti smanjen s 3,11 % na 0,81 %. [20]

Tablica 4. prikazuje najčešće FDI aktivnosti u turizmu. Tako se vidi da se najviše ulaže u hotele, restorane, vikendice te opremu za iznajmljivanje.

Tablica 4. Najčešće turističke FDI aktivnosti [31]

	Učestalost pojave izravnih stranih ulaganja		
	NAJČEŠĆE	PONEKAD	RIJETKO
Hoteli	*		
Restorani	*		
Vikendica	*		
Oprema za iznajmljivanje	*		
Usluge željezničkog prijevoza putnika		*	
Usluge zračnog prijevoza putnika		*	
Usluge cestovnog prijevoza putnika			
Usluge prijevoza putnika na vodi			
Usluge podrške putničkom prometu			*
Putničke agencije i slično			*
Kulturne usluge			*
Sportske i ostale usluge			*

5.2. Utjecaj inozemnih izravnih ulaganja na uspješnost poslovanja u hotelijerstvu

Ulaganja u hotelijerstvo predstavljaju nužan preduvjet njegova razvoja. U uvjetima se ograničene ponude kapitala na domaćemu financijskom tržištu rješenje nerijetko vidi u privlačenju inozemnih izravnih ulaganja (FDI). Dosadašnja su ulaganja u hotelijerstvo Hrvatske uglavnom bila usmjerena na rekonstrukciju i obnovu postojećih objekata s ciljem unapređenja kvalitete, a ondaposebno na izgradnju novih hotela i stvaranje novih proizvoda. Na nepovoljan je trend ulaganja djelovalo više čimbenika kao što je otežano financiranje projekata, pri čemu komercijalne banke traže veće udjele vlastitoga kapitala investitora. Također, utjecaj nedavne krize na poslovanje sektora koji je povezano sa smanjenom mogućnošću financiranja razvitka vlastite akumulacije. Kao rezultat ovih čimbenika, ulaganja u hrvatska hotelijerstva znatno su smanjena u odnosu na prethodna razdoblja. [27]

Prema istraživanju, hoteli koji imaju inozemna ulaganja posluju uspješnije jer FDI kapitalom dobivaju nova znanja i načine upravljanja koji su bolji od domaćih. Najčešće postoje razlike u inozemnome i domaćeme ulaganju zbog nedovoljnoga znanja i iskustva domaćih ulagača. Isto tako, inozemni ulagači više brinu o profitabilnosti, nego što to čine domaći čemu je rezultatopće bolje poslovanje hotela.

Prema podacima dobivenim od FINA-e kumulativno promatrano, inozemni poduzetnici u hotelijerstvu ostvaruju veće prihode, ali i veće gubitke od domaćih. Na razini individualnih poduzetnika među najboljim hotelijerima podjednako su raspoređeni inozemni i domaći. Nadalje, situacija je slična i među najvećim gubitnicima. Empirijska je analiza potvrdila veću uspješnost FDI-a od domaćih ulaganja samo kada se promatraju zauzetost smještajnih kapaciteta i podizanje kvalitete hotelskoga smještaja na najvišu razinu. Kada se pak promatraju financijski rezultati poslovanja, zaključuje se da su na njih veći utjecaj imala domaća ulaganja. Moguće je objašnjenje oscilacija priljeva FDI-a u nedostatku *greenfield* investicija te u činjenici da je povrat ulaganja u podizanje kategorije hotela ponekad duži i od deset godina tako da se efekti povećanih FDI-a ne mogu očekivati u kratkome roku.

Prema provedenome istraživanju, ulaganja su u hrvatsko hotelijerstvo još uvijek nedostatna, a u praksi su se dogodili i neki izuzetno neuspjeli FDI projekti čak i u sferi *greenfield* investicija. Istim je istraživanjem provedena regresijska analiza koje je pokazala da nema značajne razlike između FDI-a i domaćih investicija.Također, pokazuje da je za razvoj i uspješno poslovanje hotelijerstva jedino presudno da su ulaganja kontinuirana i dobro vođena. Zaključno, može se utvrditi da su rezultati prikazanih primarnih i sekundarnih istraživanja vrlo slični, odnosno da je pretpostavka o boljem poslovanju FDI hotelijera u odnosu na domaće, u Hrvatskoj samo djelomično točna. Analizom je potvrđeno da je Hrvatska porezno relativno konkurentna destinacija, no FDI-i ne dolaze u značajnijim iznosima zbog drugih problema kao što su administrativne prepreke, visok stupanj korupcije i česte izmjene propisa. [20]

6. ZAKLJUČAK

Razvoj turizma utječe na ekonomsku korist te je opravdano stekao status iznimno važne komponente nacionalnih gospodarstava mnogih zemalja, pa tako i Republike Hrvatske. Izračun ukupnih ekonomskih učinaka, koji se ostvaruju po osnovi turističkih putovanja, znače zbrojiti svu potrošnju na proizvode i usluge različitih gospodarskih djelatnosti u okviru nacionalnoga gospodarstva koju posjetitelji realiziraju tijekom turističkoga boravka. Iz svake gospodarske djelatnosti koja sudjeluje u formiranju turističke ponude treba izdvojiti samo onaj dio učinaka koji strukturno pripada učincima turizma.

