

# Utjecaj poreza na turizam Republike Hrvatske

---

**Tokić, Valentina**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:350620>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-12-23**



**Sveučilište u Zadru**  
Universitas Studiorum  
Jadertina | 1396 | 2002 |

*Repository / Repozitorij:*

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti  
Diplomski studij Poduzetništvo u kulturi i turizmu

**Valentina Tokić**

**Utjecaj poreza na turizam Republike Hrvatske**

**Diplomski rad**

Zadar, 2024.

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti  
Diplomski studij Poduzetništvo u kulturi i turizmu

Utjecaj poreza na turizam Republike Hrvatske

Diplomski rad

Student/ica:  
Valentina Tokić

Mentor/ica:  
izv. prof. dr. sc. Tomislav Klarin

Zadar, 2024.



## Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Valentina Tokić**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Utjecaj poreza na turizam Republike Hrvatske** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 30. rujna 2024.

# SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
1.1. PROBLEM I PREDMET ISTRAŽIVANJA.....	1
1.2. CILJEVI ISTRAŽIVANJA.....	2
1.3. ISTRAŽIVAČKO PITANJE.....	3
1.4. KORIŠTENE ZNANSTVENE METODE.....	3
1.5. STRUKTURA RADA.....	3
2. TURIZAM U GOSPODARSKOM SUSTAVU .....	4
2.1. EKONOMSKE FUNKCIJE TURIZMA.....	4
2.2. TURIZAM KAO SUSTAV .....	8
2.3. TURIZAM U SVIJETU .....	9
2.4. TURIZAM U HRVATSKOJ .....	13
2.4.1. ORGANIZACIJA TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ .....	13
2.4.2. RAZVOJ TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ .....	16
2.4.3. POLITIKA RAZVOJA TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ .....	19
3. POREZI U TURIZMU .....	23
3.1. POREZNA POLITIKA EUROPSKE UNIJE I TURIZAM.....	23
3.2. POREZ NA DODANU VRIJEDNOST I TURIZAM .....	24
3.3. RADNA SNAGA U TURIZMU .....	26
3.4. POREZ NA DOHODAK I TURIZAM.....	30
3.5. POREZ NA DOBIT I TURIZAM.....	31
3.6. OSTALI POREZI U TURIZMU.....	32
4. USPOREDNA ANALIZA ODABRANIH POREZA U TURIZMU REPUBLIKE HRVATSKE I ODABRANIH DRŽAVA ČLANICA EUROPSKE UNIJE .....	37
4.1. USPOREDNA ANALIZA POREZA NA DODANU VRIJEDNOST U ODABRANIM DRŽAVAMA ČLANICA EUROPSKE UNIJE .....	38

4.2. USPOREDNA ANALIZA POREZA NA DOBIT U ODABRANIM DRŽAVAMA ČLANICA EUROPSKE UNIJE .....	46
5. RASPRAVA REZULTATA ANALIZE I PERSPEKTIVE PRIMJENE POREZA U TURIZMU U REPUBLICI HRVATSKOJ .....	49
6. ZAKLJUČAK .....	53
SAŽETAK.....	54
SUMMARY .....	55
LITERATURA.....	56
POPIS TABLICA.....	62
POPIS ILUSTRACIJA.....	63
ŽIVOTOPIS .....	64

## 1. UVOD

Intenzivan rast turizma brojne su države uvidjele kao priliku za dodatnim priljevom javnih prihoda kroz veće oporezivanje turističkih djelatnosti, u prvom redu tvrtki koje se bave pružanjem smještaja te pripremom i usluživanjem hrane. Prilikom odabira i provođenja određene fiskalne politike u turizmu vlade moraju biti svjesne kako preveliki nameti mogu izazvati neželjene efekte na proces razvoja turizma, privlačenja investitora i konkurentnost u odnosu na ostale turističke destinacije.

### 1.1. PROBLEM I PREDMET ISTRAŽIVANJA

Turizam već godinama ostvaruje najveći pozitivan doprinos agregatnom rastu bruto domaće vrijednosti u Hrvatskoj. Prema podacima Hrvatske narodne banke (2024), prihodi od turizma u 2023. godini iznosili su 14,6 milijardi eura, što čini visokih 19,6 % BDP-a. Najvažniji i najizdašniji prihodi države su porezi, obvezna davanja koja bez trenutne i izravne protuusluge država uzima od poduzeća i osoba kako bi pomoću sakupljenih sredstava financirala javne rashode (Šimurina et al., 2012). Najznačajniji su instrumenti prikupljanja prihoda države. Turističke djelatnosti podliježu nizu poreznih davanja, među kojima je najvažniji porez na dodanu vrijednost (PDV), te porez na dohodak, porez na dobit i porez na potrošnju. Ključna sastavnica porezne politike je porez na dodanu vrijednost (PDV) s obzirom na utjecaj koji ima na cijene i potražnju, kao i na mogućnost razvoja, odnosno ostvarenja potencijala turizma. U Republici Hrvatskoj uveden je 1995. godine temeljem Zakona o porezu na dodanu vrijednost, a od njegovog uvođenja do danas dogodile su se brojne promjene u zakonskoj regulativi. Posljednja izravno vezana za turizam na snagu je stupila 1. siječnja 2020. godine, kada je stopa PDV-a u sklopu četvrtog kruga tadašnje porezne reforme snižena s 25 % na 13 % za pripremanje jela i slastica unutar i izvan ugostiteljskih objekata, koji čine temelj turističkih djelatnosti. Na ugostiteljske usluge koje se odnose na pripremanje i usluživanje te isporuku hladnih i toplih napitaka, bezalkoholnih kao i alkoholnih pića primjenjuje se stopa PDV-a od 25 %, uvedena 1. siječnja 2017. godine, dok je za usluge smještaja od 1. siječnja 2014. godine na snazi snižena stopa od PDV-a od 13%.

U turizmu se često koristi snižena stopa PDV-a, a ranija istraživanja potvrdila su izravnu povezanost visine stopa PDV-a i konkurentnosti turizma. Analiza utjecaja stope PDV-a na konkurentnost djelatnosti smještaja i ugostiteljstva Hrvatske (HGK, 2018) pokazala je da je

snižena stopa PDV-a u Europskoj uniji prepoznata kao alat za podizanje konkurentnosti turizma. Naime, većina država Europske unije primjenjuje snižene stope PDV-a za djelatnosti smještaja i ugostiteljstva, a pojedine zemlje i za druge turističke usluge, sve kako bi na taj način stvorile konkurentniji okvir za poslovanje u turizmu i njegov razvoj.

Prema indeksu konkurentnosti Svjetskog ekonomskog foruma (WEF, 2017), Hrvatska se prema ukupnom rangu konkurentnosti turizma smjestila na 32. mjesto od ukupno 136 analizirane države. Ipak, vidljivo je zaostajanje po sljedećim indikatorima: utjecaju oporezivanja na poticaje zapošljavanja u turizmu, gdje je pozicionirana pri samom dnu ljestvice, na 132. mjestu, te utjecaju poreza na poticaje investicijama, po kojem je smještena na 130. mjestu. Roller (2001) ističe kako će se posljedice prekomjernog fiskalnog opterećenja turizma očitovati u smanjenju konkurentnosti u odnosu na susjedne turističke destinacije. Isto bi moglo dovesti do smanjenja turističkog prometa što će negativno utjecati na poslovne rezultate u turizmu, kao i u svim djelatnostima i sektorima koji ovise o njemu.

Sukladno navedenom, **problem istraživanja** u ovome radu predstavlja previsoko porezno opterećenje turizma Republike Hrvatske, koje utječe na njegovu konkurentnost i razvoj. Iz ovoga slijedi da je **predmet istraživanja** istražiti i analizirati primjenu poreza u turizmu te njihovu ulogu u razvoju turizma i konkurentnosti. Podaci dobiveni usporednom analizom određenih poreznih oblika koji se koriste u turizmu odabranih država Europske unije, koristit će se u svrhu utvrđivanja stupnja poreznog opterećenja turizma Republike Hrvatske.

## 1.2. CILJEVI ISTRAŽIVANJA

Uzimajući u obzir važnost turizma za gospodarstvo i društvo Hrvatske, potrebno je promišljati o učincima porezne politike na razvoj i konkurentnost turizma. Vodeći se navedenim, postavljani su sljedeći ciljevi ovog diplomskog rada:

- utvrditi obilježja poreznih oblika koji se primjenjuju u turizmu,
- usporednom analizom odabranih država članica Europske unije i Republike Hrvatske utvrditi razlike u oporezivanju turizma i stupnju poreznog opterećenja,
- predložiti smjernice vezane uz primjenu poreza u turizmu u budućnosti u Republici Hrvatskoj.



