INVESTICIJE U TURIZMU REPUBLIKE HRVATSKE

Musić, Josip

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:607843

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

INVESTICIJE U TURIZMU REPUBLIKE HRVATSKE

Mentor: prof. dr. sc. Lidija Petrić **Student: Josip Musić**

Split, lipanj 2017.

SADRŽAJ

1. UVOD ... 3
1.1. Definiranje problema i predmeta istraživanja ... 3
1.2. Cilj rada ... 4
1.3. Metode rada ... 5
1.4. Struktura rada ... 5
2. DEFINIRANJE POJMA I ZNAČENJA INVESTICIJA KAO RAZVOJNOG I PROIZVODNOG FAKTORA ... 6
2.1. Pojmovno definiranje investicija ... 6
2.2. Vrste investicija ... 7
2.3. Investicije na mikroekonomskoj razini ... 8
2.4. Motivi investiranja ... 9
2.5. Investicije na makroekonomskoj razini ... 9
2.6. Inozemna izravna ulaganja (FDI) ... 11
3. INVESTICIJE U TURIZMU ... 13
3.1. Pojmovno definiranje turizma ... 13
3.2. Sažeti pregled povijesnog razvoja turizma ... 14
3.3. Turizam – ekonomski pojam i ekonomski odnos ... 16
3.4. Specifičnosti investiranja u turizmu ... 17
3.4.1. Učinci investicija kao komponente razvoja turizma ... 18
3.4.2. Investicije u startup kompanije u turizmu ... 19
3.4.3. Investicije u turizam u Republici Hrvatskoj ... 20
4. MJERENJE EFIKASNOSTI INVESTICIJA ... 24
4.1. Kapitalni koeficijent ... 25
4.2. Incramental Capital Output Ratio ... 27
4.3. Financijsko vrednovanje investicijskih projekata ... 29
4.3.1. Metoda čiste sadašnje vrijednosti (Net present value method) ... 29
4.3.2. Interna stopa povrata (Internal rate of return) ... 30
4.4. Nacionalno – ekonomsko vrednovanje ... 30
5. TRENDOVI U INVESTICIJAMA U TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ ... 32
5.1. Investicije u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane ... 33

6. PREGLED VAŽNIJIH TURISTIČKIH INVESTICIJSKIH PROJEKATA U REPUBLICI HRVATSKOJ 39
5.1. Valamar Riviera 40
5.2. Adris Grupa 41
5.3. 3 sestrice – Hrvatski san 41
5.4. Pašman Rivijera 42
5.5. Dogus grupa 43
5.6. Ulaganja u Splitsko – dalmatinskoj županiji 44
7. ZAKLJUČAK 45
LITERATURA 47
SAŽETAK 50
SUMMARY 51

1. UVOD

1.1. Definiranje problema i predmeta istraživanja

Turizam je djelatnost koja u Republici Hrvatskoj, u većini kriznih godina ostvaruje rast, odnosno pokazala je određenu razinu otpornosti na gospodarsku krizu. To je djelatnost koja zapošljava 6-7% ukupno zaposlenih, devizni prihod od turizma iznosi oko 18%[1] u odnosu na BDP (najveći omjer u EU), a prošlogodišnja rekordna razina turističkih noćenja imala je pozitivan utjecaj na povoljnije ostvarenje državnoga proračuna u odnosu na planirano. Naime, u prošloj godini deficit državnoga proračuna manji je od očekivanog, i to ponajprije zahvaljujući boljim ostvarenjima na prihodnoj strani proračuna koja je, pak, rezultat boljih ostvarenja prihoda od potrošačkih poreza (poglavito PDV-a).

U posljednjih petnaestak godina bilježi se trend rasta turističkih noćenja s izuzetkom 2009. godine kada je zabilježen pad tog pokazatelja. Devizni prihod od turizma (izražen u eurima) pokazuje sličan trend, odnosno u posljednjih petnaestak godina, samo je u 2009. i 2010. godini zabilježen pad tog pokazatelja. Povoljnija kretanja turističkih noćenja i deviznog prihoda, u posljednjih nekoliko godina, djelomično su rezultat povoljnije gospodarske situacije na razini EU (od 2013. do 2015. kontinuirani rast BDP-a, a razina BDP-a u 2015. je veća za 2,9% u odnosu na 2008.).

Prema preliminarnim podatcima organizacije World Tourism Organization, u 2016. godini zabilježeno je 1,235 milijardi međunarodnih turističkih dolazaka u svijetu, što je 3,9% više u odnosu na 2015. godinu i predstavlja novu (drugu godinu zaredom) rekordnu razinu tog pokazatelja.[2]

Ipak, visok postotak deviznog prihoda u odnosu na BDP (najveći u EU) upućuje na nedovoljno diversificiranu gospodarsku strukturu Hrvatske. Zbog važnosti turističke djelatnosti, rizici koje nosi karakterističnost hrvatskoga turizma imaju dodatnu dimenziju. Naime, prostorna (oko 2/3

[1] Hrvatska gospodarska komora (2017): Turizam u 2016. godini, [Internet], dostupno na: http://www.hgk.hr/documents/aktualna-tema-turizam-u-20165899d9633ad81.pdf, [22.02.2017.]
[2] ibidem

noćenja u samo trima županijama) i vremenska (oko 60% noćenja cijele godine samo tijekom dva mjeseca) koncentriranost hrvatskoga turizma donosi specifičan rizik za poslovanje poduzetnika u turizmu i za turizam vezanih djelatnosti. [3]

Dajnji razvoj turizma u Hrvatskoj nužno je planirati, njime upravljati i vršiti strogu kontrolu kako bi se izbjegli brojni negativni efekti koje razvoj može nositi. Konkretan mehanizam kojim se potiče razvoj jest privlačenje i provođenje kvalitetnih investicijskih projekata. Turizam predstavlja globalni fenomen, iznimno široko područje koje obuhvaća veliki broj djelatnosti i sudionika. Raznolikost djelatnosti dovodi do velikog broja investicijskih mogućnosti, od višemilijunskih investicija u hotelske komplekse, do prenamjene obiteljskih stanova u jedinice za najam. U posljednje vrijeme naglasak je na implementaciju novih tehnologija u turističko poslovanje, što zahtjeva ulaganja u nabavu opreme ali i osposobljavanje kadrova. Osim privatne inicijative, veliki utjecaj na privlačenje investitora i uspješnost u izvođenju projekata ima i država odnosno javna i lokalna samouprava. U Hrvatskoj, uz malobrojne iznimke, javne institucije isključivo otežavaju izvođenje društveno i ekonomsko korisnih projekata nametanjem raznih administrativnih postupaka koji bitno utječu na brzinu realizacije. Osim tromosti sustava, složeni imovinsko- pravni odnosi dodatno otežavaju realizaciju, posebno u slučaju velikih projekata koji zahtijevaju objedinjavanje zemljišnih čestica. Ipak, najveći problem koji je spriječavao investitore u ulaganju u turizam u Hrvatskoj je neefikasnost odnosno niska stopa povrata na investiciju. Kombinacija navedenih faktora dovela je do situacije u kojoj je od osamostaljenja Hrvatske vrlo malo uloženo u nove kapacitete (osim privatnih apartmanskih objekata vezanih uz obiteljski smještaj). Ulagalo se, odnosno ulaže se u postojeće kapacitete izgrađene u periodu od '60-ih do '80-ih godina 20. stoljeća. U post-kriznom razdoblju u kojem Hrvatska bilježi izniman rast popularnosti na svjetskoj razini, najavljuje se sve više projekata od kojih će ključni biti predstavljeni u radu.

1.2. Cilj rada

Cilj rada je analizirati investicije u kontekstu dosadašnjeg i dajnjeg razvoja turizma u gospodarstvu Republike Hrvatske, uzimajući u obzir razvojni potencijal kojem su suprotstavljena ograničenja u pogledu tromosti administracije, složenih imovinsko – pravnih odnosa te dugogodišnje nefikasnosti.

[3] ibidem

1.3. Metode rada

Za potrebe izrade rada koriste se metode desk istraživanja – deskriptivna, povijesna, komparativna, metoda indukcije i dedukcije te analize i sinteze. Opisnom metodom definiraju se pojmovi investicija, investicijskih projekata, specifičnosti investicija u turizmu. Povijesna metoda koristi se za sažeti kronološki pregled razvoja turizma i značajnijih investicijskih intervala u razvoju suvremenog turizma u Hrvatskoj. Metodom analize raščlanjuje se struktura, obujam, vrsta i efikasnost investicija, ističu se prirodni, kulturni, geostrateški i mnogi drugi potencijali koje Hrvatska ima za dajnji razvoj turizma. Zaključno, metodom sinteze se prepoznaju osnovni faktori koji privlače investicije te procesi i čimbenici koje njihovo izvođenje onemogućuju. U procesu utvrđivanja efikasnosti investicija na makro razini korištene su statističke metode.

1.4. Struktura rada

Rad je uz uvod i zaključak podijeljen na pet dijelova. U prvom dijelu se teorijski određuje pojam investicija kao razvojni odnosno proizvodni faktor na mikroekonomskoj i makroekonomskoj razini uz naglasak na FDI odnosno izravne inozemne investicije. Drugi se dio odnosi na sažeti teorijski prikaz osnovnih turističkih pojmova, pregled povijesnog razvoja turizma. Slijedi analiza specifičnosti investiranja u turizmu s teorijskog aspekta uz predstavljanje posebnosti vezane uz moderne startup kompanije i situaciju u Republici Hrvatskoj. U trećem dijelu predstavljene su metode mjerenja efikasnosti investicija projekata s aspekta nositelja, na mikro razini, te sa šire društvene perspektive odnosno na makro razini. Posebna se pozornost pridaje ICOR-u (Incramental capital-output ratio) koji se računa za ulaganja u turističke djelatnosti u Hrvatskoj za razdoblje od 2000. do 2014. Četvrti dio sadrži analizu trendova u apsolutnom obujmu ulaganja u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (prema tehničkoj strukturi i vrstama imovine te prema izvorima financiranja), analizu udijela ulaganja u navedene dijelatnosti u ukupnim investicijama te u BDP-u. U petom dijelu predstavljaju se važniji investicijski projekti. Posebnu važnost pridaje se domaćim kompanijama, predstaviti će se najveći projekti za koje se traže investitori, najveći strani investitor te ulaganja u Splitsko – dalmatinskoj županiji.

2. DEFINIRANJE POJMA I ZNAČENJA INVESTICIJA KAO RAZVOJNOG I PROIZVODNOG FAKTORA

2.1. Pojmovno definiranje investicija

Investicija je pojam nekoliko povezanih značenja u ekonomiji i financijama. U najširem smislu riječi, investicija je akumulacija u sadašnjosti s nadom dobitka u budućnosti. Investicijom se označava svako ulaganje, primarno novčanih sredstava, radi stjecanja određenih ekonomskih koristi, odnosno profita. Pri tome se može ulagati u financijske oblike imovine i njima izjednačene investicije ili pak u realne oblike imovine koji omogućavaju ostvarivanje ekonomskih koristi odnosno profita kroz određene produktivne poslovne aktivnosti. Kasnije će se detaljnije analizirati vrste i značajke financijskih i realnih investicija.

Investicije su uvjet postojanja, rasta i razvoja gospodarskih subjekata, ostvarenja njegove misije, poboljšanja i održavanja konkurentske prednosti putem prilagođavanja internih sposobnosti vanjskim utjecajima i promjenama.

Prema Dulčiću, investicije su raspoloživa masa društvenog proizvoda koja je namijenjena proširenju proizvodnih kapaciteta. Smatra kako je jedno od najznačajnijih razvojnih pitanja kako takvu ograničenu masu alocirati na pojedine grane, privredne subjekte i regije.[4]

Investiranjem se tako pojedinac, poduzeće ili država odriču od sadašnje potrošnje kako bi povećali konkurentnost u budućnosti. Krajnjim pojednostavnjivanjem investicije bi se mogle predstaviti kao zamjena neke trenutne, postojane vrijednosti za vjerojatnost ostvarenja buduće, uvećane vrijednosti odnosno zamjena današnjeg zadovoljenja neke potrebe za očekivanje njenog zadovoljenja u budućnosti. Prije detaljnije analize teoretskog aspekta bitno je istaknuti razliku između pojmova akumulacije i investicije. Akumulacija predstavlja sredstva koja se formiraju iz dobiti (profita) poduzeća. Na makro razini akumulacija se formira iz raspodjele društvenog i nacionalnog dohotka nekog društva. Akumulirana sredstva tako mogu biti jedan od izvora financiranja investicija.

Osnovni nositelji investicija su poduzetnici i poduzeća. Država također može biti nositelj investicijskih aktivnosti no rijetko s ciljem ostvarivanja budućih koristi, češće se radi o ulaganjima

[4] Dulčić A. (1991) - *Turizam - načela razvoja i praksa* str. 148 , Institut za turizam, Zagreb

u izgradnju infrastrukture i ustanova od općeg društvenog značaja. Investicije se promatraju na mikroekonomskoj razini pojedinca i poduzeća i agregirano na razini države što predstavlja makroekonomsku razinu.

Na investicije utjecaj ima veliki broj varijabli od kojih se najčešće spominju tehničko- tehnološki napredak, demografske promjene, inflacija, geopolitičke okolnosti (stabilnost ili nestabilnost), očekivanja u budućnosti, kamate i mnoge druge. Iz različitih varijabli proizlaze različiti modeli i teorije investicija. [5]

Sumarno promatrano, investiranje se može označiti kao izlaganje štednje riziku i očekivanje, iz preuzetog rizika, primjerenih prinosa. Ovisno o obliku investicije, investiranje se povezuje s ulaganjem u redovne ili povlaštene dionice, dužničke vrijednosne papire, sirovine ili robe, umjetnine, komercijalne ili poslovne nekretnine, valute ili ostalu imovinu sa specifičnim profitno rizičnim obilježjima.[6]

Naizgled jednostavna definicija relativno se iskomplicira u realnom svijetu jer investiranje ne donosi automatsku dobit samo po sebi, a pogrešne investicijske odluke, zatim pogrešno usmjerena investicijska sredstva dovode do devastacije ili čak unazađenja postojećih dostignuća. Vještina uspješnosti ulaganja odražava cjelokupnu ekonomsku situaciju neke zemlje, ali donošenje pravih odluka je kompleksan posao o kojem ovisi mnogobrojnim čimbenicima.[7]

2.2. Vrste investicija

Investicije mogu biti „financijske“ i „realne“. Financijske ili portfolio investicije su ulaganje štednje tj. sredstava privrednih subjekata koja nisu namjenjena finalnoj potrošnji, zadovoljenju potreba u vrijednosne papire. Takvo ulaganje predstavlja samo transfer financijskih sredstava među privrednim subjektima pa se njima ne mijenja veličina nacionalnog bogatstva.