Nadalje, važnost turizma za nacionalno gospodarstvo proizlazi iz njegovih brojnih ekonomskih funkcija i ekonomskih učinaka, ali i brojnih odnosa koji nastaju u sustavu u kojem turizam djeluje i kojem pripada. Bit razvoja turizma počiva na činjenici da se turizam razvija ponajprije zbog njegovih ekonomskih koristi koje, u većoj ili manjoj mjeri, pridonose razvoju nacionalnoga, regionalnoga, a osobito lokalnoga gospodarstva.

Osim toga, inozemna su izravna ulaganja sva ulaganja u domaće poduzeće ona ulaganja gdje strani investitor stječe 10% ili više vlasništva nad običnim dionicama poduzeća ili ekvivalentni iznos glasačkih prava. Najčešće se smatra da se inozemna izravna ulaganja prvotno razlikuju od drugih oblika priljeva privatnoga inozemnog kapitala po trajnome interesu u ciljnome poduzeću i aktivnome sudjelovanju inozemnih investitora u procesu upravljanja poduzećem.

Inozemna izravna ulaganja u turizmu najčešći su u hotelijerstvu (ulaganja u izgradnju ili obnovu hotela, apartmana i sličnih sadržaja), a zatim slijede ulaganja u restorane i slične objekte, kuće i stanove za odmor te u aktivnosti iznajmljivanja opreme u putničkom prijevozu.

Inozemna izravna ulaganja važan su faktor za povećanje zaposlenosti, proizvodnje i izvoza svake zemlje, a njihovo privlačenje postalo je prioritet mnogim zemljama.

LITERATURA

[1] Andrić, N. (1980.) Turizam i regionalni razvoj, Informator, Zagreb, str. 26

[2] Babić, M i Babić, A., Međunarodna ekonomija, MATE, Zagreb, 2000., str. 201.

[3] Babić., A., Pufnik, A., Stručka, T., *Teorija i stvarnost inozemnih izravnih ulaganja u svijetu i u tranzicijskim zemljama s posebnim osvrtom na Hrvatsku*, Zagreb, 2001.

[4] Bartoluci, M., Čavlek, N.: *Turizam i sport – razvojni aspekti*, Školska knjiga, Zagreb, 2007.

[5] Bartoluci, M.: *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*. Zagreb: Školska knjiga. 2013.

[6] Blažević, B.: *Turizam u gospodarskom sustavu*. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment. 2007.

[7] Družić M., i Andabaka A. Gospodarsko značenje turizma, u: Tica. J., Obadić, A (ur.): GH, Ekonomski fakultet Zagreb, 2016., str. 419.

[8] Geić, S.: *Turizam i kulturno-civilizacijsko nasljeđe*, Veleučilište u Splitu, Split, 2002.

[9] Ietto-Gillies, Grazia,: *Transnational corporations and international production: Concepts, theories and effects. Cheltenham*, UK; Northampton, MA: Edward Elgar. 2012.

[10] Jelčić, B., Bejaković, P. Razvoj i perspektive oporezivanja u Hrvatskoj. Radovi Odsjeka za ekonomska istraživanja Zavoda za povijesne i društvene znanosti Svezak 39 Ur. Gordan Družić. Zagreb: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti. 2012.

[11] Jovanović, P., Upravljanje investicijama, Privredna štampa, Beograd, 1979., str. 450.

[12] Jošić, M., Inozemna izravna ulaganja u funkciji izvoza: slučaj Hrvatske, Skup znanstvenih radova, Zbornik ekonomskog fakulteta, Zagreb,2008., br. 6, str. 16

[13] Koncul N., Ekonomika i turizam, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2009

[14] Orsini, K.: *What drives Croatia's high import dependence?* European Commission, Directorate General for Economic and Financial Affairs, Economic Brief, 2017.

[15] Petrić, L.: *Osnove turizma*, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, 2003.

[16] Vidučić, V.: *Pomorski turizam*. Prometne, razvojne i ekološke dileme, Sveučilište u Splitu,m Pomorski fakultet, Split, 2007.

