

ANALIZA DIREKTNIH STRANIH ULAGANJA U REPUBLICI HRVATSKOJ

FOREIGN DIRECT INVESTMENT ANALYSIS IN THE REPUBLIC OF CROATIA

UDK: 339.727.22(497.5)

Zoran Krupka, dipl. oec., asistent

Ekonomski fakultet - Zagreb
Trg J.F. Kenneda 6, 10000 Zagreb
Telefon: ++ 385 1 238 3305; Fax: ++ 385 1 233 5633
E-mail: zkrupka@efzg.hr

Ključne riječi:

direktna strana ulaganja, Republika Hrvatska

Keywords:

foreign direct investment, Republic of Croatia

SAŽETAK

Jedna od strategija ulaska i nastupa poduzeća na tržištima drugih zemalja je i strategija direktnih stranih ulaganja (FDI).¹ Pomoću nje poduzeće stječe pravo vlasništva, pravo kontrole nad stranim poduzećem i mogućnost upravljanja. U nemalom broju slučajeva FDI je nastavak ranije primjenjivanih strategija nastupa na stranom tržištu pa sukladno tome predstavlja najstroženiju strategiju nastupa na međunarodnom tržištu. Mnoga poduzeća koja bi htjela primijeniti strategiju FDI jednostavno nisu financijski dovoljno snažna i ne posjeduju dovoljno kvalitetne ljudske potencijale da bi to učinila. Osim financijske snage i kvalitetnih ljudskih potencijala, poduzeće koje hoće nastupati na međunarodnom tržištu mora poznavati i okruženje zemlje odnosno tržišta na kojemu nastupa. Zakonsko okruženje, odnosno propisi i zakoni mogu predstavljati jednu od najznačajnijih ulaznih barijera za FDI i potrebno ih je detaljno upoznati prije ulaska na tržište pojedine zemlje. Pored zakonskog okruženja neophodno je razmotriti i ostala okruženja (ekonomsko, političko i kulturno) zemlje domaćina koja mogu biti prepreka i uzrok problema za ulazak FDI na strano tržište.

Osim koristi za poduzeće koje ulaže svoj kapital u stranu zemlju postoje koristi i za zemlju u koju se inozemni kapital ulaže. Neke od njih su zapošljavanje radne sna-

ABSTRACT

In order to penetrate and start its business on a foreign market, a company may use the strategy of foreign direct investments (FDI). By applying this strategy, a company gets the right of possession and control over a foreign company and the ability of managing it. In most cases, the strategy of FDI is a logical continuation of earlier applied strategies, and therefore is the most complicated way of performing in international markets. Most companies do not have the ability to apply the strategy of FDI because they do not possess enough financial resources or human potential. A company that tries to operate in foreign market must have financial power and quality human resources, but it also needs to have knowledge about environments of country it tries to penetrate. Some of the most significant barriers to FDI are legal environment, regulations and rules. They need to be studied by details before any action gets started in a foreign country's market. Beside legal environment, investors need to study other environments (economic, political, and cultural) of the foreign country that might cause problems for entering and operating in that foreign country market.

It is not only the company that is investing that has advantages of such acts but also the country that the capital is being invested in. Some of those advantages

ge, priljev know how-a, izgradnja infrastrukture, razvoj gospodarstva općenito (ne samo sektora u koji se sredstva ulažu) i slično. No, osim koristi postoje i nedostaci odnosno rizici kako za zemlju domaćina tako i za strano poduzeće koje ulaže kapital.

U radu se iznosi teorijski pregled FDI, analizira se njihova struktura u RH u posljednjih deset godina, te navode razlozi koji Hrvatsku čine (ne)privlačnom kao potencijalnom zemljom za ulaganje inozemnog kapitala u obliku FDI.

are enhancing employment, influencing know how building of infrastructure and rising of entire economy. However, there are also disadvantages and risks to be faced, both by the foreign country and by the country that is investing.

This paper presents a short literature review of theories on FDI, analyzes the structure of FDI in the Republic of Croatia during the last ten years and gives the reasons that make Croatia (un)attractive as a potential destination for capital investments.

1. TEORIJSKI PREGLED

Kad tržište jedne zemlje postane premalo za pojedino poduzeće, sljedeći logičan korak u "životu" svakog poduzeća je proširenje poslovanja na tržište druge zemlje ili više njih, odnosno na međunarodno tržište. Jedan od načina na koji je to moguće ostvariti je strategija FDI. Ova se strategija ubraja u kategoriju najstroženijih strategija za nastup na stranim tržištima te ju zbog toga mogu koristiti odnosno primjenjivati ona poduzeća koja su dovoljno snažna. U prvom redu misli se na financijsku snagu, zatim na snagu koja se ogleda u kvalitetnim ljudskim resursima te na snagu koja se odnosi na primjenu suvremene i moderne tehnologije. Međutim, naglasak je stavljen na financijsku snagu i kvalitetne ljudske resurse jer bez njih ne bi bila moguća primjena suvremene tehnologije. Koliko su FDI postala važna u svjetskim razmjerima govori podatak da su se u razdoblju od 1973. do 1992. godine povećala s 4.4 milijarde USA dolara na 50.1 milijarde USA dolara², da bi se do 2003. godine taj iznos popeo na čak 560 milijardi USA dolara.³

Do FDI dolazi kad rezident jedne zemlje ulaže svoj kapital u gospodarske aktivnosti poduzeća u drugim zemljama.⁴ Prema J. Previšiću i Đ. Ozretić Došen⁵, osnovni motivi zbog kojih poduzeće ulaže vlastiti kapital u stranu zemlju u obliku FDI, a ne u obliku neke druge strategije, su:

- pravo vlasništva nad poduzećem,
- pravo upravljanja poduzećem i
- pravo kontrole nad poslovanjem poduzeća.

Dok se primjenjujući neke od ostalih strategija nastupa na stranom tržištu također ostvaruje pravo vlasništva nad određenim dijelom poduzeća, može se zaključiti da su od tri nabrojena razloga ipak osnovni i najčešći motivi za primjenu strategije FDI mogućnost upravljanja poduzećem i pravo kontrole poslovanja, jer se oni ne postižu primjenjujući, na primjer strategiju portfolio ulaganja.

