

Učinci turističkih transnacionalnih korporacija na zemlje u razvoju i manje razvijene zemlje

The Effects of Transnational Tourism Corporations On Developing Countries and Less Developed Countries

MAJA NIKŠIĆ RADIĆ

viši asistent, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilište u Rijeci
Primorska 42, p.p. 97, 51410 Opatija
Hrvatska
majanr@fthm.hr

MARTINA LUKINIĆ

studentica Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilište u Rijeci
Primorska 42, p.p. 97, 51410 Opatija
Hrvatska
ps21069@fthm.hr

Pregledni rad

UDK: 339.97:338.48

Sažetak: U današnjim globalizacijskim uvjetima kao glavni nositelji, odnosno akteri globalnog poslovanja nameću se transnacionalne korporacije koje su, što se tiče sektora turizma, prepoznatljive u obliku mega hotelskih, agencijskih i sličnih lanaca. Inozemni su hotelski lanci danas određeni standard koji svaka ozbiljnija turistička destinacija mora zadovoljiti ukoliko želi biti konkurentna na globalnom turističkom tržištu. S obzirom na značaj koji se pridaje izravnim inozemnim ulaganjima u turizam i očekivanja hrvatske Vlade od ulaska inozemnog kapitala u turistički sektor, svrha je rada razmotriti ulogu i značaj transnacionalnih korporacija u turizmu. Cilj je rada sintetizirati najvažnije učinke transnacionalnih turističkih korporacija na zemlje u razvoju i manje razvijene zemlje.

Ključne riječi: globalizacija, izravna inozemna ulaganja, transnacionalne korporacije, turizam

Abstract: The transnational corporations functioning as major carriers and global business factors in today's globalized environment, are recognizable within the tourism sector through mega hotels, agencies and similar business chains. Foreign hotel chains represent now an established standard that any serious tourist destination must conform to if it is to be competitive within the global tourism market. In view of the importance given to direct foreign investments in tourism, and the expectations of the Croatian government regarding the entry of foreign capital in the tourism sector, the purpose of this paper is to discuss the role and importance of transnational corporations in tourism. The aim of this paper is to synthesize the most important effects of transnational tourism corporations on developing countries and less developed countries.

Keywords: globalization, foreign direct investment, transnational corporations, tourism

1 Uvod

Najpropulzivniji i najznačajniji oblik međunarodnih ekonomskih aktivnosti koji utječe na sve oblike međunarodnih transakcija, pa tako i turizam, izravna su inozemna ulaganja. Turizam 21. stoljeća suočen je sa snažnom spregom međunarodnih odnosa, a ujedno je jedna od najvećih i najbrže rastućih djelatnosti. Turistička aktivnost općenito, a osobito hotelska industrija, imaju izrazit međunarodni karakter praktički već po samoj svojoj definiciji. Iz toga su razloga u potpunosti prožeti fenomenom globalizacije. Sudjelovanje u procesu globalizacije u turizmu znači biti prepoznatljiv, biti pozicioniran na globalnoj turističkoj mapi. Također je značajno istaknuti da, iako se turizam općenito smatra najvećom industrijom na svijetu, na listi Top 100 nefinancijskih transnacionalnih korporacija UNCTAD-a iz 2011. godine rangiranih prema vrijednosti inozemne imovine, ne nalazi se ni jedna turistička kompanija. No, bez obzira na navedeno, a s obzirom na povećanu međupovezanost, nestabilnu i nepredvidivu prirodu međunarodne turističke potražnje kao i hiperkonkurenciju diljem svijeta, turističku industriju karakterizira aktivna uključenost i dominantna uloga koju igraju multinacionalne i transnacionalne korporacije. Neke međunarodne kompanije iskoristile su prednosti globalizacije kako bi došle do novih prilika za rast svojih poduzeća, ubrale koristi ekonomije razmjera, povećale svoj tržišni udio, ugušile konkurenciju i postigle globalnu dominaciju. Kao rezultat, svijet je svjedočio naletu različitih strategija multinacionalnih i transnacionalnih korporacija kao što su vertikalna i horizontalna povezivanja, spajanja i akvizicije, kao i formalne veze.

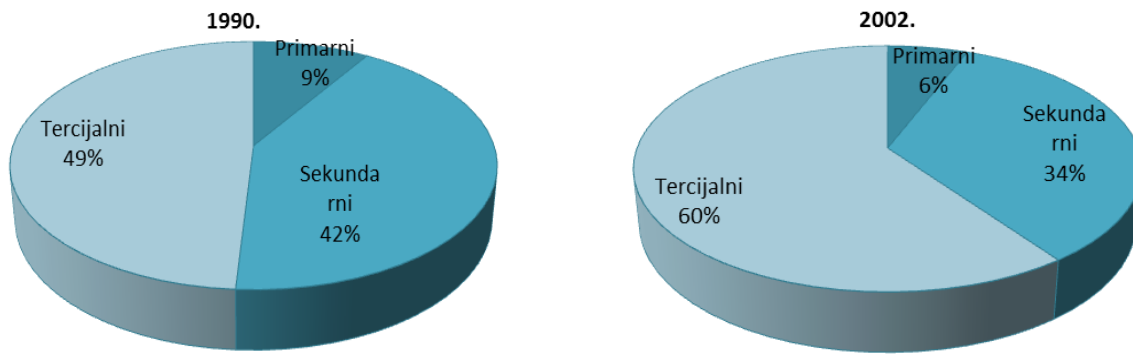
Da bi uzdignule imidž svojih zemalja, neke su vlade koristile multinacionalne i transnacionalne korporacije, a privlačile su ih poticajima i poreznim olakšicama. Razlog navedenome je u tome što zemlja koja izbjegava inozemne ulagače na kraju bude izbjegavana od samih turista. Zbog toga prisutnost multinacionalnih i transnacionalnih korporacija i ostalih međunarodnih organizacija i veleposlanstava u zemlji daje pozitivan imidž o toj zemlji što pomaže privući međunarodne turiste.