Pod realnim investicijama u analizi domaćeg proizvoda razumijeva se vrijednog onog njegovog dijela koji je utrošen na opremu, zgrade i zalihe. Realne investicije mogu biti proizvodne i

[5] Investiopedia.com (2017) – Investment, [Internet], dostupno na: http://www.investopedia.com/terms/i/investment.asp, [25.02.2017.]
[6] Agram Brokeri (2016): Riječnik ekonomskih pojmova – Investicija, [Internet], dostupno na: http://www.agram-brokeri.hr/default.aspx?id=25989, [25.02.2017.]
[7] Ridgeway A (2004). - Definition of Foreign Direct Investment, Direct Investment Technical Expert Group, Statistics, ISSUES PAPER (DITEG) #20. Str. 2-4., dostupno na: https://www.imf.org/External/NP/sta/bop/pdf/diteg20.pdf., [25.02.2017.].

neproizvodne. Najvažnija su stavka neproizvodnih investicija stambene investicije. Proizvodne investicije dijelimo na investicije u osnovna i investicije u obrtna sredstva. Investicije u osnovna sredstva mogu biti bruto i neto. Bruto investicije su bruto povećanje fiksnih fondova, realnog kapitala u određenom razdoblju. Ako se od bruto investicija odbije amortizaciju kojom se zamjenjuje vrijednost dotrajalih fiksnih fondova dobiju se neto investicije. Neto investicije predstavljaju neto porast stanja kapitala, što uz danu veličinu i strukturu radne snage, proizvodnih resursa i tehnologije, znači porast proizvodnog kapaciteta narodne privrede.[8]

2.3. Investicije na mikroekonomskoj razini

U temeljima ekonomske teorije pojedinac, obitelj i poduzeće predstavljaju osnovne ekonomske subjekte. Njihova obilježja i međuodnose proučava mikroekonomija. Prema definiciji, investicije znače ulaganje, bilo vlastitih bilo posuđenih sredstava. U najjednostavnijim slučajevima, pojedinac koji na raspolaganju ima određena sredstva bira želi li ispuniti neku sadašnju potrebu potrošnjom, odriče li se sadašnje potrošnje u svrhu uštede za buduću ili ulaže, svjestan rizika, s očekivanjem budućeg probitka. Izvori financiranja investicija vrlo su raznoliki, a neprekidnim tehnološkim napretkom i korijenitim promjenama u strukturi i načinu djelovanja poduzeća, nastaju novi, dosad nepoznati načini financiranja[9]. Neki od najčešće navođenih izvora financiranja su: vlastita sredstva izdvojena iz redovitih prihoda, sredstva pribavljena zaduživanjem kod poslovnih banaka, poduzeća ili drugih pojedinaca, sredstva poticaja iz fondova javne lokalne samouprave, županija, države te sredstva međunarodnih razvojnih fondova, primjerice brojni razvojni fondovi EU. Osim navedenih, postoje mogućnosti tzv. crowdfundinga, gdje se ideje na za to specijaliziranim platformama predstavljaju zainteresiranoj javnosti koja potom vlastitim sredstvima potiče i financira razvoj. Za obitelj kao ekonomsku jedinicu vrijede isti, navedeni izvori financiranja. Kod poduzeća postoje mogućnosti prikupljanja sredstava prodajom udjela u poduzeću odnosno izlazak kompanije na tržište vrijednosnih papira. Poslovne banke poduzećima nude poslovne kredite, te postoje posebni programi poticaja poduzetnicima na lokalnoj, državnoj te međunarodnoj razini.

[8] Babić, M. (2007) *Makroekonomija*, MATE, Zagreb
[9] Investopedia (2017) – Microeconomics: Factors Of Business Decision-Making, [Internet], dostupno na: http://www.investopedia.com/university/microeconomics/microeconomics4.asp, [25.02.2017]

Koncept startup kompanija donosi specifičan pristup koji znači i posebne metode skupljanja sredstava[10]. Radi se o manjim kompanijama čiji je proizvod u ranim fazama najčešće ideja osnivača. S obzirom da razvoj od ideje to proizvoda nosi izvjesne troškove, te da samo postojanje pravne osobe iziskuje računovodstvene i druge administrativne troškove i doprinose, tehnološki orijentirane startup kompanije često se obraćaju poduzetničkim inkubatorima unutar kojih dobiju prostor kojim smanjuju troškove, savjete stručnjaka te priliku za privlačenje investitora.

2.4. Motivi investiranja

Motivi investiranja ovise o motivu poslovanja. U tržišnim privredama, gdje je osnovni motiv poslovanja privatnih poduzeća profit, osnovni je motiv privatnog investiranja također profit. Privatni poduzetnik ulaže u neki projekt, ako će mu sredstva uložena u te investicije donijeti profit, jednak ili veći nego da ih uloži u neki drugi posao. U socijalističkim i drugim netržišnim privredama i karakter vlasništva i motiv poslovanja različit je od tržišnog. Zato je i motiv investiranja različit.

Poduzetnici povećavaju postojeće fiksne fondove, investiraju u proširenje proizvodnih kapaciteta samo ako očekuju porast potražnje za svojim proizvodima. Na očekivanja o budućoj potražnji utječu mnogi faktori. Najvažniji je svakako očekivani porast stanovništva i porast domaćeg proizvoda. Zatim postoje očekivanja da će nova tehnološka otkrića rezultirati novim proizvodima i promjenom strukture potražnje. Očekivani porast produktivnosti utječe na sniženje troškova i, uz danu elastičnost potražnje, na porast potražnje i rentabilnosti. Zbog toga što ovise o velikom broju budućih događaja koje je nemoguće predvidjeti, investicije su najnestabilnija komponenta agregatne potražnje. To povećava rizik u procesu investiranja.[11]

2.5. Investicije na makroekonomskoj razini

Prema Samuelsonu, investicije su, nakon štednje, druga velika sastavnica privatne potrošnje[12]. U makroekonomiji igraju dvije uloge. Prvo, budući da su one velika i nestabilna komponenta potrošnje, upadljive promjene investicija mogu imati veliki utjecaj na agregatnu potražnju. To, za

[10] Prema Forbes (2017) – What is a startup?. [Internet], dostupno na: https://www.forbes.com/forbes/welcome/?toURL=https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/&refURL=https://www.google.hr/&referrer=https://www.google.hr/. [25.02.2017]
[11] Babić, M. (2007) op.cit.
[12] Samuelson, P.A. (2000) *Ekonomija* str. 433, MATE, Zagreb

uzvrat, utječe na proizvodnju i zaposlenost. Povrh toga, investicije dovode do nagomilavanja kapitala. Dodavanje fondu građevina i opreme povećava potencijalnu proizvodnju društva i promiče dugoročni ekonomski rast. Prema tome, investicije igraju dvojnu ulogu. Utječu na proizvodnju u kratkom roku, a na dugoročni rast proizvodnje preko utjecaja rasta kapitala na potencijalnu proizvodnju i agregatnu ponudu.

Ako se pretpostavi da je maksimalna agregatna ponuda na razini pune zaposlenosti dana, tada količinu proizvodnje (domaćeg proizvoda) i razinu cijena određuje agregatna potražnja. Agregatna potražnja sastoji se od potražnje roba i usluga stanovništva za osobnu potrošnju, od investicijske potrošnje, od javne potrošnje i potražnje inozemstva za domaćom robom i uslugama. Na svaku od navedenih komponenti agregatne potražnje djeluje niz faktora. Nije moguće obuhvatiti sve faktore jednim modelom, pa se pretpostavkom ceteris paribus izoliraju najvažnije za potrebe analize njihovog utjecaja na pojedine komponente potrošnje. [13]

Promjene pojedinih komponenti agregatne potražnje djeluju multiplikativno na obujam proizvodnje i veličinu BDP-a. Teorija koja objašnjava kako komponente agregatne potražnje djeluju u kratkom roku na obujam proizvodnje naziva se modelom multiplikatora. Postoje dva modela multuplikatora: osnovni ili jednostavni model i razvijeni ili Keynesov model. Osnovni model multiplikatora analzira utjecaj osobne potrošnje (C) i investicija (I) na kretanje proizvodnje. Model počiva na pretpostavci da su cijene i najamnine u kratkom roku fiksne i zadane tako da se svaka promjena ekonomske politike odražava na proizvodnju i zaposlenost. Navedena pretpostavka ne vrijedi u dugom roku jer promjene agregatne potražnje, potencijalnog proizvoda i troškova proizvodnje utječu na visinu cijena i najamnina. U osnovnom modelu multiplikatora ravnotežna razina društvene proizvodnje ostvaruje se kada se planirana štednja izjednači s planiranim investicijama. Prema tome, neravnoteža nastupa ako se željena štednja kućanstva ne podudara s željenim investicijama. [14]

U osnovnom modelu multiplikatora investicije određuju dinamiku proizvodnje. Uslijed djelovanja multiplikatora (k) povećanje BDP-a je veće od povećanja investicija. Do njega dolazi uslijed lančanog porasta dodatne potrošnje po opadajućoj stopi. Učinak inducirane dodatne potrošnje

[13] Babić, M. (2007) op.cit
[14] Polovina S. (2011) – Agregatna potražnja i model multiplikatora, [Internet], dostupno na: http://www.h3s.org/pocela/24.%20AGREGATNA%20POTRAZNJA%20I%20MODEL%20MULTIPLIKATORA.ppt , [03.04.2017.]

ovisi o veličini multiplikatora investicija. Pod multiplikatorom investicija podrazumijeva se broj koji množeći promjenu investicija daje promjenu BDP-a i proizvodnje. Jedinično povećanje investicija povećati će domaći dohodak za iznos multiplikatora. Važno je istaknuti da multiplikator investicija djeluje u oba smjera – jedinično smanjenje investicija smanjiti će domaći dohodak za iznos multiplikatora. Veličina investicijskog multiplikatora (k) ovisi o graničnoj sklonosti potrošnji (MPC) odnosno štednji (MPS). Na višim razinama dohotka efekt multiplikatora bit će manji zbog opadajuće granične sklonosti potrošnji i rastuće granične sklonosti štednji. Kada realni GDP prekorači potencijalni GDP, multiplikatorski učinak investicija nestaje pretvarajući se u inflacijsku potražnju. Kada su proizvodni resursi nedovoljno iskorišteni, porast agregatne potražnje izazvat će porast proizvodnje bez ili s neznatnim porastom cijena. Ako se privreda nalazi u stanju pune zaposlenosti, tada nema prostora za povećanje agregatne potražnje pa umjesto porasta proizvodnje dolazi samo do porasta cijena i inflacije.[15]

2.6. Inozemna izravna ulaganja (FDI)

Teorijska i empirijska istraživanja inozemnih izravnih ulaganja (FDI - engl. Foreign Direct Investment) počinju tek nakon II. svjetskog rata, zahvaljujući razvoju međunarodne trgovine i financija. Kako bi se neko ulaganje smatralo izravnim, investicija mora iznositi minimalno 10% ukupne vrijednosti objekta ulaganja, tj. minimalno 10% vlasničkih dionica[16]. WTO definira FDI kao ulaganja kojima ulagač iz jedne zemlje stječe imovinu u drugoj zemlji s namjerom da tom imovinom i upravlja. UNCTAD (United Nations Conference for Trade and Development) ih definira kao ulaganja koja uključuju dugoročni odnos i odražavaju trajni interes i kontrolu rezidenta jedne zemlje nad poduzećem rezidenta zemlje koja nije zemlja stranog ulagača. Ovo ulaganje je investicija koja uključuje dugoročni interes u stranoj privredi, pri čemu investitor stječe odlučujuću ulogu u upravljanju poduzećem. Smatra se da ulagač s većim udjelom ima velik utjecaj na donošenje bitnih odluka vezanih uz upravljanje poduzećem, premda nema većinski vlasnički udio. To ih razlikuje od drugih obilika priljeva privatnoga inozemnoga kapitala.[17]

[15] ibidem
[16] Hill, W.L.C. (1998) *International Business: Competing in the Global Marketplace*, 2nd edition, The McGraw-Hill Companies Inc., USA
[17] Pletikosa D. (2015) – Investicije i profitabilnost hotela u Hrvatskoj, Acta turistica, Vol.27 No.1 Lipanj 2015., str. 93-117., [Internet], dostupno na: http://hrcak.srce.hr/141810, [10.04.2017.]

Prvi način je investiranje u potpuno novi pogon ili djelatnost (engl. greenfield investment), a drugi način je preuzimanje ili spanjanje s već postojećim poduzećem (engl. brownfield investment).

Greenfield investicije („investicije u ledinu“) podrazumjevaju ulaganje u nove projekte, odnosno uspostavljanje potpuno novih postrojenja, filijala kao i neopipljivih oblika kapitala. Investicija se pokreće od praznog zemljišta (zelenog polja) te se najčešće radi o velikim kapitalnim ulaganjima- Matična kompanija ima potpunu kontrolu nad poslom koji obavlja te posjednuje vlastiti tehnički know know na temelju kojeg uspostavlja poslovanje. Poduzeće pri tome koristi sredstva i kapital matičnog poduzeća za izgradnju nekretnina, pribavljanje sirovina i materijala, proizvoda i usluga, te zapošljavanje radne snage. Međutim, ove investicije najrijeđe se javljaju jer je rizik investiranja velik, pogotovo ako se radi o tranzicijskim zemljama.

Brownfield investicije (mergers & acquisitions) odnose se na proces pripajanja ili spajanja sa lokalnim poduzećima od strane stranog investitora. Strani investitor tako kupuje već postojeće zgrade, skladišta, poduzeća s ciljem pokretanja novih ili proširanja postojećih poslovnih aktivnosti. Novi vlasnik preuzima kontrolu u preuzetim poduzećima kako bi njima upravljao efikasnije od prethodnog vlasnika. U zemljama u tranziciji ovaj oblik investiranja je češći nego greenfield investicije, iz razloga što u tim zemljama postoji mnogo neiskorištenih kapaciteta kao i velikih kompanija iz socijalističkog perioda koje čekaju proces privatizacije ili stečaja.[18]

[18] Babić, A., Pufnik, A., Stučka, T (2001).: *Teorija i stvarnost inozemnih izravnih ulaganja u svijetu i u tranzicijskim zemljama s posebnim osvrtom na Hrvatsku* str. 9, HNB, Zagreb

3. INVESTICIJE U TURIZMU

3.1. Pojmovno definiranje turizma

Turizam se danas opravdano smatra globalnim fenomenom. Teško je jedinstvenom definicijom obuhvatiti sve ekonomske, društvene, kulturološke i brojne druge odnose koje turizam određuje. U suvremenoj turističkoj teoriji definicije turizma svrstavaju se u dvije kategorije: demand side definicije (s aspekta potražnje) i supply side definicije (s aspekta ponude).