Prema Međunarodnom monetarnom fondu do FDI dolazi kad nerezident dođe u posjed najmanje 10%

vlasničkog udjela u poduzeću.⁶ Naime, ovaj postotak je MMF odredio povodeći se za praksom razvijenih zemalja gdje je vlasnički udio raspršen u male dijelove, odnosno gdje je suiznosi vlasničkih udjela u posjedu jedne, bilo fizičke ili pravne osobe, vrlo mali pa se događa da netko s 10% udjela može upravljati poduzećem. U praksi je situacija takva da je taj postotak (10%) arbitran, odnosno da ovisi od zemlje do zemlje, jer ono što je praksa u razvijenim zemljama nije primjenjivo u praksi u zemljama u razvoju i nerazvijenim zemljama. Primjerice, tijekom devedesetih godina prošlog stoljeća došlo je do raspada komunizma i procesa privatizacije u tim zemljama gdje je postotak kojim su strana poduzeća mogla preuzeti domaća iznosio 51%. Time se je izbjegla situacija da strana poduzeća u potpunosti preuzmu domaća.

Prema J. Previšiću i Đ. Ozretić Došen, kako je već napomenuto, osnovni motivi za korištenje strategije FDI su mogućnost kontrole i upravljanja poduzećem. To je moguće ostvariti osnivanjem vlastitog poduzeća u inozemstvu ili zajedničkim ulaganjem s jednim ili više poduzeća iz drugih zemalja. Postoje prednosti i nedostaci kako za jedan, tako i za drugi oblik ulaganja. Prednosti zajedničkih ulaganja prvenstveno se odnose na smanjeni rizik poslovanja, smanjene troškove poslovanja i razvoja strategija i taktika nastupa na tržištu, korištenje zajedničke tehnologije i know-how-a, smanjene troškove istraživanja tržišta i promocije te korištenje informacija i iskustava partnerskog poduzeća. S druge strane, zajednička ulaganja imaju svoje nedostatke. Neki od njih odnose se na snošenje posljedica koje su rezultat pogrešne procjene i krivo donesene odluke partnerskog poduzeća, nesuglasice i konflikti između dva poduzeća i sl. Osnivanje vlastitog poduzeća, dakle bez sudjelovanja partnera, moguće je na dva načina. Prvi je osnivanje potpuno novog poduzeća tzv. greenfield ulaganje, dok je druga mogućnost preuzimanje odnosno otkup već postojećeg poduzeća tzv. brownfield ulaganje. Iako oba načina imaju svoje prednosti i nedostatke, u većini slučajeva u praksi ulagači se odlučuju za opciju otkupa već postojećeg poduzeća. Razlozi zbog kojih se strani ulagači odlučuju za otkup već postojećih poduzeća su ti što je to poduzeće već prisutno na tržištu, što (pretpostavlja se) raspolaže ljudskim potencijalima, posjeduje tehnologiju odnosno proizvodne kapacitete, stanovništvo je upoznato s po-

dužecem koje, u pravilu, ima određeni udio na tržištu, a uza sve navedeno smanjuje se i pritisak javnosti koja može imati negativan stav prema ulasku stranih poduzeća na domaće tržište, jer na ovaj način strani ulagač može ostati prikriven.⁷ Osnivanje greenfield poduzeća za ulagače iziskuje više financijskih sredstava. Međutim, ta poduzeća su u većini slučajeva efikasnija, a jedan od razloga je taj što sami zapošljavaju radnu snagu koja je sukladna njihovim potrebama, a pri tome ne moraju snositi posljedice već postojeće radne snage kao što je slučaj kod preuzimanja poduzeća. Iz prethodno navedenog proizlazi zaključak da su prednosti zajedničkih stranih ulaganja nedostaci greenfield, a prednosti greenfield ulaganja nedostaci zajedničkih stranih ulaganja.

U dosadašnjem dijelu rada objašnjene su neke od definicija i motivi te prednosti provođenja FDI osnivanjem vlastitog poduzeća ili zajedničkim ulaganjima. U nastavku glave objašnjeni su pozitivni i negativni efekti FDI za zemlju domaćina odnosno zemlju u koju se strani kapital ulaže te prednosti i nedostaci za poduzeće ulagača.

Kada se razmatraju razlozi zbog kojih poduzeća ulažu u inozemstvo, a zanemari se stjecanje profita kao osnovni cilj postojanja svakog poduzeća (zanemarujući neprofitni sektor), u prvu skupinu motiva može se svrstati optimizacija portfelja odnosno želja poduzeća da smanji rizik tako što će poslovati na nekoliko tržišta, pa slabiji rezultati na jednom tržištu mogu biti kompenzirani boljim rezultatima na drugom(ima). U ovoj se konstataciji može prepoznati pravilo "da se sva jaja ne drže u istoj košari". Iduću skupinu čine motivi smanjenja troškova proizvodnje i u nju se mogu brojiti jeftinija radna snaga u zemljama u razvoju i nerazvijenim zemljama, porezne olakšice koje postoje u većini tranzicijskih zemalja jer na taj način one privlače inozemni kapital. U nekim slučajevima, razlog ulaganja kapitala u strane zemlje mogu biti jeftinije i dostupnije sirovine. Jedan od motiva internacionalizacije poslovanja poduzeća je stvaranje poznatosti marke i stjecanje ugleda na međunarodnom tržištu koje poduzeće može ostvariti izvozom kapitala i prisutnošću u stranim zemljama. Ulaganja u druge zemlje omogućuju poduzeću da jednostavnije uđe na nova tržišta u situaciji kad na domaćem