[17] Anić, I. D., Jovančević, R. Impact of Motivational Factors for Foreign Equity Investments in the Croatian Trade Sector. U: Jovančević, R. Šević, Ž. (eds.), Foreign

Direct Investment Policies in South-East Europe. London: Greenwich University Press; Zagreb: University of Zagreb Faculty of Economics and Business; Political culture. 143–158; 2006.

[18] Cvijanović, V., Izravna strana ulaganja kao izvor financiranja investicija:usporedna analiza tranzicijskih ekonomija s primjerom RH, Financijska teorija i praksa, Siniša Kučić, Ekonomski fakultet, Frankfurt, 2002, br.4, str. 879.

[19] Katirciogly, S. FDI and economic growth in Turkey: an empirical investigation by the bounds test for co-integration and causalty tests. Ekonomska istraživanja. Vol.22 No.3. 2009; 1-8.

[20] Pletikosa D. *Stavovi stručne javnosti o utjecaju domaćih i inozemnih izravnih ulaganja na uspješnost poslovanja u hotelijerstvu*. Ekonomska misao i praksa. 2015 Dec 17(2):449-70.

[21] Snyman, J. A., Saayman, M. Key factors influencing direct investment in tourism industry in South Africa. Tourism Review, Vol. 64 Iss 3 49–58, 2009.

[22] Subbarao, P.S. (2008). A Study of Foreign Direct Investment in Indian Turism. Conference on Tourism in India – Challenges Ahead, 15–17 May 2008, IIMK. http://dspace.iimk.ac.in/bitstream/2259/544/1/, (pristupljeno: 01.07.2020)

[23] Šimurina, N., Buergler, T. Specifičnost sustava oporezivanja dobiti poduzeća u Hrvatskoj i njihov utjecaj na poreznu konkurentnost u Zborniku radova s konferencije: Skrivena javna potrošnja – Sadašnjost i budućnost poreznih izdataka (Ur. Bratić, F. i Fabris, M.), Zagreb: Institut za javne financije. 2012.

[24] Štoković, I. The role of the FDI in Croatia's tourism sector. 45th Congress of the European regional science association "Land use and water management in a sustainable network society", Vrije Universitet Amsterdam. 2005. 790–812.

[25] Prijedlog strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Zagreb, 2013.

[26] Institut za turizam Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske – Izvještaj 12: Programi i investicijski projekti za implementaciju vizije razvoja turizma RH. Zagreb: Institut za turizam. 2012.

[27] Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. NN 55/13, Zagreb: Ministarstvo turizma

[28] Bule, M. Ćudina, A., Inozemna izravna vlasnička ulaganja i premija stranog vlasništva: slučaj Hrvatske, HNB, https://www.hnb.hr/documents/20182/2956831/i-055.pdf/ee2097a7-998f-0862-3268-08abb6cff30d (pristupljeno: 21.08.2020)

[29] HNB,https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/sektor-inozemstva/inozemna-izravna-ulaganja

[30] Ministarstvo gospodarstva RH, https://www.mingo.hr/

[31] World investment report, https://unctad.org/en/pages/PublicationArchive.aspx?publicationid=724

[32] Izravan udio turizma u BDP-u, https://www.cimerfraj.hr/aktualno/tsa-statistika-2016 (pristupljeno: 24.06.2020)

[33] Siganlitics,https://novac.jutarnji.hr/novcanik/hrvatska-je-u-prosincu-prosle-godine-zabiljezila-52-posto-vise-nocenja-stranih-turista/9961519/ (pristupljeno: 26.06.2020)

[34] Rihelj, G. Ugroženi investicijski ciklus turizma, https://hrturizam.hr/studija-stope-pdv-u-turizmu-predvida-41-manje-investicija-71-manje-novozaposlenih-2021-godine/ (pristupljeno: 02.07.2020)

[35] Hrvatska je sedma destinacija u svijetu za investicije u turizmu, https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/hrvatska-je-sedma-destinacija-u-svijetu-za-investiranje-u-turizam(25.08.2020)

POPIS SLIKA

Slika 1. Prihodi od turizma i zaposlenost, 2016. [33]..... 8
Slika 2. Stope PDV-a za restorane [34]..... 14
Slika 3. Stopa PDV-a na smještaj i ugostiteljstvo [34] 15

POPIS TABLICA

Tablica 1.Porezni poticaji za ulaganje u Hrvatsku 24
Tablica 2. Izravnna inozemna ulaganja u Republici Hrvatskoj 24
Tablica 3. Izravnna ulaganja prema djelatnostima 25
Tablica 4. Najčešće turističke FDI aktivnost 28