S obzirom na to da i Hrvatska nastoji privući inozemni kapital u turistički sektor, autorice u radu razmatraju problematiku transnacionalnih korporacija u turizmu. Cilj rada istražiti je i analizirati učinke transnacionalnih korporacija u turizmu na zemlje u razvoju i manje razvijene zemlje razmatranjem njihovih karakteristika te sintezom rezultata postojećih istraživanja. Nakon Uvoda, u drugom se poglavlju analizira sektorska struktura kretanja izravnih inozemnih ulaganja. Treće poglavlje daje pregled dosadašnjih istraživanja, dok četvrto poglavlje razmatra ulogu transnacionalnih korporacija u turizmu. Sinteza najvažnijih učinaka turističkih transnacionalnih korporacija izvršena je u petom poglavlju nakon čega slijedi zaključak istraživanja.

2 Sektorska analiza kretanja izravnih inozemnih ulaganja

Poznato da je postoji značajna zemljopisna koncentracija zemalja koje ulažu i zemalja koje primaju izravna inozemna ulaganja. Jednako tako postoji i značajna razlika s obzirom na sektorsku strukturu u koju takva ulaganja ulaze. Zemlje bogate prirodnim resursima, no s malim brojem stanovništva (kao što je Kanada, Australija, bliskoistočne i neke afričke zemlje) privlače veći postotak inozemnih ulaganja u primarni sektor. Industrijske pak zemlje (kao što je Njemačka, Japan, Južna Koreja, Singapur, Kina i Meksiko) privlače iznadprosječni udio inozemnih ulaganja u sekundarni sektor. SAD, Velika Britanija, Francuska, Švicarska, Hong Kong (Kina) i Fidži bilježe najveći udio tercijarnih ulaganja (Dunning, Lundan, 2008., 34).

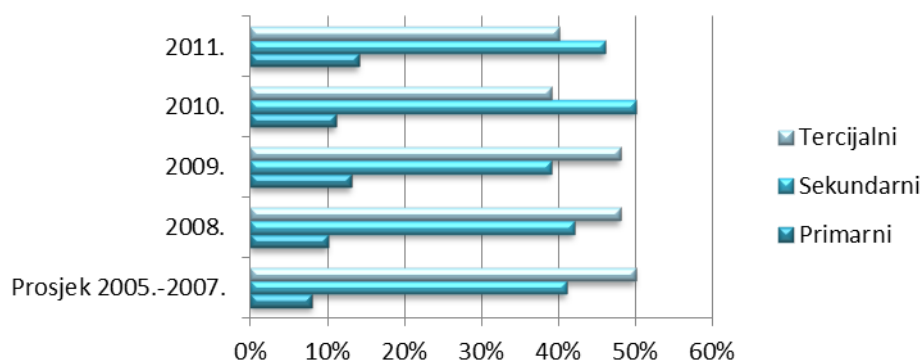
Kroz protekla dva desetljeća izravna inozemna ulaganja povećala su se u sva tri gospodarska sektora – primarnom, sekundarnom i tercijarnom. Međutim, sektorska je struktura u posljednjem desetljeću 20. stoljeća u svim zemljama postala izrazito usmjerena prema tercijarnom sektoru što prikazuje Slika 1.



Slika 1. Sektorska raspodjela globalnog portfelja izravnih inozemnih ulaganja
Izvor: UNCTAD (2004), World Investment Report 2004: The Shift Towards Services, , United Nations, New York and Geneva, p. 30

Globalni portfelj i priljeva i odljeva inozemnih ulaganja u primarni sektor više se nego udvostručio u razdoblju između 1990. i 2002. godine. No, udio primarnog sektora u globalnom portfelju izravnih inozemnih ulaganja značajno je opao, s 9% u 1990. na 6% u 2002. godini. Navedeno je rezultiralo sporijim rastom izravnih inozemnih ulaganja u primarni sektor. Udio sekundarnog sektora u globalnom portfelju izravnih inozemnih ulaganja praktički se utrostručio u razdoblju od 1990. do 2002. godine. Međutim, i udio sekundarnog sektora u globalnom portfelju izravnih inozemnih ulaganja opao je s 42% u 1990. na 34% u 2002. godini. Za razliku od spomenuta dva sektora, udio se tercijarnog sektora u globalnom portfelju izravnih inozemnih ulaganja više nego učetverostručio tijekom razdoblja od 1990. do 2002. godine. Kao rezultat bržeg rasta inozemnih ulaganja u tercijarnom sektoru nego u ostalim sektorima, usluge su u 2002. godini činile oko 60% globalnog portfelja izravnih inozemnih ulaganja u 2002. godini za razliku od 1990. godine kada je taj udio bio manji od 50%.

Prvo desetljeće 21. stoljeća, sve do globalne krize, i dalje bilježi povećanje ulaganja u sva tri gospodarska sektora s tim da je opet došlo do promijene sektorske distribucije ulaganja što je vidljivo iz podataka na Slici 2.



Slika 2. Sektorska distribucija projekata izravnih inozemnih ulaganja, 2005. – 2011. godina
Izvor: UNCTAD (2012), World Investment Report 2012: Towards a New Generation of Investment Policies, , United Nations, New York and Geneva, p. 9.

Do 2011. godine najveći broj projekata izravnih inozemnih ulaganja ostvaren je u sekundarnom sektoru (46%), zatim u tercijarnom sektoru (40%) te naposljetku u primarnom (14%).

