

Dr. sc. Dijana Pletikosa

Predavačica
Veleučilište Vern³, Zagreb
Katedra za ekonomiju i marketing
E-mail: dijana.pletikosa@vern.hr

STAVOVI STRUČNE JAVNOSTI O UTJECAJU DOMAĆIH I INOZEMNIH IZRAVNIH ULAGANJA NA USPJEŠNOST POSLOVANJA U HOTELIJERSTVU

UDK / UDC: 640.4(497.5)

JEL klasifikacija / JEL classification: L83

Prethodno priopćenje / Preliminary communication

Primljeno / Received: 18. lipnja 2015. / June 18, 2015

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 7. prosinca 2015. / December 7, 2015

Sažetak

Ulaganja u hotelijerstvo predstavljaju nužan preduvjet njegova razvoja. U uvjetima ograničene ponude kapitala na domaćemu financijskom tržištu rješenje se nerijetko vidi u privlačenju inozemnih izravnih ulaganja (FDI). Cilj je ovog rada istražiti stavove stručne javnosti o utjecaju ulaganja u podizanje kategorije smještajnih kapaciteta na uspješnost poslovanja u hotelijerstvu, razlikama u uspješnosti poslovanja između hotela u domaćem i stranom vlasništvu, motivima inozemnih ulagača te značaju porezne politike za privlačenje FDI-a u hotelijerstvo. Provedena su ispitivanja anketnim upitnikom i dubinskim intervjuom te istraživanje literature i dostupnih statističkih podataka. Pokazalo se da su stavovi stručnjaka o značaju domaćih i inozemnih ulaganja istovjetni nalazima sekundarnih istraživanja. Odstupanja su se pokazala u području percepcije glavnih motiva inozemnih ulagača te u ocjeni značaja porezne politike za privlačenje FDI-a. Moguće je objašnjenje u teško dostupnim i netransparentnim podacima te ograničenjima koja nastaju pri analizi dužih vremenskih serija.

Ključne riječi: investicije, hotelijerstvo, anketa, dubinski intervju, Hrvatska.

1. UVOD

U Republici Hrvatskoj turizam je označen kao strateška aktivnost, značajan pokretač ulaganja i generator rasta nacionalnoga gospodarstva (Strategija razvoja turizma do 2020. godine, NN 55/13). Turizam je zaslužan za

stvaranje 9% svjetskog BDP-a, 6% svjetskog izvoza i svako jedanaesto radno mjesto (UNWTO, 2015.). Makroekonomsko i poslovno okruženje za poslovanje hotelijerstva u Hrvatskoj u znatnoj mjeri ograničava mogućnost uspješnog poslovanja i razvoja te djelatnosti na konkurentskim osnovama. Neki od problema jesu u nestabilnosti općega i pravnog sustava te u razini poreznog opterećenja koja ne stvara konkurentski okvir poslovanja u usporedbi sa zemljama koje predstavljaju glavne turističke konkurente. Sustav poticaja ulaganjima u hotelijerstvo i turizam je u fazi razvoja, a proces privatizacije hotelskih trgovačkih društava s većinskim udjelom državnog vlasništva još uvijek nije dovršen.

Zbog navedenih uvjeta poslovanja, ekonomski položaj hotelijerstva u Hrvatskoj obilježavaju brojne negativnosti. Primjerice, zbog visokih fiksnih troškova djelatnost posluje s gubitkom. Razina zaduženosti je tijekom posljednjih godina povećana, uz istodobno smanjenje likvidnosti. Hrvatska ima nepovoljniju strukturu ukupnih smještajnih kapaciteta od konkurentskih zemalja, s manjim udjelom hotelskih u ukupnim kapacitetima. Manje se investira u nove hotelske proizvode i *greenfield*¹ projekte. Hoteli u Hrvatskoj ostvaruju niži godišnji prihod po sobi, što je uvjetovano visokom razinom sezonalnosti i relativno niskom razinom zauzetosti kapaciteta tijekom godine. Broj zaposlenih po sobi je manji, ali je udio troškova rada u ostvarenim ukupnim prihodima viši nego u konkurentskim zemljama (Horwath HTL, 2014.).

Dosadašnja ulaganja u hotelijerstvo Hrvatske uglavnom su bila usmjerena na rekonstrukciju i obnovu postojećih objekata s ciljem unapređenja kvalitete, a tek izuzetno na izgradnju novih hotela i stvaranje novih proizvoda. Na nepovoljan trend ulaganja djelovalo je više čimbenika: otežano financiranje projekata, pri čemu komercijalne banke traže veće udjele vlastitoga kapitala investitora, utjecaj nedavne krize na poslovanje sektora i s tim u vezi smanjena mogućnost financiranja razvoja vlastitom akumulacijom. Kao rezultat ovih čimbenika, ulaganja u hotelijerstvo Hrvatske znatno su smanjena u odnosu na prethodna razdoblja (Strategija razvoja turizma, NN 55/13).

Prema istraživanju UNCTAD-a (2010.), inozemna izravna ulaganja (eng. *Foreign Direct Investment*—FDI) u turizmu su 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 1% do 2%. Inozemna ulaganja u područje turizma najviše su usmjerena u zemlje u razvoju. Proces privatizacije devedesetih godina prošlog stoljeća je bio među glavnim pokretačima takvih ulaganja, pri čemu su inozemni investitori uglavnom kupovali i obnavljali stare hotele. Investitore u hotelijerstvu, kao i u drugim djelatnostima, zanima isplativost investicije u korelaciji s rizikom realizacije, rokovima i ostalim vanjskim čimbenicima. U Hrvatskoj je profitabilnost investicija u hotele niska,

¹ „Investicije u ledinu“—inozemna izravna ulaganja koja stvaraju novu proizvodnu imovinu, za razliku od *brownfield* ulaganja koja se odnose na investicije u već postojeće projekte, najčešće procesom pretvorbe vlasništva.

odnosno rok povrata je predug. Struka kaže da je 60% zauzetosti smještajnih kapaciteta donja granica pri kojoj se može postići kvalitetan povrat investicije (Institut za turizam, 2012.). Prosjek cjelogodišnje zauzetosti hotelskih soba u Europi iznosi 65%, dok je u Hrvatskoj samo oko 45%. Najbolje pokazatelje imaju hoteli s pet zvjezdica (zauzetost u 2014. godini na razini od 46,8%), 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.² Stoga je potrebno 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 te se pomoću njih domaće gospodarstvo integrira u međunarodne tijekove kapitala i trgovine. Osnovni cilj ovog rada jest ispitati stavove kompetentne javnosti, koja uključuje hotelijere i stručnjake iz akademske zajednice, o utjecaju domaćih i inozemnih izravnih ulaganja na uspješnost poslovanja hotela, o motivima inozemnih ulagača i značaju porezne politike za privlačenje investicija u hotelijerstvo.

2. TEORIJSKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

Za razvoj turizma kao složenoga, visokosofisticiranog integralnoga sustava u okviru nacionalnoga gospodarstva, kako ga definiraju Čavlek i suradnici (Čavlek, Bartoluci, Prebežec, Kesar i sur., 2011., str. 243), 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 (Bartoluci, 2013., str. 73). Prema Blaževiću (2007., str. 226) 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.

2.1. Inozemna izravna ulaganja – pojam i determinante

Priručnik bilance plaćanja Međunarodnoga monetarnog fonda (IMF, 1993, str. 84) FDI definira kao sva ulaganja u domaće poduzeće gdje strani investitor stječe 10% ili više vlasništva nad običnim dionicama poduzeća ili ekvivalentni iznos glasačkih prava. Istražujući zašto, kako i gdje će doći do FDI-a, Dunning (2002.) spaja parcijalne teorije kojima se nastoje objasniti motivi FDI-a, u model poznat pod nazivom *OLI paradigma*. Prema toj teoriji motiv za

² Misli se na banke, farmaceutiku, telekomunikacije i nekoliko desetaka tisuća nekretnina.

pokretanje FDI-a nastaje kada su ispunjena tri nužna uvjeta: prvo, kada postoje vlasničke prednosti zbog posjedovanja specifične neopipljive imovine (eng. *ownership advantages* – O); drugo, kada su koristi od vlastite proizvodnje, odnosno od internalizacije veće od koristi što ih donosi prodaja licencija (engl. *internalization* – I) i treće, 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 pretežnom stranom vlasništvu odlučuje je li specifične prednosti unosnije iskorištavati izvozom/prodajom licencije ili kroz FDI.