WTO i UNSTAT 2001. godine daju novu definiciju pojma turizam koja je označila važan korak naprijed u poimanju turizma i mogućnosti njegova praćenja: "Turizam obuhvaća sve aktivnosti osoba na putovanju i prilikom boravka u mjestima izvan njihova uobičajenog okruženja u razdoblju ne duljem od jedne godine, a u svrhu odmora, poslovnih i ostalih razloga".[19]

Supply side definicije određuju turizam s aspekta ponude, tj. prema nositeljima turističkog poslovanja. Budući da turistički proizvod predstavlja skup različitih proizvoda i usluga koje su output brojnih djelatnosti i industrija, važno je istaknuti da turizam po definiciji nije industrija i nema svoje zasebno mjesto u sustavu nacionalnih računa. U sustavu Nacionalne klasifikacije djelatnosti u Republici Hrvatskoj ne navodi se turizam kao djelatnost, ali su različite djelatnosti koje tvore turistički proizvod razvrstane u razrede: 55 i 56 (djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, 79 (putničke agencije, organizatori putovanja (turoperatori) i ostale rezervacijske usluge).

Međunarodni sustav klasificiranja djelatnosti (ISIC) prilagođen je potrebama turističke statistike – tako je nastala SICTA – Standards Classification of Tourism Activities, a predstavlja dio ISIC-a koji se sastoji od onih djelatnosti koje glavni dio prihoda ostvaruju temeljem turističkog prometa.

[19] WTO; UNSTAT (1994) - Recommendations on Tourism Statistics, [Internet], dostupno na: http://www.e-unwto.org/action/doSearch?AllField=Recommendations+on+Tourism+Statistics, [04.05.2017.], prema Petrić L. – Osnove turizma

Prema SICTA, osnovne turističke djelatnosti su:

- pružanje usluga u hotelima i sličnim objektima
- vlasništvo nad sekundarnim rezidencijama
- pružanje usluga u restoranima i sličnim objektima
- željezničke putničke prijevozničke usluge
- cestovne usluge putničkog prijevoza
- usluge prijevoza putnicima u vodenom prometu
- usluge prijevoza putnicima u zračnom prometu
- podržavajuće prijevozne usluge
- iznajmljivanje prijevozne opreme
- usluge putničkih i sličnih agencija
- kulturne usluge
- sportske i ostale rekreacijske usluge[20]

3.2. Sažeti pregled povijesnog razvoja turizma

Čovjek je već od samih početaka svoje povijesti putovao, selio iz raznih razloga i pobuda. Stoga se u teoriji često provlači teza da je i turizam, koji je nezamisliv bez putovanja, pojava stara koliko i čovječanstvo, odnosno da je započeo s prvim putovanjima i migracijama. Međutim, takav je stav teško prihvatljiv kada se zna da su ta prva putovanja uglavnom bila povezana s pitanjima egzistencije, kao što je potraga za boljim uvjetima za prehranjivanje ili pak iz ratničkih pobuda.. Neki teoretičari zastupaju tezu da se turizam počeo razvijati u trenutku kada je čovječanstvo doseglo određeni stupanj civilizacije i razvoja, odnosno kada je čovjek počeo živjeti u organiziranim zajednicama što se poklapa s pojavom novca i razvojem trgovine oko 4000 g. p.n. e. za što su zaslužni Sumerani (Babilon). U tom razdoblju su se, naime počela javljati i prva putovanja motivirana trgovinom, stjecanjem novih znanja, kulturnim potrebama ili zdravstvenim razlozima. Putovanja iz zadovoljstva javljaju se već u antičkom dobu – putovanja motivirana sportskim događajima i hodočašćima u Grčkoj te procvat za vrijeme Zapadnog rimskog carstva kada Rimljani putuju u svrhu odmora, posjeta liječilištima koristeći razgranatu cestovnu mrežu.

[20] Preuzeteo iz: Petrić L., Šimundić B., Pivčević S.(2013) – *Ekonomika turizma,* str. 42-43, interna skripta, Ekonomski fakultet u Splitu

Nakon raspada Zapadnog rimskog carstva putovanja u svrhu razonode i rekreacije zamiru zbog nesigurnosti na putovima. Tek od 12. stoljeća europski putovi postaju sigurniji, a prva masovnija putovanja potiče Crkva koja organizira hodočašća vjernika. U razdoblju humanizma i renesanse u Europi se širi želja za upoznavanjem novog, za doživljajem prirode što potiče tadašnju intelektualnu elitu na putovanja Europom. Od sredine 16. sve do sredine 19. stoljeća mladi pripadnici plemstva, aristokracije i bogatih trgovaca odlaze na putovanja, poznatija pod imenom "Grand Tour of Europe" koja postaju neizostavnim dijelom njihova školovanja i obrazovanja. Trajala su 2-4 godine, a obuhvaćala su uglavnom zemlje Mediterana-kolijevke civilizacije i kulture. Iako se u analizi putovanja kroz povijest nailazi na određena obilježja putovanja suvremenog turista, do sredine 19.stoljeća. (kraj predturističke i početak turističke epohe) nisu postojali osnovni uvjeti za nastanak i razvoj turizma u pravom smislu riječi.

Turistička epoha počinje sredinom 19. stoljeća kada putovanja dobivaju na masovnosti - ne putuju samo predstavnici aristokracije već i pripadnici drugih društvenih slojeva, između turista i ambijenta dolazi do aktivnog međuodnosa, svi se osnovni faktori turizma snažno razvijaju i djeluju stvarajući masovnu, društvenu potrebu za turističkom rekreacijom, sezona postaje pretežito ljetna, kupališna, uloga države je aktivna, turizam postaje snažan ekonomski faktor i djeluje kao posljedica i faktor privrednog razvoja. Važna faza u razvoju turizma jest početak organiziranih putovanja – 1841. kada Thomas Cook organizira prvi izlet kojim postiže dobar poslovni uspjeh te osniva prvu putničku agenciju. U narednim godinama Cook organizira niz izleta i putovanja, a njegova organizacijska rješenja preuzimaju brojni poduzetnici u Engleskoj i diljem Europe, što označava početak turističke epohe u pravom smislu riječi.[21]

Suvremeni turizam nastao je kao rezultat tehničko tehnološkog i općeg civilizacijskog napretka koji se odrazio u rastu životnog standarda i raspolaganju s više slobodnog vremena. Najvažniji pojedinačni koraci u napretku posljedica su tehničkog razvoja u cestovnom prometu (uz činjenicu da u razvijenim zemljama svaka obitelj posjeduje automobil) te razvoja u zračnom prometu.

[21] Prema Petrić L. – *Osnove turizma* (str. 5-12), interna skripta, EFST

3.3. Turizam – ekonomski pojam i ekonomski odnos

Turizam je skup određenih odnosa, tzv. turističkih odnosa jer nastaju u "vrijeme putovanja i boravka posjetitelja." Dio je društvenih, ekonomskih i uopće proizvodnih odnosa konkretnog društva. Ekonomski sadržaji tih odnosa nastaju u procesu privređivanja, tj. proizvodnje i potrošnje dobara koja zadovoljavaju turističke potrebe.[22]

Turizam se kao ekonomska pojava može promatrati s različitih aspekata. Ukoliko ga promatramo i definiramo isključivo kao ekonomsku pojavu u užem smislu, onda se turist jednostavno poima kao potrošač, a turizam kao svojevrstan potrošački pokret kojemu je cilj zadovoljenje raznovrsnih turističkih potreba. U promatranju turizma kao ekonomske pojave nužno je analizirati sve aspekte turizma kao ekonomske pojave, a ne samo one u sferi potrošnje.[23]

Prema supply side definiciji, turizam se ne može kategorizirati kao industrija budući da nema vlasitito mjesto u sustavu nacionalnih računa – kako na međunarodnoj razini tako ni u Republici Hrvatskoj. Kako bi se ekonomski učinci mogli pratiti, nakon usvajanja novog Sustava nacionalnih računa (1993.) razvijen je unificirani sustav praćenja ekonomskih učinaka turizma nazvan turistička satelitska bilanca (Tourism Sattelite Account – TSA). Za razliku od drugih (lokalnih, regionalnih, nacionalnih i dr.) turističkih statističkih podataka koji se mahom odnose na tokove posjetitelja (brojevi posjeta i noćenja), TSA detaljno analizira ekonomske učinke turizma na gospodarstvo – potražnja za dobrima i uslugama u nacionalnoj ekonomiji povezanih s turizmom, međuodnos potražnje s ponudom u nacionalnoj ekonomiji i međuodnosi ponude turističkih i s turizmom povezanih dobara s ostalim gospodarskim djelatnostima.[24] Posebno važno svojstvo TSA za ovo istraživanje jest to što omogućuje kvantificiranje kapitalnih investicija u turizam.

[22] Petrić L., Šimundić B., Pivčević S. (2013) – *Ekonomika turizma* str. 9, interna skripta, Ekonomski Fakultet u Splitu
[23] Dulčić A. (1991) - *Turizam - načela razvoja i praksa*, Institut za turizam, Zagreb
[24] Eurostat (2016) - Tourism Satellite Accounts in Europe, [Internet], dostupno na: http://ec.europa.eu/eurostat/documents/7870049/7880233/KS-FT-17-002-EN-N.pdf

3.4. Specifičnosti investiranja u turizmu

Turizam je, kao što je prethodno rečeno globalni fenomen na ekonomskoj, društvenoj i kulturološkoj razini. Prema istraživanjima koje provodi WTO, kvantitativni podatci ukazuju na kontinuirani rast turističke aktivnosti (posljednji trendovi upućuju na rast po nižoj stopi). 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.[25] Budući da se radi o izrazito heterogenom fenomenu, koji obuhvaća brojne djelatnosti, turizam otvara različite mogućnosti za investiranje. Investicije u turizmu moguće je podijeliti po mnoštvu kriterija, no najčešće se kategoriziraju prema djelatnosti koju je moguće vezati uz turističku potrošnju. Zanimljiva klasifikacija je još i na domaće i strane, te investicije koje potiču iz privatne inicijative i državne investicije koje su vrlo važne jer se rijetko odnose na neposredno proširenje ponude, a češće na stvaranje nužnih infrastrukturnih (prometnih, komunalnih i drugih) uvjeta za privlačenje privatnih investitora. Nužno je istaknuti kako je turizam iznimno kapitalno intenzivno područje za investiranje – investicije su izrazito velike uz relativno duge rokove otplate. Metode mjerenja i mjerenje efikasnosti investicija kasnije će se detaljnije obraditi. Glavnina investicija u turizmu, na međunarodnoj razini i u Republici Hrvatskoj odnosi se na ulaganja u objekte za smještaj i luke nautičkog turizma kao izdvojenu kategoriju. Kao što je istaknuto, investicije se i u turizmu mogu podijeliti na greenfield i brownfield investicije. Brojni su faktori koji utječu na privlačenje i obujam stranih, ali i domaćih investicija. U turizmu investitori prepoznaju atraktivnost i jedinstvenost destinacije, tj. subjektivnih faktora koji privlače i turističku potražnju i potencijal za komercijalizaciju resursa. Investitore u turizmu, kao i u drugim djelatnostima, zanima isplativost investicije u korelaciji s rizikom realizacije, rokovima i ostalim vanjskim čimbenicima.

Prema istraživanju UNCTAD-a (2010), 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-ima je samo oko 1 do 2%, a ulaganja su najviše usmjerena u zemlje u razvoju. U tranzicijskim zemljama je proces privatizacije devedesetih godina prošlog stoljeća bio među glavnim

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

pokretačima takvih ulaganja pri čemu su inozemni investitori uglavnom kupovali i obnavljali stare hotele.[26]

3.4.1. Učinci investicija kao komponente razvoja turizma

Turistička destinacija je složen gospodarski i socio-kulturni sustav sa mnoštvom stakeholdera s različitim interesima. Razvoj turizma donosi brojne prednosti i pozitivne učinke za destinaciju, no ako se njime ne upravlja adekvatno, rezultira nizom problema. U planiranju i razvoju turizma potrebno je jasno utvrditi sve učinke turizma, minimizirati one negativne i optimizirati koristi koje on donosi za destinaciju. U tome moraju aktivno sudjelovati sve strane involvirane u turistička kretanja - investitori, lokalna vlast, ali i turisti. U tom dijelu vrlo veliku ulogu ima marketing koji je s vremenom dobio širu ulogu od samog privlačenja turista u destinaciju. Njegova primama zadaća vise nije samo privlačenje turista nego i slanje odgovarajućih poruka potencijalnim turistima koje ce ih senzibilizirati s destinacijom koju posjećuju i na taj način onemogućiti ili minimalizirati negativne efekte razvoja turizma. [27]

Doprinos turizma gospodarskom razvoju nekog područja očituje se u njegovu utjecaju na investicije, dohodak ili zaposlenost, uzrokujući njihov porast, a time u pravilu i porast životnog standarda pojedinca i zajednice u kojoj se odvija. On utječe i na poboljšanje platne bilance te razvoj nedovoljno razvijenih regija[28] . Najobuhvatnija metoda analize učinaka turizma na razvoj je metoda funkcionalne analize koja makroekonomske veličine povezuje s turističkom potrošnjom. Metoda funkcionalne analize sadrži deset temeljnih ekonomskih funkcija turizma: multiplikativna, induktivna, konverzijska funkcija, funkcija zapošljavanja, poticanja međunarodne razmjene dobara, apsorpcijska funkcija, funkcija uravnoteženja platne bilance, funkcija razvoja gospodarski nedovoljno razvijenih područja te integracijska i akceleracijska funkcija.[29]

Razvoj turizma u pojedinoj destinaciji posljedica je investicija, a u slučaju uspješnog razvoja znači i dajnje privlačenje investitora. Kao što je naglašeno, razvoj turizma u destinaciji mora biti rezultat integralnog upravljanja i strateškog te operativnog planiranja što uključuje i poticanje i privlačenje

[26] Pletikosa D. (2015) – Investicije i profitabilnost hotela u Hrvatskoj, Acta turistica, Vol.27 No.1 Lipanj 2015., str. 93-117, [Internet], dostupno na: http://hrcak.srce.hr/141810, [10.04.2017.]
[27] Marušić, M., Prebežac, D. (2004) - *Istraživanje turističkih tržišta,* Adeco, Zagreb
[28] Petrić L. – *Osnove turizma* , EFST, Split
[29] Čavlek N. et al. (2011) – *Turizam – Ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb

investicija ali i ograničavanje investicijskih aktivnosti na projekte koje donose prednosti i koristi što širem spektru sudionika u procesu. Postoji niz negativnih primjera naglog razvoja, uglavnom masovnog turizma od sredine 20. stoljeća pa sve do danas, a posljedica su pohlepe investitora kojima je dopuštena gradnja bez adekvatne kontrole i urbanističkog planiranja.