### **1.3. ISTRAŽIVAČKO PITANJE**

Istraživačko pitanje fokusira se na ciljeve istraživanja, a konkretno pitanje u ovom slučaju glasi:

**Ograničavaju li ili potiču porezi u turizmu Republike Hrvatske razvoj turizma u usporedbi s drugim državama Europske unije?**

### **1.4. KORIŠTENE ZNANSTVENE METODE**

Identificiranjem teorijskog okvira i analizom postojećih znanstveno-stručnih saznanja iz područja istraživanja prikupljeni su različiti sekundarni podaci čija je obrada omogućila dublju analizu informacija te pridonijela boljem razumijevanju problema istraživanja te donošenju zaključaka. Znanstvene metode korištene u svrhu dobivanja pouzdanih rezultata istraživanja uključuju metodu analize i sinteze, konkretizacije i komparacije, klasifikacije i deskripcije, indukcije i dedukcije te druge relevantne metode. Obradeni sekundarni podaci bit će grafički i tablično prikazani radi bolje predodžbe i tumačenja.

### **1.5. STRUKTURA RADA**

Rad se sastoji od šest poglavlja u kojima se obrađuje tema utjecaja poreza na turizam Republike Hrvatske. U prvom dijelu diplomskog rada predstavljeni su problem i predmet istraživanja, ciljevi te istraživačko pitanje kao i korištene znanstvene metode i struktura samog rada. Drugi dio rada donosi teorijski pregled aspekata turizma i njegovog značaja u gospodarskom sustavu. U poglavlju su opisane značajke turizma kao sustava, turizma u svijetu, a posebno je obrađen turizam u Hrvatskoj, njegova organizacijska struktura te politika razvoja. Porezi u turizmu predstavljaju treće poglavlje koje služi kao uvod u istraživački dio rada. U tom dijelu rada prezentirani su elementi različitih poreznih oblika koji su dio porezne politike u turizmu Europskoj uniji, s naglaskom na porez na dodanu vrijednost, porez na dohodak te porez na dobit. U sljedećem dijelu rada prikazana je usporedna analiza odabranih poreza u turizmu Republike Hrvatske i odabranih država članica Europske unije, čiji će rezultati biti temeljito razrađeni u petom poglavlju. Uz raspravu šesto poglavlje sadrži i uočene perspektive primjene poreza u turizmu u Republici Hrvatskoj kao i preporuke za daljnja istraživanja utjecaja poreza na turizam RH. Zaključak, kao posljednje poglavlje rada, donosi cjelokupni osvrt na tematiku na temelju obrađene literature i provedene analize. Na kraju rada navedena je literatura, popis tablica, ilustracija (grafikona i slika) kao i sažetak samog diplomskog rada.

## **2. TURIZAM U GOSPODARSKOM SUSTAVU**

Zbog višestrukih ekonomskih koristi koje donosi, turizam ima važnu ulogu u svjetskom, pa tako i u hrvatskom gospodarskom sustavu. Prije analize njegovog značaja, potrebno je definirati sam pojam turizma. Postoje različite definicije, a jednu od najstarijih i polazišnu za ostale definicije dali su švicarski autori Kurt Krapf i Walter Hunziker (1942) koji turizam definiraju kao skup pojava i odnosa koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja određene lokacije ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s njime nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost. No, definicija turizma u većini država koja je danas prihvaćena jest ona Svjetske turističke organizacije (1999) koja turizam sagledava s pozicije turističke potražnje. Spomenuta definicija gleda turizam kao obuhvat aktivnosti koje proizlaze iz putovanja i boravka ljudi izvan njihovog uobičajenog okruženja ne dulje od jedne godine, s ciljem odmora, poslovnog putovanja ili drugih razloga koji nisu povezani s aktivnostima za koje bi primili naknadu u mjestu kojeg posjećuju (UNWTO, 1999).

Turizam svakako nije samo definicija, turizam obuhvaća široki spektar gospodarskih djelatnosti te kao takav predstavlja izdašan izvor za kontinuirani priljev novca u proračun, odnosno prikupljanje javnih prihoda u svrhu financiranja javnih rashoda. Država iz tog razloga turizam vidi kao poželjnog partnera i važnu komponentu u gospodarskom sustavu.

Uloga turizma u ekonomskom sustavu temelji se na njegovim ekonomskim funkcijama, zbog čega se smatra izuzetno bitnim usvojiti osnovna znanja o načelima njegovog djelovanja unutar gospodarstva jer se upravo ta načela dovode do generiranja brojnih ekonomskih učinaka.

### **2.1. EKONOMSKE FUNKCIJE TURIZMA**

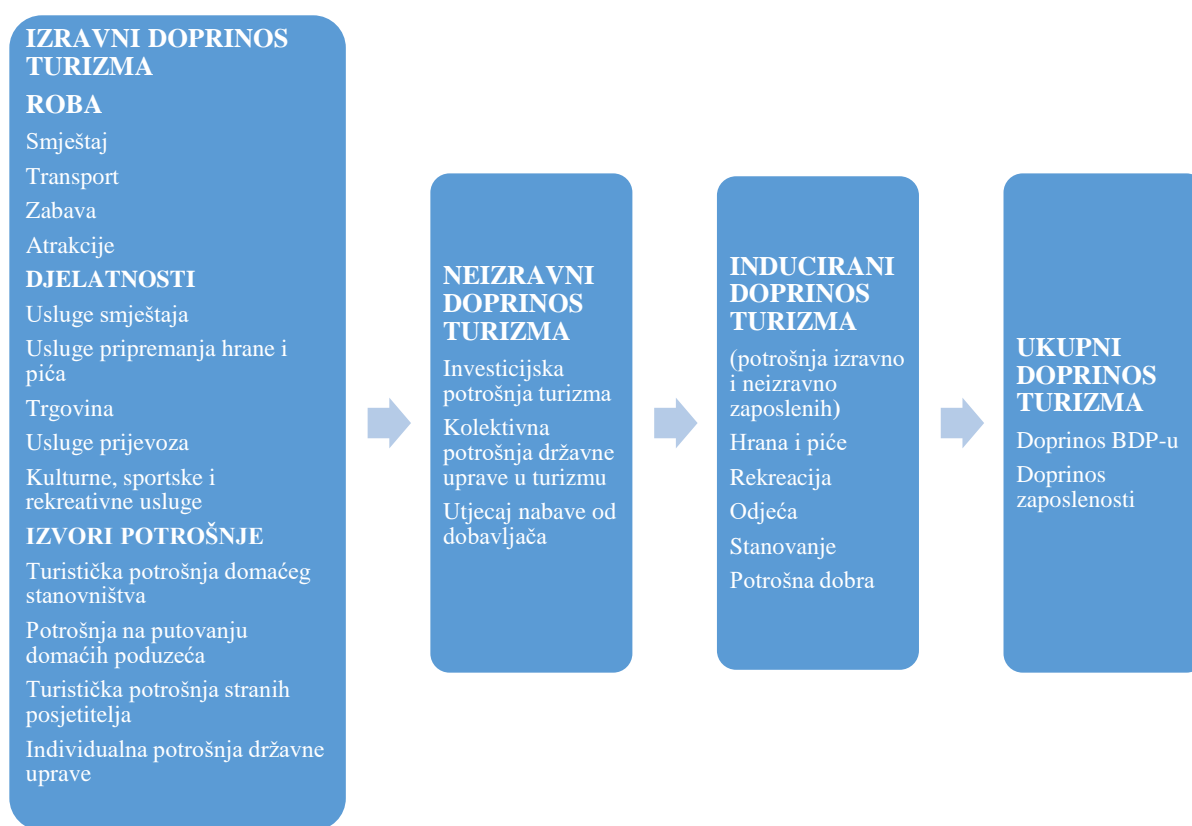
Ekonomske funkcije turizma obuhvaćaju sva njegova djelovanja usmjerena na realizaciju zadanih ekonomskih ciljeva, a koja rezultiraju ekonomskim učincima. Kesar i ostali (2011) izdvojili su 10 osnovnih ekonomskih funkcija turizma: akceleracijska funkcija, integracijska, funkcija razvoja gospodarski nedovoljno razvijenih područja, apsorpcijska funkcija, funkcija uravnoteženja platne bilance, funkcija poticanja međunarodne razmjene dobara, funkcija zapošljavanja, konverzijska funkcija, induktivna funkcija i multiplikativna funkcija.