Anketno istraživanje percepcije Hrvatske kao FDI destinacije među menadžerima inozemnih trgovinskih tvrtki proveli su Anić i Jovančević (2006., str. 153–154). Rezultati su pokazali da su kao najznačajniji motivacijski čimbenici u području ekonomskoga i konkurentskog okruženja ocijenjeni: zemljopisna blizina i kulturološka sličnost, stabilnost cijena, zapošljivost domaćeg stanovništva i mogućnost ulaska na nova tržišta. Čimbenici privlačenja u sferi državne politike jesu: tečajna politika, carinski sustav, radno zakonodavstvo i porezna politika.

U znanstvenoj i stručnoj literaturi FDI u turizmu se proučavalo manje nego ulaganja u ostale djelatnosti. Jedan od razloga je vjerojatno i komplicirano statističko praćenje turizma te njegovo svodenje na djelatnost *Hoteli i restorani*, za koju je lakše precizno odrediti pokazatelje. Najveći doprinos proučavanju i statističkom praćenju FDI-a u turizmu na globalnoj razini dali su Svjetska turistička organizacija (UNWTO), zatim UNCTAD i OECD. Istraživanja UNCTAD-a (2007.) pokazala su da su FDI-ovi u turizmu najčešći 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.

Empirijska su istraživanja ove problematike još uvijek nedostatna i metodološki neujednačena. Većina autora proučava utjecaj FDI-a na razvoj turizma određene države ili regije kao i metode i načine njihovog privlačenja. Od stranih autora, Buckley i Papadopoulos (1988.) analizirali su veličinu, ulogu i značenje FDI-a u turizam Grčke te dokazali da oni značajno pridonose zapošljavanju, unapređenju upravljačkih i marketinških znanja i vještina te razvoju nedovoljno razvijenih krajeva.

Subbarao (2008.) je istraživao FDI u turizmu Indije kao zemlje koja u razvoju turizma vidi mogućnost povećanja BDP-a i zaposlenosti. Najveću prepreku privlačenju FDI-autor nalazi u destimulirajućoj poreznoj politici, iako je Indija posljednjih godina postala jedna od najprivlačnijih destinacija za FDI u turizmu. Selvanathan, S., Selvanathan, E.A. i Viswanathan (2009.) također su analizirali povezanost priljeva inozemnoga kapitala i broja turističkih dolazaka u

Indiju te potvrdili postojanje pozitivne uzročne veze i potrebu da se na taj način popravi turistička infrastruktura i ubrza gospodarski razvoj zemlje.

Katirciogly (2009.) na primjeru Turske potvrđuje tezu o povezanosti FDI-a i međunarodnog turizma, ističući da se dotok stranoga kapitala u tu zemlju povećavao s povećanjem prihoda od turizma. Snyman i Saayman (2009.) kao glavne čimbenike koji utječu na priljeve FDI-a u turizam u Južnoj Africi navode percepciju turističke destinacije, infrastrukturu, ekonomsku politiku zemlje, konkurentnost i prirodne resurse.

Steiner (2010.) je na primjeru Egipta istraživao utjecaj političke nesigurnosti na priljev FDI-a u turizam. Zaključio je da je taj utjecaj manji od očekivanog te da je značaj političkog rizika u Egiptu bio precijenjen. Problem političke nesigurnosti i terorizma u kontekstu turizma i FDI-a istraživao je i Muckley (2010.) na primjeru Sjeverne Irske u periodu od 1970. do 2007. godine. Autor je usporedio ekonomski trošak terorizma, koji je za zemlju izuzetno visok i značajan, s priljevom FDI-a te zaključio da ta veza nije osobito jaka.

Mohd Salleh, Othman i Sarmidi (2011.) proučavali su dugoročan odnos između razvoja turizma i FDI-a u azijskim zemljama, točnije u Maleziji, Singapuru, Tajlandu, Kini i Hong Kongu. Autori su zaključili da dotok FDI-a ovisi o stupnju razvoja turizma određene države, odnosno da države u kojima je turizam na višem stupnju razvoja privlače i više inozemnih ulagača. Rios-Morales, Gamberger, Jenkins i Smuc (2011.) u svom su istraživanju pošli od pretpostavke da su unatoč svijesti o potrebi privlačenja FDI-a u turizam, rijetke zemlje uistinu i uspjele u tome. Razloge prepoznaju u regulativi vlada koje ne potiču razvoj privatnog poduzetništva, a time i inozemnih investicija. Zanimljiv je i zaključak da u slučaju loše regulative inozemni ulagači mogu iskoristiti visok stupanj korupcije za ulazak na neko tržište, što je u kontradikciji s percepcijom korupcije kao čimbenika koji demotivira ulagače.

Svjetska literatura kao i empirijska istraživanja uglavnom potvrđuju pozitivnu korelaciju između priljeva FDI-a u turizam i uspješnosti poslovanja poduzeća. U Hrvatskoj je napravljeno nekoliko istraživanja na tu temu. Primjerice, Štoković (2005.) je uspoređivao rezultate poslovanja turističkih kompanija prije i nakon ulaganja iz inozemstva te utvrdio da postoji pozitivna korelacija, iako je većinom riječ bila o ulaganjima u procesu privatizacije. Ivanović, Bareša i Bogdan (2011.) analizirali su doprinos FDI-a gospodarskom rastu te rastu turizma u Hrvatskoj. Zaključili su da je taj doprinos manji od očekivanog jer je uglavnom riječ o *brownfield* ulaganjima čiji je glavni cilj povećanje profitabilnosti, a ono se najbrže postiže smanjenjem broja zaposlenih. Butigan (2013.) je na primjeru Dubrovačko-neretvanske županije pokazao da su inozemna izravna ulaganja kvantitativno i kvalitativno oblikovala ponudu hotelskog smještaja toga kraja.

Iako gotovo sva istraživanja potvrđuju značajan utjecaj FDI-a na razvoj turizma, najčešće podizanjem kvalitete turističkih objekata i usluga, turizam u privlačenju inozemnoga kapitala zaostaje za ostalim uslugama, proizvodnjom pa

čak i poljoprivredom. Logika kojom se vode inozemni ulagači u ostale djelatnosti najčešće nije primjenjiva na turizam. Ranije spomenuta *OLI paradigma* upućuje na zaključak da će se ulagači voditi čimbenicima vlasništva, lokacije i internalizacije. U turizmu je, međutim, treći čimbenik znatno rjeđi nego u drugim djelatnostima. Nastavljajući se na Dunningova istraživanja, u okviru UNCTAD-a (2010) su napravljene detaljne analize pojedinih aspekata FDI-a u turizmu. Promatrajući djelatnosti hotela i restorana uočene su prednosti vlasništva koje omogućuju efikasno natjecanje sa domaćim kompanijama. 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 nedostatan upravljačko znanje u zemlji domaćinu. Kao čimbenici koji ne idu u prilog inozemnim ulagačima navode se: sklonost pojedinih vlada ne vlasničkim ulaganjima, porast menadžerskih znanja u zemlji domaćinu te često razdvajanje vlasništva i kontrole.