tržištu više ne postoji mogućnost rasta, na što upućuje i međunarodni životni ciklus proizvoda. Još je, relativno davne 1966. godine Vernon ustvrdio da poduzeća iz razvijenih zemalja premještaju proizvodnju u zemlje u razvoju i nerazvijene zemlje kad se proizvod nađe u fazi zrelosti,⁸ a to se događa upravo u trenutku kad na domicilnom tržištu ne postoji mogućnost rasta potražnje za tim proizvodom. S tom se tvrdnjom slažu i Kyrkiliis i Pantelidis koji su na temelju analize FDI u Europskim zemljama ustvrdili da se razvijene europske zemlje specijaliziraju za poslove koji zahtijevaju visoko obrazovanu radnu snagu, dok se zemlje koje nisu članice Europske unije specijaliziraju za proizvodno intenzivna ulaganja koja ne zahtijevaju visoko obrazovanu radnu snagu.⁹ Uz prethodno spomenute autore i K. Pull piše o činjenici da se proizvodnja premješta u zemlje u razvoju tek kad se nađu u fazi zrelosti, koji ovu konstataciju povezuje i s radnom snagom koja predstavlja trošak proizvodnje. Prema njemu proizvodnja se seli u zemlje u razvoju i nerazvijene zemlje kako bi se smanjili troškovi proizvodnje koji su na domicilnom tržištu postali previsoki, a kako ne postoji trend povećanja potražnje za proizvodom, ovim se putem dolazi do novih tržišta na jeftiniji način.¹⁰ Međutim, u literaturi se spominje model "tuša".¹¹ Prema njemu poduzeća, osobito velika, simultano laširaju proizvod na više stranih tržišta i na taj način nastoje skratiti vrijeme potrebo za uvođenjem novog proizvoda na pojedina strana tržišta i tako nastoje izgraditi globalnu marku.

Osim koristi koje poduzeće ostvaruje kada ulaže u stranu zemlju, postoje koristi i za zemlju u koju se sredstva ulažu. Jedna od prednosti za zemlju domaćina je povećanje zaposlenosti. Povećanje zaposlenosti se najviše osjeti kad strana poduzeća osnivaju nova poduzeća u zemlji domaćinu, tzv. greenfield ulaganja, jer je u tom slučaju potrebno zaposliti kompletnu radnu snagu. U slučaju otkupa već postojećeg poduzeća ta prednost je smanjena obzirom da postoje zaposleni u dotičnom poduzeću koji u većini slučajeva ostaju raditi. Međutim, McDonald, Tüselmann i Heise koji potvrđuju ovu tezu, u isto vrijeme navode da FDI koji se realiziraju spajanjem ili preuzimanjem već postojećih poduzeća rezultiraju specijalizacijom za određenu vrstu posla, što u nemalom broju slučajeva kao posljedica ima smanjenje broja zaposlenih,¹² što ima negativne posljedice za ulagače u obliku reakcija sindikata, tje

državne uprave i ostalih oblika javnosti. Know how te nove tehnike i metode upravljanja koje strano poduzeće donosi i od kojih koristi imaju domaći manageri i zaposleni, jer dobivaju besplatno obrazovanje i/ili usavršavanje, predstavljaju prednost za zemlju domaćina. Nova tehnologija i izgradnja infrastrukture sljedeće su prednosti za zemlju domaćina. Kao pozitivan učinak može se navesti i povećanje poreznih prihoda za državu ukoliko porezne olakšice, ako postoje, nisu takve da taj učinak izostane. Još jedna nezanemariva prednost koja može proizaći iz FDI je ta što domaća poduzeća na taj način, odnosno kroz taj kanal, imaju olakšan izlaz na međunarodno tržište. Ovo je osobito pogodno i korisno za poduzeća koja dolaze iz zemalja koje nemaju sklopljene bilateralne sporazume pa njihova poduzeća imaju otežan pristup na međunarodno tržište. FDI kroz sve prethodno navedene prednosti mogu poslužiti kao pokretač gospodarstva zemlje domaćina u cijelosti, jer njihov utjecaj nije ograničen samo na granu u kojoj su ona izvršena nego se osjeti i u drugim industrijskim granama.

Zemlje u razvoju imaju konstantan nedostatak kapitala potrebnog za ulaganje i pokretanje tokova u nacionalnom gospodarstvu. Osim stranih ulaganja rješenja pronalaze ili u prihodima od poreza koji se u tom slučaju moraju povećati, ali se tada gubi atraktivnost zemlje, ili u zaduživanju kod banaka u inozemstvu. Iz svega ovoga proizlazi, a s čime se slažu i A. Boateng i K.W. Glaister¹³, da je bolje dopustiti FDI kako bi se pokrenulo gospodarstvo nego u velikoj mjeri povećati poreze ili uzimati inozemne kredite koji, u nekim slučajevima, premašuju državni proračun za nekoliko puta tako da zemlja dugi niz godina ne može izaći iz recesije. Najbolji i najsvežiji primjer za inozemno zaduživanje u negativnom smislu je Argentina. Prema podacima središnje argentinske banke "Banco Central de la Republica Argentina" za 2004. godinu, inozemni je dug iznosio približno 165 mlrd USD.¹⁴

Uz prednosti koje su prethodno u tekstu navedene, postoje i nedostaci odnosno nepoželjne posljedice FDI za zemlju domaćina. Nedostaci za zemlju domaćina mogu biti neracionalno iskorištavanje prirodnih resursa od strane inozemnog ulagača. Nadalje, negativna posljedica FDI za zemlju domaćina je i zagađenje okoliša

otpadnim tvarima koje se pojavljuju kao nusproizvod u industriji. Ove akcije su moguće ako strano poduzeće ima više od 50% udjela u vlasništvu poduzeća. Upravo zbog tih razloga postoje zemlje koje uvjetuju FDI zajedničkim vlasništvom s domaćim poduzećem ili državom, na način da je strancima omogućena kupnja najviše 49% udjela u domaćem poduzeću i na taj način onemogućeno da potpuno preuzmu poduzeća. Kako je u radu već navedeno, FDI mogu imati i negativan učinak na stopu zaposlenosti. Naime, nisu rijetki slučajevi da strani ulagači preuzmu domaće poduzeće i detaljnom analizom poslovanja poduzeća utvrde da postoji prekomjerni broj zaposlenih pa se pristupa otpuštanju zaposlenih. Na primjer, nedavno takav slučaj u Hrvatskoj je slučaj farmaceutskog poduzeća "Pliva" gdje je dolaskom stranog partnera došlo do orijentacije na "core business" odnosno na farmaceutiku i napuštanja proizvodnje hrane što je dovelo do otpuštanja velikog broja djelatnika. Ulaskom stranih ulagača postoji velika mogućnost da se domaća poduzeća istisnu s tržišta ili da se u velikoj mjeri smanji njihova proizvodnja. U takvim slučajevima uloga države je da intervenira potrebnim mjerama kako bi zaštitila domaća poduzeća i njihovu proizvodnju.