U svojoj suštini, multiplikativna funkcija opisuje sposobnost turizma u umnožavanju dohotka ostvarenog u početnoj fazi turističke potrošnje, odnosno u trenutku kada posjetitelj plati za usluge ili proizvode koje je konzumirao tijekom svog putovanja. Trošeći novac stečen izvan

turistički receptivnog prostora, on nesvjesno pokreće lanac međusobno uvjetovanih ekonomskih interakcija i aktivnosti pri čemu učinci inicijalne turističke potrošnje čine samo jedan prepoznatljiv dio cjelovite slike ekonomskih učinaka koju spomenuta potrošnja ostvaruje (Čavlek et al., 2011).

Ukupan ekonomski učinak turističke potrošnje tako proizlazi iz zbroja njezinih izravnih, neizravnih te induciranih učinaka. U svojoj analizi ukupnog ekonomskog doprinosa nacionalnim gospodarstvima Svjetsko vijeće za putovanja i turizam (WTTC) obuhvaća pokazatelje izravnih, neizravnih te induciranih doprinosa turizma koji su prikazani na Slici 1.

Slika 1: Prikaz izravnih, neizravnih i induciranih doprinosa turizma



Izvor: obrada autorice prema: World Travel & Tourism Council, 2023

Na multiplikativnu funkciju nadovezuje se induktivna funkcija turizma koja se temelji na činjenici da primarni interes nositelja gospodarskih aktivnosti na razini destinacije nije sama turistička potrošnja ni neposredna dobit koju bi određeni gospodarski subjekti ostvarili kroz samu prodaju proizvoda i usluga turizmu, već uloga spomenute potrošnje u indukciji povećanih ukupnih učinaka pružanja usluga, odnosno proizvodnje (Marković i Marković, 1972). Za ogledne primjere djelovanja ove funkcije najčešće se uzimaju povećana potrošnja goriva i

potreba za otvaranjem ugostiteljskih objekata tijekom ljetnih mjeseci, a koje će imati pozitivan odraz na povećanje proizvodnje svih subjekata u lancu dobavljača. No induktivna funkcija može se sagledati i sa suprotnog stajališta. U tom smislu, gubitak induktivne snage turizma nažalost najviše dolazi do izražaja u kriznim situacijama kada gospodarstva jakih emitivnih tržišta ulaze u duboku recesiju, zbog čega dolazi do smanjenja turističkog prometa, a time i ukupnih prihoda od turizma u turistički receptivnim prostorima, što dovodi do razvodnjavanja učinka ekonomije razmjera (Čavlek et al., 2011).

Konverzijska funkcija turizma odnosi se na sposobnost turizma da neprivredne resurse pretvori u privredne, a koji bez turizma ili uključivanja u turističke tokove ne bi ostvarivali ekonomske učinke, prvenstveno prihod (Pirjevec i Kesar, 2002). Jedan od najpoznatijih primjera djelovanja konverzacijske funkcije u Hrvatskoj svakako su Dubrovačke gradske zidine od kojih se kroz prodaju ulaznica na godišnjoj razini ubiru višemilijunski prihodi u korist gradskog proračuna. Konvertiranjem takvih, u pravilu nepotrošivih i količinom ograničenih, neaktivnih resursa u resurse koji donose određene ekonomske koristi, turizam stječe posebnu važnost za određeno područje, a ponekad i presudnu ulogu u stvaranju novih radnih prilika i generiranju dohotka (Pirjevec i Kesar, 2002).

Nastavno na navedeno, među najvažnije ekonomske funkcije turizma svakako se ubraja funkcija zapošljavanja, odnosno funkcija koja rezultira otvaranjem novih radnih mjesta unutar osnovnih gospodarskih sektora u sustavu turizma, kao i u nizu drugih povezanih djelatnosti. Rast turističkih brojki, kako u manje tako i u razvijenim zemljama, rezultirao je otvaranjem velikog broja radnih mjesta.

Nadalje, funkcija turizma u poticanju međunarodne razmjene dobara odražava se u kretanju visine izvoza (prihoda) i uvoza (rashoda) robe i usluga na računu tekućih transakcija platne bilance. Naime, destinacije koje teže privlačenju što većeg broja inozemnih posjetitelja moraju uvoziti raznolik spektar usluga i proizvoda multinacionalnih tvrtki jer današnji gosti u destinacijama očekuju iste proizvode i usluge koje koriste kod kuće. Kesar (2004) napominje da je uzajamna razmjena usluga i dobara s inozemstvom danas jedan od temeljnih preduvjeta za opstanak i postizanje uspjeha na izrazito konkurentnom turističkom tržištu.

Na funkciju poticanja međunarodne razmjene dobara prirodno se veže funkcija turizma u uravnoteženju platne bilance, a zbog koje se turizmu pripisuje i vrlo važna stabilizacijska uloga (Čavlek et al., 2011). Zahvaljujući obimnim prihodima od inozemne turističke potrošnje, turizam već dulji niz godina uspješno kompenzira negativne učinke robne razmjene Hrvatske s inozemstvom, doprinoseći tako uravnoteženju platne bilance. Prema podacima HNB-a (2024), Hrvatska je u 2023. godini ostvarila višak na tekućem računu platne bilance u iznosu od 825 milijuna eura, a na takva je kretanja uvelike utjecao snažni rast prihoda od turizma, i to za 11,3 posto u usporedbi s 2022. godinom.

Kao posljedica međunarodnih turističkih kretanja pojavljuje se apsorpcijska funkcija turizma, koja se odnosi na sposobnost turizma u uravnoteženju robno-novčanih odnosa (financijskog i realnog sektora) u razvijenim zemljama, kao i u zemljama u razvoju (Čavlek et al., 2011). Ova funkcija u literaturi se može pronaći i pod imenom „inflacijsko-deflacijska funkcija“ jer označava situaciju u kojoj turizam može uzrokovati inflaciju ili deflaciju u receptivnim/emitivnim zemljama, stoga je poželjna samo u uvjetima gospodarske stabilnosti.

Značajna uloga turizma u reguliranju gospodarskih odnosa počiva u njegovoj sposobnosti preraspodjele dohotka namijenjenog turističkoj potrošnji i redistribuciji kapitala, a koja se naziva funkcijom razvoja gospodarski nedovoljno razvijenih područja. Vukonić i Keča (2000) upozoravaju kako je spomenuta funkcija pokazala da turizam može donijeti ravnotežu promjenom u strukturi gospodarskih aktivnosti, što može imati i druge i to negativne posljedice za gospodarski, ali više na društveni život. Naime, prije razvoja turizma lokalno stanovništvo u tim područjima uglavnom se bavilo tradicijskim djelatnostima poput poljoprivrede, stočarstva, vinogradarstva i ribarstva, a njihova kultura i način života su bili usko povezani s tim aktivnostima. Međutim, razvojem turizma ta se dinamika mijenja, a takva promjena može dovesti do promjene stila života i nestanka tradicijskih djelatnosti, a posljedično i povećavanja ovisnosti o uvozu.

Turizam posjeduje i specifičnu, integracijsku funkciju koja se manifestira u gospodarskom povezivanju regija. Uzimajući u obzir činjenicu da je turizam integrirani sustav čija ekonomska aktivnost ovisi o sudjelovanju brojnih različitih proizvodnih i uslužnih sektora unutar nacionalnog gospodarstva, može se predvidjeti da, primjerice, u Jadranskoj regiji, dobra neće biti proizvedena u količinama dovoljnim za kreiranje turističke ponude na tom području. U turizmu se, naime, koriste proizvodi i usluge iz raznih industrija, poput prehrambene, tekstilne

i drvne, što dovodi do integracije regija, a od kojih će se neke suočavati sa svim benefitima, ali i posljedicama razvoja turizma, dok će druge podržavati njegov razvoj pružanjem proizvoda i usluga koje su im potrebne (Čavlek et al., 2011).

Akceleracijska funkcija ogleda se u snazi turizma da pojedina područja razvija brže od određenih gospodarskih djelatnosti (Prijevec i Kesar, 2002). Pod "područjima" se najčešće misli na određene geografske sredine, no to također može obuhvatiti i određene gospodarske djelatnosti. Osim ubrzanog razvoja geografskih regija, turizam dovodi i do akceleriranog razvoja određenih gospodarskih sektora, a u okviru kojih su pojedine djelatnosti, poput vinogradarstva i brodogradnje, resurse preusmjerile u pravcu turizma i tako postigle veliki uspjeh.

