
STRANE DIREKTNE INVESTICIJE U TURISTIČKOM SEKTORU FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN THE TOURISM SECTOR

Maida Dizdarevic, mr.sci.

Ekonomski fakultet Univerziteta „Džemal Bijedić“ u Mostaru

Sažetak

Ovaj rad prezentira trendove stranih direktnih investicija, načine njihovih poticaja, te njihovu ulogu u razvoju turizma kao privredne grane koja bilježi konstantan rast i koja je jedna od dominantnih društveno-ekonomskih aktivnosti. Uslijed nedostatka kapitala, koji je glavna prepreka za razvoj turizma u mnogim zemljama, posebno u zemljama u razvoju, ovim radom se želi ukazati za značaj priliva stranog kapitala za uspješan razvoj turističke industrije. Rastuća važnost stranih direktnih investicija za ekonomski razvoj zemlje učinila je poticanje investicija vodećom aktivnošću vlada zemalja ne samo u razvijenim, nego i u zemljama u razvoju i tranzicijskim zemljama. U radu smo se osvrnuli na Crnu Goru koja se pozicionirala kao regionalni lider u kreiranju povoljnog investicijskog okruženja za strane investitore, te ima najveći udio SDI u turističkom sektoru Crna Gora.

Ključne riječi: strane direktne investicije, turistički sektor, poticaji stranim direktnim investicijama, agencije za poticanje investicija

Abstract:

This paper presents the trends of direct foreign investments, their lifting power, as well as their role in the development of tourism, as one branch of economy that has a constant and steady growth and is also one of the dominant socio-economic activities. The shortage of capital is the main obstacle to development of tourism in many countries, especially in the developing countries. This paper highlights the importance of the influx of foreign investment, in order to sustain a successful growth of the tourism as an industry. The growing importance of a direct foreign investment, which stimulates the economic development of a country, has made investment boosting one of the main activities of many governments, not only in developed countries but also in developing countries as well as the countries in transition. In this paper, we mention Montenegro, which has positioned itself as a regional leader in creating a favorable investment environment for foreign investors, and has the largest share of FDI in the tourism sector of Montenegro

Keywords: foreign direct investment, tourism sector, foreign direct investment incentives, investment promotion agencies

UVOD

Nekoliko posljednjih godina turistički sektor, posebno hotelska industrija, kao i sa turizmom povezane djelatnosti prerasle su u vodeće područje investiranja. Turizam kao fenomen XXI vijeka ima globalne razmjere i moglo bi se reći da nema zemlje u svijetu koja ne razvija domaći ili međunarodni turizam. Važnost turizma ogleda se i u činjenici da je on povezan sa mnogim drugim djelatnostima i investiranje u turizam doprinosi i razvoju drugih djelatnosti.

Jedan od modela investiranja u turistički sektor su strane direktne investicije, koje su sve više prepoznate kao važan faktor u privrednom razvoju zemlje. Osim što donose kapital, također olakšavaju prijenos tehnologije, organizacijske i menadžerske prakse i vještine, kao i pristup međunarodnim tržištima. Sve više zemalja nastoji kreirati povoljnu klimu koja će omogućiti što veći priliv SDI. Osim smanjenja ograničenja na ulazak direktnih stranih ulaganja, zemlje aktivno liberaliziraju svoje režime ulaganja.

Kraj prošlog, te početak ovog vijeka okarakterisan je znatnim porastom direktnih stranih ulaganja na globalnom nivou. Strane direktne investicije (SDI) su postale značajan oblik ulaganja kapitala u svijetu, tako da vlade većine zemalja, u ostvarenju svojih razvojnih ciljeva, aktivno promoviše svoje zemlje kao investicione lokacije privlačne za dotok kapitala, povezane tehnologije i upravljačke vještine.

1. STRANE DIREKTNE INVESTICIJE – TRENDovi I PERSPEKTIVE

Strane direktne investicije pokazale su izniman porast u posljednjih dvadeset godina 20. vijeka. U globaliziranom svijetu, u kojem sve manju prepreku kretanju roba i kapitala predstavljaju državne granice, kapital je postao pokretljiviji, upućujući se tamo gdje se osigurava najveći profit i gdje postoje uslovi političke i ekonomske stabilnosti, te postojanje odgovarajućeg privrednog sistema.