3 Pregled postojećih istraživanja

Učinci ulaska transnacionalnih korporacija u turizam vrlo su oskudno istraženo područje. Također, rezultati dosadašnjih istraživanja vrlo su šaroliki. Razlog je navedenomu u tome što se ekonomski učinci, primjerice hotela, razlikuju od zemlje do zemlje, od grada do grada ovisno o uvjetima na određenoj lokaciji. Kada je riječ o hotelima, utjecaj se razlikuje i ovisno o kategorizaciji hotela. Pregled odabranih istraživanja daje se u nastavku.

Pionirsko istraživanje vezano uz učinke transnacionalnih korporacija u turizmu rad je Dunninga i Kundua iz 1982. godine (Dunning, Kundu, 1982.). Istraživanje su proveli na uzorku od 418 hotela s 5* i 4* diljem svijeta. Došli su do zaključka da učinci hotela u inozemnom vlasništvu variraju ovisno o vrsti turizma, zemlji porijekla transnacionalne korporacije, zemlji domaćinu te komparativnim prednostima i ciljevima pojedine transnacionalne korporacije. Nisu pronašli dokaze o snažnoj eksploataciji od strane transnacionalnih korporacija, no postoji snažna indikacija da zemljama u razvoju često nedostaju potpune informacije o političkim alternativama koje im stoje na raspolaganju, a što se tiče odgovarajućeg oblika uključivanja transnacionalnih korporacija s obzirom na političke ciljeve dotične zemlje. Neodgovarajući oblik uključivanja transnacionalnih korporacija smatra se glavnim uzrokom nezadovoljstva s učincima transnacionalnih korporacija, a često je popraćen neadekvatno formuliranim politikama s obzirom na veličinu i strukturu samog turističkog sektora.

Zhang je 1999. godine izvršio komparativnu analizu ekonomskih učinaka izravnih inozemnih ulaganja u turizam odabranih zemalja APEC regije –Australiju kao razvijenu zemlju, Kinu kao zemlju u razvoju i Hong Kong kao novoindustrijaliziranu zemlju (Zhang, 1999.) Rad je ukazao na potrebu primjene odvojenog pristupa mjerenja ekonomskih utjecaja izravnih inozemnih ulaganja – mjerljivih i nemjerljivih. Mjerljivi ekonomski učinci odnose se na BDP, zaposlenost i prihod, a nemjerljivi učinci na industrijsku strukturu, transfer tehnologije i devizna propuštanja. Autor je analizu mjerljivih ekonomskih učinaka proveo putem Keynesova investicijskog multiplikatora, a nemjerljive ekonomske učinke kvalitativno je procijenio. Rezultati su pokazali da su učinci transnacionalnih korporacija u turizmu na BDP to uspješniji što je zemlja razvijenija, a što je zemlja manje razvijena veći učinak imaju na osobni dohodak zaposlenika u turističkoj industriji. Odljevi deviznih zarada zanemarivi su kod Australije kao razvijene zemlje, osrednji kod Kine (više od 20%) kao zemlje u razvoju i visoki kod Hong Konga (oko 40%) kao novoindustrijalizirane zemlje.

UNCTAD je 2006. godine proveo dosad najopsežniju studiju koja je istražila izravne i neizravne učinke, učinke prelijevanja te mikroekonomske implikacije izravnih inozemnih ulaganja u turizam (UNCTAD, 2006.). Istraživanje je provedeno nad globalnim inozemnih hotelima u Butanu, Dominikanskoj Republici, Keniji, Mauricijusu, Maroku, Šri Lanki, Tanzaniji i Tunisu. Istraživanje je provedeno intervjuima i anketama kojima su testirane hipoteze o očekivanim učincima transnacionalnih korporacija u turizmu.

Spomenutim istraživanjem zaključeno je kako izravna inozemna ulaganja i transnacionalne korporacije imaju potencijal značajnog doprinosa turističkom gospodarstvu zemalja u razvoju. Mogu omogućiti pristup opipljivoj i neopipljivoj imovini koja je potrebna zemljama u razvoju da postanu važni igrači na globalnom turističkom tržištu. Međutim, izravna inozemna ulaganja nisu panacea i mogu biti učinkovita samo kao dio odgovarajućega sveobuhvatnog političkog okvira. Najbolje se mogu opisati kao koristan potencijalni katalizator koji domaćim ulaganjima može biti komplement, ali ne i supstitut.

Fortanier i van Wijk su 2010. godine intervjuima provedenim s menadžerima 123 hotela u inozemnom i domaćem vlasništvu u Mozambiku, Tanzaniji i Etiopiji istraživali utjecaj transnacionalnih

korporacija na zaposlenost u hotelskoj industriji (Fortanier, van Wijk, 2010.). Istraživali su kvantitativne učinke (pretpostavljajući da inozemni hoteli zapošljavaju veći broj osoblja) i kvalitativne učinke (pretpostavljajući da inozemni hoteli češće provode obuku zaposlenika, da prenose znanje i vještine lokalnim zaposlenicima, isplaćuju veće plaće te je promet po zaposleniku u inozemnim hotelima niži nego u domaćim hotelima). Rezultati istraživanja bili su pozitivni: povećanje broja hotela dovodi do povećanja zaposlenosti, no inozemni hoteli 'otimaju' najbolje osoblje domaćim hotelima i sposobniji su zadržati ga na dulje vrijeme. Lokalni hoteli iz toga razloga ni ne ulažu u znanje svojih zaposlenika.

IFC (International Finance Corporation) je u siječnju 2010. godine istraživao utjecaj dvaju hotelskih ulaganja u turistički sektor (Abdo, Mann, 2010.). Analiza je izvršena nad Hyatt Regency Hotelom u Kijevu i Monasterio Hotelom u Machu Picchu. Istraživanje je pokazalo da su ulaganja u hotele s 5* diverzificirala ponudu smještajnih kapaciteta što je omogućilo daljnji rast turističkog sektora u destinacijama. Hoteli su također utjecali i na poslovni ugled destinacija (nakon otvaranja Hyatt Regencyja u Kijevu kongresni je turizam porastao za 35%). Oba su hotela postavila i visoke standarde društvene odgovornosti donacijama dobara i usluga lokalnoj zajednici.