Snaga svih navedenih ekonomskih funkcija turizma ovisi o dvije ključne varijable: visini turističke potrošnje te razini gospodarske razvijenosti određene destinacije.

## **2.2. TURIZAM KAO SUSTAV**

Prilikom analize turističkih pokazatelja, važno je pravilno razumjeti turizam kao posebnu kategoriju. Teoretičari se već dugo godina razilaze u stavu o kategorizaciji turizma, odnosno odgovoru na pitanje je li on sektor, industrija, gospodarska aktivnost, djelatnost ili pak grana.

Ovu problematiku razjasnio je Kesar (2011) pomno izjednačujući elemente turizma sa svim navedenim kategorijama čime je postalo vidljivo kako niti jedna ne udovoljava cjelovitom obuhvatu aspekata turizma. Nakon što je iscrpio sve mogućnosti koje pruža opća ekonomska teorija, došao je do zaključka prema kojem je turizam visokosofisticirani integralni sustav u sklopu nacionalnog gospodarstva čija struktura i djelokrug nadilaze ekonomske kategorije, industrije, grane i sektore. Ovaj sustav čine međusobno povezani i ovisni, komplementarni i heterogeni fragmenti raznih gospodarskih djelatnosti i grana koji zajednički čine funkcionalnu, uravnoteženu i logičku cjelinu. Zbog složenosti turizma kao sustava, nemoguće je u potpunosti utvrditi njegove ukupne ekonomske učinke jer će uvijek ostati dio koji je skriven unutar ekonomskih rezultata koji nastaju na posrednoj (neizravnoj) osnovi (Čavlek et al., 2011). Uzme li se za primjer radna snaga u turizmu, koja će biti detaljnije obrađena u nastavku ovog rada, za pokazatelje se najčešće uzima broj zaposlenih u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i trgovini. No to

nije konačan broj jer se analizom navedenih djelatnosti izostavljaju podaci o zaposlenima u djelatnostima komplementarnima turizmu poput, primjerice, prometa i graditeljstva.

Blažević (2007) ističe kako se proučavanju turizma kao složene društvene, ekonomske i sociološke pojave u Hrvatskoj pristupilo tek u drugoj polovici 20. stoljeća, odnosno gotovo cijelo stoljeće od njegovog pojavljivanja. Svijest o potrebi njegove znanstvene obrade probudila se tek kada je turizam postao jedan od osnovnih razvojnih pravaca bivše Jugoslavije, odnosno kada je počeo davati konkretne rezultate i prerastao u pojavu koju je potrebno institucionalno regulirati. Zakašnjela saznanja o proučavanju i tretiranju turizma kao složenog i velikog ekonomskog sustava u teorijskom smislu odrazila su se i u njegovoj praktičnoj primjeni.

### **2.3. TURIZAM U SVIJETU**

Pretečom turističkih putovanja u svijetu smatra se Grand Tour (veliko putovanje), koji je od 1547. do 1830. godine predstavljao završnu fazu u obrazovanju engleskih plemića (Čavlek et al., 2011). Različiti teoretičari na drugačiji su način podijelili faze periodizacije razvoja turizma. Bukart i Medlik 1974. godine identificirali su tri razvojna razdoblja kroz koja je prošao turizam: počeci turizma uoči industrijske revolucije do 1840. godine, period od 1840. do 1914. godine te razdoblje modernog svijeta (Čavlek et al., 2011). Svjetska turistička organizacija (1999) pak razlikuje pet faza: rano doba, srednje doba, doba renesanse, industrijska revolucija te moderni turizam. No, dok se oko godine početka razvoja turizma teoretičari ne slažu, oko jednog nemaju dvojbe. Zasluge za prvo organizirano turističko putovanje idu Thomasu Cooku, koji je 5. srpnja 1841. godine za 570 osoba organizirao prijevoz vlakom iz Leicestera u Loughborough na godišnji kongres Antialkoholičarskog društva (Čavlek et al., 2011).

Dinamiku međunarodnog turističkog prometa u periodu od 1950. godine do 2008. godine odlikuje prosječna stopa rasta dolazaka od 6,4 posto. Samo u razdoblju od 1990. do 2008. godine broj turističkih dolazaka u svijetu se udvostručio. Zbog brzine kojom se razvijao turizam u razdoblju od 1950. godine do današnjih dana, Svjetska turistička organizacija - UNWTO (2008) označuje taj razvoj kao jedan od zapaženijih društvenih i ekonomskih fenomena prošlog stoljeća. Do 2000. godine međunarodni turistički promet dominantno je bio koncentriran u svega dvjema turističkim regijama, Americi i Europi, s ostvarenim udjelom od 76,4 % (Čavlek et al., 2011). U posljednjem desetljeću 20. stoljeća dio turističkog kolača uzimaju regije Azije

i Pacifika, Afrike i Bliskog istoka, ali Europa i dalje ostaje vodeća receptivna turistička regija svijeta.

Kako je turizam prolazio kroz različite faze, mijenjali su se motivi posjetitelja i sukladno tome stvarali specifični oblici turizma. 'Sunce i more' kontinuirano predstavlja najjači turistički proizvod, no taj se koncept postepeno mijenja i zamjenjuje ga sve veći interes za tzv. kombinirana putovanja, odnosno za putovanja motivirana suncem i morem, ali koja su nadopunjena. Danas se primjenjuje koncept 'elastičnog pakiranja', koji se odnosi na mogućnost da iz različite palete proizvoda i usluga gosti sami „kroje“ svoj individualni odmorišni paket (Čorak i Mikačić, 2006).

Turizam se neprestano razvija pod utjecajem novih trendova, promjena u ponašanju potrošača te tehnološkog napretka. Održivi turizam, digitalna transformacija i potražnja za autentičnim iskustvima samo su neki od trendova koji oblikuju suvremeni turizam. Kako bi odgovorili na te izazove, pružatelji turističkih usluga moraju prilagoditi svoju ponudu sve dinamičnijem tržištu, a destinacije moraju strateški planirati svoj razvoj, balansirajući između ekonomskih, društvenih i ekoloških aspekata. Bašić (2015) ističe kako su uočljive aktualne tendencije: individualizam, ekološka svijest, konzumerizam te svijest i briga o zdravlju. Posljednje je došlo do izražaja tijekom epidemije COVID-19, koja je stvorila krizu bez presedana za industriju povezanu s turizmom te u velikoj mjeri promijenila potražnju u turizmu. Sigurnost je postala prioritet broj jedan za mnoge putnike, što je dovelo do povećane potražnje za destinacijama koje nude sigurne i kontrolirane uvjete putovanja, kao i za smještajnim kapacitetima koji slijede stroge mjere higijene. Fleksibilnost pri otkazivanju rezervacija, mogućnost beskontaktna prijave te usklađenost s globalnim zdravstvenim protokolima postali su ključni čimbenici prilikom odlučivanja o putovanju (Gössling et al., 2020).

Prema Svjetskom turističkom barometru UNWTO-a (2024), međunarodni turizam je 2023. godine dosegao 88 % razine prije pandemije virusa Covid-19, s procijenjenih 1,3 milijarde međunarodnih dolazaka, koji su donijeli prihod u iznosu od 1,4 bilijuna američkih dolara. Europa, najposjećenija regija na svijetu, dosegla je 94 % razine iz 2019., podržana potražnjom unutar regije i putovanjima iz Sjedinjenih Američkih Država. Eurostat (2024) je objavio kako je ukupan broj noćenja u turističkom smještaju u zemljama Europske unije dosegnuo 2,9 milijardi, što predstavlja porast od 6,1 posto u odnosu na 2022. godinu i 1,4 posto u odnosu na pretpandemijsku 2019. godinu.



Procjenjuje se da je 2022. u EU-u bilo više od 621.000 turističkih smještajnih objekata koji su zajedno osiguravali 28,9 milijuna kreveta. Više od jedne trećine (35,5 %) svih kreveta u EU bilo je koncentrirano u samo dvije države članice, u Italiji (5,2 milijuna kreveta) i Francuskoj (5,1 milijuna), a zatim u Španjolskoj (3,8 milijuna) i Njemačkoj (3,6 milijuna). U Hrvatskoj je 2022. godine bilo registrirano preko 110 tisuća objekata s više od milijun kreveta.