Usljed ekonomske i finansijske krize globalni tokovi direktnih stranih ulaganja su se djelimično promijenili, iako su u početku inostrani investitori uglavnom birali razvijene zemlje kao lokacije svojih investiranja. O ovim promjenama najbolje nam pokazuju podaci pregleda Svjetskog investicijskog

izvještaja od 2009. godine – *World Investment Report 2009*:¹

- pad očekivanih tokova u iznosu od 1,7 trilijuna dolara u 2008. godini,
- pad ispod 1,2 trilijuna dolara u 2009. godini,
- očekivani spor oporavak u 2010 (na nivou do 1,4 trilijuna dolara) i
- očekivani zamah u 2011. godini (približava se iznosu od 1,8 trilijuna dolara),
- promjena u lokacijama investiranja: ulaganja u zemlje u razvoju i tranzicijskim privredama su se povećala (udio u globalnim tokovima direktnih stranih ulaganja iznosi 43% u 2008.godini, uz istovremeni pad tokova SDI u razvijenim zemljama
- širenje priliva direktnih stranih ulaganja u jugoistočnoj Europi - osma godina zaredom.

Drastične promjene u strukturama SDI u 2008. godini uzrokovali su promjene u ukupnom poretku primatelja i investitora tokova direktnih stranih ulaganja. Dok su Sjedinjene Američke Države zadržale svoju poziciju kao najvećeg primatelja i investitora SDI u 2008. godini, mnoge zemlje u razvoju i tranzicijske privrede pojavili su se kao veliki primatelji i investitori: oni čine 43% i 19% globalnog SDI priliva i odljeva u 2008. godini. Velika Britanija je izgubila svoju poziciju kao najvećeg izvora i zemlju primatelja direktnih stranih ulaganja među evropskim zemljama.²

Iako su primatelji SDI još uvijek razvijene zemlje prvenstveno zbog njihova velikog tržišta, kvalitetne radne snage, lakog pristupa finansijskim tržištima, te političke stabilnosti, na osnovu prethodno navedenih podataka može se primijetiti promjena u geografskom širenju direktnih stranih investicija.

Među evropskim tranzicijskim zemljama u razdoblju od 1996. do 2006. godine Poljska, Češka i Mađarska privukle su najviše direktnih stranih investicija. Rumunija je na četvrtom mjestu, dok su u Sloveniji i Latviji zabilježeni najniži prilivi SDI. Hrvatska se ubraja u zemlje sa dobrim uspjehom u privlačenju SDI s obzirom na veličinu ekonomije i privredno stanje.³

¹ UNCTAD, *World Investment Report 2009*, New York and Geneva, 2009, str. 4.

² UNCTAD, *World Investment Report 2009*, New York and Geneva, 2009, str. 5.

³ Franc, S., *Komparativna analiza determinanti SDI u Hrvatskoj i odabranim zemljama EU*, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, 2008, str. 31.

Širom svijeta nacionalne vlade zemalja nastoje privući strane direktne investicije putem različitih mjera, finansijskih i fiskalnih inicijativa, kao i uspostavljanjem agencija za poticanje stranih investicija. Obje mjere se opsežno primjenjuju: dok su precizni podaci o investicijskim inicijativama ograničeni, jasno je da ih nude mnoge zemlje, a skoro svaka zemlja ima agenciju za poticanje investicija.