Osim negativnih posljedica za zemlju domaćina, postoje i negativne posljedice za strano poduzeće koje, većinom, proizlaze iz okruženja zemlje u kojoj nastupa. Jedna od negativnih posljedica je dvostruko oporezivanje, slučaj kad ulagač plaća porez u zemlji domaćinu, a nakon toga i u zemlji iz koje dolazi. No, takvi primjeri su rijetki jer većina zemlja ima sklopljene bilateralne sporazume o izbjegavanju međunarodnog dvostrukog oporezivanja koji reguliraju ovu materiju. Politička nestabilnost, zakonodavni okvir, stanje u gospodarstvu predstavljaju potencijalne prepreke i opasnosti za strana poduzeća. Sve ovo upućuje na činjenicu da je potrebno detaljno upoznati zemlju i njena okruženja (zakonodavno, političko, ekonomsko, kulturno) prije nego se odluči ulagati u nju.

Na kraju pregleda teorije FDI potrebno je spomenuti istraživanje koje su proveli Wint i Williams na uzorku od nekoliko razvijenih zemalja i nekoliko zemalja u razvoju. Oni su došli do zaključka da promocija zemlje kao destinacije za FDI ima značajan utjecaj u

privlačenju inozemnog kapitala.¹⁵ Međutim, da bi promocija bila uspješna, zemlja koja nastoji privući FDI, prije provođenja promotivnih aktivnosti, treba urediti uvjete koji će biti atraktivni za strane ulagače. Najbolji primjer je Irska koja se je kvalitetnom promocijom na razini države, atraktivnim uvjetima za strane ulagače te lobiranjem (neki ga smatraju negativnom aktivnošću) uspjela iz neatraktivne zemlje za ulaganje stranog kapitala i zemlje u razvoju pretvoriti u jedno od najpoželjnijih odredišta za strane ulagače. Osnivanje agencija za promociju zemlje kao destinacije za ulaganje FDI postalo je u posljednjih nekoliko godina jedan od glavnih dijelova razvojne strategije zemalja u razvoju za privlačenje FDI. Danas u svijetu postoji više od 160 nacionalnih agencija za promociju zemlje.¹⁶ Uz Irsku, primjeri vlada koje su angažirale agencije kako bi promovirali zemlju i njene pozitivne karakteristike te na taj način privukli strani kapital su Maroko i Južna Koreja. Nakon poduzimanja i provođenja spomenutih aktivnosti, FDI se je u tim zemljama povećao nekoliko puta.¹⁷

2. DIREKTNNA STRANA ULAGANJA U REPUBLICI HRVATSKOJ

2.1. Analiza direktnih stranih ulaganja u Republici Hrvatskoj¹⁸

U ovom poglavlju razmatra se struktura FDI u RH po godinama, od početka 1993. do 01. travnja 2005. godine kada su objavljeni posljednji podaci o FDI na službenoj Internet stranici Hrvatske narodne banke (HNB). FDI se kroz spomenuti period promatra prema trima kriterijima: po godinama ulaganja, po zemlji porijekla

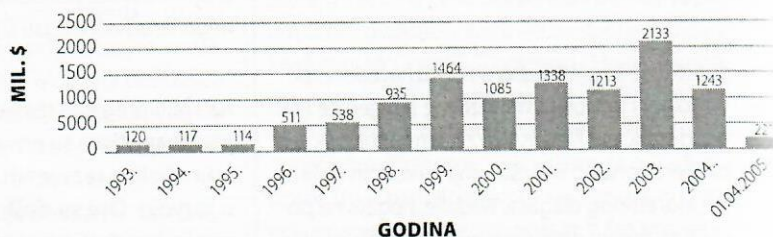
kapitala i prema sektorima u koje je strani kapital ulagan.

U razdoblju od početka 1993. do 01. travnja 2005. godine, prema službenim podacima HNB ukupni FDI u RH su iznosili 11,032 milijardi USA dolara. Kako je vidljivo iz Grafa 1., 7,23 milijardi USA dolara ili 65.56% FDI ostvareno je u razdoblju od 1999. do kraja 2003. godine. To naime nije neobično obzirom da su u tom razdoblju privatizirana poduzeća poput Hrvatskih telekomunikacija, banaka (Zagrebačka banka, Privredna banka i Plive, koja su do tada bila u državnom vlasništvu. Godine 2003. najveći iznos FDI došao je iz Mađarske, je je mađarsko poduzeće MOL kupilo 25% dionica INA-e. Osnovni razlog zašto su do 1999. godine iznosi FDI u RH bili niski, prvenstveno proizlazi iz ratne situacije u kojoj se je Hrvatska nalazila veći dio "90-ih. Završetkom rata i normalizacijom gospodarstva, situacija u zemlji se je poboljšala što je vidljivo i u iznosu uloženog FDI.

U odnosu na zemlje u tranziciji s kojima se Hrvatska uspoređuje (Slovenija, Mađarska, Češka, Poljska – neovisno što se one već nalaze u Europskoj Uniji), u promatranom razdoblju ulaganja u RH su nominalno znatno manja nego što su ona bila u te zemlje.¹⁹

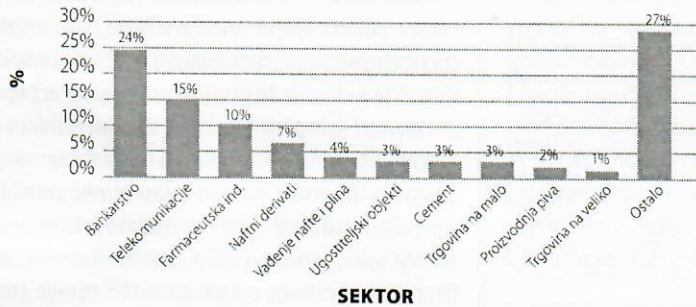
Sljedeći aspekt po kojemu su FDI analizirani su sektori u koje je strani kapital ulagan. Kao što je vidljivo iz Grafa 2., najveći udio FDI je u sektoru bankarstva. Tijekom 2000. godine privatizirana je većina hrvatskih banaka. Najveći dio ulaganja ostvaren je prodajom Zagrebačke, Privredne i Riječke banke. Ukupna ulaganja u ovaj sektor iznose 24% svih stranih ulaganja. Na drugom mjestu po udjelu u ukupnim FDI nalazi se sektor telekomunikacija. Tijekom prve faze privatizacije Hrvatskih

Prikaz 1. Direktna strana ulaganja u Republiku Hrvatsku od 1993. do 01. travnja 2005.