Tablica 1 Broj turističkih smještajnih objekata u državama članicama Europske unije

	Broj smještajnih objekata (u jedinicama)	Broj kreveta (u tisućama)
<b>EU - 27</b>	621.572	28.903
<b>Belgija</b>	10.269	423
<b>Bugarska</b>	4.031	355
<b>Češka</b>	10.652	783
<b>Danska</b>	1.239	451
<b>Njemačka</b>	48.742	3.611
<b>Estonija</b>	1.337	62
<b>Irska</b>	2.471	215
<b>Grčka</b>	30.221	1.279
<b>Španjolska</b>	56.174	3.771
<b>Francuska</b>	28.834	5.059
<b>Hrvatska</b>	110.493	1.127
<b>Italija</b>	224.644	5.200
<b>Cipar</b>	806	88
<b>Latvija</b>	1.114	49
<b>Litva</b>	4.580	110
<b>Luksemburg</b>	385	58
<b>Mađarska</b>	4.023	369
<b>Malta</b>	311	51
<b>Nizozemska</b>	9.548	1.408
<b>Austrija</b>	23.984	1.065
<b>Poljska</b>	9.766	780
<b>Portugal</b>	7.667	692
<b>Rumunjska</b>	11.053	410
<b>Slovenija</b>	9.952	190
<b>Slovačka</b>	3.496	199
<b>Finska</b>	1.377	257
<b>Švedska</b>	4.302	835

Izvor: obrada autorice prema Eurostat, 2023

Ekonomski značaj turizma može se mjeriti i analizom udjela prihoda od turizma u bruto domaćem proizvodu (BDP-u), ovi podaci dolaze iz statistike platne bilance i obuhvaćaju poslovna i privatna putovanja.

Tablica 2 Udio prihoda od turizma u BDP-u zemalja članica Europske unije

Zemlje članice	Prihodi od turizma (u milijunima EUR-a)			Udio u BDP-u 2022 (%)
	2010	2015	2022	
EU-27	96.200	136.062	146.925	0,9
Belgija	8.620	7.090	6.585	1,2
Bugarska	2.574	2.825	3.246	3,8
Češka	5.419	5.465	4.807	1,7
Danska	4.420	6.027	8.485	2,2
Njemačka	26.159	33.265	29.960	0,8
Estonija	824	1.347	1.215	3,4
Irska	3.106	4.315	6.686	1,3
Grčka	9.611	14.126	17.676	8,6
Španjolska	44.375	56.310	69.219	5,1
Francuska	43.040	52.585	56.670	2,1
Hrvatska	5.568	7.219	13.114	19,3
Italija	29.257	35.555	44.254	2,3
Cipar	1.637	2.279	2.737	9,9
Latvija	484	807	1.050	2,7
Litva	729	1.041	1.127	1,7
Luksemburg	4.286	5.051	5.145	6,6
Mađarska	4.315	4.797	5.362	3,2
Malta	814	1.246	1.535	8,8
Nizozemska	8.850	12.067	15.230	1,6
Austrija	14.027	16.435	18.912	4,2
Poljska	7.136	9.267	13.773	2,1
Portugal	7.600	11.606	21.141	8,7
Rumunjska	860	1.659	4.474	1,6
Slovenija	1.991	2.162	2.972	5,2
Slovačka	1.684	2.192	1.291	1,2
Finska	2.291	2.318	2.136	0,8
Švedska	6.324	7.555	8.593	1,5

Izvor: obrada autorice prema Eurostat, 2023

Iz Tablice 2 vidljivo je kako je među državama članicama EU-a udio prihoda od putovanja u BDP-u 2022. godine bio daleko najveći u Hrvatskoj (19,3 %). Po visini udjela u BDP-u slijede

Cipar (9,9 %), Malta (8,8 %), Portugal (8,7 %) i Grčka (8,6 %). Zanimljivo je kako je u tri najpopularnija turistička odredišta, Španjolskoj, Italiji i Francuskoj, taj udio daleko manji. Tako je u Španjolskoj dosegao tek 5,1 %, što je gotovo četiri puta manje od Hrvatske. Ta razlika još više dolazi do izražaja prilikom usporedbe s Francuskom, u kojoj 56,6 milijardi eura prihoda od turizma čini tek 2,1 % udjela u BDP-u te susjednom Italijom u kojoj 44,2 milijarde eura prihoda od putovanja čini udio BDP-a od 2,3 %.

## **2.4. TURIZAM U HRVATSKOJ**

Turizam igra ključnu ulogu u hrvatskom gospodarstvu, pridonoseći značajnom udjelu BDP-a i zapošljavanju, posebno u ljetnim mjesecima. U ovom dijelu rada bit će predstavljena organizacijska struktura turizma, njegov razvoj kroz povijest, od samih početaka do suvremenog doba, kao i politika razvoja turizma u Hrvatskoj.

### **2.4.1. ORGANIZACIJA TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

Iako je danas teško zamisliti nacionalnu organizaciju turizma bez značajnije uloge države, osnovica organizacijske strukture turizma u većini zemalja počela je spontano nastajati i razvijati se neovisno o državnoj politici još od ranih faza njegovog razvoja i prvih oblika turizma (Čavlek et al., 2011). Čavlek i suradnici (2011) ističu kako se organizacijska struktura turizma u Hrvatskoj treba posebno promatrati za razdoblje koje je prethodilo 1991. godini te posebno detaljno od kada je Republika Hrvatska postala samostalna i suverena država tržišnog gospodarstva, zbog velikih razlika između ta dva razdoblja. Organizacijski sustav naslijeđen iz ranijeg razdoblja, zajedno s političkim, gospodarskim i društvenim promjenama, kao i stav demokratske vlasti prema turizmu, značajno su oblikovali ustroj turizma u Republici Hrvatskoj. U resornom ustroju dolazilo je do čestih promjena, a društvena razina sporo se prilagođavala nastupajućim promjenama.

Kao i u drugim državama, u Hrvatskoj se razine organizacije turizma dijele na državnu i društvenu, te gospodarsku i strukovnu. Krovna državna institucija za promicanje turizma je Ministarstvo turizma i sporta. Ministarstvo turizma kao posebno tijelo u samostalnoj Republici Hrvatskoj ustrojeno je 1990. godine te je do 2003. djelovalo zasebno, da bi te godine prešlo u sklop Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka. Od 2008. godine ponovno je postalo zasebno ministarstvo i kao takvo djelovalo je do 2020. godine kada mu je pripojen resor sporta. Prema Zakonu o ustrojstvu i djelokrugu ministarstava i drugih središnjih tijela državne uprave (2023), Ministarstvo turizma i sporta obavlja upravne i ostale poslove koji se odnose na

turističku politiku Hrvatske, odgovorno je za izradu i monitoring provedbe Strategije razvoja hrvatskog turizma, a u fokusu njegovog rada su investicije u turizmu, razvoj specifičnih oblika turizma, praćenje kvalitete turističke ponude te zalaganje za interese hrvatskog turizma u državi i inozemstvu.

Društvenu razinu ustroja turizma u RH čini sustav turističkih zajednica te emitivne i receptivne društvene organizacije poput kulturno-umjetničkih društava, planinarskih društva, automoto društva, društva prijatelja prirode, ferijalnih saveza, lovačkih društva i slično (Čavlek et al., 2011). Sustav turističkih zajednica ustrojen je 1991. godine donošenjem Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma kojim su definirane zadaće, sistem rada te temeljna načela financiranja i gospodarenja turističkih zajednica. Riječ je o organizacijama koja funkcioniraju po načelima destinacijskog menadžmenta, s ciljem promicanja turizma u Hrvatskoj kao i zaštite gospodarskih interesa fizičkih i pravnih osoba koje pružaju ugostiteljske, turističke ili srodne usluge. Uloga turističkih zajednica je upravljanje destinacijom na području za kojeg su osnovane. Sustav turističkih zajednica sastoji se od lokalnih turističkih zajednica, koje se formiraju za jedno ili više područja jedinica lokalne samouprave, otoka, rivijera ili sličnih prostornih cjelina, regionalnih turističkih zajednica, koje obuhvaćaju područje jedne ili više jedinica područne (regionalne) samouprave, te Hrvatske turističke zajednice koja djeluje na nacionalnoj razini. Kao neprofitne organizacije, turističke zajednice prvenstveno se financiraju od prihoda ostvarenih kroz boravišne pristojbe, članarine te obavljanje gospodarskih djelatnosti. Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma definirana je 21 zadaća lokalnih i regionalnih turističkih zajednica, od kojih se kao najvažnije izdvajaju: promoviranje destinacije, samostalno i putem udruženog oglašavanja, gospodarenje javnom turističkom infrastrukturom koju im je jedinica lokalne (regionalne) samouprave dala na upravljanje, sudjelovanje u određivanju turističke politike i ciljeva na nivou općine ili grada, kao i u stvaranju uvjeta za učinkovitu koordinaciju privatnog i javnog sektora, diseminacija promotivnih materijala te redovito prikupljanje i ažuriranje informacija ključnih za ugodan boravak i sigurno putovanje turista. Na dan 24. travnja 2024. godine u Hrvatskoj je djelovalo 298 turističkih zajednica. Koordinaciju svih turističkih zajednica vrši Hrvatska turistička zajednica. Riječ je o nacionalnoj turističkoj organizaciji osnovanoj s ciljem oblikovanja i promicanja ugleda i identiteta hrvatskog turizma na domaćem i inozemnom tržištu, planiranja i implementacije strategije i koncepta promocije turizma kao i marketinških aktivnosti od zajedničkog interesa za sve dionike u turizmu, te unaprjeđenja kvalitete cjelovite turističke ponude u Hrvatskoj.