Povećanje protoka SDI počinje od 80-ih godina. U 2005. godini ukupni protok SDI je bio 916 biliona \$, od toga 542 biliona \$ (59%) u razvijenim zemljama, a u zemljama u razvoju ona iznose 334 biliona \$. Najveći dio ukupnih SDI čine *mergers /akvisition* u ukupnoj vrijednosti od 716 biliona \$ ili blizu 80% ukupnih tokova SDI. Broj M/A je također u porastu i u zemljama u razvoju.⁴

Iz prethodno navedenih podataka vidljivo je da je jedna od posljedica rastućih tokova SDI značajan porast kako u razvijenim zemljama, tako i u zemljama u razvoju

2. POTICAJI STRANIM DIREKTNIM INVESTICIJAMA

Poticaaji SDI se mogu definisati kao bilo koje mjerljive prednosti koje su omogućene određenim preduzećima ili kategorijama preduzeća, od strane ili po uputstvima vlada, kako bi se iste potaknule na određeno ponašanje. Ove mjere, također, uključuju mjere koje su dizajnirane tako da povećaju stope povrata od ulaganja pojedinih investiranja ili da smanje troškove ili rizike.

Sam termin poticaaji SDI podrazumijevaju fiskalne i finansijske koristi. Prve uključuju djelimično ili u potpunosti izuzeće od poreza, smanjenje poreza po standardnoj stopi, uslovno smanjenje poreza na reinvestirani profit, smanjenje poreza na osnovu određenih vrsta ulaganja (istraživanje), izuzeće na plaćanje uvoznih pristojbi na kapitalna dobra, dok druge uključuju direktne subvencije, grantove u gotovini prema vrijednosti uložene imovine ili broja zaposlenih ili obuka zaposlenih, te osiguranje infrastrukture vezano za nove objekte.

Razlozi za poticanje stranih ulaganja, prije svega u tranzicijskim zemljama, odnosno mogući doprinosi SDI mogu biti:⁵

⁴ United Nations, *A core funktion in investment promotion*, New York and Geneva, 2007, str. 3.

⁵ Cass, F., *Attracting FDI in transition countries: the use of incentives and promotion agencies*, *Transnational Corporations*, Vol. 16, No. 2, 2007, str. 81.

- rješenje problema restrukturacije ješenje problema restruktucije tries: the use of incentives and promotion agenciesne imovine ili broja zaposlenih ili obuka za državnih preduzeća u strana,
- restrukturacija i poboljšanje tehnološke strukture izvoza,
- kompenzacija za nedostatak domaćih finansijskih tržišta i
- doprinos u nadogradnji vještina, znanja i menadžerskih stručnosti.

Dok većina zemalja u tranziciji nudi poticaje ulaganjima u nekom trenutku, postoje značajne razlike u mjeri u kojoj oni su to učinili, a i politike zemalja su varirale tokom vremena. Porezne stope predstavljaju važnu podlogu za poticaje. Porezni poticaji, odnosno olakšice mogu se definisati kao poticaji koji

smanjuju porezno opterećenje poduzeća kako bi isti investirali u pojedine projekte ili sektore. Najčešće korištene porezne mjere, odnosno poticaji su:⁶

- reducirana rata na korporativni porez na dohodak za pojedine aktivnosti ili tipove preduzeća,
- redukcija ili izuzeće poreza na određeno razdoblje – *tax holiday*
- ubrzana amortizacija osnovnih sredstava,
- krediti za reinvestirani profit, reducirani porez na lični dohodak i
- izuzeće od ili smanjenje poreza na dodanu vrijednost ili drugi oblici oporezivanja prometa i reducirani porez na uvoz i carine.

Kolumbija, na primjer, ima posebne režim poticaja na jugu zemlje. Porezni poticaji uključuju 10-godišnje *tax holiday* koji se odnosi na porez na dobit. Nigerija također ima sistem regionalne podrške koji daje izuzeće od poreza za preduzeća koja uspostavljaju poslovanja u ruralnim područjima gdje ne postoje objekti za struju, telefon i opskrbu vodom.