O brojnosti turista koji posjećuju odredene prostore ovisit će i intenzitet negativnih učinaka na okoliš koji se manifestiraju u smanjenju kvalitete zraka, vode, povećanju buke, promjeni izgleda krajolika, povećanju urbanizacije, oštećenju flore i faune, i sl.[30] Tome treba dodati i potencijalne negativne utjecaje na domicilno stanovništvo u turističkim destinacijama, kao što su stvaranje gužvi koje otežavaju ili onemogućavaju lokalnom stanovništvu pristup atrakcijama, prevelika komercijalizacija i modifikacija lokalnih obicaja i tradicije, degradacija lokalnog kulturnog naslijeđa i drugo.[31]

3.4.2. Investicije u startup kompanije u turizmu

Tehničkim i tehnološkim razvojem i dominantnom integracijom tehnloških rješenja u svakodnevni život ljudi dolazi do tzv. startup revolucije. Mladi visokoobrazovani profesionalci pronalaze rješenja i načina za povećanje efikasnosti u gotovo svim ljudskim djelatnostima i aktivnostima. U takvim kompanijama poslovanje se zasniva na poduzetničkoj ideji kreativnog pojedinca koji, često uz pomoć stručnjaka u poduzetničkim inkubatorima, ideju postepeno pretvara u tržišno konkurentan proizvod. Ovakva rješenja prisutna su i u turizmu, na globalnom tržištu gdje Hrvatska ima nekolicinu vlastitih predstavnika poput web stranice i aplikacije za kupovinu autobusnih karata GetbyBus i sustava za upravljanje i prodaju smještajnih kapaciteta – Rentlio. Najveći svjetski startup projekti usko su vezani uz turističku djelatnost. AirBnb je relativno malom vremenskom okviru postao jedan od ključnih posrednika u iznajmljivanju privatnog smještaja, a unio je bitne promjene u prikupljanju povratnih informacija o domaćinu ali i o gostu. U pružanje usluga prijevoza putnika svojevrsnu revoluciju unio je UBER kojeg su slijedili Lyft i manji broj kompanija temeljenih na sličnom konceptu. Kao što je već naznačeno, ovakvi projekti privlače investitore prezentacijom (engl. pitch) na konferencijama i događajima posvećenim promociji startup kulture. Najuspješnija rješenja često otkupljuju veće međunarodne kompanije koje

[30] Inskeep, E., (1991) - *Tourism planning*, Van Nostrand Reinhold, New York
[31] WTO (1998) - *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*, WTO, Madrid

nastavljaju razvoj ili ih prilagođavaju široj uporabi. U odnosu na tradicionalne investicije u turizam, investicije u startup kompanije su značajno niže a glavni razlozi su u pravilu niži troškovi koji se najčešće odnose na kreiranje software-a odnosno aplikacije i izrada i implementacija marketinškog miksa.

3.4.3. Investicije u turizam u Republici Hrvatskoj

Turizam i hotelijerstvo u Hrvatskoj su označeni kao strateške aktivnosti te potencijalno značajni pokretači ulaganja i generatori rasta nacionalnog gospodarstva[32]. Njihovo poslovanje i razvoj na konkurentskoj osnovi određeni su nepovoljnim makroekonomskim okruženjem i poslovnom klimom u zemlji. Sustav poticaja ulaganjima je još uvijek u fazi oblikovanja, a nije dovršen ni proces privatizacije hotelskih društava. Učestale promjene zakona ugrožavaju stabilnost poslovanja, a porezno opterećenje ne stvara konkurentski okvir poslovanja i ulaganja. Popunjenost kapaciteta je ispod granice profitabilnog poslovanja, a unatoč rastu prihoda hotelijeri posluju s gubitkom, uz smanjenje likvidnosti i ulaganja. Struktura smještajnih kapaciteta je nepovoljnija nego kod konkurenata, s manjim udjelom hotelskih u ukupnim kapacitetima. Manje se investira u nove hotelske proizvode i greenfield projekte. Hoteli imaju niži godišnji prihod i broj zaposlenih po sobi, ali je udio troškova rada u ostvarenim ukupnim prihodima viši nego u konkurentskim zemljama.[33] Financiranje u turizmu odvija se na više razina, od državne do razine pojedinačnih poduzeća. Pri tome se najviše koriste krediti poslovnih banaka, subvencionirani krediti HBOR-a, poticaji Ministarstva turizma te sredstva EU fondova. Manje su zastupljeni drugi oblici financiranja poput leasinga[34], faktoringa[35], korporacijskih obveznica, javno-privatnog partnerstva i inozemnih izravnih ulaganja. Gotovo su nepoznati novi financijski instrumenti kao što je

[32] Ministarstvo turizma (2013) - Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, [Internet], dostupno na: http://www.mint.hr/default.aspx?id=7973, [11.04.2017.]
[33] Horwath HTL (2013) Poslovanje hotelijerstva u Hrvatskoj 2012. Zagreb: Horwath Consulting
[34] Leasing ili davanje u najam je slučaj u kojem se društvu daje na upotrebu i pod kontrolu neko sredstvo bez da nad njim stekne vlasništvo. To je pisani sporazum kojim se dopušta upotreba sredstava za određeno vremensko razdoblje.
[35] Factoring je specifičan oblik kratkoročnog financiranja na temelju prodaje kratkoročne, po pravilu, neosigurane aktive poduzeća specijaliziranoj financijskoj organizaciji koja se naziva Factor.

primjerice sekuritizacija[36] potraživanja. Razlozi za to su u nedostatnoj razvijenosti tržišta kapitala i nepotpunoj zakonodavnoj strukturi.[37]

Investicije u razvoj novih hotelskih projekata ili obnovu postojećih, po smještajnoj jedinici su visoke, a uvjeti restriktivnog financiranja i niske profitabilnosti poslovanja dovode do njihovog usporavanja i odlaganja. Ulaganja se većinom svode na rekonstrukciju postojećih objekata, a samo u manjoj mjeri na izgradnju novih hotela. Na nepovoljan trend ulaganja u hotelijerstvo djelovalo je više činitelja poput otežanog financiranja od strane komercijalnih banaka, krize i smanjene mogućnosti financiranja razvoja putem vlastite akumulacije. [38]

Eksponencijalni rast turističke potražnje koji se u Hrvatskoj bilježi u periodu nakon izlaska glavnih emitivnih tržišta iz svjetske financijske krize identificira se kao jedan od glavnih uzroka rasta investicijske aktivnosti u sektoru turizma. Najvažniji investicijski projekti vezani uz turizam naknadno će se detaljno predstaviti. Republika Hrvatska raspolaže iznimnim prirodnim i kulturno-povijesnim resursima, što je uz idealan geografski položaj i prometnu povezanost čini izrazito atraktivnim prostorom za ulaganje u turizam. Bitno ograničenje u privlačenju stranih investitora je opterećen i zastario birokratski sustav podložan političkim pritiscima. Vrijeme potrebno za obradu najosnovnijih zahtjeva i opća nepouzdanosti u pružanju i prijenosu informacija predstavljaju obeshrabrujući faktor za investitore, poglavito s obzirom da su investicije visokog kapitalnog intenziteta uz dugoročne stope povrata. Uz tromu administraciju, ograničenje predstavlja i nepovoljna porezna politika i nedostatak podrške i eventualnog subvencioniranja investitora (poglavito za investicije u gospodarski slabo razvijena područja), visoki troškovi zaposlenika, česta opterećenost značajne imovine društava dospjelim dugovanjima (kod brownfield investicija; preuzimanja najčešće nacionalnih kompanija), nerješena vlasnička pitanja za zemljišta, dugotrajni pravni sporovi i mnogi drugi. Važnost poticanja i privlačenja investicija prepoznata je od strane odgovornih institucija u Republici Hrvatskoj koji ulažu napore u rješavanje prethodno navedenih problema i stvaranju povoljnije investicijske klime. Najvažnije institucije koje sudjeluju u navedenim aktivnostima su:

[36] Sekuritizacija (engl. securitization, njem. Umwandlung in Wertpapiere), proces pretvaranja neprenosivih oblika potraživanja (npr. kredita) u prenosive instrumente, tj. u vrijednosne papire.
[37] Pletikosa, D. (2008) Financing Development of Tourism in Croatia through Future Flow Securitization. Zagreb International Review of Economics & Business, Special Conference Issue. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. pp. 157-172
[38] ibidem

Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Ministarstvo financija i Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije te Hrvatska gospodarska komora. Pri tome tijela izvršne i zakonodavne vlasti (Vlada Republike Hrvatske i Hrvatski sabor) predlažu i donose konkretna zakonska rješenja, a Hrvatska gospodarska komora izrađuje programe, brošure i vrši promotivne aktivnosti, uspostavlja direktne kontakte s investitorima i pruža im određenu razinu operativne podrške.

Zakonom o poticanju i unaprjeđenju investicijskog okruženja[39] RH osigurala je potreban pravni okvir kojim će se stvoriti pretpostavke za povećanje broja, ali i kvalitete, investicijskih projekata koji će se realizirati u RH radi unosa nove opreme i suvremenih tehnologija, veće zaposlenosti i izobrazbe zaposlenika, razvoja proizvoda i usluga više dodane vrijednosti, povećanja poduzetničke konkurentnosti, ravnomjernog regionalnog razvoja RH te učinkovitijeg raspolaganja resursima i korištenja teritorijalnog kapitala. Poticanje investicija i poticanje unaprjeđenja investicijskog okruženja u RH u smislu Zakona predstavlja sustav poticajnih mjera za investiranje i poticajnih mjera za pravodobno ostvarenje potrebnih investicijskih aktivnosti. Agencija za investicije i konkurentnost i HAMAG INVEST nadležni su za koordinaciju aktivnosti ostvarenja investicijskih projekata u suradnji sa investitorima i nadležnim tijelima državne uprave, lokalne i područne (regionalne) samouprave, te s drugim pravnim osobama uključenim u ostvarivanje investicijskih projekata na teritoriju RH.[40] Zakonom su definirane sljedeće poticajne mjere[41]:

1. porezni poticaji - smanjenje stope poreza na dobit, ovisi o visini investicije i broju novootvorenih radnih mjesta

2. bespovratna novčana potpora za otvaranje novih radnih mjesta - ovisi o stopi nezaposlenosti u županiji u kojoj se realizira projekt

3. bespovratna novčana potpora za stručno usavršavanje - ovisi o veličini poduzetnika i vrsti usavršavanja

[39] Narodne novine (2012) – Zakon o poticanju investicija i unapređenju investicijskog okruženja, [Internet], dostupno na: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2012_10_111_2391.html, [31.05.2017.]
[40] Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta (2017) - Zašto investirati u Hrvatsku?, [Internet], dostupno na: http://www.mingo.hr/page/kategorija/investicije, [31.05.2017.]
[41]Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta (2017) - Vodič kroz zakon o poticanju investicija, [Internet], dostupno na: http://www.mingo.hr/page/kategorija/vodic-kroz-zakon-o-poticanju-investicija, [31.05.2017.]

4. dodatna potpora za otvaranje novih radnih mjesta za određene poslovne aktivnosti - ovisi o vrsti aktivnosti, potpore za otvaranje novih radnih mjesta uvećavaju se za određene postotke, ovisno o vrsti poslovne aktivnosti

5. bespovratna novčana potpora za kupnju opreme/strojeva kod razvojno-inovacijskih aktivnosti - potpora u visini do 20% opravdanih troškova kupnje opreme/stroja

6. bespovratna novčana potpora za kapitalne troškove projekata većih od 5 milijuna eura koji otvaraju više od 50 novih radnih mjesta - ovisi o stopi nezaposlenosti u županiji u kojoj se realizira projekt

7. bespovratna novčana potpora za otvaranje novih radnih mjesta kod radno intenzivnih projekata- ovisi o broju novih radnih mjesta

Umanjena stopa poreza na dobit obračunava se prilikom prijave poreza na dobit. Bespovratna novčana sredstva za ulaganja u dugotrajnu imovinu odobravaju se po isteku prve godine ulaganja, a bespovratna novčana sredstva za otvaranje novih radnih mjesta po isteku prve godine od otvaranja novih radnih mjesta

Osim Zakona o poticanju i unaprjeđenju investicijskog okruženja, posebnu važnost ima Zakon o strateškim investicijskim projektima RH koji razlikuje privatne, javne i javno-privatne investicijske projekte, a uključuje građenje građevina iz brojnih područja uključujući turizam. Zakon postavlja uvjete (vrijednosne, s obzirom na djelatnosti i s obzirom na očekivane učinke) čijim se zadovoljenjem projekt svrstava u kategoriju strateških.[42]

Navedeni zakoni predstavljaju najvažniji dio pravnog okvira politike privlačenja investicija koja se provodi u Republici Hrvatskoj. Budući da je turizam jedan od najperspektivnijih i najvažnijih gospodarskih grana, privlačenju investicija u turizam se pridaje osobita važnost. Osim navedenih zakona, postoji još niz mjera i programa poticanja investicija na regionalnoj razini, a poglavito u područjima posebne državne skrbi. Kako bi se izbjegla devastacija i nepoželjne posljedice razvoja, potrebno je pažljivo i odgovorno upravljati (posebiec greenfield) investicijskim projektima.

[42] Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta (2017) - Vodič -Strateški investicijski projekti RH, [Internet], dostupno na: http://www.mingo.hr/page/kategorija/strateski-projekti-rh, [31.05.2017.]

4. MJERENJE EFIKASNOSTI INVESTICIJA

Osnovni problem razvoja hrvatskog hotelijerstva u razdoblju od 30 (1960. – 1990.) godina nije bila visina investicija, već njihova efikasnost.[43] U Hrvatskoj je profitabilnost investicija u hotele niska, odnosno rok povrata je predug. Struka kaže da je 60% zauzetosti smještajnih kapaciteta donja granica pri kojoj se može postići kvalitetan povrat investicije. 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%).[44] U dosadašnjem razvoju hrvatskog hotelijerstva plaćena je previsoka cijena, koja se ogleda u visokoj neefikasnosti i neučinkovitosti uloženog kapitala u hotelijersku djelatnost kao baznu turističku gospodarsku granu. Ukupni poslovni rezultati čitave grupacije hotelijerstva u velikom su raskoraku sa visinom uloženog kapitala i ukupnom naslijeđenom hotelskom ponudom.