Nositelji hrvatskog turizma na gospodarskoj razini su Hrvatska gospodarska komora (HGK) te Hrvatska obrtnička komora (HOK) kojima je zajedničko obilježje povezivanje članica na razini interesa struke. Osim na nacionalnom nivou, obje komore djeluju i na županijskim razinama. Čavlek i suradnici (2011) ističu kako njihove zadaće uključuju zastupanje interesa svih nositelja ekonomske aktivnosti u određenoj državi putem predlaganja i pokretanja inicijativa za usvajanje zakona kao i drugih propisa i mjera vezanih uz poslovne uvjete te jačanje poduzetništva i obrtništva unutar cjelokupnog hrvatskog gospodarstva. Također, one razmatraju prijedloge zakona i propisa povezanih s turizmom, kao i ostale regulative koje definiraju uvjete poslovanja u turizmu i ugostiteljstvu u Hrvatskoj.

Strukovnu razinu organizacije turizma u Hrvatskoj predstavljaju strukovne udruge koje povezuju predstavnike različitih struka u svrhu rješavanja problema, što rezultira poticanjem razvoja turizma. Među njima se veličinom i djelovanjem ističu: Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (UPUHH), Kamping udruge Hrvatske (KUH), Nacionalna udruge obiteljskih i malih hotela (OMH), Udruga hrvatskih putničkih agencija (UHPA) i Adriatic Croatia International Club (ACI). Sredinom 2018. godine osnovana je Hrvatska udruge turizma (HUT) koja kao krovna udruge okuplja najveće udruge čiji je rad vezan za turizam, među kojima i spomenute UPUHH i KUH, zajedno s vodećim turističkim tvrtkama koje posluju u državi. Cilj HUT-a je zajedničkim djelovanjem osigurati daljnji napredak turizma Republike Hrvatske, s posebnim naglaskom na jačanje konkurentnosti, povećanje zaposlenosti i ukupan pozitivan doprinos hrvatskom gospodarstvu.

Organizaciju u turizmu brojni teoretičari smatraju najtežim i najstarijim problemom u turističkoj politici. Hitrec i Hendija (2008) upozoravaju kako je uključivanjem sve više nositelja i izvršitelja turističke politike dolazilo do suprotnih interesa te velike teritorijalne rasprostranjenosti turizma. Tijekom gotovo dvostoljetne evolucije suvremenog turizma i njegove prateće organizacijske nadgradnje javljali su se neki tipični zajednički problemi, među kojima je i resorni ustroj turizma. Struka je podijeljena oko toga treba li turizam tretirati samostalno ili ga spajati s jednim ili više upravnih nadležnosti kao što je to trenutno slučaj u Hrvatskoj. Među problemima je i korištenje iskustava drugih, odnosno prihvaćanje tuđih organizacijskih rješenja. Postavlja se pitanje je li korištenje zakonskih rješenja iz pokrajine Gornje Austrije optimalno za hrvatsko turističko zakonodavstvo. Hitrec i Hendija (2008) na popis najčešćih problema uvrstili su i teritorijalnu rasprostranjenost organizacijskih jedinica,

pravni status tih jedinica, odnos komercijalnih (lukrativnih) i nekomercijalnih poslova u njihovoj nadležnosti, vertikalnu i horizontalnu povezanost organizacijskih čimbenika te kvalitetu ljudskih resursa – odlučujućih čimbenika organizacije. Navedeni problemi neprestano se pokušavaju riješiti u svim državama, a rješenja su podložna stalnoj prilagodbi, koja u pravilu zaostaju za dinamikom svakodnevne prakse i potrebama tržišta.

#### **2.4.2. RAZVOJ TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

Većina teoretičara nije radila razlike u fazama razvoja turizma u svijetu i Hrvatskoj. Razlike u periodizaciji iznijeli su Pirjevec i Kesar (2002) koji faze razvoja turizma temelje na ratnim razdobljima, dok Vukonić (2005) pak smatra da je dvojbenu cijelu povijest hrvatskog turizma isključivo vezati uz ratove. On sugerira periodizaciju turizma u Hrvatskoj u šest faza: razdoblje preteča turističkog razvoja ili pojava sličnih turizmu, faza znatiželje koja obuhvaća kraj 19. stoljeća, faza osvješćivanja koja pokriva period od početka 20. stoljeća do kraja Prvog svjetskog rata, period između dva svjetska rata odnosno faza prvih postignuća, faza intenzivnog turističkog razvoja koja je uslijedila nakon Drugog svjetskog rata te razdoblje od 1991. godine do početka 21. stoljeća koje se naziva fazom oporavka i konsolidacije turističkog života u Republici Hrvatskoj. Intenzivniji razvoj turizma u Hrvatskoj počeo je nakon II. svjetskog rata s rastom popularnosti destinacija na Sredozemlju i to zbog njihove geografske blizine, kao i toplog mora te sve dostupnijeg avionskog prijevoza (Čorak i Mikačić, 2006). Svoju kulminaciju razvoja hrvatski turizam dosegao je 1986. godine kada je evidentirano 68 milijuna noćenja, što je nadmašeno tek tri desetljeća kasnije, odnosno 2015. godine. Naredne četiri godine trajao je trend bilježenja rekordnih razina u broju turističkih noćenja, kojeg je 2020. godine zaustavila pandemija virusa Covid-19.

Prema analizi dostignutog razvoja turizma, izrađenoj za Strategiju razvoja turizma RH do 2020., Hrvatska predstavlja tipičan primjer zrelog turističkog odredišta u kojem dominira proizvod 'sunce i more' te visoka sezonalnost, karakteristična za zemlje toplih mora, u prvom redu Mediterana i Jadrana. Rezultati niza uzastopnih istraživanja TOMAS Ljeto (2018) pokazuju da dominiraju turisti srednje životne dobi, pri čemu prosječna dob turista iznosi 41 godinu. Udio srednje dobne skupine gostiju, one od 30 do 49 godina, kretao se u rasponu od 51 % do 56 % i kao takav bio je relativno stabilan tijekom cijelog perioda provođenja istraživanja. Iz izvještaja Državnog zavoda za statistiku (2024) vidljivo je kako u strukturi ukupno ostvarenih dolazaka, 86,5 % čine strani turisti, dok se ostatak od 13,5 % odnosi na domaće turiste. Hrvatska je već dulji niz godina najpopularnija među njemačkim turistima koji su u 2023. godini ostvarili

3,2 milijuna dolazaka te 22,3 milijuna noćenja, što čini 19 % od ukupnog broja dolazaka stranih posjetitelja i 26,5 % od ukupnog broja noćenja stranih posjetitelja. Nakon njih, slijede noćenja turista iz Slovenije i Austrije, koja iznose po 9,1 %, zatim Poljske (7,5 %), Češke (5,9 %), Italije (4,7 %) i Ujedinjene Kraljevine (4,1 %). Zajedno, noćenja turista iz spomenutih zemalja čine 66,9 % ukupnog broja noćenja inozemnih turista.