Izvor: Preuzeto sa službenih Internet stranica Hrvatske narodne banke, www.hnb.hr, 09. kolovoza 2005

Prikaz 1. Direktna strana ulaganja u Republiku Hrvatsku od 1993. do 01. travnja 2005. godine (po sektorima)



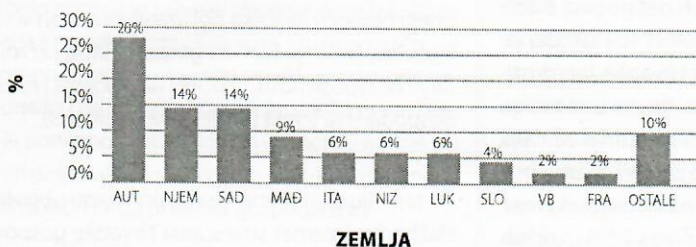
Izvor: Preuzeto sa službenih Internet stranica Hrvatske narodne banke, www.hnb.hr, 09. kolovoza 2005

telekomunikacija 1999. godine, te tijekom 2001. godine kad je izvršena druga faza privatizacije, Deutsche Telekom dolazi u posjed od preko 50% spomenutog poduzeća. U tom periodu osniva se i poduzeće VIPnet kao drugi mobilni operater na području RH. Na trećem mjestu po udjelu u ukupnim FDI nalazi se farmaceutska industrija s 10 postotnim udjelom i to prvenstveno zahvaljujući prodaji Plive čije je dionice kupilo američko poduzeće Bankers' Trust. Industrija naftnih derivata na četvrtom je mjestu po udjelu ulaganja stranog kapitala, zahvaljujući privatizaciji INA-e.

Od ostalih sektora gospodarstva niti jedan se ne izdvaja zasebno, ali je potrebno napomenuti privatizaciju hotelskih poduzeća na Jadranu te ulazak stranih trgovačkih lanaca na hrvatsko tržište.

Iz slijedećeg grafa (Graf 3.) vidljivo je da su u RH najviše ulagale Austrija (28% ukupnih FDI u RH), Njemačka

Prikaz 1. Direktna strana ulaganja u Republiku Hrvatsku od 1993. do 01. travnja 2005. godine (prema zemlji porijekla)



Izvor: Preuzeto sa službenih Internet stranica Hrvatske narodne banke, www.hnb.hr, 09. kolovoza 2005

(14%) i SAD (14%). Za Austriju i Njemačku ovi podaci nisu toliko neobični obzirom na geografsku blizinu Hrvatske i tih zemalja, dobru prometnu povezanost, relativno sličan zakonodavni okvir (hrvatski se zakon oslanja na austrijski i njemački zakonodavni sustav). Uz ove čimbenike ne smije se zaboraviti niti povijesna povezanost spomenutih zemalja s Hrvatskom koja je zasigurno imala veliku ulogu prilikom donošenja odluke o destinaciji za ulaganje kapitala. Dok kod SAD-ovih 14% veliki dio otpada na kupovinu dionica Plive.

Nakon ove tri zemlje slijede Mađarska s 9% te Italija, Nizozemska i Luksemburg sa po 6% udjela u ukupnim FDI u Hrvatskoj u promatranom razdoblju, a nakon toga slijede ostale zemlje.

2.2. Čimbenici (ne)privlačnosti Hrvatske kao potencijalne zemlje za direktna strana ulaganja i usporedba s tranzicijskim zemljama u regiji

Sadašnje tržište te njegov očekivani rast u budućnosti predstavljaju jedan od najznačajnijih faktora koji se razmatraju prilikom odabira zemlje u koju će se ulagati. Zbog toga je potrebno odgovoriti na tri pitanja:²⁰

- Zašto se je poduzeće odlučilo poduzeti proces ulaganja?
- Kako (na koje načine) su aktivnosti ulaganja učinjene?
- Gdje (u koju zemlju) je poduzeće lociralo ulaganje?

Ova pitanja pomažu u odabiru destinacije za ulaganje kapitala, ali i ova tri pitanja daju odgovor na Dunningovu teoriju o FDI koju je nazvao OLI paradigma, gdje O znači Ownership advantages (Prednosti vlasništva), L označava Location advantages (Prednosti lokacije) dok I označava Internationalization (Internacionalizacija). Pitanje zašto povezano je s prvom grupom prednosti (vlasničkom strukturom), proces internacionalizacije većinom odgovara na pitanje kako, dok lokacija daje odgovor na pitanje gdje.