Kako bi se ostvario što brži gospodarski razvoj nije dovoljno samo izdvajati znatna sredstva za investicije, potrebno ih je efikasno koristiti u duhu ekonomskih zakona maksimuma i minimuma. Investicijska sredstva mogu ostvariti dobre i loše rezultate. Uobičajena terminologija podrazumjeva produktivne ili neproduktivne, rentabilne ili nerentabilne investicije. Ovakvo poimanje produktivnosti odnosno rentabilnosti je izvedeno značenje jer su ti pojmovi vezani uz ljudski rad i stvaranje dohotka, a investicije kao i njeni derivati, osnovna i obrtna sredstva, su bez uloga rada mrtvi kapital koji ne stvara nikakav povrat. Ako su investicije dobro uložene odnosno ako su pomoću njih stvorena osnovna i obrtna sredstva koja se uspješno koriste, tada kažemo da su te investicije efikasne. Efikasnost (efektivnost) investicija najčešće se mjeri tzv. kapitalnim koeficijentima. Kapitalni koeficijent odgovara na pitanje koristi li se raspoloživi kapital učinkovito, odnosno, koliko je jedinica kapitala potrebno za stvaranje jedinice proizvoda. Na tržištu kapitala važan je obujan povrata na uloženi kapital u budućnosti – radi se o procjeni kolika

[43] Blažević B. (1995) – Ekonomski računi plasmana kapitala u hrvatskom hotelijerstvu 1960-1990, Opatija, Hotelijerski fakultet

[44] Pletikosa D. (2015) – Stavovi stučne javnosti o utjecaju domaćih i stranih ulaganju na uspješnost poslovanja u hotelijerstvu, Ekonomska misao i praksa, No.2 Prosinac 2015., str. 449-470. [Internet], dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=220324, [10.05.2017.]

su ulaganja potrebna u sadašnjem razdoblju kako bi se ostvario željeni povrat u budućem razdoblju.[45]

4.1. Kapitalni koeficijent

Pitanje mjerenja učinkovitosti investicija iznimno je složeno zbog toga što investicije izazivaju cijeli splet mjerljivih i nemjerljivih ekonomoskih i neekonomskih efekata. Za mjerenje efikasnosti investicija najčešće se koristi kapitalni koeficijent. Kapitalni koeficijent (engl. capital-output ratio, njem. Kapitalkoeffizient), omjer veličine vrijednosti investicijskih ulaganja i njima ostvarene proizvodnje, odnosno između broja novčanih jedinica koje treba uložiti da bi se dobila jedna novčana jedinica nove proizvodnje. Može se izražavati u prosječnom ili graničnom obliku.[46]

Izrazi za kapitalni koeficijent[47]:

$$K = \frac{IB\ (t-m)}{Yt-Yt-1} \qquad K = \frac{IN\ (t-m)}{NDt-NDt-1}$$

K – kapitalni koeficijent (marginalni)

IB – „bruto investicije“

IN – netto investicije

Y – domaći proizvod

ND – nacionalni dohodak

t – vrijeme

m – time lag

Kako bi kapitalni koeficijent bio što realniji potrebno je računati time lag kako bi se usklađivale investicije određenog perioda i efekti tih investicija.

---

[45] Blažević, B. (2007), *Turizam u gospodarskom sustavu* str 226-228, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

[46] Poslovni.hr (2017) – Leksikon, [Internet], dostupno na: http://www.poslovni.hr/leksikon/kapitalni-koeficijent-336, [10.05.2017.]

[47] Blažević, B. (2007), *Turizam u gospodarskom sustavu* str. 228, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Prosječni kapitalni koeficijent pokazuje odnos između vrijednosti fiksnih fondova/osnovnih sredstava i proizvodnje koja se ostvaruje tim sredstvima izražene nacionalnim dohotkom, domaćim proizvodom ili domaćim bruto proizvodom. Pokazuje koliko treba angažirati fiksnih fondova (u određenom vremenskom razdoblju) kako bi se proizvela jedinica ND, DP ili BDP.

Marginalni kapitalni koeficijent je odnos između vrijednosti investicija i priprasta proizvodnje izražene u ND, DP ili BDP. Pokazuje koliko sredstava treba investirati u promatranom razdoblju kako bi se ostvarila jedinica prirasta proizvodnje tj. jedinica ND, DP ili BDP.

Ponekad se efikasnost investicije izražava recipročnom vrijednošću kapitalnog koeficijenta (1/Km) što pokazuje koliki se učinak stvara investiranjem jedne jedinice angažiranih sredstava.

Prema Blaževiću, visoki marginalni koeficijent za ugostiteljsko turističko gospodarstvo pokazatelj je visoke neefikasnosti kapitala uloženog u ugostiteljstvo i turizam, ali i u cjelokupno gospodarstvo Hrvatske. U ugostiteljsko turističko gospodarstvo investiralo se između 3,5 do čak 15,3 jedinica kapitala kako bi se ostvarila jedna jedinica društvenog proizvoda, a u razdoblju 1983. – 1986. ostvaren je i negativan prirast (negativna vrijednost marginalnog kapitalnog koeficijenta) društvenog proizvoda u ugostiteljsktvu i turizmu[48]. Za promatrano razdoblje (za koje su dostupni podatci i za koje postoje izračuni) moguće je analizirati 4 etape ponašanja ponude kapitala u odnosu na njegovu efikasnost.

I. etapa: razdoblje 1960-1970; efikasnost investicija u turizmu pada, ponuda kapitala, tj. učešće investicija u turizmu raste; oko 1968.g. razlika je najveća, odnosno učešće investicija u turizmu u odnosu na ukupne investicije iznosi 13% (1963-1966 učešće 4,2%), efikasnost investicija u turizmu je pala (u razdoblju od 1961.-1970. sa 1,05 na 0,62 - za 41%)

II. etapa: razdoblje 1979-1980, efikasnost investicija pada za daljnjih 31 % (tj. od 0,62 na 0,43), a učešće investicija u odnosu na ostalo gospodarstvo pada mnogo brže (od 13,0% na 4,8 %) za čak 66%;

III. etapa: razdoblje od 1980.-1985. koje bilježi malo poboljšanje efikasnosti investicija za 32,5%, dok se učešće investicija ili ponude kapitala povećava mnogo brže, te iznosi čak 70%

[48] ibidem

IV. etapa: razdoblje 1986.-1990. razlika između ponude kapitala najmanja u odnosu na kretanje efikasnosti, tj. kada efikasnost ulaganja u turizam i ugostiteljstvo bilježi pad u odnosu na ostalo gospodarstvo za 24,6%, ponuda kapitala također je pala, ali sporije, tj. za 9,6%.[49]

4.2. Incramental Capital Output Ratio

Za investicije u turističke djelatnosti u gospodarstvu Republike Hrvatske u periodu nakon osamostaljenja i nastanka statističke osnove, izračunati će se vrijednosti Incramental Capital Output Ratio. ICOR je, prema definiciji, odnos između stope investiranja (udio investicija u BDP) i stope rasta realnog BDP. Od svog originalnog oblika do danas koncept ICOR-a se nije bitno mijenjao. Tri su koncepta ICOR; na temelju neto, bruto, odnosno novih investicija.Najčešće se koristi bruto koncept ICOR, pri čemu se u brojnik stavljaju bruto investicije u fiksni kapital.[50]

$$ICOR = \frac{\text{bruto investicije u fiksni kapital u postotku BDP - a}}{\text{stopa rasta realnog BDP - a}}$$

ICOR mjeri potrebno postotno povećanje udjela investicija u BDP da bi se ostvario porast stope rasta realnog BDP-a za 1%, uz danu efikasnost (ICOR).

Za potrebe analize kretanja investicija u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane definiramo vrijednost prosječnog ICOR u vremenskom razdoblju od 2000. – 2014. godine. U tablici 1 prikazane su vrijednosi korištene za izračun: postotni udio investicija u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u BDP-u, stope rasta BDP-a, te godišnje vrijednosti ICOR-a. U tablici 2 je potom prikazan izračun prosječne vrijednosti ICOR-a za dani period, pomoću prosječnih vrijednosti udjela investicija u fiksni kapital u BDP-u i prosječne stope realnog rasta BDP-a.

[49] Preuzeto iz: Petrić L., Šimundić B., Pivčević S. (2013) – Ekonomika turizma, interna skripta, Ekonomski Fakultet u Splitu

[50] Lovrinčević Ž., Mikulić D., Marić Z. (2004) – Efikasnost investicija i FDI – Stara priča, nove okolnosti, Ekonomski pregled, Vol.55 No.1-2 Veljača 2004., str. 3-43., [Internet], dostupno na: http://hrcak.srce.hr/14800, [07.05.2017.]

Tablica 1 : Vrijednost ICOR za investicije u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u razdoblju od 2000.-2014. godine

Godina	Udio investicija u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u BDP-u (%)	Stope rasta BDP-a	ICOR
2000.	0,3668	3,8	0,0974
2001.	0,4361	3,4	0,1270
2002.	0,8572	5,2	0,1634
2003.	0,9013	5,6	0,1622
2004.	0,9694	4,1	0,2374
2005.	0,8657	4,2	0,2079
2006.	1,3557	4,8	0,2833
2007.	1,2892	5,2	0,2503
2008.	1,1954	2,1	0,5822
2009.	0,9759	-7,4	-0,1322
2010.	0,4364	-1,7	-0,2565
2011.	0,4834	-0,3	-1,7187
2012.	0,6089	-2,2	-0,2784
2013.	0,6186	-1,1	-0,5814
2014.	0,8997	-0,5	-1,8296

Izvor: Vlastiti prikaz prema www.dzs.hr

Tablica 2 : Vrijednost ICOR za investicije u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u razdoblju od 2000.-2014. godine

Bruto investicije u fiksni kapital u postotku BDP	Stopa rasta realnog BDP	ICOR
0,81731	1,67547	0,48781

Izvor: Vlastiti prikaz prema www.dzs.hr

Prosječna vrijednost ICOR-a za razdoblje od 2000.-2014. iznosi 0,48781 što znači da je za ostvarenje stope rasta realnog BDP-a za 1% potrebno povećati udio investicija (u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane) za vrijednost ICOR-a.

4.3. Financijsko vrednovanje investicijskih projekata

Budući da se realizacija projekata odvija na tržištu, vrijednost robe usluga izražava se u novčanim, a ne naturalnim jedinicama. U planiranju investicijskih projekata se osim ekonomskog potencijala pojavljuje i financijski potencijal kao nužan preduvjet učinkovitog poslovanja i investiranja. Financijski potencijal podrazumjeva raspoloživa sredstva plaćanja u vijeku projekta kao što su gotov novac, akreditivi i ostalo. Veličina financijskog potencijala ovisi priljevu i odljevu financijskih sredstava u pojedinom razdoblju vijeka projekta tj. ovisi o financijskim tijekovima projekta. Planiranje financijskih tijekova ima dva temeljna cilja: proračun novčanih sredstava u bilanci stanja i osiguranje likvidnosti tokom izvedbe i poslovanja projekta. U vezi s financijskim aspektom investicijske odluke, bitno je pitanje da se se utvrdi financijska efikasnost investicijskih mogućnosti koja se izračunava na temelju financijskih efekata. Financijski efekti su novčani primitci, novčani izdatci i čisti novčani tijek kao razlika primitaka i izdataka. S gledišta investitora postoje četiri osnovne metode kojima se mjeri financijska efikasnost invesiticijskih mogućnosti:

4.3.1. Metoda čiste sadašnje vrijednosti (Net present value method)

Netto sadašnja vrijednost (NPV) je metoda financijskog vrednovanja investicije u kojoj sve tijekove novca diskontiramo na sadašjnu vrijednost, koristeći traženu stopu povrata. To je razlika između diskontiranih čistih novčanih primitaka u svim godinama efektuiranja i iznosa početnog investicijskog ulaganja.

$$NPV = \sum_{t=0}^{n} \frac{NPt}{(1+k)^t} - I$$

NPV – netto sadašnja vrijednost[51] I – uloženi investicijski iznos

k – diskontna stopa

NPt – netto primitci

T – vrijeme

[51] Blažević, B. (2007), *Turizam u gospodarskom sustavu* str 237, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Jedna varijanta metode čiste sadašnje vrijednosti oblikovanja je u anuitetsku metodu (Annuity method). Financijska efikasnost investicijskih mogućnosti ocjenjuje metodom perioda povrata (Payback Period Method) iako ona u svom izvornom obliku ne uključuje u račun vremensku preferenciju novca, nego se iznosti novčanih primitaka i izdataka uzimaju kao originalne veličine.

4.3.2. Interna stopa povrata (Internal rate of return)

Interna stopa povrata je diskontna stopa koja izjednačava sadašnju vrijednost očekivanih izdataka sa sadašnjom vrijednošću očekivanih primitaka. To je stopa kod koje je sadašnja vrijednost prihoda od projekta jednaka sadašnjoj vrijednosti investicija,a netto sadašnja vrijednost je nula.

$$E = \sum_{t=1}^{n} \frac{NPt}{(1 + Rr)}$$

E- iznos investicije[52]

NP – netto primitci novčanih sredstava u svakoj godini

t – broj perioda (godina) u kojima će investicije davati efekte

Rr – interna stopa rentabilnosti

4.4. Nacionalno – ekonomsko vrednovanje

Investicijski projekti imaju utjecaje na nacionalno gospodarstvo u cjelini. Utjecaj projekta na gospodarstvo iskazuje se kao troškovi i koristi projekta koji su teže uočljivi i mjerljivi jer ne moraju biti predmet razmjene na tržištu. Cilj identifikacije koristi i troškova projekta je saznanje koje koristi i koje troškove treba uključiti u analizu. Koristi kse mogu definirati kao pozitivni učinci projekta na ciljeve razvoja, te s gledišta društva predstavljaju ukupne outpute. Razlikuju se primarne ili izravne koristi i sekundarne ili neizravne koristi. Teže je ocijeniti nemjerljive koristi koje se ne mogu kupiti ni prodati jer se njihova vrijednost ne može odrediti pomoću cijena proizvoda. Njihova procjena se svoji na to jesu li pretežno pozitivne ili ne. Pri ocjeni društvene

[52] Blažević, B. (2007), *Turizam u gospodarskom sustavu* str 238, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

rentabilnosti ili u ekonomskoj ocjeni s gledišta društva primjenjuju se iste metode kao i u ekonomskoj ocjeni s gledišta projekta (metoda društvene netto sadašnje vrijednosti i metoda društvene interne stope rentabilnosti).