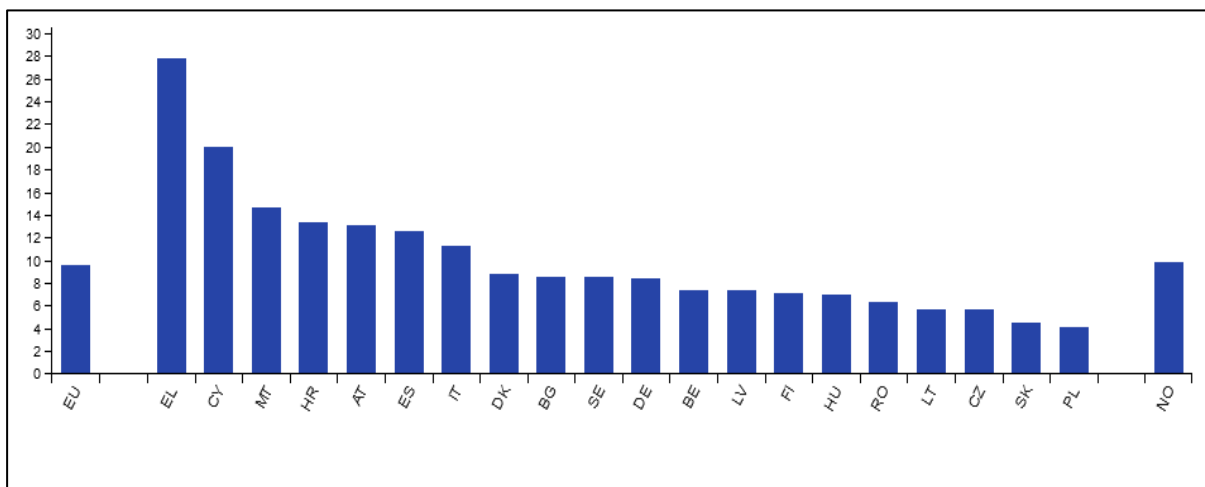
Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (2024), u 2023. godini ostvareno je ukupno 19,5 milijuna dolazaka i 92,4 milijuna noćenja, što predstavlja povećanje od 9,7 % u dolascima i 2,6 % u noćenjima u usporedbi s 2022. godinom. U odnosu na rekordnu turističku 2019., zabilježeno je nešto manje dolazaka (0,4 %), no broj noćenja turista porastao je za 1,2 posto. Gledano po županijama, najviše dolazaka i noćenja u 2023., ostvareno je u Istarskoj županiji i to 4,8 milijuna dolazaka, što predstavlja 24,8 % od ukupno ostvarenih dolazaka te 28,1 milijuna noćenja, što čini čak 30,4 % od ukupnog broja realiziranih noćenja u komercijalnom smještaju. U usporedbi s godinom ranije, u Istarskoj županiji evidentirano je za 5,4 % više dolazaka i 1,6 % više noćenja turista, čime je nadmašen i pretpandemijski rezultat. Naime, ove brojke predstavljaju povećanje od 7,8 % u dolascima i 6,6 % u noćenjima u odnosu na 2019. godinu. Po ostvarenom turističkom prometu u 2023. godini, Istarsku županiju slijede Splitsko-dalmatinska županija s 3,6 milijuna dolazaka i 17,8 milijuna noćenja te Primorsko-goranska županija s 3,1 milijuna dolazaka i 15,6 milijuna noćenja. Još je jedino u Zadarskoj županiji zabilježeno više od 10 milijuna noćenja i to ukupno 10.122.050 noćenja te 1.791.788 dolazaka.

Prihodi od turizma u 2023. godini iznosili su 14,6 milijardi eura, što čini visokih 19,6 % BDP-a, pokazuju podaci Hrvatske narodne banke (2024). No u siječnju 2019. godine Državni zavod za statistiku, u suradnji s Institutom za turizam, prvi put je objavio rezultate izračuna ekonomske važnosti turizma za Republiku Hrvatsku metodologijom satelitskog računa turizma (TSA), a prema kojima je izravan udio turizma u BDP-u značajno manji. U izvještaju, koji se odnosi na 2016. godinu, prikazani su najznačajniji rezultati, a to su dolazni turistički izdaci, domaći turistički izdaci, vrijednosti unutarnje turističke potrošnje, bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti, izravna bruto dodana vrijednost turizma te izravni bruto domaći proizvod turizma. Najzanimljiviji podatak, koji je dobiven metodologijom satelitskog računa turizma (TSA), je izravan udio turizma u BDP-u, a koji je ispao znatno manji od dosadašnjih procjena koje su se kretale oko iznosa od 18 % udjela u BDP-u. Naime, izravni bruto domaći proizvod turizma u 2016. godini iznosio je oko 5,3 milijarde eura i prema tome, njegov udio u ukupnom bruto domaćem proizvodu je 11,40 %. Na temelju output-input modela ove metodologije, koja se još

ne primjenjuje u svim državama članicama Europske unije, utvrđeno je kako je ukupan doprinos turizma, odnosno zbroj izravnih i neizravnih učinaka, generirao 16,9 % BDP-a Hrvatske. Iako je manja od ranijih procjena, ova brojka i dalje svrstava Hrvatsku među zemlje Europske unije koje imaju najveći udio turizma u BDP-u, što govori o velikoj ovisnosti gospodarskog sustava o turizmu.

Turistička potrošnja ima višestruku funkciju stabilizacije nacionalnog gospodarstva u Hrvatskoj. Navedenome u prilog ide činjenica prema kojoj je u Hrvatskoj udio zaposlenih u turizmu jedan od najviših u Europskoj uniji. Kao što je vidljivo na Slici 2., među državama članicama najveći udio zaposlenih u turističkim i srodnim djelatnostima u odnosu na ukupan broj zaposlenih zabilježen je u Grčkoj (27,8 %), gdje je svaka četvrta osoba zaposlena u turizmu, a slijede je Cipar (20 %) i Malta (14,6 %) te Hrvatska koja se s 13,3 % udjela smjestila na četvrto mjesto.

Grafikon 1: Zaposleni u ukupnim turističkim djelatnostima kao udio zaposlenih u nefinancijskom poslovnom gospodarstvu, 2019. (%)



Izvor: Eurostat, Tourism industries – employment, 2024.

Usporedba broja zaposlenih kod poduzetnika u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, koju je objavila Financijska agencija (2018), pokazala je da je od 2003. do 2017. godine broj poduzetnika u spomenutim djelatnostima gotovo učetverostručen. Broj zaposlenih u 2017. godini bio je veći za 91,5 % (32.749) u odnosu na 2003. godinu. Najveći rast broja zaposlenih u spomenutim djelatnostima dogodio se u periodu od 2012. do 2017. godine, kada je porastao za 52,4 posto. Poduzetnici čija je glavna djelatnost pružanje usluga smještaja te priprema i usluživanje hrane ostvarili su najveću dobit razdoblja 2017. godine u



iznosu od 2,6 milijardi kuna, što je za čak 163,4 % više nego 2003. godine. Iako je udjel zaposlenih u turizmu među najvišima u Europi, Hrvatska se danas suočava s velikim nedostatkom radne snage, koji predstavlja jedan od ključnih izazova sa značajnim utjecajem na razvoj turizma.

#### **2.4.3. POLITIKA RAZVOJA TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

Turistička politika predstavlja sastavni dio ekonomske politike neke zemlje. Najkraće, turističku politiku moguće je shvatiti kao odnos državne vlasti prema turizmu u pojedinoj zemlji. Keller 1999. godine definira turističku politiku kao aktivnosti države kojima se nastoji postići optimalan razvoj i profitabilnost turizma na dugi rok. U širem kontekstu, turistička politika može se opisati kao skup progresivnih mjera, direktiva, smjernica, načela i procedura koje najbolje odražavaju namjeru zajednice (države) da na efikasan način ostvari ciljeve povezane s planiranjem, razvojem, proizvodima, uslugama, marketingom i održivošću, kao i s budućim rastom turizma (Bartoluci, 2013). Važnost adekvatne turističke politike izražena je u državama članicama EU u kojima turizam ima značajnu ekonomsku ulogu. U zemljama EU u turizmu je u prosjeku oko 5 % zaposlenih i on čini ukupno oko 5 % BDP-a. U Hrvatskoj su ekonomski pokazatelji turizma puno veći pa je ekonomska uloga turizma i turističke politike još važnija (Bartoluci, 2013).