Studija provedena od strane UNCTAD sadrži istraživanje u preko 45 zemalja iz svih regija svijeta vezano za poreske inicijative u cilju privlačenja SDI. U pogledu vrste odobrenih fiskalnih poticaja, očit je sve veći trend smanjenja porskih stopa u cjelosti ili parcijalno za određene vrste djelatnosti. Gotovo 85 posto ispitanih zemalja nude takve poticaje. Drugi trend je sve veća učestalost ubrzanih olakšica, uglavnom za investicije u postrojenja, strojeve ili industrijske zgrade, ili kombinacija olakšica za ulaganje u obuku, istraživanje i razvoj ili slične vrste djelatnosti. U skladu s ciljem povećanja devizne zarade, ovo istraživanje je pokazalo i jasan trend razvoja izvoznih

⁶ Eason, A., *Tax incentives for FDI*, 2004, str. 2-3.

poticaja -više od 90 posto ispitanih zemalja nude neki oblik poticaja ovog tipa.⁷

Poticanje stranih ulaganja obično se vezuje za agencije za poticanje ulaganja. Rastuća pažnja za direktnim stranim investicijama u mnogim zemljama reflektovala se na povećanje interesovanja za načine privlačenja stranih investicija i uspostavu agencija za poticanje investicija – *Investment promotion agency* (IPA). Broj ovih agencija, čije se djelovanje odvija u dinamičnom i konkurentnom okruženju, u stalnom je porastu.

Poticanje investicija je sve više sofisticiranije, predstavlja nešto više od jednostavnog otvaranja prema stranim investitorima. Agencije za poticanje investicija su usvojile ciljne pristupe fokusiranjem na selektirane industrije, zemlje i kompanije. Većina ovih agencija preferira *greenfield* investicije i zajednička ulaganja u odnosu na druge modele ulaska stranih ulagača.

Wells i *Wint* su u svom „pionirskom radu“ 1990. godine definisali poticanje stranih investicija kao poticajne tehnike koje omogućavaju informacije potencijalnim investitorima, kreirajući imidž zemlje kao mjesta za investiranje, kao i mogućnost osiguranja usluga potencijalnim investitorima.

Funkcije agencija za poticanje investicija se razlikuju zavisno od skupine zemalja. Ove agencije imaju najviše funkcija u nerazvijenim zemljama što je sasvim razumljivo. Neke od administrativnih funkcija predstavljene za ove zemlje, kao što su registracija stranih ulaganja i licenciranje, više nisu potrebne u zemljama OECD. Ostale funkcije iz grupe nerazvijenih zemalja, kao što je funkcija poticanja turizma, u zemljama OECD sprovode specijalizovane agencije. Zatim slijede zemlje u tranziciji u kojih je uočljiva funkcija poticanja privatizacije pored funkcija koje egzistiraju u svim skupinama zemalja.⁸

3. STRANE DIREKTNE INVESTICIJE U TURISTIČKOM SEKTORU

Turizam je brzo-rastuća industrija koja uključuje mnoge privredne i društvene sektore. Istraživanja su pokazala da je turizam visoko prioritarna industrija za Agenciju za poticanje ulaganja (IPAs)- *Investment promotion agencies* širom svijeta. Uz rastuću međunarodnu konkurenciju između

⁷ UNCTAD, *Tax Incentives and Foreign Direct Investment: A global Survey*, New York and Geneva, 2000, str. 3.

⁸ www.unctad.org, *Survey of investment promotion agencies*, 2000.

turističkih destinacija i investicijskih projekata, djelotvorno unapređenje je presudno kako bi se privukli investitori u tom sektoru.

Cilj turističkih destinacija ne ogleda se samo u privlačenju finansijskog kapitala iz inostranstva, već su tu uključen i ljudski kapital, kao što su preduzetnici, ugostitelji i menadžeri, kao i međunarodne franšize na tržište i razvoj lokalnih atrakcija. U stvari, često su takve aktivnosti provode vrlo uspješno, dok privlačenje stranog kapitala za turističke projekte često predstavlja veći izazov

Poruka Svjetskog turističkog investicijskog samita, (*World Tourism Investment Summit*), održanog u oktobru, 2008. godine u Koreji glasi: Turizam poboljšava sudbinu: ulaganja razvijaju budućnost. Kao ciljevi ovog samita navode se sljedeći:⁹

- poticanje zajedničkog rada izvršnih tijela i institucija radi zajedničkog unapređenja turističkih investicijskih prilika,
- poticanje međunarodnih zajedničkih ulaganja i partnerstva,
- pomoć turističkim investicijskim izvršnim tijelima pri evaluaciji postojećih i budućih investicijskih projekata putem globalnih turističkih eksperata u skladu sa promijenjenim očekivanjima turista (s sofisticiranost savremenih turista) i potražnjom,
- poboljšanje mehanizama za bolje razumijevanje među turističkim preduzećima, multilateralnim organizacijama, vladinim agencijama i organizacijama privatnog sektora širom svijeta i
- poboljšanje komunikacije između investitora.