Dodatni kriteriji, kojima se ocjenjuje projekt su: učinak projekta na zaposlenost u zemlji, na platnu bilancu, pokazatelj rentabilnosti projekta na stranom tržištu, učinak na iskorištenje slobodnih kapaciteta, učinak na pojavu novih kapaciteta, utjecaj na tehničko tehnološku razinu društva, utjecaj na regionalni razvoj, utjecaj na radnu i životnu okolinu, utjecan ja ekonomsku i vojno stratešku neovisnost, sociološki aspekt – kvaliteta života i zdravlje ljudi.

Metoda koja se sve češće koristi u utvrđivanju društvene rentabilnosti ulaganja u turizam je cost - benefit analiza. Budući da prikazuje društevnu rentabilnost nekog investicijskog projekta, nužno ima makroekonomski pristup. Analiza troškova i koristi vodi se u stalnim cijenama, a polazi se od pretpostavke da je netko spreman uložiti neki iznos pod uvjetom da mu se nakon godinu dana vrati iznos + i (i označava godišnji pad vrijednosti novca). Pri provedbi cost -benefit analize veliki je problem utvrditi stopu pada vrijednosti novca i definirati geografski prostor za koji se vrši kalkulacija (uobičajeno je da se vrši na državnoj razini) . Za turističke projekte mora dati odgovor treba li ulagati u turizam ili ne tj. koje su koristi od prihvaćanja razvojnog projekta. Budući da ne postoji unificirani model cost – benefit metode za turizam, nužno je uočiti sve efekte promatranog razvojnog programa. Tako se u benefits (koristi) najčešće uvštavaju: prihodi od potrošnje turista na smještaj, hranu, zabavu, suvenire, neplaćeno zadovoljenje potreba (pojačan propagandni efekt, povećanje turističke prepoznatljivosti destinacije), povoljan utjecaj na internu likvidnost i platnu bilancu, povećana vrijednost nekretnina, mogućnost formiranja više cijene. U troškove (costs) uvrštavaju se: ukupni troškovi infrastrukture, troškovi javnog i privatnog sektora za zadovoljenje turitsičkih potreba, troškovi promocije, onečišćenja zraka, vode i okoliša te prirodnih ljepota, smanjenja u plaćanju radne snage i sl. Osim navedenih glavnih efekata, nužno je spomenuti indirektne efekte koji nastaju u konkuretnim i komplementarnim sektorima. [53]

[53] Blažević, B. (2007), *Turizam u gospodarskom sustavu* str 244., Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

5. TRENDOVI U INVESTICIJAMA U TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

Kako bi se u upravljanju razvojem turizma mogle donositi ispravne odluke, mora postojati precizna i sveobuhvatna statistička osnova. U Hrvatskoj postoji relativno dobra osnova na državnoj razini (DZS i HNB), no na nižim razinama potreba za prikupljanjem podataka nije prepoznata kao dovoljno važna. Državni zavod za statistiku u nacionalnim računima na godišnjoj razini prikuplja podatke o investicijama prema djelatnostima iz nacionalne klasifikacije djelatnosti iz 2007. godine. U ovom radu će se prikazati podatci za investicije za djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (NKD razred 55 i 56) budući da se za ostale djelatnosti koje tvore turističku ponudu podatci sustavno ne prikupljaju. Navedeni podatci čine glavninu turističkih investicija i smatra se da se njihovom analizom dolazi do vjerne slike kretanja investicija u turizam. U isključivo turističke djelatnosti spadaju još i aktivnosti putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatori) i ostalih rezervacijskih usluga (razred 79). Budući da su navedene djelatnosti znatno manjeg kapitalnog intenziteta u usporedbi s ulaganjima u poglavito smještajne kapacitete, za njih se ne prikupljaju podatci o investicijama. Na nacionalnoj razini je, zahvaljujući podatcima državnog zavoda za statistiku moguće dobiti uvid u stanje investicija, ali kao i za ostale kvantitativne podatke vezane uz turizam (ali i većinu drugih djelatnosti), na lokalnoj razini ne postoji gotovo nikakva osnova. Kao što je naglašeno, statistički podatci nužna su osnova za donošenje razvojnih odluka kako javnim tijelima tako i potencijalnim investitorima.

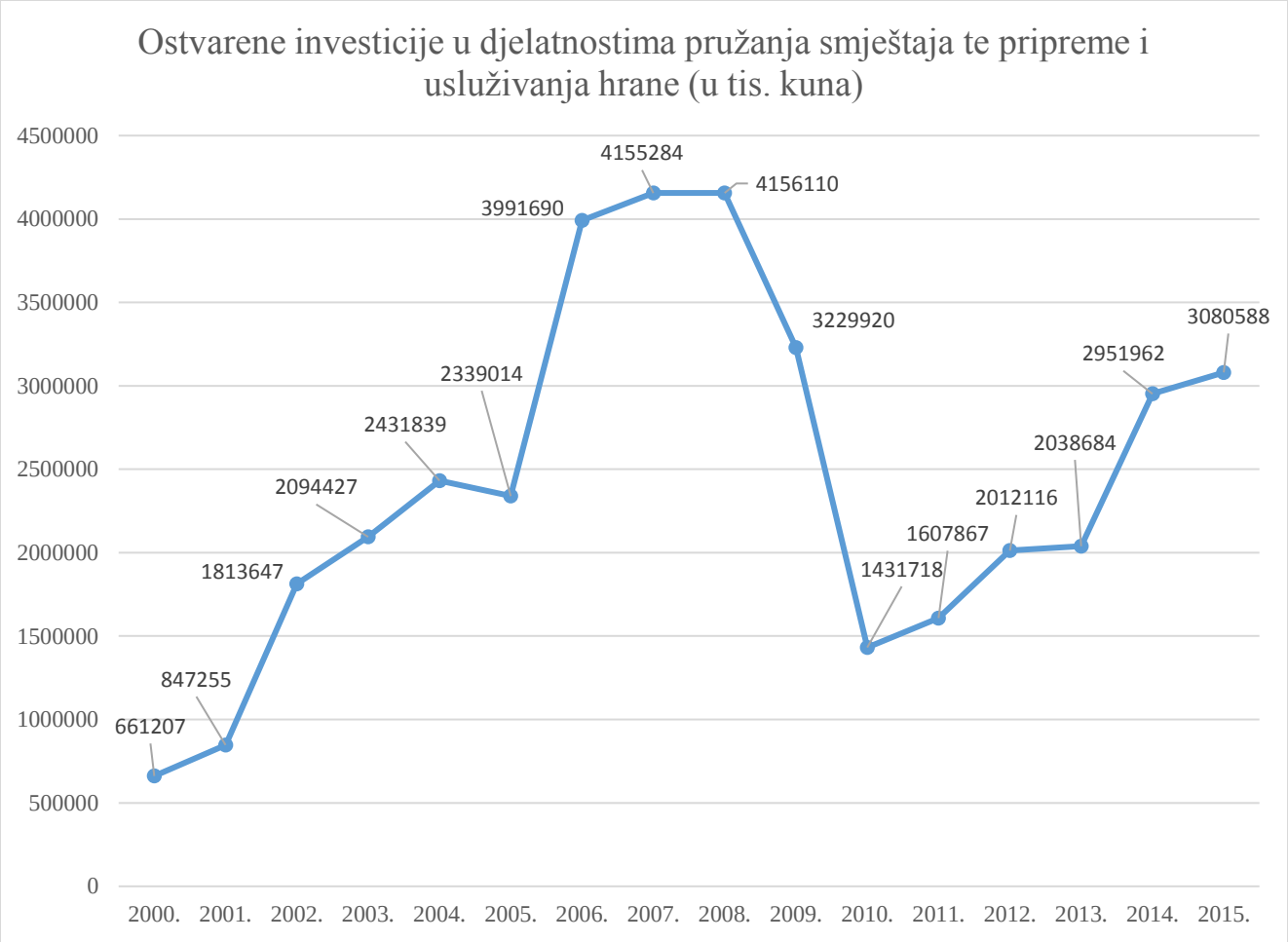
5.1. Investicije u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Tablica 3: Ostvarene investicije u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Godina	Ostvarene investicije u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (u tis. kuna)
2000.	661207
2001.	847255
2002.	1813647
2003.	2094427
2004.	2431839
2005.	2339014
2006.	3991690
2007.	4155284
2008.	4156110
2009.	3229920
2010.	1431718
2011.	1607867
2012.	2012116
2013.	2038684
2014.	2951962
2015.	3080588

Izvor: Vlastiti prikaz prema www.dzs.hr

Podatci pokazuju kako ulaganja bilježe stabilan rast (uz kraće periode stagnacije 2005. godine) sve do početka globalne financijske koja Hrvatsku pogađa 2008. godine. Tada je zabilježen značajan pad investicijskih aktivnosti koji se bilježi do 2010. godine kada vrijednost poprima najnižu vrijednost od 2001. godine. Uslijedio je rast, po relativno niskim stopama,a još nisu zabilježene vrijednosti iz predrecesijskog razdoblja.



Slika 1 : Ostvarene investicije u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Izvor: vlastiti prikaz prema www.dzs.hr

U grafičkom prikazu posebno se ističe izraziti rast ostvarenih investicija u periodu između 2005. i 2007. godine kada se iznost ostvarenih investicija gotovo udvostručio, a u 2008. doživio svoj vrhunac od 4,16 milijardi kuna. Nakon 2008.slijedi streloviti pad na vrijednosti iz ranih 2000tih godina.

Tablica 4: Ostvarene investicije u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane prema tehničkoj strukturi

Ostvarene investicije u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane 2000.-2013.						
Godina	Ostvarene investicije	Tehnička struktura				
		građevinski radovi	oprema			ostalo
			svega	domaća	uvozna	
2000.	661207	412383	219252	149319	69933	29572
2001.	847255	507723	307036	168746	138290	32496
2002.	1813647	1243416	440233	251162	189071	129998
2003.	2094427	1554581	465033	281945	183088	74813
2004.	2431839	1653175	620248	424197	196051	158416
2005.	2339014	1665329	508532	316661	191871	165153
2006.	3991690	2903019	733902	540744	193158	354769
2007.	4155284	3097894	750508	440070	310438	306882
2008.	4156110	3218902	753345	493316	260029	183863
2009.	3229920	2385762	726176	302673	423503	117982
2010.	1431718	1071808	299222	195230	103992	60688
2011.	1607867	1128937	389540	285651	103889	89390
2012.	2012116	1440164	491058	363909	127149	80894
2013.	2038684	1466838	455789	340771	115018	116057

Izvor: vlastiti prikaz prema www.dzs.hr

Nakon 2013. godine, u publikacijama DZS-a više se ne upotrebljava prikaz ukupnih investicija u dugotrajnu imovnu prema tehničkoj strukturi, investicije se dijele prema vrstama imovine.

Tablica 5: Ostvarene investicije u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane prema vrstama imovine

Bruto investicije u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u dugotrajnu imovinu prema vrstama imovine							
Godina	Ostvarene investicije	Građevinski objekti, prostori i građevine	Postrojenja i oprema s montažom	Transportna	Biološka	Intelektualna	Ostala
2014.	2951962	2164643	606982	28481	12217	17506	122133
2015.	3080588	2041545	794961	30576	11770	13077	188659

Izvor: Vlastiti prikaz prema www.dzs.hr

Od 2014. godine u publikacije o investicijama se uvrštava i klasifikacija investicija prema izvorima financiranja gdje je posebno zanimljivo promatrati vrijednosti sredstava iz fondova Europske unije.

Tablica 6: Izvori financiranja investicija u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Izvori financiranja investicija u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (u tis. kuna)						
Godina	Ukupno	Vlastita sredstva i zajednička ulaganja	Financijski krediti i financijski najam - leasing	Sredstva EU	Proračunska sredstva i sredstva ostvarena prema posebnim propisima	Ostalo
2014.	2951962	1210791	1723716	1383	12278	3794
2015.	3080588	1408795	1623049	38398	7650	2696

Izvor: vlastiti prikaz prema www.dzs.hr

Iz tablice je vidljivo kako su u Hrvatskoj investicije najviše financirane posuđenim sredstvima te vlastitim sredstvima. Poražavajući su iznosi financirani iz europskih fondova, no ipak je vidljiv izrazit rast u povučenim sredstvima u periodu od godine dana.

Tablica 7 : Relativni udio investicija u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u ukupnim investicijama

Godina	Udio investicija u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u ukupnim investicijama (%)
2000.	2,1575
2001.	2,5519
2002.	4,4526
2003.	3,8111
2004.	4,3095
2005.	3,9504
2006.	5,6190
2007.	5,3107
2008.	4,9637
2009.	4,7878
2010.	2,9619
2011.	3,4482
2012.	4,5609
2013.	4,5167
2014.	6,3387
2015.	6,6335

Izvor: vlastiti prikaz prema www.dzs.hr

U ukupnim investicijama, investicije u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane imaju relativno nizak udio. Bilježi se trend rasta nakon završetka financijske krize, koji je u skladu s činjenicom da turizam, odnosno djelatnosti koje su uz turizam vezane imaju sve veću važnost u domaćem gospodarstvu.