Pranić, Ketkar i Roehl proveli su 2012. godine istraživanje kojim su obuhvatili skupinu američkih hotela što djeluju na međunarodnom tržištu uzevši u obzir tri varijable: tržišnu povezanost, izravna inozemna ulaganja i dolaske turista u inozemne zemlje (Pranić, Ketkar, Roehl, 2012.). Istraživanje je provedeno na uzorku američkih hotelskih lanaca u 54 zemlje u razdoblju od 2001. do 2005. godine. Istraživanje je pokazalo da ne postoji veza između izravnih inozemnih ulaganja, tržišne povezanosti i dolazaka turista s jedne strane, te prisutnost američkih hotela s druge strane, u srednjodohodovnim zemljama. Ukoliko se zemlje promatraju objedinjeno, dokazano je da je tržišna povezanost utjecala na prisutnost američkih hotela u inozemstvu.

4 Uloga transnacionalnih korporacija u turizmu

U današnje vrijeme mnoga poduzeća djeluju kao transnacionalne korporacije što reflektira promjenu u strukturi svjetskog tržišta dobara i usluga. Riječ je o konkurentnom okruženju koje ima dalekosežne utjecaje na praktički sve industrije, pa tako i turizam. Veliki utjecaj na turizam imaju i promjene u komunikacijskoj tehnologiji i transportu koje su utjecale na značaj turizma u političkom, gospodarskom, financijskom i kulturnom smislu. Sažeto rečeno, riječ je o globalizaciji koja je doprinijela rastu mega-hotelskih lanaca koji posjeduju ne samo prenosivo upravljačko tijelo i marketinšku stručnost već i financijsku potporu za geografsku ekspanziju (Gee, 2008., 4). Kada se govori o globalnom poslovanju, svakako kao glavne aktere, odnosno nositelje tog poslovanja treba navesti transnacionalne i multinacionalne kompanije. One su ključni nositelji izravnih inozemnih ulaganja. Globalizaciju karakterizira njihov uspon te se preko njih odvija najveći dio poslovanja diljem svijeta.

Dominantno ime kojim se nazivaju veliki poslovni subjekti u literaturi vezanoj uz globalno upravljanje je transnacionalna korporacija. Moguće je naići i na nazive multinacionalna korporacija ili transnacionalna, odnosno multinacionalna poduzeća (TNE, MNE) (Fuchs, 2007., 10; Justin, 2010., 356). Pojmovi transnacionalna korporacija (TNC) i multinacionalna korporacija (MNC) vrlo se često upotrebljavaju kao sinonimi (Hall et al., 2009., 114). No, iako su pojmovi usko povezani, transnacionalne korporacije često se odnose na poduzeća koja djeluju na globalnoj razini, dok se multinacionalne korporacije odnose na ona koja djeluju u dvije ili više zemalja, no ne i globalno. Transnacionalna korporacija može se definirati kao kompanija koja posluje u više zemalja putem uključivanja u proizvodnju i/ili isporuku usluga (Stabler et al., 2010., 253).

Korisnim se čini ponoviti i logiku procesa razvoja određene zemlje koja je na snazi još od 80-ih godina prošlog stoljeća. Iluzorno je i pomišljati da će do suvremene tehnologije doći mimo ulaska

transnacionalnih korporacija jer rezultat zaobilaznja transnacionalnih korporacija dovodio do kupovine zastarjele tehnologije i konkurentskog zaostajanja (Mrkušić, Petrić Mrkušić, 1988., 249). Prema definiciji Ujedinjenih naroda, pojam transnacionalna korporacija u turizmu definira se kao poduzeće koje posjeduje i kontrolira imovinu i stvara prihode u više od jedne zemlje te je riječ ne samo o inozemnom poduzeću s izravnim inozemnim ulaganjima u određenu zemlju već i o onim poduzećima koja imaju sve glavne oblike ugovornih sporazuma i poduzeća u zemljama domaćinima (UN, 1982., 2). Transnacionalne korporacije u turizmu uključuju aviokompanije, globalne hotelske lance, lance restorana i zabavne korporacije.