Nedostatak kapitala je glavna prepreka za razvoj turizma u mnogim zemljama - posebno u zemljama u razvoju koje u stranim investicijama-kapitalu vide pomoć za razvoj svoje turističke industrije. Transnacionalne korporacije – *Tansnational corporations (TNCs)* u sektoru turizma su često imale pozitivan efekat na domaće odredište. Osim ulaganja kapitala, TNCs može pomoći domaćim privredama, između ostalog, diversifikacijom opskrbe turističkih proizvoda i poboljšanjem standarda lokalnih usluga. No, privlačenje stranih ulaganja u turističkom sektoru je često teško, a tu je i rastuća potražnja za podršku u tom području među IPAs.

⁹ www.worldtourismsummit.com, *World Tourism Investment Summit*, 2008.

Apsolutne vrijednosti sa turizmom povezanih stranih investicija su niske. Međutim, stvarne razmjere aktivnosti transnacionalnih kompanija u turističkom sektoru mogu biti podcijenjene jer u mnogim zemljama postoji nedostatak sveobuhvatnih podataka o SDI u turizmu, a s druge strane mnoge aktivnosti mogu biti poduzete kroz nekapitalne modele kao što su menadžerska kontrola, transfer znanja i tehnologije i sl. U uslužnom sektoru, spajanja i preuzimanja – *mergers and acquisitions (M&A)* se često koriste za ulazak na strano tržište, vjerovatno iz razloga što je mnogo brže i efikasnije nabaviti postojeću distribucijsku mrežu ili brend u odnosu na početni posao kod kojeg se krene od „nule“. *Mergers and acquisitions (M&A)* u turističkom sektoru uglavnom se primjenjuju u hotelskom poslovanju u razvijenim zemljama, dok su *greenfield* investicije uobičajene u zemljama u razvoju. Zajednička ulaganja - *Joint ventures* sa lokalnim partnerima se često koriste u uspostavljanju novih turističkih objekata i usluga. Kroz ovakav vid aranžmana strane transnacionalne kompanije koristi partnerovo poznavanje tržišta i distribucije u domaćoj zemlji.¹⁰

Kapitalna ulaganja mogu imati intenciju stjecanja trajnog interesa u stranim preduzećima – SDI ili manja ulaganja bez takvih namjera – portfolio investicije. Zajednička ulaganja su oblik investiranja formiran od dvije strane u cilju poduzimanja zajedničkih ekonomskih aktivnosti, pri čemu strane učestvuju sa kapitalom, a zatim dijele prihode, troškove i kontrolu preduzeća. Nekapitalne forme investiranja uključuju sporazume o lizingu, menadžerske ugovore, sporazume o franšizi i o marketingu.

4. RAZVOJ STRATEGIJE ZA POTICANJE STRANIH DIREKTNIH INVESTICIJA U TURISTIČKI SEKTOR

Rast međunarodnog turizma i povećana konkurencija između destinacija zahtijevaju strategije kako bi se istaknule i ojačale komparativne prednosti zemlje. Politika privlačenja stranih investicija u turizam ne može se posmatrati izolirano od jednog šireg okvira, jer je ova industrija povezana sa mnogim aktivnostima privatnog i javnog sektora. Ovo znači da je područje pažnje brojno i različito, jer ono uključuje zakone i propise zaštite okoliša, urbanizam, opšte obrazovanje i usavršavanje vezano za turističku djelatnost, transport, ljudski resursi, finansijske institucije, zdravstveni i sigurnosni standardi, poljoprivreda i telekomunikacije.