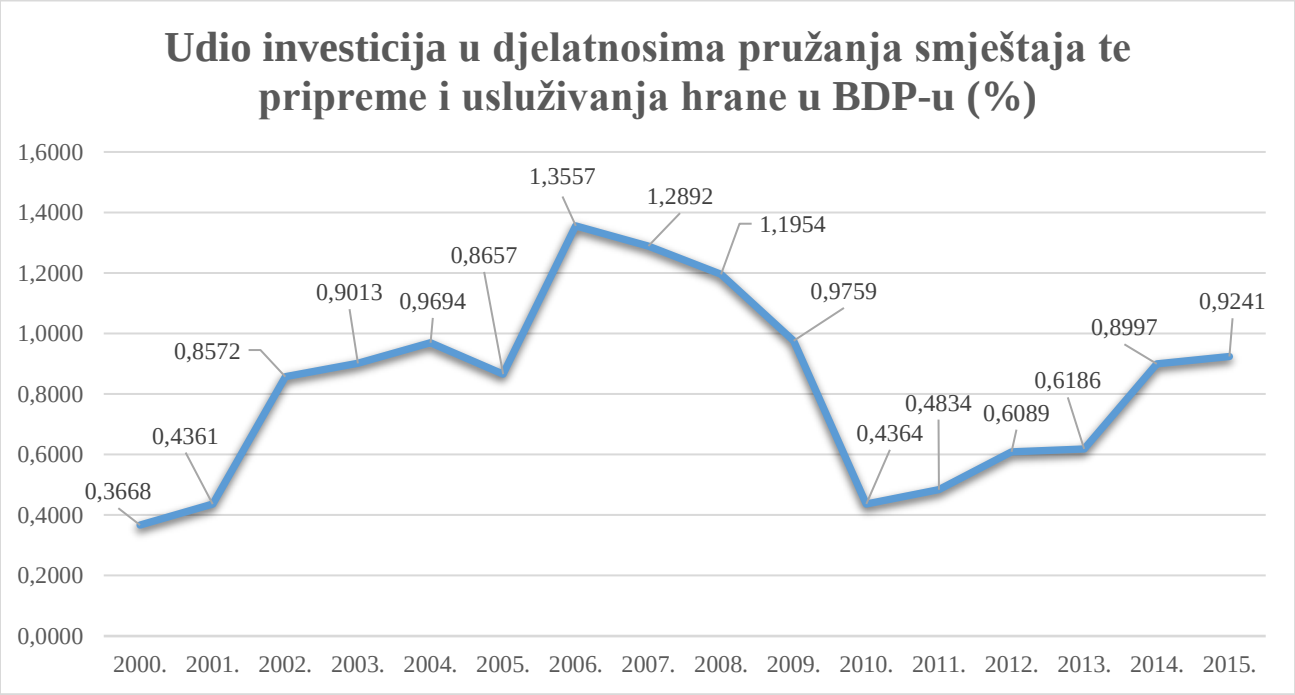
Tablica 8 : Relativni udio investicija u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u BDP-u Republike Hrvatske

Godina	Ostvarene investicije u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (u mil. kuna)	BDP (u mil. kuna)	Udio investicija u BDP-u (%)
2000.	661,207	180241	0,3668
2001.	847,255	194271	0,4361
2002.	1813,647	211579	0,8572
2003.	2094,427	232383	0,9013
2004.	2431,839	250873	0,9694
2005.	2339,014	270191	0,8657
2006.	3991,690	294437	1,3557
2007.	4155,284	322310	1,2892
2008.	4156,110	347685	1,1954
2009.	3229,920	330966	0,9759
2010.	1431,718	328041	0,4364
2011.	1607,867	332587	0,4834
2012.	2012,116	330456	0,6089
2013.	2038,684	329571	0,6186
2014.	2951,962	328109	0,8997
2015.	3080,588	333358	0,9241[54]

Izvor: vlastiti prikaz prema www.dzs.hr

[54] Procjena DZS

Kretanje udjela investicija u BDP-u u skladu je s kretanjem ukupnih investicija, no za razliku od apsolutnih vrijednosti investicija, najveći udio dostignut je već 2006. godine, te se od tada bilježi pad do 2010. kada nastupa oporavak (turističkog) gospodarstva.



Slika 2: Udio investicija u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u BDP-u Republike Hrvatske

Izvor: Vlastiti prikaz prema www.dzs.hr

Navedeni statistički podatci pokazuju kretanje dvaju najvećih komponenata koje tvore turistički gospodarski sustav – pružanje usluga smještaja i ugostiteljske usluge pružanja hrane. Važno je ponovno istaknuti da ove djelatnosti čine samo dio direktnih utjecaja turizma na nacionalno gospodarstvo te da su ukupni utjecaji, direktni i indirektni mnogo širi. Utjecaje na ukupno gospodarstvo teže je pratiti zbog toga što brojne djelatnosti ne temelje poslovanje isključivo na turističkoj potrošnji nego pružaju usluge i domicilnom stanovništvu (primjerice prijevoznici). Za najpreciznije praćenje učinaka turizma nužno je izrađivati TSA izvještaje na godišnjoj razini.

6. PREGLED VAŽNIJIH TURISTIČKIH INVESTICIJSKIH PROJEKATA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Hrvatska u periodu od završetka svjetske ekonomske krize, prema svim pokazateljima, bilježi izrazit rast turističkog prometa i turističke potrošnje. Takvi rezultati rezultat su brojnih i kompleksnih čimbenika od kojih treba istaknuti geopolitičke prilike u konkurentskim receptivnim tržištima; zemljama sjeverne Afrike, Turskoj i Grčkoj, sve češćem medijskom eksponiranju i „otkrivanju" Hrvatske obale. Interes svjetskih produkcijskih kuća za snimanje popularnih televizijskih serija i filmova također doprinosi privlačenju određenog broja posjetitelja. Kod tržišnog nastupa nositelja ponude nedostaje planiranje i više zajedničkog djelovanja, a razlog više je inertnost i manjak interesa javnih institucija za promicanje i nastavak razvoja svih prirodnih i kulturnih potencijala. Zabilježeni trendovi u potražnji za posljedicu imaju bolje poslovne rezultate pružatelja usluga u turističkim djelatnostima. Veća profitabilnost, u skladu s osnovnim ekonomskim postulatima, rezultira interesom poduzetnika i investitora za ulazak na rastuće tržište. Izlazak zapadnih gospodarskih sila iz financijske krize, paralelno s prodorom kapitala iz zemalja koje bilježe dvoznamenkaste stope gospodarskog rasta poput Turske, zemalja bliskog istoka te Kine mogu se identificirati kao glavni razlozi jačanja interesa za investiranje u turističke djelatnosti na Jadranu. Važno je istaknuti i značajne investicije domaćih kompanija poput Valamar Riviera i Adris grupa.

U nastavku će se kratko predstaviti najavljeni projekti, oni koji su već u fazi izvedbe te izvedeni projekti osobite važnosti za razvoj turizma. Posebnu važnost pridaje se domaćim kompanijama, predstaviti će se najveći projekti za koje se traže investitori, najveći strani investitor te ulaganja u Splitsko – dalmatinskoj županiji.

U ukupnim investicijama u turističke djelatnosti dominiraju upravo investicije u hotelski smještaj. Ovakva ulaganja su izrazito povoljno za razvoj turističke ponude kojoj nedostaje kvalitetnih hotelskih kapaciteta. Važno je istaknuti i kako se grade smještajni kapaciteti visoke kategorije, u skladu sa svjetskim ugostiteljskim standardima. Osim smještajnih kapaciteta na kopnu, predstaviti će se ulaganja u luke nautičkog turizma.

6.1. Valamar Riviera

Grupacija zahvaljujući kontinuitetu ostvarivanja dobrih rezultata i predviđanjima nastavka uspješnog poslovanja planira ulaganja od 1,5 do 2 milijarde kuna u periodu od 2016. do 2020. godine. Za 2017. godinu nadzorni odbor je odobrio 873 milijuna kuna od čega se glavnina odnosi na ulaganja u objekte s 4 zvjezdice – Family Life Bellevue Resort i Valamar Girandella Resort u Rapcu te kampove Lanterna u Poreču i na Krku te ulaganja u podizanje konkurentnosti i kvalitete.[55]



Slika 4: Valamar Girandella u Rapcu

Izvor: http://valamar-riviera.com/hr/mediji/priopcenja-za-medije/izgradnja-dva-luksuzna-ljetovalista-valamar-rivijere-u-rapcu-u-punom-jeku/#image-12

[55] Glas Istre (2016) - Valamar Riviera: Nadzorni odbor za 2017. odobrio investicije od 873 milijuna kuna, [Internet], dostupno na: http://www.glasistre.hr/vijesti/hrvatska/valamar-riviera-nadzorni-odbor-za-2017-odobrio-investicije-od-873-milijuna-kuna-537370, [14.05.2017.]

6.2. Adris Grupa

Adris Grupa sastoji poslovanje temelji na turizmu, osiguranjima, marikulturi i proizvodnji duhanskih proizvoda. Ostvaruje izuzetne poslovne rezultate (u prvih 10 mjeseci 2016 ostvareno 4 milijarde kuna prihoda te 570 milijuna kuna neto dobiti) te nastavlja ulaganja i širenje kapaciteta uz snažnu orijentaciju na turizam. Maistra je ključna kompanija unutar grupacija kroz koju se planira plasirati više od 1,6 milijardi kuna do 2019., ulaganjima u Rovinj,a očekuje se i iskorak u atraktivne destinacije kupnjom postojećih ili gradnjom novih hotela. U 2017. najavljena turistička ulaganja iznose 450 milijuna kuna od čega se glavnina odnosi na gradnju hotela Park u Rovinju (ukupna vrijednost investicije 600 milijuna kuna) te na povećanje kvalitete u kampovima.[56]



Slika 5 : Vizualizacija novog hotela Park u Rovinju

Izvor: http://www.adris.hr/odnosi-s-javnoscu/vijesti/adris-nastavak-pozitivnih-trendova-u-svim-poslovima/

6.3. 3 sestrice – Hrvatski san

Projekt "3 sestrice - Hrvatski san" planiran je kao luksuzni resort s marinom za mega jahte i golf terenom. Projekt je ukupne površine oko 260 ha (2.600.000 m2) od čega je turistička zona 40 ha s planiranih 4.100 kreveta, golf teren 205 ha (građevinsko područje od 27,3 ha) i površina marine je 10 ha. Unutar projekta planirano je izgraditi sljedeće sadržaje: 7 hotela, 220 vila, 500 apartmana,

[56] Adris d.d. (2017) - Adris: Nastavak pozitivnih trendova u svim poslovima, [Internet], dostupno na: http://www.adris.hr/odnosi-s-javnoscu/vijesti/adris-nastavak-pozitivnih-trendova-u-svim-poslovima/, [14.05.2017.]

golf teren s 27 rupa, marinu za mega jahte do 400 vezova, sportske sadržaje, restorane, barove, muzeje, galerije i drugo.

Projekt se nalazi na području od posebne državne skrbi Republike Hrvatske što mu donosi određene porezne olakšice i mogućnost smanjenja komunalnog doprinosa. Za projekt "3 sestrice - Hrvatski san" otkupljeno je potrebno zemljište i uz riješenu prostorno-plansku dokumentaciju to je najspremniji turistički projekt koji može započeti s realizacijom. Ukupna vrijednost projekta je 920 milijuna eura[57]. Radi se o najvećem turističkom projektu u Republici Hrvatskoj za kojeg nositelj projekta traži investitore.



Slika 6 : Vizualizacija projekta 3 sestrice

Izvor: http://www.dubrovniknet.hr/novost.php?id=33564#.WRjJx-uGOUk

6.4. Pašman Rivijera

Pašman Rivijera je projekt vrijednosti oko 430 milijuna eura i uključuje gradnju turističkog resorta s 4 tisuće kreveta do čak sedam zvjezdica s popratnim sadržajima na kopnu i moru, uključujući most između Pašmana i kopna. Nositelj projekta je općina Pašman, a skoro očekuje međunarodni natječaj za pronalazak investitora.[58]

[57] Hrvatska gospodarska komora (2017) - 3 sestrice – Hrvatski san, [Internet], dostupno na: http://projekti.hgk.hr/projects/9716-3-sestrice-hrvatski-san, [14.05.2017.]
[58] Poslovni.hr (2017) - Traže se investitori za projekte vrijedne 2,6 milijardi eura, [Internet], dostupno na: http://www.poslovni.hr/hrvatska/traze-se-investitori-za-projekte-u-turizmu-vrijedne-26-milijardi-eura-326746, [14.05.2017.]

6.5. Dogus grupa

Turska Dogus grupa u šest je godina poslovanja u Hrvatskoj u turizam uložila 250 milijuna eura, što će se pretvaranjem zgrade zadarske tvornice Maraska u luksuzni hotel i realizacijom drugih ulaganja povećati na više od 350 milijuna eura. Dogus grupa ukupno će u pretvaranje zgrade zadarske tvornice Maraska u hotel s pet zvjezdica i 120 soba te prateći luksuzni rezidencijalni dio s 80 stanova i komercijalnu zonu s trgovinama, restoranima i cafe barovima, uložiti 80 milijuna eura. Novi hotel trebao bi biti dovršen 2018. godine

Drugi veliki projekt je preuzimanje šibenskog NCP-a, gdje Turci zaokružuju investicije u šibensku Mandalinu podizanjem remontnog brodogradilišta na svjetsku razinu. Tim projektom biti će zaokružene investicije u šibensku Mandalinu; gdje se nalazi novi resort, u koji je zasad investirano 26 milijuna eura[59]. Turske investicije u luke nautičkog turizma čine ih, uz nekolicinu domaćih poduzetnika, najvažnijim pružateljima usluga u tom segmentu u Hrvatskoj (državno upravljanje ACI-jem zaustavilo je razvoj i formiranje adekvatne ponude). Dogus grupa vlasnik je triju marina na Jadranu te udjela od 11% u ACI-ju te planiraju dajnja ulaganja u Hrvatsku.



Slika 7: Vizualizacija hotela Hyatt u Zadru

Izvor: http://www.jutarnji.hr/biznis/tvrtke/turska-dogus-grupa-u-zadru-2019.-godine-otvara-prvi-hyatt-hotel-a-cijeli-projekt-vrijedan-je-100-milijuna-eura/4719527/

[59] N1.info (2016) - Dogus grupa u Hrvatskoj povećava ulaganja, [Internet], dostupno na: http://hr.n1info.com/a109524/Biznis/Dogus-grupa-u-Hrvatskoj-povecava-ulaganja-i-ocekuje-uspjesnu-sezonu.html, [14.05.2017.]

6.6. Ulaganja u Splitsko – dalmatinskoj županiji

U Splitsko – dalmatinskoj županiji u 2017. godini očekuje se izgradnja čak 10 novih hotela. Najavljena gradnja hotela i apartmana u sklopu turističkog kompleksa "Romana", što je investicija vrijedna 230 milijuna kuna. Boutique hotel "Bačvice" na Bačvicama već dobiva konture budućeg izgleda, a njegova vrijednost je oko 112 milijuna kuna. U hotel "Porta Salona" u Solinu tvrtka "Dolis inženjering" ulaže oko 45 milijuna kuna, dok će na mjestu nekadašnjeg odmarališta Hrvatskih željeznica u Kaštel Lukšiću niknuti mali luksuzni hotel u koji se ulaže 30 milijuna kuna. "Milna hoteli i marine" jedna je od većih investicija u županiji u koju "Waterman Grupa" ulaže na Braču oko 105 milijuna kuna. Nakon rekonstrukcije, dobit će se boutique hotel s četiri zvjezdice. Isto toliko zvjezdica će imati i budući "Madora resort" u Podgori u koji "Hoteli Podgora" kao vlasnici investiraju 150 milijuna kuna. Jedna od najvećih investicija na Makarskoj rivijeri je rekonstrukcija hotela "Jadran" u Tučepima u koju "Bluesun Hoteli" ulažu nešto manje od stotinu milijuna kuna, a kojom će od svibnja iduće godine hotel "Jadran" poslovati s pet zvjezdica na fasadi i 160 novih soba. Bluesun ulaže i u rekonstrukciju hotela "Berulia" u Brelima oko 10 milijuna kuna koji će ubuduće imati četiri zvjezdice i novih 45 soba. Planirana je i gradnja malog hotela s pet zvjezdica u Dućama, te nekoliko manjih hotela u Splitu. U planu je i ulaganje od 60 milijuna kuna u hotel Medena kako bi se sa sadašnje dvije dosegla razina od četiri zvijezdice.[60]

[60] Slobodna dalmacija (2016) - Dalmaciju očekuje najveći investicijski bum u posljednja dva desetljeća, [Internet], dostupno na: http://www.slobodnadalmacija.hr/dalmacija/split-zupanija/clanak/id/458562/dalmaciju-ocekuje-najveci-investicijski-bum-u-posljednja-dva-desetljeca-u-ovih-20-hotela-ulaze-se-gotovo-tri-milijarde-kuna, [14.05.2017.]