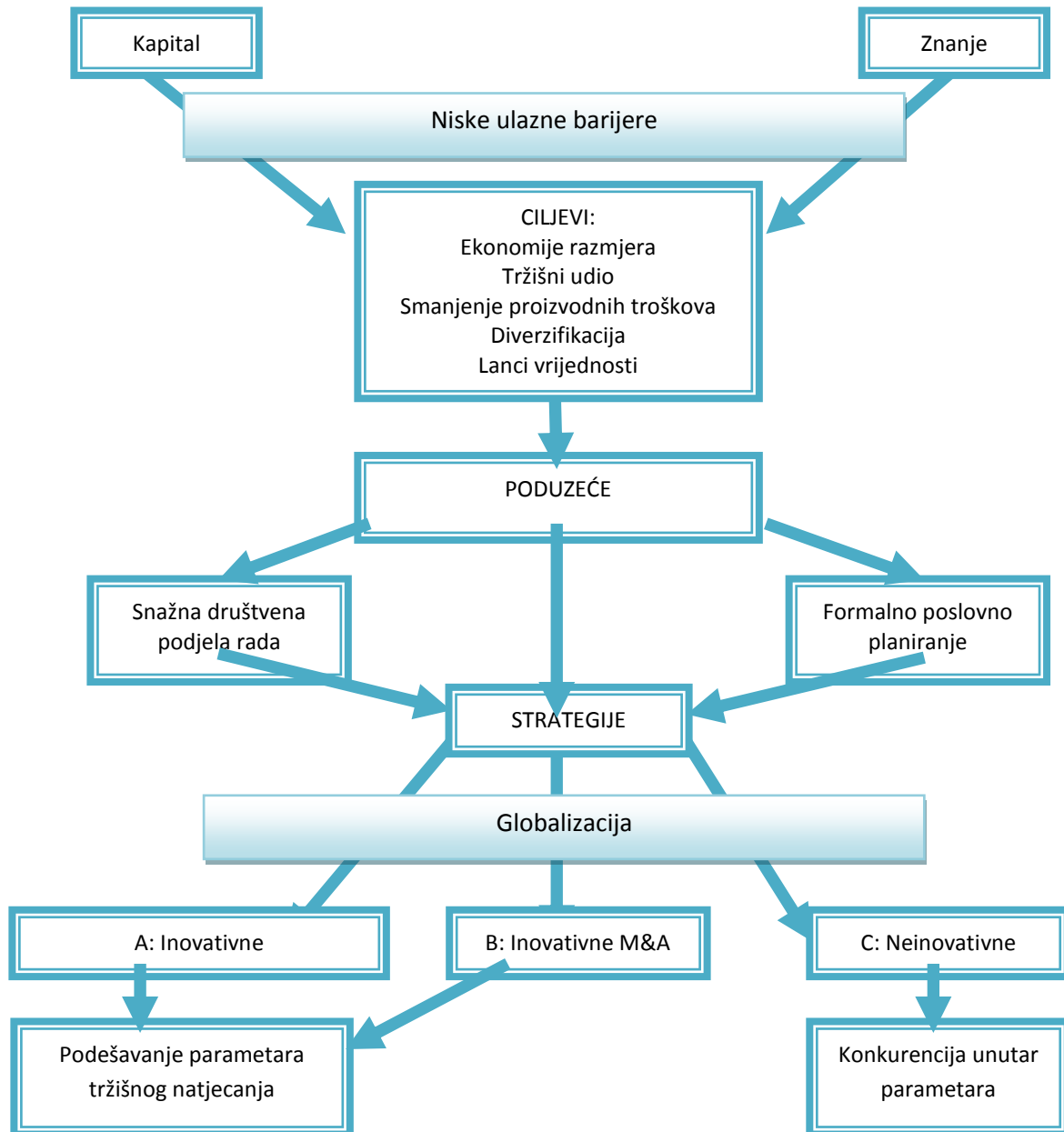
No, ono što je jedinstveno za izravna inozemna ulaganja u turizmu je da se često pojavljuje podjela vlasništva i kontrole (Brown et al., 2003., 473). Na primjer, lokalni investitor bez ikakve ekspertize u hotelima ili restoranima može kupiti zemlju i izgraditi sadržaje kojima će upravljati inozemno poduzeće. Kada inozemno poduzeće financira kupnju i izgradnju fizičkih objekata, ono može kontrolirati lokalni marketing i djelovanje pod svojim vlastitim politikama ili ovisiti o lokalnoj ekspertizi ili marketinškoj mreži (Endo, 2006., 602). Odabir ovisi o konkurentskim prednostima transnacionalnih korporacija, apsorpcijskom kapacitetu lokalnog tržišta i dostupnosti lokalnih resursa (Brown et al., 2003., 473).

Neki od najčešćih ciljeva turističkih transnacionalnih korporacija su (Shaw, Williams, 2007., 62): potraga za ekonomijom razmjera kako bi se nadoknadili troškovi razvoja tehnologije (npr. aviokompanije, neki oblici IT); neutraliziranje marketinških troškova (npr. prednosti međunarodno poznatih brandova); preventivni napadi kako bi se osigurali tržišni udjeli na novim tržištima u nastajanju (osobito važno kod aviokompanija); smanjenje proizvodnih troškova traženjem nižih troškova rada (npr. turističke kompanije na masovnom tržištu traže nova i jeftinija boravišta kako bi održale kompetitivnost); diverzifikacija prisutnosti na različitim tržištima s obzirom na visoku razinu nesigurnosti na međunarodnim turističkim tržištima; osiguranje međunarodnih vertikalnih veza (između turističkih kompanija, aviokompanija, hotela itd.) kako bi se omogućili informacijski tokovi, smanjila nesigurnost i omogućili inputi po poznatim cijenama.

Može se reći da je riječ o efektivnijem izvlačenju vrijednosti iz lanca vrijednosti te odgovaranju na internacionalizaciju potražnje. Navedeni ciljevi mogu biti kontradiktorni te primjerice diverzifikacija (u različitim granama aktivnosti) može međusobno isključivati ekonomiju razmjera do koje može doći fokusiranjem na jednu aktivnosti (Shaw, Williams, 2007., 62). Kontekst djelovanja transnacionalnih korporacija u turizmu te njihove ciljeve i aktivnosti prikazuje Slika 3.

Transnacionalne korporacije imaju mnoštvo konkurentnih prednosti u internacionalizaciji svojih aktivnosti. Imaju povlašteni pristup kapitalu ili iz svojih vlastitih rezervi, ili na financijskim tržištima. Pri ulazu na novo inozemno tržište imaju mogućnost iskoristiti specifično znanje vezano uz sektor koje su stekle negdje drugdje. (Shaw, Williams, 2007., 62) Navedeno je osobito važno kod internacionalizacije poslovanja hotela.