¹⁰ *United Nations, Promoting foreign investment in tourism, New York and Geneva, 2010, str. 12.*

Razvoj strategije za poticanje investicija u turizam nije moguće bez dobro definisane nacionalne strategije razvoja turizma. Također, definisana nacionalna strategija razvoja turizma je uslov da i Agencija za poticanje investicija - *Investment promotion agency* (IPA) bude uspješna u poticanju ulaganja u turistički sektor. Nacionalne strategije turizma obično sadrže misiju i ciljeve, kao i ukupnu svrhu razvoja turizma u zemlji, te također ekonomske, socio-kulturne i ekološke aspekte. Strategije se često bave načinima privlačenja stranih investicija i IPA može biti zadužena za privlačenje stranih investitora i implementira taj dio strategije. U strategiji su navedeni i kriteriji za određivanje prioriteta, odnosno ciljnih sektora da bi se osigurala najdjelotvornija alokacija resursa.

- Primjer nacionalne strategije turizma u Maroku¹¹

Navest ćemo primjer nacionalne strategije turizma u Maroku čija je vlada 2001. godine, u saradnji sa privatnim sektorom, razvila turističku strategiju pod nazivom „*Vision 2010*“, u koju je uključila strane investitore u implementaciji jedne komponente nacionalne turističke strategije.

Sa ovom strategijom vlada Maroka je planirala novu turističku politiku u kojoj se očekivala ključna uloga transnacionalnih kompanija. Osnovni cilj strategije je bio utrostručiti turističke kapacitete, odnosno udvostručiti broj turističkih dolazaka. Strategija je također uključivala i agresivnu marketinšku kampanju s ciljem privlačenja deset miliona posjetitelja u 2010. godini.

Da bi ostvarila ovaj cilj marokanska vlada je tražila sudjelovanje stranih investitora kroz javno-privatni pristup. Projekti za naselja su razvijeni uz pomoć konsultanata i 50 potencijalnih stranih investitora (Belgija, Francuska, Nizozemska i Španija) koji su bili pozvani da ponude svoje projekte. Vlada je investirala u infrastrukturu s ciljem osiguranja vode, električne energije i transportne komunikacije, a osim ovoga bile su uključene i druge mjere kao što su poreske olakšice i koncesije.

Privatnom sektoru bilo je omogućeno da kupuju mjesta za koja je vlada već osigurala opskrbu vodom i strujom, kao i saobraćajnu povezanost. Poticaji za hotelijerstvo uključivali su 50% subvencija na cijenu zemlje i izuzeće od poreza, uvoznih carina i poreza na dodanu vrijednost na kapitalne investicije. Osim toga, vlada je učestvovala u troškovima obučavanja hotelskog osoblja. Do 2006. godine javni sektor je uložio 144 miliona \$, a privatni investitori 4 biliona \$.

¹¹ *United Nations, Promoting foreign investment in tourism, New York and Geneva, 2010, str. 24.*

Neke grupe zemalja su usvojile koordinirani regionalni pristup za poticanje investicija. Regionalna kooperacija može uključivati zajedničke aktivnosti turističkog marketinga, usklađena trgovina i investicijske politike, te mogućnost da se turisti slobodno kreću između zemalja. Jedan primjer takve kooperacije je „*Silk Road Initiative*“ između Kine, Kazahstana, Kirgistana, Tadžikistana i Uzbekistana. Njihov program se fokusira na tri područja: trgovina i tranzit, investicije i turizam. U području investiranja, „*Silk Road Regional Programme*“, radi na pronalaženju puta u privlačenju stranih investicija u regiju. Njihov glavni strategijski partner je UNCTAD, a ovaj program također podržava javno-privatno partnerstvo i pomaže pri identifikaciji posebnih investicijskih projekata koji zadovoljavaju međunarodne standarde. U području turizma, ovaj program sarađuje sa UNWTO, a fokus je na razvoju kulturalnog i eko turizma.¹²

5. STRANE DIREKTNE INVESTICIJE U TURISTIČKI SEKTOR – PRIMJER CRNE GORE

U ovom radu osvrnut ćemo se na Crnu Goru, zemlju koja slijedi trendove kretanja direktnih stranih ulaganja, karakteristične za područje jugoistočne Evrope. Nakon značajnog priliva direktnih stranih investicija, zemlje centralne i istočne Evrope su, zbog veličine njihovog tržišta, postale top destinacija za SDI (posebno kroz proces privatizacije).