2.2. Utjecaj porezne politike na privlačenje FDI-a

Prema studiji koju je objavio OECD (2003.) najčešće korišteni poticaji za privlačenje FDI-a su iz područja fiskalne politike, što se osobito odnosi na zemlje koje nisu članice te organizacije. Među najviše korištene porezne poticaje spadaju olakšice kod plaćanja izravnih korporacijskih poreza, primjerice smanjenje stope poreza na dobit, oslobođenje od plaćanja poreza u prvim godinama poslovanja (eng. *tax holidays*) ili olakšice za poslovanje u slobodnim zonama. Druga grupa poticaja odnosi se na ulaganja u dugotrajnu imovinu, a uključuje ubranu stopu amortizacije ili oslobađanje od plaćanje poreza na reinvestiranu dobit. Treća vrsta olakšica primjenjuje se na prekogranično poslovanje, primjerice smanjenje uvoznih carina i poreznih davanja u vanjskoj trgovini. Ostali najčešće korišteni poticaji jesu porezne olakšice u odabranim sektorima, primjerice smanjenje poreza na dodanu vrijednost ili na nekretnine. Osnovno je pitanje koje se pritom postavlja jesu li koristi od dodatnih FDI-a veće od troškova poduzetih mjera. Ponekad je teško procijeniti koja se inozemna ulaganja bez poticajnih mjera ne bi provela i obratno. Stručnjaci OECD-a smatraju da ulagači promatraju cjelokupnu investicijsku klimu, a velike porezne olakšice, iako jedna od najpopularnijih mjera za poticanje ulaganja, investitorima nisu presudne pri donošenju odluke. Više od toga se cijeni stabilnost i predvidivost poreznog sustava kao i ukupnoga makroekonomskog okruženja zemlje u koju se ulaže (OECD, 2003.). Nastojanja da se konkurentnost tržišta poveća poreznim olakšicama stvara opasnost od nadmetanja zemalja i sve većih poreznih rasterećenja, što nadalje dovodi do smanjenja ukupnih poreznih prihoda. Takva štetna porezna praksa (eng. *harmful tax practices*) osobito je prepoznata u tranzicijskim zemljama koje se nadmeću u privlačenju inozemnih ulagača.

Rezultati ekonometrijske analize koju je proveo Sentance (2012.) pokazuju da administrativni aspekti poreznog sustava nemaju značajniji utjecaj na dotok FDI-a, dok je utjecaj ukupnoga poreznog opterećenja daleko veći. Tako smanjenje ukupnih poreznih stopa za 10% može dovesti do povećanja priljeva FDI-a od 0,7% godišnje. Kratkoročno promatrano, riječ je o malom povećanju, no u dužem periodu, primjerice tijekom dva desetljeća, moglo bi doći do kumulativnog povećanja priljeva FDI-a od oko 15%.

Mišljenja domaćih autora o utjecaju poreza na privlačenje FDI-a su podijeljena. Tako Pavlović (2007.) analizom posljedica smanjenja poreza na dobit u 2001. godini dolazi do zaključka da ono nije dovelo do povećanja *greenfield* ulaganja u Hrvatsku. Istraživanje koje su proveli Šimurina i Buergler (2012.) pokazuje da se po prosječnomu poreznom opterećenju Hrvatska nalazi ispod prosjeka većine zemalja članica Europske unije, ali i drugih razvijenih zemalja. Iznos olakšica, oslobođenja i poticaja u sustavu poreza na dobit u Hrvatskoj iz godine u godinu raste, što može utjecati na privlačnost zemlje za FDI. Autori smatraju da to ipak nije dovoljno jer na konačnu odluku o ulaganju utječu i nefiskalni čimbenici kao što su postojanje odgovarajućeg institucionalnoga i zakonodavnog okvira, raspoloživost javne infrastrukture, stupanj obrazovanja radne snage, jezik i ostali kulturno-povijesni čimbenici.

Jelčić i Bejaković (2012., str. 277) smatraju da je pozitivna strana hrvatskoga poreznog sustava veće oslanjanje na oporezivanje PDV-om, a manje na poreze od dobiti jer jače oporezivanje potrošnje nego štednje i ulaganja pozitivno utječe na razvoj gospodarstva. Istražujući zakonitosti u pogledu PDV-a i turizma autori dolaze do zaključka da Hrvatska ima previsoku stopu PDV-a u turizmu, prije svega za usluge hotelijerstva i ugostiteljstva te da time u velikoj mjeri ugrožava svoju turističku konkurentnost. Turističke zemlje poput Francuske, Grčke, Italije, Španjolske i Portugala, uglavnom imaju nižu stopu PDV-a u hotelijerstvu na taj način postaju privlačnije i za potencijalne inozemne investitore.

3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

U svrhu prikupljanja primarnih podataka provedena su dva istraživanja za koja je korištena metoda ispitivanja. Prvo istraživanje provedeno je u razdoblju od veljače do svibnja 2013. godine. Instrument istraživanja bio je anketni upitnik sa zatvorenim strukturiranim pitanjima (prema Marušić i Prebežec, 2004.). Izrađen je na temelju sekundarnih podataka i empirijskih istraživanja radova domaćih i stranih autora. Ispitivani stavovi su navedeni u obliku tvrdnji prema kojima su se ispitanici trebali odrediti koristeći se ponuđenim odgovorima, odnosno napisati svoj stav ukoliko se razlikuje od navedenog. Na taj način su testirane ove teze:

1. Ulaganja u podizanje kategorije hotela, mjereno brojem zvjezdica, kao posljedicu imaju povećanje financijske uspješnosti poslovanja.

2. Hoteli koji imaju inozemna izravna ulaganja (FDI) posluju bolje od hotela koji koriste samo domaće investicije.

3. Osnovni motiv inozemnih ulagača u hrvatsko hotelijerstvo je profit.

4. Smanjenje poreza i ostalih davanja u hotelijerstvu, kao jedna od mjera fiskalne politike, utječe na privlačenje inozemnih izravnih ulaganja.

Odabrani je uzorak ispitanika bio namjerni uzorak sačinjen od 182 stručnjaka, odnosno poznavatelja problematike, a uključivao je članove uprave hotelskih trgovačkih društava, menadžere financija i pojedinačnih hotela prema registru koji vodi Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (UPUH). Upitnik je poslan i na adrese 34 stručnjaka Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Instituta za turizam u Zagrebu, Ekonomskog instituta u Zagrebu, Instituta za poljoprivredu i turizam u Poreču, Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije, Veleučilišta Vern' iz Zagreba, Ministarstva turizma Hrvatske, Hrvatske gospodarske komore, HBOR-a, Horwath HTL-a iz Zagreba³, Društva UHY Rudan d.o.o. za porezno savjetovanje i reviziju iz Zagreba te Agencije za investicije i konkurentnost Hrvatske. Na upitnik je odgovorilo 43%, odnosno ukupno 92 ispitanika.

Drugo istraživanje provedeno je tehnikom strukturiranoga dubinskog intervjua s prigodnim uzorkom ciljano odabranih stručnjaka, odnosno vodećih ljudi hotelskih kompanija Istre, od kojih su neke prema financijskim i fizičkim pokazateljima ujedno i među najvećim trgovačkim društvima te djelatnosti u Hrvatskoj. Obavljeno je deset intervjua u razdoblju od 16. kolovoza do 10. rujna 2013. godine, a profil sudionika obuhvaćao je ispitanike rangirane od financijskih menadžera do predsjednika uprava hotelskih trgovačkih društava. Preliminarni intervjue je obavljen s tadašnjim ministrom turizma Republike Hrvatske, a ostali s vodećim osobama hotelskih kompanija: Riviera Adria (Valamar grupa) – dva intervjua; Plava laguna, Poreč; Istraturist, Umag; Arenaturist, Pula; Maistra, Rovinj; Skiper Resort, Savudrija; Maslinica, Rabac; Hotel Croatia, Duga uvala te Pelagius, Savudrija. Ključna su se pitanja intervjua odnosila na financijske rezultate poslovanja, ulaganja u rekonstrukciju i izgradnju novih kapaciteta, vlasničku strukturu poduzeća te njezin utjecaj na profitabilnost i specifične pokazatelje uspješnosti hotelijerstva. Posebno je istraženo mišljenje sudionika o poreznoj politici u turizmu kao i stav o njenom utjecaju na konkurentnost i privlačenje FDI-a u hotelijerstvo.