Tri glavne grane turističke industrije, hoteli, aviokompanije i *tour* kompanije, postale su sve više transnacionalne u svojim aktivnostima 1970-ih i 1980-ih godina te dominiraju nad ostalima. Transnacionalne korporacije postižu tu dominaciju različitim načinima. Pregled najčešćih formi daje se u sljedećoj točki. Ti oblici sudjelovanja dozvoljavaju transnacionalnim korporacijama ostvarivanje ukupne ili značajne kontrole turističkih aktivnosti putem nekog oblika ugovorne veze uz ulaganje dogovorenog iznosa kapitala u razvoj (Shaw, Williams, 2007., 62). Takva kontrola svih ili većine aspekata i aktivnosti industrije naziva se vertikalna integracija unutar industrije. Kada se ta veza proširi kroz sva tri sektora industrije, obuhvaćajući prijevoznike, hotele i *tour* operatore, postaje očito da je većina novca koju turist potroši kontrolirana i zadržana od strane transnacionalnih korporacija.



Slika 3. Transnacionalne kompanije u turizmu: kontekst, ciljevi i aktivnosti
 Izvor: SHAW, G., WILLIAMS, A. M. (2007), *Tourism and Tourism Spaces*, SAGE Publications, p. 6

5 Sinteza najvažnijih učinaka turističkih transnacionalnih korporacija

Pregledom dosadašnjih studija koje su istraživale učinke izravnih inozemnih ulaganja u turizam na zemlju domaćina moguće je zaključiti da su u globalu ti učinci pozitivni. Pri tome osobito treba imati na umu da u zemlji koja nema vlastitog kapitala potrebitog za daljnji razvoj turizma ne bi ni bilo nikakvih novih učinaka da nije došlo do inozemnog ulaganja. Kao i kod inozemnih ulaganja u bilo koji drugi sektor, tako i što se tiče sektora turizma veliku ulogu u tome do kojih će učinaka doći igra i stupanj razvijenosti zemlje (primjerice, kakva je educiranost osoblja koje treba raditi u turističkom sektoru), zakonodavstvo koje je na snazi u dotičnoj zemlji, kao i u kojoj se fazi životnog ciklusa nalazi

turistička destinacija. Neizostavno, istraživanje učinaka treba provesti za svaku pojedinu zemlju koja je središte interesa.

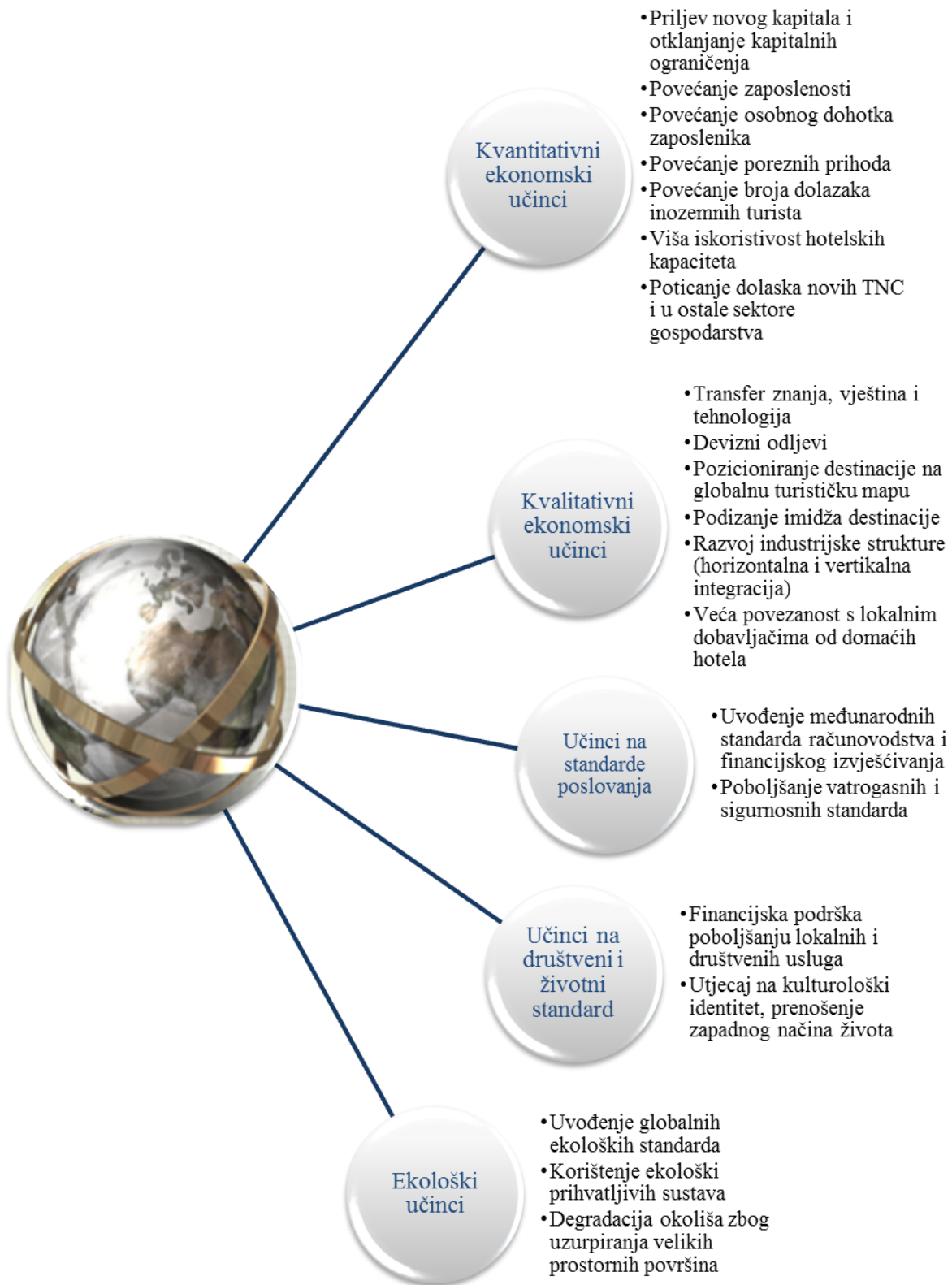
Učinke turističkih transnacionalnih korporacija moguće je podijeliti u pet skupina: kvantitativni i kvalitativni ekonomski učinci, učinci na standarde poslovanja, učinci na društveni i životni standard te ekološki učinci čiji se pregled daje na Slici 4.