7. ZAKLJUČAK

Turizam se u suvremenom, mobilnom svijetu percipira kao globalni fenomen za koji svi relevantni pokazatelji bilježe stabilan i neprekinuti rast. Teško je obuhvatiti sve direktne i indirektne ekonomske, sociokulturne i brojne druge učinke koje turizam ima na zajednice od lokalne pa sve do globalne razine. Heterogena priroda turizma otvara mogućnosti za stalni rast, razvoj i napredak, unaprjeđivanje starih i kreiranje novih proizvoda. U takvim okolnostima mnogi prepoznaju prilike za razvoj poslovanja, što dovodi do investiranja u turističke proizvode. 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. Važno je istaknuti kako je turizam izrazito kapitalno intenzivna djelatnost,a glavnina investicija odnosi se na ulaganja u smještajne objekte, te ulaganja u luke nautičkog turizma kao izdvojenu kategoriju. Razvoj turizma koji je posljedica investicija donosi brojne pozitivne ali i negativne učinke na destinaciju. Kako bi se izbjegla devastacija resursa, razvojem je potrebno upravljati, planirati, a u procese donošenja odluka nužno je uključiti sve interesne skupine. Turizam i hotelijerstvo u Hrvatskoj su označeni kao strateške aktivnosti te potencijalno značajni pokretači ulaganja i generatori rasta nacionalnog gospodarstva. Ulaganja su se većinom svodila na rekonstrukciju postojećih objekata, a samo u manjoj mjeri na izgradnju novih hotela. U periodu nakon izlaska iz financijske krize i ostvarivanjem punopravnog članstva Hrvatske u EU, bilježi se eksponecijalan rast potražnje i turističke potrošnje koji sve više privlači investitore. Bez obzira na visoki interes, u Hrvatskoj niz problema spriječava iskorištavanje razvojnih potencijala i privlačenje stranog kapitala, te obeshrabruje domaće investitore. Hrvatska je zemlja opterećena tromim i neučinkovitim administrativnim sustavom koji je u previše slučajeva sam sebi svrhom, zemljišne knjige i vlasnički odnosi su nesređeni, a najveći problem je niska efikasnost investicija. U radu su predstavljajene osnovne tehnike ocjene efikasnosti investicijskih projekata. Iz dostupnih podataka za djelatnosti pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane (NKD 2007, razredi 55 i 56) računa vrijednost ICOR pokazatelja za period od 2000. do 2014. godine. ICOR, pojednostavljeno prestavlja mjeru dodatnog kapitala potrebnu za ostvarivanje jedinice rasta BDP-a. Prosječna vrijednost ICOR-a (2000.-2014.) za investicije u turističke djelatnosti iznosi 0,48781 što znači da je potrebno povećati udio investicija u BDP-u za navedeni iznos kako bi se ostvario rast BDP-a od 1%. Trend kretanja investicija u turističke djelatnosti Republici Hrvatskoj bilježi snažan

rast u periodu od 2000.- 2008. uz manje oscilacije 2005. 2008. godina označava početak svjetske financijske krize koja za posljedicu ima pad investicijskih aktivnosti. Nakon 2010. slijedi oporavak, ali još uvijek gospodarstvo nije doseglo razinu ulaganja iz 2010. godine. Relativni pokazatelji udjela investicija u turizam u ukupnim investicijama i u BDP-u bilježe slična kretanja, uz nešto ranije zabilježen pad udjela (već 2006. godine). Nakon teorijske obrade pojmova, specifičnosti i trendova, predstavljeni su odabrani investicijski projekti domaćih i stranih kompanija, najveći projekti za koje se traže investitori te projekti vezani uz Splitsko – dalmatinsku županiju.

Rast potražnje za hrvatskim destinacijama rezultat je brojnih čimbenika, a utjecaj javnih institucija i privatne inicijative u strateškom upravljanju razvojem koji je rezultat rasta potražnje je prenizak, nedostaje interesa i agilnosti te suradnje na svim razinama. Kako bi se razvojni i investicijski ciklus uspješno iznio i kako bi doveo do formiranja novih, visokokvalitetnih kapaciteta i komplementarnih proizvoda nužno je odgovorno i stručno upravljati investicijama. Prirodni resursi i bogata kulturna baština atraktivni su faktori koji moraju ostati sačuvani kontrolom i stimuliranjem projekata s minimalnim štetnim utjecajima odnosno destimuliranjem projekata koji za posljedicu imaju devastaciju.

LITERATURA

1. Adris d.d. (2017) - Adris: Nastavak pozitivnih trendova u svim poslovima, [Internet], dostupno na: http://www.adris.hr/odnosi-s-javnoscu/vijesti/adris-nastavak-pozitivnih-trendova-u-svim-poslovima/

2. Agram Brokeri (2016): Riječnik ekonomskih pojmova – Investicija, [Internet], dostupno na: http://www.agram-brokeri.hr/default.aspx?id=25989
3. Babić, A., Pufnik, A., Stučka, T (2001).: *Teorija i stvarnost inozemnihizravnih ulaganja u svijetu i u tranzicijskim zemljama s posebnim osvrtom na Hrvatsku*, HNB, Zagreb

4. Babić, M. (2007) *Makroekonomija*, MATE, Zagreb

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

6. Blažević B. (1995) – Ekonomski računi plasmana kapitala u hrvatskom hotelijerstvu 1960-1990, Opatija, Hotelijerski fakultet

7. Blažević, B. (2007), *Turizam u gospodarskom sustavu*, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

8. Čavlek N. et al. (2011) – *Turizam – Ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb

9. Dulčić A. (1991) - *Turizam - načela razvoja i praksa*, Institut za turizam, Zagreb

10. Eurostat (2016) - Tourism Satellite Accounts in Europe, [Internet], dostupno na: http://ec.europa.eu/eurostat/documents/7870049/7880233/KS-FT-17-002-EN-N.pdf

11. Forbes (2017) – What is a startup?. [Internet], dostupno na: https://www.forbes.com/forbes/welcome/?toURL=https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/&refURL=https://www.google.hr/&referrer=https://www.google.hr/

12. Glas Istre (2016) - Valamar Riviera: Nadzorni odbor za 2017. odobrio investicije od 873 milijuna kuna, [Internet], dostupno na: http://www.glasistre.hr/vijesti/hrvatska/valamar-riviera-nadzorni-odbor-za-2017-odobrio-investicije-od-873-milijuna-kuna-537370

13. Hill, W.L.C. (1998) *International Business: Competing in the Global Marketplace*, 2nd edition, The McGraw-Hill Companies Inc., USA

14. Horwath HTL (2013) Poslovanje hotelijerstva u Hrvatskoj 2012. Zagreb: Horwath Consulting

15. Hrvatska gospodarska komora (2017) - 3 sestrice – Hrvatski san, [Internet], dostupno na: http://projekti.hgk.hr/projects/9716-3-sestrice-hrvatski-san

16. Hrvatska gospodarska komora (2017): Turizam u 2016. godini, [Internet], dostupno na: http://www.hgk.hr/documents/aktualna-tema-turizam-u-20165899d9633ad81.pdf

17. Inskeep, E., (1991) - *Tourism planning*, Van Nostrand Reinhold, New York

18. Investiopedia.com (2017) – Investment, [Internet], dostupno na: http://www.investopedia.com/terms/i/investment.asp

19. Investopedia (2017) – Microeconomics: Factors Of Business Decision-Making, [Internet], dostupno na: http://www.investopedia.com/university/microeconomics/microeconomics4.asp

20. Lovrinčević Ž., Mikulić D., Marić Z. (2004) – Efikasnost investicija i FDI – Stara priča, nove okolnosti, [Internet], dostupno na: http://hrcak.srce.hr/14800

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

22. Ministarstvo turizma (2013) - Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, [Internet], dostupno na: http://www.mint.hr/default.aspx?id=7973

23. Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta (2017) - Zašto investirati u Hrvatsku?, [Internet], dostupno na: http://www.mingo.hr/page/kategorija/investicije

24. Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta (2017) - Vodič kroz zakon o poticanju investicija, [Internet], dostupno na: http://www.mingo.hr/page/kategorija/vodic-kroz-zakon-o-poticanju-investicija

25.

26. Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta (2017) - Vodič -Strateški investicijski projekti RH, [Internet], dostupno na: http://www.mingo.hr/page/kategorija/strateski-projekti-rh

27. N1.info (2016) - Dogus grupa u Hrvatskoj povećava ulaganja, [Internet], dostupno na: http://hr.n1info.com/a109524/Biznis/Dogus-grupa-u-Hrvatskoj-povecava-ulaganja-i-ocekuje-uspjesnu-sezonu.html

28. Narodne novine (2012) – Zakon o poticanju investicija i unapređenju investicijskog okruženja, [Internet], dostupno na: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2012_10_111_2391.html

29. Petrić L.(2015) – *Osnove turizma* , EFST, Split

30. Petrić L., Šimundić B., Pivčević S. (2013) – *Ekonomika turizma,* interna skripta, Ekonomski Fakultet u Splitu

31. Pletikosa D. (2015) – Investicije i profitabilnost hotela u Hrvatskoj, [Internet], dostupno na: http://hrcak.srce.hr/141810

32. Pletikosa D. (2015) – Investicije i profitabilnost hotela u Hrvatskoj, [Internet], dostupno na: http://hrcak.srce.hr/141810

33. Pletikosa D. (2015) – Stavovi stučne javnosti o utjecaju domaćih i stranih ulaganju na uspješnost poslovanja u hotelijerstvu, [Internet], dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=220324

34. Pletikosa, D. (2008) Financing Development of Tourism in Croatia through Future Flow Securitization. Zagreb International Review of Economics & Business, Special Conference Issue. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. pp. 157-172

35. Polovina S. (2011) – Agregatna potražnja i model multiplikatora, [Internet], dostupno na: http://www.h3s.org/pocela/24.%20AGREGATNA%20POTRAZNJA%20I%20MODEL%20MULTIPLIKATORA.ppt

36. Poslovni.hr (2017) – Leksikon, [Internet], dostupno na: http://www.poslovni.hr/leksikon/kapitalni-koeficijent-336

37. Poslovni.hr (2017) - Traže se investitori za projekte vrijedne 2,6 milijardi eura, [Internet], dostupno na: http://www.poslovni.hr/hrvatska/traze-se-investitori-za-projekte-u-turizmu-vrijedne-26-milijardi-eura-326746

38. Samuelson, P.A. (2000) *Ekonomija*, MATE, Zagreb

39. Ridgeway A (2004). - Definition of Foreign Direct Investment, Direct Investment Technical Expert Group, Statistics, ISSUES PAPER (DITEG) #20. Str. 2-4., dostupno na: https://www.imf.org/External/NP/sta/bop/pdf/diteg20.pdf

40. Slobodna dalmacija (2016) - Dalmaciju očekuje najveći investicijski bum u posljednja dva desetljeća, [Internet], dostupno na: http://www.slobodnadalmacija.hr/dalmacija/split-zupanija/clanak/id/458562/dalmaciju-ocekuje-najveci-investicijski-bum-u-posljednja-dva-desetljeca-u-ovih-20-hotela-ulaze-se-gotovo-tri-milijarde-kuna

41. WTO (1998) - *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*, WTO, Madrid

42. WTO; UNSTAT (1994) - Recommendations on Tourism Statistics, [Internet], dostupno na: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83e.pdf

SAŽETAK

Turističke aktivnosti i djelatnosti predstavljaju značajan segment u globalnom gospodarstvu. Rad se bavi analizom specifičnosti investiranja u turizam. Kvantificirati učinke turizma na gospodarstvo otežano je upravo zbog toga što je vrlo teško identificirati isključivo turističke djelatnosti. Iz istog razloga nije moguće precizno utvriditi volumen i efikasnost investicija. Rad teorijski definira pojmove investicija i investiranja s mikro i makro aspekta. Analiziraju se određene specifičnosti investiranja u turizam kao kapitalno i radno intenzivnu djelatnost. Iznose se spoznaje o stanju i problemima u ulaganju u razvojne potencijale u Hrvatskoj. U radu se predstavljaju i metode mjerenja efikasnosti investicija te se računa prosječna vrijednost ICOR pokazatelja za investicije u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, budući da su za te djelatnosti dostupni relevantni statistički podatci. Rad sadrži prikaz trendova kretanja apsolutnog volumena investicija po odabranim kriterijima te udijela turističkih u ukupnim investicijama i BDP-u. Uz teorijski dio, u radu su predstavljeni najvažniji turistički investicijski projekti.

Ključne riječi: turizam, hotelijerstvo, investicije, efikasnost

SUMMARY

Tourism acitivities represent a significant segment of world economy. This paper is a brief analysis of the specifics of tourism investments. It is difficult to quantify full effects of tourism on economy because of difficulties in separating purely tourism acitivities from the partially connected to tourism. Same difficulties are present in measuring volume and effectiveness of tourism investments. This paper defines terms of investing from the aspect of microeconomics and macroeconomics. Main focus is on analyzing tourism investing, it being both work and capital-intensive acitivity. Paper reveals the state of the art and problems related to investments in developement potentials in Croatia. It also explores main methods of measuring efficiency of investments, including the calculations of average ICOR value for tourism industry investments (activities related to accomodation providing and preparations and service of food, present in National Classification of Activities). Trends in absolute volume of investment along with data about share of tourism investments in total investments and in GDP are also presented. In addition to the theoretical part, paper also explores a selection of most relevant currently ongoing investment projects.

Keywords: tourism, hotel industry, investments, effectiveness