Rezultati dobiveni anketnim istraživanjem i intervjuom su statistički obrađeni i uspoređenisa sekundarnim podacima kako bi se utvrdila njihova podudarnost. Pritom su korišteni rezultati nekih dosadašnjih znanstvenih i stručnih istraživanja, kao i baze podataka Ministarstva turizma, Državnog zavoda za statistiku, Svjetske turističke organizacije (UNWTO), Hrvatske narodne banke (HNB-a), Financijske agencije (FINA), UNCTAD-a te Horwath HTL-a.

³Horwath HTL, Zagreb je konzultantska kuća specijalizirana za hotelijerstvo i turizam.

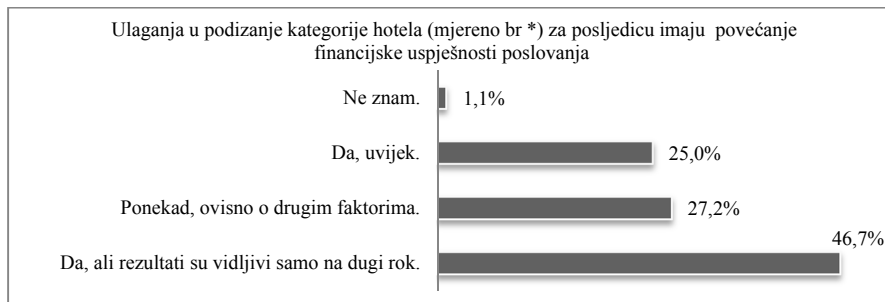
4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

4.1. Ulaganja u podizanje kategorije hotela i financijski rezultati poslovanja

U Hrvatskoj su hoteli u drugoj polovici dvadesetog stoljeća bili klasificirani prema slovima (L, A, B, C i D), a od 2002. godine je stupila na snagu sadašnja kategorizacija prema zvjezdicama. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku i Ministarstva turizma u Hrvatskoj je u 2012. godini najveći broj postelja kategoriziran s trima (43%) i četirima zvjezdicama (34%). Samo 8% ukupnih smještajnih kapaciteta imalo je pet zvjezdica, dok je u najneprofitabilnijoj kategoriji od dviju zvjezdica još uvijek bilo vrlo visokih 14% postelja. Analiza noćenja turista prema različitim kategorijama smještaja pokazala je najveću zastupljenost hotela s trima zvjezdicama (DZS, 2013). Udio hotela s četirima zvjezdicama u ukupnim noćenjima je do 2002. bio samo 4%, da bi se svake sljedećegodine povećavao te više nego udvostručio u 2012. godini. Upravo ova nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta čini Hrvatsku manje konkurentnom i neprofitabilnom u odnosu na zemlje s kojima se natječe na turističkom tržištu.

Prvo anketno pitanje zasniva se na pretpostavci da ulaganje u podizanje kvalitete i kategorije hotela, mjereno brojem zvjezdica, za posljedicu ima poboljšanje financijskih rezultata poslovanja. Rezultati prikazani na Slici 1. pokazuju da odgovori četvrtine ispitanika (25%) u potpunosti potvrđuju tezu, dok odgovori gotovo polovice ispitanika (46%) tezu potvrđuju promatrano na dulji rok. Istovremeno, 27,2% ispitanika smatra da je potrebna prisutnost i drugih čimbenika, kako bi se pokazali pozitivni financijski učinci ulaganja u podizanje kvalitete hotela.

Slika 1: Utjecaj ulaganja u podizanje kategorije hotela na financijske rezultate poslovanja



Izvor: Anketni upitnik

Zanimljivo je da ni jedan ispitanik ne smatra kako su investicije u podizanje kvalitete smještaja preskupe te kako bi mogle dovesti do pogoršanja rezultata poslovanja. Od ostalih odgovora, 5% anketiranih je navelo pojedinačne stavove, primjerice da se u velikim gradovima (npr. Zagrebu) trenutačno ne isplati ulagati u hotele s pet zvjezdica, da ukupna uspješnost hotela ovisi i o kvaliteti šire destinacije, financijskim uvjetima, visini ulaganja i ukupnoj rentabilnosti, tj. efikasnosti uloženoga kapitala te da su kriteriji kategorizacije u Hrvatskoj prestrogi, odnosno da hoteli u europskim zemljama za lošiju kvalitetu dobivaju zvjezdicu više. Isto pitanje razmatrano je i u intervju s hotelijerima Istre. Ukupno 90% ispitanih je izjavilo da su ulaganja u podizanje kvalitete smještajnih i drugih kapaciteta izuzetno značajna za profitabilnost, osobito na duži rok.

S obzirom na to da su neki od specifičnih financijskih rezultata hotelijera često poslovna tajna, primjerice, prosječna ostvarena cijena sobe (eng. *Average Daily Rate* – ADR), sekundarno istraživanje ove problematike utemeljeno je na podacima iz godišnjih anketa koje objavljuje kompanija Horwath HTL i to za razdoblje od 2004. do 2012. godine. Ispitivanje obuhvaća oko 40% hotela Hrvatske, a u stručnim i znanstvenim krugovima prihvaćeno je kao relevantan pokazatelj stanja i trendova u hotelijerstvu. Pokazatelji koji su analizirani jesu: zauzetost hotela, ADR, ukupni poslovni prihod po raspoloživoj sobi (eng. *Total Revenue per Available Room* – TRevPAR) i prosječan broj zaposlenih. U promatranom je razdoblju s porastom kvalitete smještajnih kapaciteta rasla i njihova prosječna godišnja zauzetost. Izračuni napravljeni prema godišnjim izvješćima Horwath HTL-a pokazuju da su 2004. godine hoteli s pet zvjezdica ostvarivali 58%, a u 2012. oko 43% veću popunjenost od najniže rangiranih hotela. Kod hotela s četirima zvjezdicama popunjenost je bila veća u odnosu na najlošiju kategoriju za 57% (2004.), odnosno 38% (2012.). Hoteli s trima zvjezdicama ostvarili su 35% veću popunjenost u 2004., a 25% veću u 2012. godini (Horwath HTL, 2004.–2012.).

Analiza ADR-a⁴ pokazuje još veća odstupanja između različitih kategorija hotela. U odnosu na hotele najviše kategorije u kojima je ADR u 2004. godini bio 90,10 eura, ostali su postigli značajno nižu prosječnu dnevnu cijenu sobe i to za 71% (2 zvjezdice), 55% (3 zvjezdice) i 37% (4 zvjezdice). U 2012. godini najslabiji hoteli su ostvarili za 65% niži ADR, oni sa tri zvjezdice 49% manji, dok je kod hotela s 4 zvjezdice prosječna dnevna cijena sobe bila za 39% niža nego u najboljim hotelima gdje iznosila 122,13 eura. Analiza također pokazuje da je 2012. godine u odnosu na 2004. najveći porast ADR-a postignut kod hotela s dvjema zvjezdicama (62%), zatim kod onih s trima zvjezdicama (53%), dok je prosječna cijena sobe u hotelima s četirima i pet zvjezdica porasla za oko 35%. Moguće objašnjenje leži u činjenici da su hoteli najlošije kategorije imali vrlo nisku razinu usluge i cijena na početku promatranog razdoblja, a u međuvremenu su više podigli cijene od boljih hotela.