Kako je iz ranijih dijelova rada vidljivo, većina (preko 70%) FDI u RH izvršeno je od 1999. godine na dalje. U usporedbi s tranzicijskim zemljama poput Poljske, Češke, Mađarske, Slovenije s kojima se Hrvatska stavlja u omjer, iznos FDI u RH nominalno je znatno manji.²¹ Jedan od razloga tome je ratna situacija koja je u Hrvatskoj bila aktualna većim dijelom "90-ih godina prošlog stoljeća, zatim nestabilna politička klima i nesređen zakonski okvir (prema nezavisnim procjenama visoka neefikasnost i velika korumpiranost administracije i institucija na svim razinama). Relativno skupa radna snaga također predstavlja jedan od čimbenika koji doprinosi neatraktivnosti Hrvatske kao destinacije za ulaganje stranog kapitala. Kad se uspoređi cijena radne snage u RH s cijenom radne snagu u nekim tranzicijskim zemljama, na primjer u Rumunjskoj, Bugarskoj, Poljskoj ili Češkoj, nadnice u Hrvatskoj su daleko najviše. Nadalje, razlog zbog kojeg je Hrvatska manje atraktivna od ranije spomenutih zemalja je i njena blizina Kosovu, odnosno cijeloj toj regiji koja je okarakterizirana kao izrazito nestabilno i za ulaganja rizično područje. Međutim, većina navedenih problema su problemi s kojima se susreću i ostale tranzicijske zemlje. Najveća prednost Hrvatske u odnosu na prethodno spomenute zemlje je Jadransko more odnosno obala i razvoj turizma koji u Hrvatskoj u posljednjih pet godina bilježi znatni porast i razvoj. Izgradnja prometnica također će pozitivno utjecati na atraktivnost Hrvatske kao destinacije za ulaganje stranog kapitala. Prema istraživanju koje je proveo A. Bitzenis interes zapadnih zemalja (SAD, Kanada i zapadno europske zemlje) za ulaganje kapitala u zemlje centralne i istočne Europe je vrlo mali. Toj tvrdnji doprinosi činjenica da svega 2-5% ukupnih svjetskih ulaganja u obliku FDI odlazi u zemlje centralne i istočne Europe.²²

Veličina Hrvatske kao potencijalnog tržišta u odnosu na npr. Poljsku, Mađarsku, Slovačku je mala, visoka stopa nezaposlenosti, deficit izvozne bilance, visoki javni dug, niska inflacija te prethodno navedene prednosti i nedostaci kategoriziraju Hrvatsku kao zemlju s umjerenom razinom konkurentnosti, malo slabije rangiranu nego prethodno nabrojene tranzicijske zemlje. Ovakav zaključak podupire i indeks svjetske konkurentnosti, prema kojemu se je u 2004. godini Hrvatska našla na 61. mjestu ljestvice od ukupno 103 zemlje što je za osam mjesta lošije nego što je bila rangirana u 2003. godini. Što se tiče zemalja u regiji i zemalja s kojima se Hrvatska uspoređuje, Slovenija se nalazi na 33. mjestu, Mađarska na 39., Češka na 40., Slovačka na 43., Poljska na 60., Bosna i Hercegovina na 81., Makedonija na 84. dok se Srbija nalazi na 89. mjestu ljestvice. Prema ovoj ljestvici na prvih pet mjesta najkonkurentnijih zemalja svijeta se nalaze Finska, SAD, Švedska, Tajvan i Danska.²³ Potpisivanje sporazuma o pristupanju Europskoj uniji te stabilizacijom političke klime i poboljšanom učinkovitosti zakonodavnog sustava i administracije, Hrvatska bi mogla postati u bližem vremenskom razdoblju sve atraktivnije odredište stranim ulagačima i poboljšati svoju poziciju na ovoj ljestvici.

2.3. Utjecaj direktnih stranih ulaganja na gospodarstvo Republike Hrvatske

Kako je već spomenuto, veći dio prošlog desetljeća Hrvatska je bila u ratu. Normalizacijom ratne situacije i gospodarstva te uspostavom odnosa sa stranim zemljama dolazi i do FDI. Kao što je vidljivo iz Grafa 1., nominalno veći iznosi FDI su počeli pristizati tek 1998-1999. godine pa će se utjecaj FDI na gospodarstvo RH promatrati od 1998. godine. Učinke FDI na gospodarstvo je moguće pratiti pomoću nekoliko pokazatelja: utjecaj na vanjsku trgovinu, kretanje BDP-a i gospodarskog razvoja, kretanje nezaposlenosti, te učinci na ulaganja i na ostatak gospodarstva (efekt prelijevanja – spillover).²⁴

Na temelju analiziranih podataka koji su objavljeni na službenim Internet stranicama Hrvatske gospodarske komore²⁵ i Hrvatske narodne banke²⁶ mogu se donijeti slijedeći zaključci. U promatranom razdoblju uočeni su

pozitivni učinci FDI na vanjskotrgovinsku bilancu. Naime u promatranom razdoblju ona se je konstantno poboljšavala, da bi 2004. godine prvi puta nakon 2000. bila zabilježena brža dinamika rasta izvoza proizvoda i usluga od dinamike njihova uvoza. Utjecaj FDI na zaposlenost ovisi radi li se o greenfield ili brownfield ulaganjima te kakva je struktura zaposlenih u poduzeću i kakva je obrazovna struktura radne snage na tržištu rada. U promatranom razdoblju zaposlenost je neznajčajno rasla i padala (prosječna stopa nezaposlenosti u promatranom razdoblju iznosila je oko 18%) i FDI nisu imali veći utjecaj na nju. Neka ulaganja su imala pozitivnije učinke, dok su druga, koja su za cilj imala orijentaciju na "core business", imala negativnije učinke na stopu zaposlenosti. Kretanje BDP u promatranom razdoblju je imalo pozitivan smjer (prosječna stopa rasta BDP-a iznosila je približno 4%) pa se može zaključiti da su i FDI imali određeni utjecaj na tu pojavu. FDI su imali značajan utjecaj i na ostatak gospodarstva. Naime, suradnja s domaćim poduzećima, poticanje konkurencije, nametanje viših proizvodnih i uslužnih standarda, prihvaćenost novih tehnologija, tehnika i metoda upravljanja i poslovanja od strane domaćih poduzeća te nova ulaganja (reinvesticije) pozitivne su posljedice na hrvatsko gospodarstvo. Međutim, osim pozitivnih učinaka koje FDI imaju, postoji i druga strana medalje. Procesom privatizacije većina hrvatskih poduzeća došla je u vlasništvo stranaca, pojedine industrije (proizvodnja cementa) zagađuju okoliš, druge pak crpe prirodne resurse (vađenje nafte i zemnog plina), dok većina stranih poduzeća nastoji s tržišta istisnuti hrvatska poduzeća kako bi ona ostvarila što značajniji tržišni udio. Stoga Vlada, Sabor i nadležna ministarstva trebaju poduzimati mjere i sankcije kako bi spriječili negativne učinke, a poticali pozitivne.