Jedan od najvažnijih **kvantitativnih učinaka** je priljev novog kapitala i otklanjanje kapitalnih ograničenja. Daljnji razvoj turizma u zemljama u razvoju i manje razvijenim zemlja često zahtijeva dugoročnu imovinu koje u spomenutim zemljama nema u dovoljnim količinama. Spomenutim zemljama često manjka vlastitoga dugoročnog kapitala, te upravo izravna inozemna ulaganja putem transnacionalnih korporacija pomažu otkloniti kapitalna ograničenja (Dwyer, Forsyth, Dwyer, 2010., 518). Od kvantitativnih učinaka svakako je važno istaknuti i veći broj dolazaka turista u turističku destinaciju jer su globalnih hotelski brandovi povezani s globalnim tržištem i pristupom globalnim distribucijskim mrežama (UNCTAD, 2007). Posljedično s većim brojem inozemnih gostiju dolazi do povećanja zaposlenosti i prihoda, odnosno do multiplikativnih učinaka turizma (Dwyer, Forsyth, Dwyer, 2010., 521). Također je značajno istaknuti i ustaljeni obrazac zapošljavanja od strane transnacionalnih korporacija: u inicijalnim godinama upravljačke položaje uobičajeno zauzimaju strani radnici, a tek kad zemlja postane iskusnija u vođenju hotelskog poslovanja neke od važnijih položaja mogu preuzeti i domaći radnici (Dunning, Kundu, 1982.).

Kvalitativni učinci transnacionalnih korporacija u turizmu svakako su pozicioniranje destinacije na globalnu turističku mapu te ujedno i podizanje imidža destinacije jer uključivanje korporacija u marketinšku i promocijsku aktivnost može povećati svijest o destinaciji (UNCTAD, 2007). Transnacionalne korporacije mogu prenijeti i tzv. najbolju praksu te je moguće zaključiti da dolazi do transfera tehnologije, znanja i vještina. Negativnost koja je vrlo često pripisivana ino kapitalu pojava je deviznih odljeva. Ono što je važno jest utjecaj inozemnog vlasništva na odljev turističkog sektora kao cjeline. Iako inozemno vlasništvo nad objektom vodi do izravnijeg izvora uvoza iz inozemstva, gospodarstvo može biti na većem dobitku nego što bi inače dobilo iz turizma (prihod, radna mjesta) te proširena veličina turističke industrije može također voditi do većeg oslanjanja na domaće izvore inputa natječućih objekata. Pitanje odljeva mora se analizirati u kontekstu potencijala za turistički razvoj da generira veći prihod i zaposlenost u zemlji domaćinu (UNCTAD, 2007). Menadžerske naknade i profiti povezani s izravnim inozemnim ulaganjima odlaze iz zemlje domaćina smanjujući ekonomski doprinos turističkih izdataka, odnosno dolazi do repatrijacije profita. Kritičari vide repatrijaciju profita kao 'odljev' iz zemlje domaćina zbog inozemnog ulaganja i obično je to povezano s tvrdnjom da se neto koristi za zemlju iz turizma u odgovarajućem iznosu smanjuju. Takvo gledište počiva na pogrešnom shvaćanju. Uvriježeno je stajalište da kod turističkih objekata u inozemnom vlasništvu dio njihove prodaje ide u profite koji će se vratiti vlasnicima. No ti profiti nisu 'izgubljeni' za zemlju domaćina u bilo kojem značajnom smislu, s obzirom na to da profita ne bi ni bilo da investitor najprije nije donio kapital za ulaganje (Dwyer, Forsyth, Dwyer, 2010., 524).

Učinci na standarde poslovanja podrazumijevaju primjenu pravila poslovanja koja vrijede na međunarodnom tržištu te podrazumijevaju vođenje međunarodnih standarda računovodstva i financijskog izvješćivanja, kao i poboljšanje vatrogasnih i sigurnosnih standarda.

Transnacionalne korporacije mogu utjecati i na **društveni i životni standard**. Globalni hotelski lanci postavljaju visoke standarde društvene odgovornosti donacijom dobara i usluga lokalnoj zajednici (Abdo, Mann, 2010.). Također su svjesniji novih globalnih ekoloških standarda te uvode ekološki prihvatljive sustave (UNCTAD, 2007., p. 89.). Često im se pripisuje i utjecaj na kulturološki identitet, no to je neizbježna posljedica globalizacije.



Slika 4. Najvažniji učinci turističkih transnacionalnih korporacija
Izvor: Istraživanje autorica.

6 Zaključak

Globalizacijski uvjeti koji vladaju svjetskim tržištem u posljednja dva desetljeća doveli su do snažnog rasta izravnih inozemnih ulaganja. Glavni nositelji tih inozemnih ulaganja, kako gledajući ukupno gospodarstvo tako i turizam, su transnacionalne korporacije. Globalizaciju karakterizira njihov uspon te se preko njih odvija najveći dio poslovanja diljem svijeta. Transnacionalne korporacije u turizmu uključuju aviokompanije, globalne hotelske lance, lance restorana i zabavne korporacije. Transnacionalne korporacije imaju mnoštvo konkurentnih prednosti u internacionalizaciji svojih aktivnosti. Imaju povlašteni pristup kapitalu, a pri ulazu na novo inozemno tržište imaju mogućnost iskoristiti specifično znanje vezano uz sektor koje su stekle negdje drugdje.