⁴ ADR se izračunava stavljanjem u odnos godišnjeg prihoda smještaja i godišnjeg broja prodanih smještajnih jedinica u hotelu

Ukupni poslovni prihod po raspoloživoj sobi odnosno TRevPAR prikazuje odnos godišnjeg prihoda smještajnih jedinica i broja raspoloživih smještajnih jedinica (soba). Izračunat u eurima za pojedine kategorije hotela pokazuje najveće razlike od svih ranije analiziranih pokazatelja. U 2004. godini je u hotelima s pet zvjezdica prosječno iznosio 26.671,49 eura i bio za 74% veći nego u hotelima s dvjema zvjezdice, 60% veći od onih s trima zvjezdicama, dok je očekivano najmanja razlika bila u odnosu na hotele s četirima zvjezdicama (36%). U 2012. godini razlika je bila 80% (dvije zvjezdice), 61% (tri zvjezdice) te 50% (četiri zvjezdice) u korist najbolje kategorije u kojoj je u prosjeku ostvareno 35.138,46 eura poslovnog prihoda po raspoloživoj sobi. Zanimljivo je pratiti i kretanje TRevPAR-a po različitim kategorijama hotela 2012. godine u odnosu na 2004. i 2007. godinu. Hoteli s dvjema zvjezdicama su u 2012. godini ostvarili porast od 6% u odnosu na 2004., ali i pad od 46% u odnosu na izuzetno dobru 2007. godinu. Kod hotela sa trima zvjezdicama ostvaren je porast od 19% prema 2004. i pad od 10% u odnosu na 2007. godinu. Hoteli s četirima zvjezdicama u 2012. godini ostvaruju pad TRevPAR-a u odnosu na obje promatrane godine. Najbolji hoteli u 2012. godini ostvarili su porast ukupnih prihoda po raspoloživoj sobi od 19% u odnosu na 2004. godinu, ali i pad od 7% u odnosu na 2007. godinu.

Prosječan broj zaposlenih po sobi u razdoblju od 2007. do 2012. godine također je rastao s porastom kategorije hotela, što implicira zaključak da ulaganje u podizanje kvalitete, odnosno kategorije smještaja sa sobom može donijeti i povećanje zaposlenosti u hotelijerstvu. Udio troška rada operativnih odjela u poslovnom prihodu hotela je bio u laganom padu, što se može objasniti racionalizacijom poslovanja smanjenjem zaposlenih i plaća u uvjetima krize i recesije.

Za kraj analize poslovanja hotela različitih kategorija izračunati su koeficijenti korelacije kako bi se utvrdila povezanost kvalitete, odnosno kategorije smještajnih kapaciteta i ostvarenih poslovnih rezultata. Kao što pokazuje Tablica 1, gotovo za sve promatrane pokazatelje prisutna je vrlo visoka pozitivna korelacija. Nešto je manje, iako i dalje značajno, koreliran pokazatelj zauzetosti hotela u 2009. godini, što se može objasniti krizom uzrokovanim prolaznim poremećajem potražnje na emitivnim tržištima.

Tablica 1

Koeficijenti korelacije između kategorije hotela i rezultata poslovanja

	2004.	2007.	2009.	2011.	2012.	Prosjek
Prosječna godišnja zauzetost soba	0,9338	0,9644	0,6290	0,8083	0,9185	0,9092
ADR – prosječna ostvarena cijena sobe	0,9759	0,9517	0,9193	0,9434	0,9661	0,9540
TRevPAR–ukupni prihod po raspol. sobi	0,9803	0,9027	0,8207	0,9413	0,9488	0,9354
Prosječan broj zaposlenih po sobi	0,9333	0,9439	0,9358	0,9777	0,9581	0,9581

Izvor: Izračun i obrada prema podacima Horwath HTL-a (2004.–2012.)

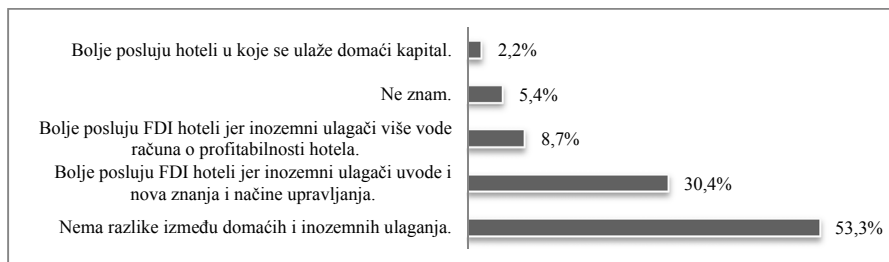
Unatoč recentnoj krizi i recesiji koje su ostavile svoj trag i u hotelijerstvu Hrvatske, ovdje prikazana primarna i sekundarna istraživanja podjednako potvrđuju da podizanje kvalitete smještajnih i drugih sadržaja u turizmu, mjereno brojem zvjezdica, dugoročno dovodi do povećanja uspješnosti poslovanja. Pritom nema razlike između stavova stručnjaka i statistički dobivenih podataka, što govori o dobroj upućenosti ispitanika u to, za hotelijerstvo, važno pitanje. Praksa je pokazala da se *greenfield* investicije ne usmjeravaju u najnižu kategoriju smještaja pa je tako podizanje kvalitete postojećih kapaciteta jedini način smanjenja udjela neprofitabilnih kategorija hotela. Hoteli s četirima i pet zvjezdica čine 7% do 8% kapaciteta u ukupnoj ponudi svih smještajnih kapaciteta Hrvatske, odnosno 42,5% u smještajnoj ponudi hotela. Prema Strategiji razvoja turizma, cilj je podići njihov udjel na oko 50% smještajnih kapaciteta u hotelima te učiniti Hrvatsku prepoznatljivom destinacijom s četirima zvjezdicama po turističkim standardima (NN 55/13; Ministarstvo turizma, 2013.).

4.2. Utjecaj inozemnih izravnih ulaganja na uspješnost poslovanja hotelijerstva

Drugo anketno pitanje istražuje posluju li uspješnije hoteli koji su primili FDI od hotela koji koriste samo domaće investicije. Najveći broj od ukupno 92 ispitanika (53,3%) smatra da nema nikakve razlike u uspješnosti poslovanja između hotela u koje je uloženi domaći kapital i onih koji su financirani inozemnim ulaganjima (Slika 2). Ispitanici smatraju kako je najvažnije da se ulaganja vrše kontinuirano i u većem opsegu nego dosad te da projekti budu dobro pripremljeni. Ukoliko su ti uvjeti ispunjeni, samo podrijetlo kapitala nije presudno.

Odgovori 39% od 92 ispitanika su u skladu s pretpostavkom da hoteli koji imaju inozemna ulaganja posluju uspješnije. Pritom se razlog za bolje poslovanje 30,4% ispitanika nalazi u činjenici da se kroz FDI uz kapital dobivaju nova znanja i načini upravljanja koji su bolji od domaćih. Ispitanici također smatraju da, iako ne bi trebalo biti razlike između domaćeg i stranoga kapitala, one najčešće postoje zbog nedovoljnog znanja i iskustva domaćih ulagača. Odgovor da inozemni ulagači vode više računa o profitabilnosti nego što to čine domaći, što rezultira općenito boljim poslovanjem hotela, dalo je 8,7% ispitanika. Samo 2,2% ispitanika smatra kako bolje posluju hoteli u koje se ulaže isključivo domaći kapital. Odgovor da nemaju nikakva saznanja o razlikama u poslovanju domaćih i inozemnih poduzetnika dalo je 5,62% ispitanika.

Slika 2: Utjecaj domaćih i inozemnih izravnih ulaganja na uspješnost poslovanja hotela



Izvor: Anketni upitnik

Samo 30% sudionika dubinskog intervjua pravi razliku između domaćih i inozemnih ulagača, dok ih 20% smatra da inozemno podrijetlo kapitala može biti važno, ali ne i presudno za uspješnost poslovanja. Polovica ispitanika je izjavila da ne postoji razlika u poslovanju između domaćih i inozemnih hotelijera, slično kao i sudionici anketnog istraživanja.