Turistička industrija za Crnu Goru ima veliki značaj i može se reći da se turizam odnosi na svaki aspekt njenog društva i utječe na razvoj privrede, životni standard, potiče otvaranje novih radnih mjesta i opšti prosperitet. Jednostavno, turistička privreda Crne Gore zauzima ključnu poziciju u ukupnoj privredi i od njegovog razvoja zavisi ekonomska snaga zemlje.

Investicijsku strukturu Crne Gore karakteriše visok procent u uslužnom sektoru koji iznosi 74,12% u periodu od 2001. do 2006. godine.¹³ U okviru uslužnog sektora, turizam predstavlja sektor s najdinamičnijim razvojem. Razvoj u turizmu je imao prateći efekt ubrzanog rasta u drugim srodnim sektorima, uključujući i prometnu infrastrukturu, telekomunikacije, prehrambena industrija, industrija namještaja i u drugim područjima.

¹² UNCTAD, *Investment Guide to the Silk Road*, 2009, str. 18-21.

¹³ Ministarstvo za ekonomske odnose sa inostranstvom i evropske integracije, *Foreign direct investment incentives strategy of Montenegro*, 2006, str. 11.

Za razliku od ostalih zemalja u regiji, Crna Gora ima najveći udio SDI u turističkom sektoru. Ovaj sektor je postigao najveći broj individualnih investicija kao i *greenfield* investicija, za koje se predviđa da će biti najznačajniji priliv SDI u ovom sektoru i da će razvoj turizma biti ubrzan kroz *greenfield* projekte, koji će doprinijeti boljem kvalitetu smještajnih kapaciteta, kvalitetnijoj strukturi gostiju, te većim prihodima od turizma, a također i po drugim osnovama (porezi i takse). Značajna je zainteresovanost investitora za ove projekte koji će omogućiti izgradnju luksuznih objekata sa pratećim sadržajima, što će u potpunosti otvoriti nove razvojne šanse za turizam Crne Gore.

Što se tiče konkurentne pozicije Crne Gore kao lokacije za direktna strana investiranja prema UNCTAD ekspertnim istraživanjima za 2005. godinu regija jugoistočne Evrope je jedna od najkonkurentnijih lokacija zahvaljujući značajnim promjenama vezanih za investicijsku politiku koji kreiraju povoljnu investicijsku klimu. Tokom posljednjih nekoliko godina poslovno okruženje u Crna Gora je značajno poboljšano. Politička i makroekonomska stabilnost, regionalno konkurentan finansijski rizik, ubrzani razvoj tržišta kapitala i restrukturirani i privatizovani bankarski sektor, razvijena telekomunikacijska infrastruktura, relativno visoko obrazovane radne snage, niska carinska stopa i povoljan porezni sistem su neki od mnogih razloga za ulaganje u Crna Gora.

Koliko je turizam značajna uslužna grana za razvoj ove zemlje najbolje pokazuju sljedeći podaci:¹⁴

- u periodu od 2001-2007. godine, prihodi od turizma porasli su od 86 miliona EUR-a do 480 miliona EUR-a,
- direktni i indirektni doprinos sektora u BDP-u je porastao, a u 2008. godini doprinos je iznosio 690,7 miliona EUR-a (ili 22,4%), dok je njegov direktni udio u BDP-u iznosio 353,4 miliona EUR-a (ili 11,4%) i
- Evidentan je i porast broja turista u periodu od 2000. do 2007. godine, kao i produženje trajanja turističke sezone u smislu da ljetna turistička sezona počinje ranije (mart) i završava kasnije (oktobar).