Na kraju je potrebno napomenuti da se gospodarstvo nije moglo normalno razvijati zbog situacije u kojoj se je Hrvatska nalazila. Normalizacijom situacije logično je da se gospodarstvo, koje je bilo hendikepirano, polagano oporavlja i da se spomenuti pokazatelji popravljaju. Stoga je potrebno uzeti malo veći vremenski odmak od ratne situacije kako bi se s većom pouzdanošću mogli utvrditi učinci FDI na hrvatsko gospodarstvo.

3. ZAKLJUČAK

FDI predstavlja najsloženiju strategiju nastupa nekog poduzeća na tržištu druge zemlje i primjenjivati je mogu samo poduzeća koja su financijski snažna i koja raspoložu kvalitetnim ljudskim potencijalima. Prednosti postoje za zemlju domaćina i za poduzeće koje ulaže kapital, ali osim prednosti postoje i nedostaci, stoga je potrebno da obje strane rade za međusobnu korist, strani ulagač da ostvaruje profit, a zemlja domaćin da ta ulaganja iskoristi za povećanje zaposlenosti, stjecanje novih znanja managera i zaposlenika, da država ostvaruje prihode od poreza, da strana poduzeća donesu novu tehnologiju odnosno da joj ta ulaganja budu financijska injekcija za pokretanje cjelokupnog gospodarstva (spillover efekt).

Najveći udio FDI u RH ostvaren je u razdoblju od 1999. do 2003. godine što i ne čudi, jer je u razdoblju prije toga u Hrvatskoj bila ratna situacija. Najviše FDI dolazi iz Austrije, Njemačke i SAD (čak 56% ukupnih FDI dolazi iz tih zemalja). Najviše se je ulagalo u bankarski sektor, sektor telekomunikacija te u farmaceutsku industriju (ukupno 49%).

Većina ulaganja u Hrvatskoj ostvarena je ulaganjem u postojeća poduzeća procesom privatizacije državnih poduzeća, a manje u obliku osnivanja novih. Stoga bi se u budućnosti trebalo fokusirati više na privlačenje stranog kapitala u obliku greenfield ulaganja jer su prednosti za Hrvatsku koje proizlaze iz takvog oblika ulaganja daleko veće od onih koje proizlaze kad se ulaže u postojeća poduzeća. Da bi se to ostvarilo potrebno je napraviti strategiju na razini države koja će prilagoditi zakonodavni okvir, ako je potrebno lobirati da bi se privukla kvalitetna strana ulaganja. Međutim, ne treba zaboraviti niti mogućnosti angažiranja agencije za promociju Hrvatske kao destinacije za FDI jer Hrvatska ima prednosti (obrazovana radna snaga, razvijeni sektor turizma, porezne olakšice, postupno sređivanje zakonodavnog okvira i nestabilne političke klime, prirodni resursi i sl.) pred ostalim tranzicijskim zemljama, samo ih je potrebno iskoristiti u pravo vrijeme i na pravi način.

Literatura

1. Babić, A., Pufnik, A., Stučka T.: Teorija i stvarnost inozemnih izravnih ulaganja u svijetu i u tranzicijskim zemljama s posebnim osvrtom na Hrvatsku, Hrvatska narodna banka, Poslovna knjiga d.o.o., Zagreb, 2001.
2. Bitzenis, A.: Universal model of theories determining FDI. Is there any dominant theory? Are the FDI inflows in the CEE countries and especially in Bulgaria a myth?, *European Business Review*, Vol. 15., No. 2., 2003., str. 94-104.
3. Boating, A., Glaister, K.W.: Foreign direct investment in Ghana: Patterns of activity, distribution and the role of government policy, *Journal of Euro-Marketing*, Vol. 8., No. 4., 1999., str. 51-74.
4. Galán, J.I., González-Benito, J.: Determinant factors of foreign direct investment: some empirical evidence, *European Business Review*, Vol. 13., No. 5., 2001., str. 269-278.
5. Kyrkilis, D., Pantelidis, P.: Macroeconomics determinants of outward foreign direct investment, *International Journal of Social Economics*, Vol. 30., No. 7., 2003., str. 827-836.
6. Lowengart, O., Menipaz, E.: On the marketing of nations and multinational corporations: a competitive positioning mapping, *Management Decision*, Vol. 4., No. 39., 2001., str. 302-314.
7. McDonald, F., Tüselmann, H.J., Heise, A.: Foreign direct investment and employment in host regions, *European Business Review*, Vol. 14., No. 1., 2002., str. 40-50.
8. Morisset, J.: Does a country need a promotion agency to attract foreign direct investment,
9. World Bank Policy Research, travanj 2003.
10. Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: Međunarodni marketing, Masmedia, Zagreb, 1999.
11. Pull, K.: The comparative attractiveness of international business location: the role of labor law, *Management Decision*, Vol. 7., No. 40., 2002., str. 647-654.
12. Wint, A.G., Williams, D.A.: Attracting FDI to developing countries, *The International Journal of Public Sector Management*, Vol. 15., No. 5., 2002., str. 361-374.
13. Yin, X.: Foreign direct investment and industry structure, *Journal of Economics Studies*, Vol. 26., No. 1., 1999., str. 38-57.
14. Službene Internet stranice Hrvatske gospodarske komore, www.hgk.hr
15. Službene Internet stranice Hrvatske narodne banke, www.hnb.hr
16. Službene Internet stranice magazina Latin Focus, www.latin-focus.com
17. Službene Internet stranice Ministarstva vanjskih poslova, www.mvp.hr
18. Službene Internet stranice UNCTAD-a (United Nation Conference on Trade and Development), www.unctad.org,
19. Službene Internet stranice organizacije World Economic Forum, www.weforum.org

Bilješke

¹ eng. foreign direct investment

² Yin, X.: Foreign direct investment and industry structure, *Journal of Economics Studies*, Vol. 26., No. 1., 1999., str. 38-57.

³ Preuzeto sa službenih Internet stranica UNCTAD-a (United Nation Conference on Trade and Development) www.unctad.org, 10. kolovoza 2005.