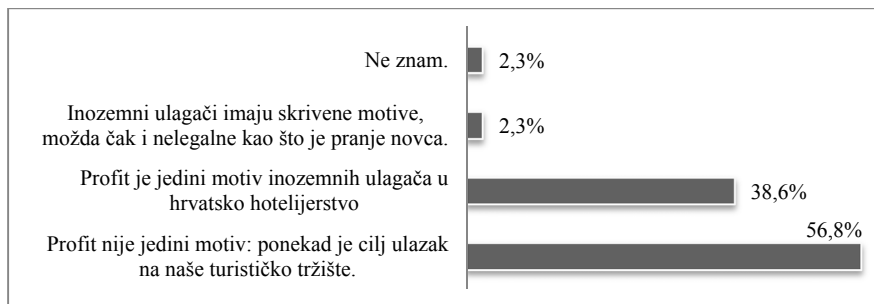
Za provjeru iznesenih stavova napravljeno je nekoliko analiza sekundarnih podataka (Pletikosa, 2015.), čiji se rezultati mogu višeznačno protumačiti. Prema podacima dobivenim od FINA-e, promatrano kumulativno, inozemni poduzetnici u hotelijerstvu ostvaruju veće prihode, ali i veće gubitke od domaćih. Na razini individualnih poduzetnika među najboljim hotelijerima podjednako su raspoređeni inozemni i domaći, ali situacija je slična i među najvećim gubitnicima. Empirijska je analiza potvrdila veću uspješnost FDI-a od domaćih ulaganja samo ako se promatraju zauzetost smještajnih kapaciteta i podizanje kvalitete hotelskog smještaja na najvišu razinu. Ako se pak promatraju financijski rezultati poslovanja, zaključak je da su na njih veći utjecaj imala domaća ulaganja. Moguće objašnjenje je u oscilacijama u priljevima FDI-a, 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 kratkom roku.

Ulaganja u hrvatsko hotelijerstvo su nedostatna, a u praksi su se dogodili i neki izuzetno neuspjeli FDI projekti čak i u sferi *greenfield* investicija. Istim istraživanjem provedena regresijska analiza je pokazala da nema značajne razlike između FDI-a i domaćih investicija te da je za razvoj i uspješno poslovanje hotelijerstva jedino presudno da su ulaganja kontinuirana i dobro vođena. Zaključno se može 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.

4.3. Motivi inozemnih ulagača za ulaganje u Hrvatsku

Treće anketno pitanje istražuje motive inozemnih ulagača za investiranje u hrvatsko hotelijerstvo. Teorija i praksa FDI-a nalaze brojne razloge za ulaganje u neku zemlju ili djelatnost dok je u široj javnosti nerijetko prisutna pretpostavka da je profit jedino što motivira inozemne ulagače. Rezultati ankete (Slika 3) pokazali su da čak 38,6% ispitanika doista vjeruje kako je profit jedini motiv za ulaganje u hotelijerstvo Hrvatske i isključivi smisao poslovanja te da se od stranaca ne mogu očekivati emocije. Dio anketiranih smatra da to često vrijedi i za domaće ulagače.

Slika 3: Motivi inozemnih ulagača za ulaganje u hrvatsko hotelijerstvo



Izvor: Anketni upitnik

Više od polovice ispitanika (56,8%) izjavljuje da profit nije uvijek jedini motiv. Smatraju da je nekim inozemnim ulagačima važniji cilj ulazak na naše turističko tržište, ali da postoje i drugi, skriveni motivi. Tako 2,3% anketiranih pretpostavlja da neki inozemni ulagači imaju čak i nelegalne motive, kao što je pranje novca. Takav stav je posljedica nekih loših privatizacijskih iskustava. Jedan od odgovora je da dobit, kao razlika prihoda i rashoda, nije nužno motiv ulaganja, nego je prije svega riječ o povratu na investiciju/kapital pri čemu ona uključuje ne samo aspekt poslovanja, nego i vrijednost investicije u trenutku komercijalizacije, odnosno prodaje.

Izvrješće Svjetske banke (*World Bank* – WB) i Međunarodne financijske korporacije (*International Financial Corporation*– IFC) pod nazivom *Doing Business* (DB) analizira propise koji se primjenjuju na poslovne subjekte pojedinoga gospodarstva, uključujući otvaranje i poslovanje poduzeća, prekograničnu trgovinu, podmirivanje poreznih obveza i zaštitu ulagača. Komparativna analiza pojedinih zemalja pokazuje da su priljevi FDI-aveći u zemlje koje su više pozicionirane na DB ljestvici, čak i kad se uzmu u obzir razlike u drugim čimbenicima koji se smatraju važnim za privlačenje FDI-a (World Bank, 2013.). Istraživanje je također pokazalo da povećanje od jednoga postotnog boda u regulatornoj kvaliteti dovodi do povećanja priljeva FDI-a od 250 do 500 milijuna dolara.

Kao primarni motivi za ulaganje u hrvatski turizam najčešće se spominju izvrstan zemljopisni položaj, mediteranska klima te očuvana i izuzetno lijepa i duga morska obala. Prema Strategiji razvoja turizma Hrvatske (NN 55/13) značajni motivi mogu biti kvalitetna, učinkovita i obrazovana radna snaga, stimulatívno poslovno okruženje, napredna informatička infrastruktura te relativno dobra kvaliteta života i osobna sigurnost. Moderna prometna infrastruktura nije među glavnim čimbenicima privlačnosti za inozemne ulagače, unatoč velikim državnim investicijama u ceste. Istovremeno, čimbenici koji odvraćaju inozemne investitore od ulaganja u hrvatski turizam i hotelijerstvo su nažalost još uvijek brojni. Zbog kratkog trajanja glavne turističke sezone investitori teško mogu ostvariti profitabilno poslovanje, osim ako ne rade na podizanju kvalitete smještajnih objekata i izvanpansionskih sadržaja.

Inozemne ulagače u Hrvatsku najviše zabrinjavaju i demotiviraju visoka neefikasnost i korumpiranost institucija i administracije, što su registrirale i relevantne svjetske institucije. Indeks percepcije korupcije (*Corruption Perception Indeks–CPI*)⁵ temelji se na 13 istraživanja i procjena iz područja ekonomije, politike i prava. Procjena prisutnosti korupcije u javnom sektoru u 2014. godini svrstala je Hrvatsku na 61. mjesto od 175 promatranih zemalja (CPI 48). Ukoliko se promatraju zemlje s kojima se Hrvatska natječe u privlačenju FDI-a u turizam, samo su Turska (CPI 45) te Italija i Grčka (CPI 43) bile lošije pozicionirane. Istovremeno su Francuska (CPI 69), Cipar i Portugal (CPI 63), Španjolska (60) i Malta (CPI 55) percipirane kao zemlje s nižim stupnjem korupcije, nego u Hrvatskoj. Iako se na razini države provode mjere borbe protiv korupcije, one još nisu dale značajne rezultate koji bi popravili ugled zemlje i olakšali odluku inozemnih investitora za ulaganje u hrvatsko hotelijerstvo.

Istraživanje koje su Goodspeed, Martinez-Vasquez i Zhang (2011.) proveli u slabije razvijenim zemljama s višim stupnjem korupcije pokazalo je da je u njima utjecaj smanjenja poreza na privlačenje FDI-a umanjen. Inozemni ulagači u takvim zemljama mito doživljavaju kao supstitut za poreze jer nerijetko najveće troškove imaju upravo za davanje mita koje premašuje iznose poreznih izdataka. Autori također navode da spomenuti učinak supstitucije utječe na osjetljivost ulagača na poreze razmjerno kvaliteti državnih institucija zemlje domaćina. Posljedično, porezne će oaze privući inozemne ulagače samo ako imaju kvalitetnu državnu upravu i manji stupanj korupcije, dok će u suprotnom troškovi korupcije nadmašiti učinke poreznih povlastica.

Osim korupcije, Hrvatsku kao manje privlačnu destinaciju za inozemne investitore određuju i neriješene zemljišne knjige, neučinkovit pravni sustav, visok inozemni dug, slab rast izvoza, rastući deficit izvanproračunskih fondova te loše provedena privatizacija i sporo restrukturiranje poduzeća. Za razliku od navedenih teorija i rezultata sekundarnih istraživanja o determinantama FDI-a, anketirani domaći stručnjaci kao najznačajniji motiv za priljev FDI-au

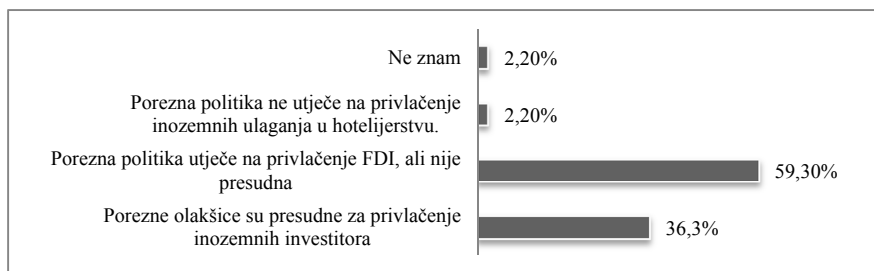
⁵ CPI izračunava i javno objavljuje organizacija Transparency International, dostupno na: <https://www.transparency.org/cpi2014/results>.

hotelijerstvo vide profit i mogućnost ulaska na hrvatsko turističko tržište, uza sumnju na postojanje i potencijalnih skrivenih motiva.