Na osnovu navedenih ekonomskih indikatora poslovanja u turizmu, a također i značajno višim brojem međunarodnih turista, može se zaključiti da je napredak u razvoju turističkog sektora rezultat rada na razvoju turizma

¹⁴ www.developingmarkets.com, *Investment in Montenegro*

posljednjih godina, efikasnog marketinga, poboljšanja hotelske ponude i, što je najvažnije, dobre investicijske klime. Evidentna je tržišna orijentacija turističke privrede, fokus na kvaliteti i održivosti razvoja ponude, naravno u kombinaciji sa povoljnim okvirnim uslovima za investicije privlačne za strane investitore.

ZAKLJUČAK

Turistička djelatnost je posljednjih godina postala vodeće područje investiranja. Realizacija osnovnih ciljeva razvoja turizma, kao što su profiliranje destinacije kao kvalitetne turističke destinacije i povećanje efekata turizma kroz povećanje prihoda od turizma, nije moguće bez investiranja u nove oblike turističke ponude. Trend brzog razvoja turizma, uslovljen kretanjima inostrane turističke potražnje, pruža mogućnost različitih preduzetničkih inicijativa i investiranja u turizam kao privrednu djelatnost koja je u stalnom porastu. Jedan od modela investiranja u turističku djelatnost su strane direktne investicije (SDI) koje su postale značajan oblik ulaganja kapitala u svijetu.

Većina zemalja, bez obzira na njihov stepen razvoja, nude različite forme inicijativa da bi ostvarila svoje investicijske ciljeve. Investicijske inicijative – poticaji se javljaju u različitim formama. One se obično klasifikuju kao monetarne, koje mogu biti direktne - finansijske i indirektne - fiskalne i nefinansijske, u vidu agencija za poticanje investicija.

U okviru istraživanja koje proveo UNCTAD, najčešće korišteni fiskalni poticaji su standardne reducirane stope poreza na dobit i *tax holiday*. Zatim slijede izuzeće od uvozne carine na kapitalnu opremu, sirovine i poluproizvode, te ubrzana amortizacija osnovnih sredstava. U nekim slučajevima i za neke vrste ulaganja, utjecaji ovih poticaja mogu biti izraženiji. Za neke strane ulagače, kao što je izvozno orjentisani investitor, porezni poticaji mogu biti glavni faktor u njihovoj odluci o mjestu ulaganja. Također, među zemljama slične atraktivnosti ulaganja važnost poreznih poticaja može biti izraženiji.

Napredak u razvoju turističkog sektora rezultat je rada na razvoju efikasnog marketinga, tržišne orijentacije turističke privrede, i što je najvažnije, povoljnih okvirnih uslova za investicije privlačne za strane investitore. Najbolji primjer za prethodno navedeno je Crna Gora, koja je prema UNCTAD ekspertnim istraživanjima označena kao jedna od najkonkurentnijih lokacija zahvaljujući značajnim promjenama vezanih za investicijsku politiku koji kreiraju povoljnu investicijsku klimu.

LITERATURA

- ☐ Cass, F., Attracting FDI in transition countries: the use of incentives and promotion agencies, *Transnational Corporations*, Vol. 16, No. 2, str. 81.(2007).
- ☐ Eason, A., Tax incentives for FDI, str. 2-3. (2004).
- ☐ UNCTAD, *World Investment Report 2009*, New York and Geneva, str. 4. (2009).
- ☐ Franc, S., Komparativna analiza determinanti SDI u Hrvatskoj i odabranim zemljama EU, *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, str. 31. (2008).
- ☐ Ministarstvo za ekonomske odnose sa inostranstvom i evropske integracije, *Foreign direct investment incentives strategy of Montenegro*, str. 11. (2006).
- ☐ UNCTAD, *Investment Guide to the Silk Rosa*, str. 18-21. (2009).
- ☐ UNCTAD, *Tax Incentives and Foreign Direct Investment: A global Survey*, New York and Geneva, str. 3. (2000)
- ☐ UNCTAD, *World Investment Report 2009*, New York and Geneva, str. 5. (2009).
- ☐ United Nations, *A core funktion in investment promotion*, New York and Geneva, str. 3. (2007)
- ☐ (2007).