S obzirom na neinvesticijsku aktivnost koja vlada u hrvatskom gospodarstvu, a što je posljedica nedostatka domaćeg kapitala, ali i suzdržanosti inozemnih ulagača, nositelji vlasti motivirani su snažnom željom privlačenja inozemnog kapitala. Pri tome se turizam nametnuo kao prioritetni sektor kojim se želi privući inozemni kapital što je i razumljivo s obzirom na njegovu snagu u gospodarstvu. Navedeno zahtijeva poznavanje najvažnijih učinaka turističkih transnacionalnih korporacija do kojih dolazi kada inozemni kapital ulazi u turizam zemalja u razvoju, ali i manje razvijenih zemlja, što je i bio cilj ovog istraživanja.

Uloga izravnih inozemnih ulaganja u pokretanju turističke industrije osobito je važna za zemlje u razvoju i manje razvijene zemlje jer se bez izravnih inozemnih ulaganja početni kapital vjerojatno neće naći u samoj zemlji. Autorice su razmatranjem karakteristika turističkih transnacionalnih korporacija te sintezom postojećih istraživanja predmetne tematike učinke turističkih transnacionalnih korporacija podijelile u pet skupina: kvantitativni i kvalitativni ekonomski učinci, učinci na standarde poslovanja, učinci na društveni i životni standard te ekološki učinci. Autorice su došle do zaključka kako su ti učinci u velikoj mjeri pozitivni. Navedenom treba pridodati i konstataciju da u zemlji koja nema vlastitog kapitala potrebitog za daljnji razvoj turizma ne bi ni bilo nikakvih novih učinaka da nije došlo do inozemnog ulaganja. Naposljetku je moguće zaključiti kako bez obzira na repatrijaciju profita i ostale negativnosti inozemnog kapitala, nova ulaganja imaju važne pozitivne konotacije za zemlju domaćina do kojih ne bi došlo bez ulaska kapitala.

Literatura:

Abdo, H., Mann, S., (2003), Development Impacts in the Tourism Sector through the Lens of Two IFC Hotel Investments: What They Show and What We Can Learn – Hyatt Regency in Kiev & Peru Orient Express Hotels, Washington: IFC.

Brown, J. R., Dev, D. S., Zhou, Z., (2003), Broadening the foreign market entry mode decision: separating ownership and control, *Journal of International Business Studies*, 34(5), pp. 473–488.

Directive 2010/31/EU of the European Parliament and of the Council of 19 May 2010 on the energy performance of buildings, *Official Journal of the European Union*, <raspoloživo na: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:153:0013:0035:EN:PDF>>, [pristupljeno 15. 10. 2013.].

Dunning, J., Kundu, S. K., (1982), Impact of Transnational Hotel Chains and Management Companies Operating in Developing Countries u Transnational Corporations in International Tourism, New York and Geneva: United Nations, <raspoloživo na: <http://unctc.unctad.org/data/e82iia9b.pdf>>, [pristupljeno 15. 10. 2013.].

Dunning, J. H. & Lundan, M. (2008), *Multinational Enterprises and the Global Economy*, 2nd ed., Cheltenham: Edward Elgar.

- Dwyer, L., Forsyth, P., Dwyer, W., (2010), *Tourism Economics and Policy*, Cheltenham: Channel View Publications.
- Gee, C. Y., (2008), *International Hotels Development and Management*, 2nd ed., Michigan: American Hotel & Lodging Educational Institute.
- Endo, K., (2006), Foreign direct investment in tourism – flows and volumes, *Tourism Management*, 27(4), pp. 600–614.
- Fortanier, F. & van Wijk, J., (2010), Sustainable tourism industry development in sub-Saharan Africa: Consequences of foreign hotels for local employment. *International Business Review*, 19(2), pp. 191–205.
- Fuchs, D. (2007), *Business Power in Global Governance*, London: Lynne Rienner.
- Hotel Energy Solutions, (2011), Factors and Initiatives affecting Renewable Energy Technologies use in the Hotel Industry, Hotel Energy Solutions project publications, <raspoloživo na: <http://hes.unwto.org/sites/all/files/docpdf/factorsandinitiativesaffectingeeuseinthehotelindustryd42final1stjuly.pdf>>, [pristupljeno 19. 12. 2013.].
- Justin, P. (2010), *Business Environment: Text and Cases*, 2nd ed., New Delhi: TATA McGrawe Hill.
- Hall, C. M., Hall, M. C. & Lew, A. A. (2009), *Understanding and managing tourism impacts: an integrated approach*, London & New York: Routledge.
- Mrkušić, M. & Petrić Mrkušić, A. (1988), *Dominacija multikompanija - nevojno osvajanje svijeta*, Rijeka: Tiskara Rijeka.
- Pranić, Lj., Ketkar, S. & Roehl, W. S., (2012), The Impact of Macroeconomic Country-Specific Factors on International Expansion of US Hotel Chains, *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism*, 7(1), pp. 155–173.
- Shaw, G. & Williams, A. M. (2007), *Tourism and Tourism Spaces*, London: SAGE Publications.
- Stabler, M. J., Papatheodorou, A. & Sinclair, M. T. (2010), *The Economics of Tourism*, 2nd ed., London and New York: Routledge.
- UNCTAD (2004),), *World Investment Report 2004: The Shift Towards Services*, New York and Geneva: United Nations.
- UNCTAD (2006), *Measuring Restrictions on FDI in Services in Developing Countries and Transition Economies*, New York and Geneva: United Nations.
- UNCTAD (2007), *FDI in Tourism: The Development Dimension*, New York and Geneva: United Nations.
- UNCTAD (2012), *World Investment Report 2012: Towards a New Generation of Investment Policies*, New York and Geneva: United Nations.
- Zhang, G., (1999), *A Comparative Study of the Economic Impact of Tourism Investment on Selected Economies of Apec Region, Hong Kong*: The Hong Kong Polytechnic University.