4.4. Utjecaj mjera porezne politike na privlačenje FDI-a u hotelijerstvo

Četvrto pitanje testira tezu da mjere fiskalne politike kao što su smanjenje poreza i ostalih davanja u hotelijerstvu utječu na privlačenje FDI-a u tu djelatnost. Rezultati ankete prikazani su na Slici 4 i pokazuju da samo 2,2% ispitanika smatra da porezna politika nema nikakav utjecaj na privlačenje FDI-a, a dodatnih 2,2% ne zna odgovor na to pitanje.

Slika 4: Utjecaj mjera porezne politike na privlačenje FDI-a



Izvor: Anketni upitnik

Odgovori velike većine od ukupno 92 ispitanika (95,6%) potvrđuju tezu da se poreznom politikom mogu poticati priljevi FDI-a u zemlju. Od navedenog broja 22% ispitanika smatra da su porezne olakšice presudne za privlačenje FDI-a u hotelijerstvo, a dodatnih 14,3% ih se slaže s tom tvrdnjom uz napomenu da naši konkurenti imaju niža porezna davanja. Više od polovice ispitanika (59,3%) smatra da poticajne mjere fiskalne politike utječu na privlačenje inozemnih ulaganja, ali da to ipak nije presudno u donošenju odluke za investiranje u Hrvatsku.

Dubinskim intervjuom jednoglasno je potvrđena teza da niži PDV u turizmu omogućuje pojačane investicije na duži rok te čini zemlju konkurentnijom i privlačnijom, kako posjetiteljima, tako i inozemnim investitorima. Unatoč preferencijalnom statusu oporezivanja ugostiteljskih usluga porezom na dodanu vrijednost, hotelijeri smatraju da je fiskalno opterećenje dodane vrijednosti kao i ukupno fiskalno i parafiskalno opterećenje turističke aktivnosti veće nego u zemljama relevantnoga konkurentnoga kruga. Kao dodatne zapreke za poslovanje i investicije u hotelijerstvu ispitanici su naveli probleme s neriješenim prostornim planovima, koncesijama, vlasništvom zemljišta i općenito zakonodavstvom i pretjeranim administriranjem. Među najveće smetnje ostvarenju boljih rezultata navedena su porezna opterećenja i veliki broj raznih naknada i drugih parafiskalnih davanja. Nove zakone o poticanju ulaganja i strateškim investicijama ipak smatraju boljim u odnosu

prethodne, a dio poduzetnika (40%) već koristi porezne olakšice koje ti zakoni predviđaju. Na pitanje o utjecaju porezne politike na ukupno poslovanje hotelijerstva čak je 90% ispitanika odgovorilo da je taj utjecaj izuzetno značajan, dok 70% njih smatra da tako razmišljaju i inozemni ulagači u hotelijerstvo.

U svrhu usporedbe rezultata primarnih istraživanja i statističkih podataka napravljena je analiza priljeva FDI-a i stupnja konkurentnosti porezne politike određene zemlje (Pletikosa, 2015.). Pokazalo se da pozitivna korelacija postoji ako se promatraju razvijena tržišta kako u ukupnom iznosu, tako i u turizmu. Također, pokazalo se da stope PDV-a nemaju značajan utjecaj na privlačnost neke destinacije za ulaganja općenito pa tako ni u turizam. Za razliku od oporezivanja potrošnje, korporativni porezi, odnosno oporezivanje poslovanja poduzetnika su pokazali veći značaj. Teza je potvrđena za ukupne priljeve FDI-a u Hrvatsku te za priljeve FDI-a u djelatnost hotelijerstva u Portugalu, Hrvatskoj, Francuskoj, Grčkoj i Turskoj. Što se PDV-a tiče, snižene stope zasigurno utječu na konkurentnost turističke destinacije kao takve, što u konačnici također može motivirati i investitore.

Hrvatska je porezno relativno konkurentna destinacija, ali FDI-i ne dolaze u značajnijim iznosima zbog brojnih drugih problema, kao što su administrativne prepreke, visok stupanj korupcije i prečeste izmjene propisa. Niži porezi u turizmu zemlju čine privlačnom i za posjetitelje i za investitore, ali sami po sebi nisu dovoljni za priljev značajnijih FDI-a u hotelijerstvo. Iz navedenog je razvidno kako domaći hotelijeri pridaju daleko veći značaj mjerama porezne politike, nego što to čine inozemni ulagači.

5. ZAKLJUČAK

Neka od najznačajnijih pitanja povezanih s razvojem hotelijerstva Hrvatske odnose se na domaća i inozemna ulaganja u povećanje kvalitete ponude, što u konačnici dovodi do veće financijske uspješnosti poslovanja. Empirijska istraživanja potvrđuju značaj takvih investicija, dajući pritom prednost inozemnim ulagačima koji uz kapital donose i neka specifična znanja i napredniju poslovnu praksu. Rezultati provedenog anketnog ispitivanja i dubinskog intervjua pokazali su da se stavovi stručnjaka često podudaraju s rezultatima sekundarnih istraživanja, ali i da to u odgovorima na neka pitanja nije slučaj. Ispitivanje je potvrdilo svijest stručne javnosti o značaju ulaganja u podizanje kvalitete smještajnih i drugih sadržaja u turizmu. Nedvojbeno je da ulaganja u hotelijerstvu trebaju ići k povećanju kvalitete, a ne kvantitete smještajnih kapaciteta jer jedino viša kategorija hotela može produžiti sezonu i povećati profitabilnost djelatnosti.

U situaciji nedostatnih izvora kapitala na domaćem tržištu hotelijeri se okreću međunarodnim izvorima financiranja. Svjetski tokovi FDI-a su zbog posljedica globalne financijske krize značajno smanjeni, a natjecanje za njihovo privlačenje je pojačano, osobito među tranzicijskim i zemljama u razvoju. Hrvatska ima brojne prednosti, počevši od svoje pozicije i ljudi, no prisutni su i

određeni nedostaci koji narušavaju ulagačku klimu i sprečavaju učinkovito promicanje tih pogodnosti na međunarodnoj razini. Ispitani domaći stručnjaci smatraju da su inozemni ulagači najviše motivirani profitom i ulaskom na hrvatsko turističko tržište te da hotelijeri u inozemnom vlasništvu ne posluju bolje od domaćih društava. Komparativnom analizom poslovanja poduzetnika u inozemnom i domaćem vlasništvu utvrđeno je postojanje koristi od FDI-a za razvoj i poslovanje hotelijerstva, no nije jednoznačno potvrđeno da su te koristi uvijek i bitno veće nego kod domaćih ulaganja. Iz toga se može zaključiti da su u sinergiji s domaćim ulaganjima i drugim vrstama financiranja inozemna ulaganja značajna i nužna za održiv i konkurentski razvoj hotelijerstva u Hrvatskoj.

Ispitivanje stavova o utjecaju porezne politike na privlačenje FDI-a i poslovanje hotelijerstva pokazalo je da domaći stručnjaci taj utjecaj procjenjuju kao značajan, ali ne i presudan, no ipak veći nego što su pokazala sekundarna istraživanja. Za razliku od oporezivanja potrošnje, korporativni porezi, odnosno oporezivanje poslovanja poduzetnika su pokazali veći značaj za privlačenje FDI-a. Rezultati dobiveni dubinskim intervjuom pokazuju da niži PDV u turizmu omogućuje pojačane investicije na duži rok te čini zemlju konkurentnijom i privlačnijom kako posjetiteljima, tako i inozemnim investitorima. U funkciji povećanja konkurentnosti hrvatskog turizma potrebno je kontinuirano vrednovanje učinaka postojećih fiskalnih i parafiskalnih opterećenja turističkih poduzetnika te sagledavanje mogućnosti smanjenja porezne presije i vođenja proaktivne fiskalne politike u turizmu, što se ističe i u Strategiji razvoja turizma Hrvatske do 2020. godine.