⁴ Babić, A., Pufnik, A., Stučka T.: Teorija i stvarnost inozemnih izravnih ulaganja u svijetu i u tranzicijskim zemljama s posebnim osvrtom na Hrvatsku, Hrvatska narodna banka, Poslovna knjiga d.o.o., Zagreb, 2001., str. 1.

⁵ Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: Međunarodni marketing, Masmedia, Zagreb, 1999., str. 403.

- ⁶ Babić, A., Pufnik, A., Stučka T.: op. cit., str. 1.
- ⁷ Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: op. cit., str. 403.
- ⁸ Wint, A.G., Williams, D.A.: Attracting FDI to developing countries, *The International Journal of Public Sector Management*, Vol. 15., No. 5., 2002., str. 361.
- ⁹ Kyrkilis, D., Pantelidis, P.: Macroeconomics determinants of outward foreign direct investment, *International Journal of Social Economics*, Vol. 30., No. 7., 2003., str. 827.
- ¹⁰ Pull, K.: The comparative attractiveness of international business location: the role of labor law, *Management Decision*, Vol. 7., No. 40., 2002., str. 647.
- ¹¹ Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: op. cit., str. 75-76.
- ¹² McDonald, F., Tüselmann, H.J., Heise, A.: Foreign direct investment and employment in host regions, *European Business Review*, Vol. 14., No. 1., 2002., str. 40.
- ¹³ Boateng, A., Glaister, K.W.: Foreign direct investment in Ghana: Patterns of activity, distribution and the role of government policy, *Journal of Euro-Marketing*, Vol. 8., No. 4., 1999., str. 52.
- ¹⁴ Preuzeto sa službenih Internet stranica Latin Focus magazina, www.latin-focus.com, 11. kolovoza 2005.
- ¹⁵ Wint, A.G., Williams, D.A.: op. cit., str. 364.
- ¹⁶ Morisset, J.: Does a country need a promotion agency to attract foreign direct investment?, *World Bank Policy Research*, travanj 2003., str. 3.
- ¹⁷ Lowengart, O., Menipaz, E.: On the marketing of nations and multinational corporations: a competitive positioning mapping, *Management Decision*, Vol. 4., No. 39., 2001., str. 302.
- ¹⁸ Temeljeno na podacima preuzetima sa službene Internet stranice Hrvatske narodne banke, www.hnb.hr, 09. kolovoza 2005.
- ¹⁹ Preuzeto sa službenih Internet stranica UNCTAD-a (United Nation Conference on Trade and Development), www.unctad.org, 10. kolovoza 2005.
- ²⁰ Galán, J.I., González-Benito, J.: Determinant factors of foreign direct investment: some empirical evidence, *European Business Review*, Vol. 13., No. 5., 2001., str. 269.
- ²¹ Preuzeto sa službenih Internet stranica UNCTAD-a (United Nation Conference on Trade and Development), www.unctad.org, 10. kolovoza 2005.
- ²² Bitzenis, A.: Universal model of theories determining FDI. Is there any dominant theory? Are the FDI inflows in the CEE countries and especially in Bulgaria a myth?, *European Business Review*, Vol. 15., No. 2., 2003., str. 99.
- ²³ Preuzeto sa službenih Internet stranica organizacije World Economic Forum, www.weforum.org, 15. lipnja 2005.
- ²⁴ Babić, A., Pufnik, A., Stučka T.: op. cit., str. 25.
- ²⁵ Temeljeno na podacima preuzetima sa službene Internet stranice Hrvatske gospodarske komore, www.hgk.hr, 10. kolovoza 2005.
- ²⁶ Temeljno na podacima preuzetima sa službene Internet stranice Hrvatske narodne banke, www.hnb.hr, 10. kolovoza 2005.

Literatura

1. ...

2. ...

3. ...

4. ...

5. ...

6. ...

7. ...

8. ...

9. ...

10. ...

11. ...

12. ...

13. ...

14. ...

15. ...

16. ...

17. ...

18. ...

19. ...

20. ...

21. ...

22. ...

23. ...

24. ...

25. ...

26. ...

27. ...

28. ...

29. ...

30. ...

31. ...

32. ...

33. ...

34. ...

35. ...

36. ...

37. ...

38. ...

39. ...

40. ...

41. ...

42. ...

43. ...

44. ...

45. ...

46. ...

47. ...

48. ...

49. ...

50. ...

51. ...

52. ...

53. ...

54. ...

55. ...

56. ...

57. ...

58. ...

59. ...

60. ...

61. ...

62. ...

63. ...

64. ...

65. ...

66. ...

67. ...

68. ...

69. ...

70. ...

71. ...

72. ...

73. ...

74. ...

75. ...

76. ...

77. ...

78. ...

79. ...

80. ...

81. ...

82. ...

83. ...

84. ...

85. ...

86. ...

87. ...

88. ...

89. ...

90. ...

91. ...

92. ...

93. ...

94. ...

95. ...

96. ...

97. ...

98. ...

99. ...

100. ...

Statistik

1. ...

2. ...

3. ...

4. ...

5. ...

6. ...

7. ...

8. ...

9. ...

10. ...

11. ...

12. ...

13. ...

14. ...

15. ...

16. ...

17. ...

18. ...

19. ...

20. ...

21. ...

22. ...

23. ...

24. ...

25. ...

26. ...

27. ...

28. ...

29. ...

30. ...

31. ...

32. ...

33. ...

34. ...

35. ...

36. ...

37. ...

38. ...

39. ...

40. ...

41. ...

42. ...

43. ...

44. ...

45. ...

46. ...

47. ...

48. ...

49. ...

50. ...

51. ...

52. ...

53. ...

54. ...

55. ...

56. ...

57. ...

58. ...

59. ...

60. ...

61. ...

62. ...

63. ...

64. ...

65. ...

66. ...

67. ...

68. ...

69. ...

70. ...

71. ...

72. ...

73. ...

74. ...

75. ...

76. ...

77. ...

78. ...

79. ...

80. ...

81. ...

82. ...

83. ...

84. ...

85. ...

86. ...

87. ...

88. ...

89. ...

90. ...

91. ...

92. ...

93. ...

94. ...

95. ...

96. ...

97. ...

98. ...

99. ...

100. ...