Rezultati ispitivanja upućuju na potrebu boljeg informiranja hotelijera o rezultatima znanstvenih i stručnih istraživanja. Također, treba raditi na poboljšanju transparentnosti, dostupnosti i usporedivosti podataka o hotelijerstvu, ulaganjima i utjecaju porezne politike na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Značajno ograničenje pri analizi sekundarnih podataka nastaje kad je potrebno povezati i ujednačiti različite statističke baze i stvoriti usporedive skupine subjekata čijom će se analizom dobiti objektivni i relevantni rezultati. Doprinos provedenih istraživanja je u razjašnjavanju razlika između učinaka domaćih i inozemnih ulaganja u hotelijerstvu, što može pomoći nositeljima ekonomske politike i politike razvoja turizma pri donošenju mjera za poticanje FDI-a, ali i domaćih ulaganja. 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.

LITERATURA

Anić, I. D., Jovančević, R. (2006). Impact of Motivational Factors for Foreign Equity Investments in the Croatian Trade Sector. U: Jovančević, R. and 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)

Bartoluci, M. (2013). *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*. Zagreb: Školska knjiga.

Blažević, B. (2007). *Turizam u gospodarskom sustavu*. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment.

Buckley, P., Papadopoulos, S. (1988). Foreign Direct Investment in the Tourism Sector of the Greek Economy. *Services Industries Journal*. Vol 8, No.3 (370–388)

Butigan, T. (2013). Utjecaj inozemnih izravnih ulaganja na ostvarenja u turizmu Dubrovačko-neretvanske županije. *Ekonomski misao i praksa*. No.1, lipanj 2013. (143–160)

Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežec, D., Kesar, O. i sur. (2011). *Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga.

Državni zavod za statistiku (2013). *Statistički ljetopis Republike Hrvatske*. Zagreb: DZS.

Dunning, J. H. (2002). *Global Capitalism, FDI and Competitiveness: The Selected Essays*. Edward Elgar Publisher.

Goodspeed, T., Martinez-Vazquez, J., Zhang, L. (2011). *Do Companies View Bribes as a Tax? Evidence on the Trade-off between Corporate Taxes and Corruption in the Location of FDI*. Atlanta: Andrew Young School of Policy Studies at Georgia State University.

Horwath HTL (2004–2012). *Poslovanje hotelijerstva u Hrvatskoj, izvješća za pojedine godine*. Zagreb: Horwath HTL.

Horwath HTL (2014). *Poslovanje hotelijerstva u Hrvatskoj 2013*. Zagreb: Horwath HTL.

Institut za turizam (2012). *Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske – Izveštaj 12: Programi i investicijski projekti za implementaciju vizije razvoja turizma RH*. Zagreb: Institut za turizam.

International Monetary Fund (1993). *Balance of Payments Manual, 5. izd.* Dostupno na: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/bopman/bopman.pdf>.

Ivanović, Z., Bareša, S., Bogdan, S. (2011). Influence of foreign Direct Investment on Tourism in Croatia. *UTMS Journal of Economics*. 2 (21–28).

Jelčić, B., Bejaković, P. (2012). 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.

Katirciogly, S. (2009). FDI and economic growth in Turkey: an empirical investigation by the bounds test for co-integration and causality tests. *Ekonomski istraživanja*. Vol.22 No.3. (1–8).

Marušić, M., Prebežac, D. (2004). *Istraživanje turističkih tržišta*. Zagreb: Adeco.

Mohd Salleh, N. H., Othman, R., Sarmidi, T. (2011). An Analysis of the Relationships between Tourism Development and Foreign Direct Investment: An Empirical Study in Selected major Asian Countries. *International Journal of Business & Social Science*. Vol. 2 Iss 17 (250–257).

Muckley, C. B. (2010). *Terrorism, Tourism and FDI: Estimating a Lower Bound on the Peace Dividend in Northern Ireland*. Dostupno na: SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1689510> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1689510>.

OECD (2003). *Checklist for Foreign Direct Investment Incentive Policies*. Dostupno na <http://www.oecd.org/daf/inv/investment-policy/2506900.pdf>.

Pavlović, D. (2007). Utjecaj visine poreza na dobit na priljev inozemnih izravnih ulaganja. *Ekonomski pregled*, Vol.58 No.11. (732–748).

Pletikosa, D. (2015). Utjecaj inozemnih izravnih ulaganja na uspješnost poslovanja u hotelijerstvu. *Doktorski rad*. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

Rios-Morales, R., Gamberger, D., Jenkins, I., Smuc, T. (2011). Modelling investment in the tourism industry using the World Bank's good governance indicators. *Journal of Modelling in Management*. Vol.6 Iss:3 (279–296).

Selvanathan, S., Selvanathan, E. A., Viswanathan, B. (2009). Causality between Foreign Direct Investment and Tourism: Empirical Evidence from India. *Working Paper* 46/2009. Madras: School of Economics. Dostupno na: <http://www.researchgate.net/publication/45109557>.

Sentance, A. (2012). *Regression analysis of taxation, economic growth and foreign direct investment*. PwC. Dostupno na: www.pwc.com/payintaxes.

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

Steiner, C. (2010). An overestimated relationship? Violent political unrest and tourism foreign direct investment in Middle East. *International Journal of Tourism Research*, Vol. 12 Iss: 6 (726–738)

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

Subbarao, P.S. (2008). *A Study of Foreign Direct Investment in Indian Tourism. Conference on Tourism in India – Challenges Ahead*, 15–17 May 2008, IIMK. Dostupno na: <http://dspace.iimk.ac.in/bitstream/2259/544/1/>.

Šimurina, N., Buergler, T. (2012). 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. (91–104).

Štoković, I. (2005). *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. (790–812)

UNCTAD (2007). *FDI in Tourism: The Development Dimension*. DITE/IIA/2007/5. New York and Geneva: United Nations.

UNCTAD (2010). *Promoting Foreign Investment in Tourism: Investment Advisory Series*, Series A, Number 5. New York and Geneva: United Nations.

UNWTO (2015). *Tourism Highlights*. Madrid: World Tourism Organization. Dostupno na: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>.

World Bank (2013). *Doing Business 2013: Smarter Regulations for Small and Medium-Size Enterprises*. Washington, DC: World Bank Group. DOI: 10.1596/978-0-8213-9615-5. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0..

Dijana Pletikosa, Ph. D.

Lecturer
University of Applied Sciences Vern', Zagreb
Department of Economics and Marketing
E-mail: dijana.pletikosa@vern.hr

**EXPERT OPINION ON THE IMPACT OF DOMESTIC
AND FOREIGN DIRECT INVESTMENT ONTO
BUSINESS SUCCESS IN THE HOTEL INDUSTRY*****Abstract***

Investments in the hotel industry are the prerogative for its development. Under the circumstances of limited supply of capital at the domestic financial market the solution is often sought in attracting foreign direct investments (FDI). The aim of this paper is to examine the expert opinion on the impact of investments into upgrading the accommodation standards onto the business success in the hotel industry, differences in the business performance between hotels in domestic and foreign ownership, foreign investors' motives, and importance of tax policies in attracting DFI in the hotel industry. For the purpose of this study several research instruments were used: questionnaire, depth interview, study of literature and statistical data available. The research showed that the expert opinion on the importance of domestic and foreign investments is identical to findings of secondary research. Some deviations have shown in the perception of the main motives of foreign investors and in assessment of the significance of tax policy in attracting FDI. Possible explanation for the research results may be the hardly accessible and non-transparent data as well as limitations resulting from longitudinal analysis.

Key words: investments, hotel industry, questionnaire, depth interview, Croatia

JEL classification: L83