Država putem mjera ekonomske politike utječe na efikasnost korištenja resursa u različitim sektorima pa tako primjenjuje odgovarajuće mjere vezane i za turizam. U razvojnoj politici, mjere se mogu definirati kao primjena određenog instrumenta u specifično vrijeme s ciljem postizanja jednog ili više zadanih ciljeva na određenom području (Jurković i Jašić, 1998). Mjere turističke politike mogu biti opće ili posebne. Posebne ili izravne mjere mogu se svrstati u administrativne, zakonske, planske i ekonomske. Fokus ovog rada je na ekonomskim mjerama koje prije svega obuhvaćaju poreznu politiku, ali se također tiču i javnih financija, monetarno-kreditne politike te investicija i vlasništva u turizmu. Te mjere u hrvatskom turizmu imaju funkciju poticaja razvoja turizma. Ključna odrednica hrvatske turističke politike bila je poticanje razvoja receptivnog turizma i postizanje što boljih ekonomskih rezultata kroz intenziviranje promotivnih aktivnosti i primjenu različitih mjera za privlačenje većeg broja stranih turista, poput nulte stope PDV-a za inozemne turoperatore i turističke agencije i drugih (Bartoluci, 2013).

Nulta stopa PDV-a uvedena je 1. siječnja 2001. godine na usluge organiziranog boravka koje se plaćaju doznakama iz inozemstva (smještaj ili smještaj s doručkom, polu ili puni pansion u svim vrstama komercijalnih objekata, usluge agencijske provizije za navedene usluge, ture, transferi autobusima i plovilima). Još kod uvođenja ove stope naglašavala se njezina privremenost, što je potvrđeno propisom iz srpnja 2005. godine prema kojem se od početka 2006. godine za organizirani, inozemni, ali i domaći turistički promet utvrđuje jedinstvena i diferencirana (smanjena) 10-postotna stopa PDV-a, ali samo za uslugu smještaja s prehranom. Time su domaći turisti izjednačeni s inozemnima, koji su primjenom nulte stope PDV-a dotad bili favorizirani, a zakonodavac je tom prilikom želio smanjiti poreznu evaziju, odnosno izbjegavanje poreza (Hitrec i Hendija, 2008).

Od 1. siječnja 2013. godine snižena stopa PDV-a od 10 % proširena je na pružene ugostiteljske usluge u svim vrstama objekata, bilo da se radi o kafiću, restoranu ili nekoj drugoj vrsti ugostiteljskog objekta. Međutim, s obzirom na to da su izostali anticipirani rezultati, poput jačanja konkurentnosti turizma, povećanja investicija i zapošljavanja, ova stopa je nakon samo jedne godine ponovno povećana na 13 % izmjenama novog Zakona o porezu na dodanu vrijednost, koje su stupile na snagu 1. siječnja 2014. godine. Unatoč tadašnjem općem povećanju međustopa PDV-a, snižena stopa i dalje je ostala na snazi za smještajne usluge te za pripremu i usluživanje hrane i pića (Pisačić i Manojlović, 2018).

Veliko negodovanje ugostitelja izazvale su izmjene i dopune Zakona o porezu na dodanu vrijednost, kojima je prvog dana 2017. godine ukinuta snižena stopa od 13 % te uvedena primjena opće stope PDV-a od 25 % na ugostiteljske usluge, uz izuzetak usluga smještaja gdje je ostala snižena stopa. Ipak, u sklopu četvrtog kruga porezne reforme, u svrhu poticanja razvoja turizma, ta je stopa 1. siječnja 2020. godine ponovno snižena s 25 % na 13 % za pripremanje jela i slastica unutar i izvan ugostiteljskih objekata. No na ugostiteljske usluge koje se odnose na pripremanje, usluživanje i isporuku bezalkoholnih pića, toplih i hladnih napitaka kao i alkoholnih pića i dalje se primjenjuje stopa PDV-a od 25 %, uvedena 1. siječnja 2017. godine.

Kao svojevrsnu "krunu" reformskih napora, Vlada RH je 2023. godine prezentirala donošenje Zakona o turizmu, prvog krovnog zakona u ovoj oblasti. Cilj zakona je uspostavljanje okvira za upravljanje razvojem turizma temeljenog na podacima i preciznim izračunima, s naglaskom na očuvanje prostora i resursa, osiguranje kvalitete života stanovništva u turističkim

destinacijama, te jačanje konkurentnosti hrvatskog turizma na globalnom tržištu. Zakon o turizmu stupio je na snagu početkom 2024. godine te tek treba pokazati svoje učinke.

Uz zakonske, u posljednjem desetljeću provedene su i mjere aktivne politike zapošljavanja, među kojima se ističe mjera „Stalni sezonac“. Kroz ovu mjeru pruža se financijska podrška sezonskim radnicima u periodima kada nisu zaposleni, s ciljem osiguravanja potrebne radne snage za poslodavce iz svih sektora koji zbog sezonskog karaktera poslovanja imaju razdoblja smanjenog obujma posla tijekom godine. Uvedena 2013. godine, mjera „Stalni sezonac“ tada je bila u paketu s još dvije mjere – „Rad i nakon ljeta“ i „Tvoja inicijativa – tvoje sezonsko radno mjesto“, no jedina je koja je opstala do danas. Sukladno mogućnostima financiranja iz EU fondova, do sada su objavljivani i brojni pozivi za dodjelu bespovratnih sredstava za razvoj turističkih proizvoda.

Najvažniji dokument u kojem se mogu sagledati odrednice aktualne turističke politike u Hrvatskoj je Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine. Ovaj dokument prikazuje viziju razvoja turizma u Hrvatskoj u smjeru održivosti, identificira razvojne potrebe i potencijale te prioritetna područja za postizanje strateških ciljeva, koji su oblikovani u skladu s globalnim trendovima te mišljenjima ključnih dionika u turizmu. U Strategiji se ističe kako je najvećim dijelom izostala realizacija ciljeva iz Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Tako se navodi da je planirani porast udjela smještaja u hotelima s 13,1 % u 2011. godini na 18,1 % u 2020. godini nije ostvaren, dok je obiteljski smještaj rastao većim tempom. No, postignut je određeni napredak u kvaliteti smještaja, posebno kroz obnovu postojećih objekata (brownfield). Nadalje, nije ostvareno planirano otvaranje dvadesetak tisuća novih radnih mjesta u turizmu, kao ni oko 10 tisuća radnih mjesta u neturističkim sektorima koji su trebali biti inducirani turističkim aktivnostima, a glavni uzrok ovih neostvarenih ciljeva bila je snažna posljedica pandemije iz 2020. godine. Ipak, realizirane su nove investicije i to u iznosu većem od 7 milijardi eura, čime je postignut značajan napredak u podizanju kvalitete turističke ponude. Kao cilj kod povećanja turističke potrošnje postavljen je iznos od 14,3 milijardi eura do 2020. godine, pri čemu se 12,5 milijardi eura odnosilo na potrošnju stranih turista. Hrvatska se u 2019. godini približila ovom cilju, ostvarivši 10,5 milijardi eura inozemne potrošnje. Međutim, u 2020. godini došlo je do smanjenja potrošnje uslijed pandemije, koja je imala pogubne posljedice na turističke tokove širom svijeta, pa tako i u Hrvatskoj.

U Strategiji razvoja održivog turizma RH do 2030. godine posebno je dan osvrt na oporezivanje djelatnosti u turizmu, koje je analizirano i u ovom radu. Kao obrazloženje za cilj koji glasi: „Osigurati poticajno poslovno i investicijsko okruženje“ navodi se kako nepovoljno investicijsko i poslovno okruženje predstavlja jedan od ključnih izazova turizma u Hrvatskoj. Zaostajanje uočeno u razini investicija u usporedbi s mediteranskim konkurentima, zajedno s nepovoljnim uvjetima za realizaciju investicija, izravno utječe na smanjenje turističke konkurentnosti Hrvatske. Navedeno rezultira rastom kvantitete u odnosu na kvalitetu te nedostatkom integracije drugih gospodarskih sektora s turizmom (nastavak dosadašnjeg rasta putem proizvoda i smještaja niže dodane vrijednosti). Stoga su potrebne izmjene zakonodavnog okvira u svim područjima koja mogu pozitivno utjecati na ulaganja i poslovanje u turizmu, uključujući smanjenje administrativnog opterećenja, prilagodbu fiskalne politike, smanjenje parafiskalnih nameta, poticanje ulaganja, poboljšanje zapošljavanja, mobilnosti radne snage te olakšavanje uvoza radne snage.

Usporednom analizom odabranih poreza u turizmu Republike Hrvatske i odabranih država članica Europske unije, koja će biti provedena u ovom radu, utvrdit će se u kojoj su mjeri dosadašnje aktivnosti utjecale na turizam u Hrvatskoj.

### **3. POREZI U TURIZMU**

Svrha poreza u turizmu jednaka je ostalim porezima, a primarno uključuje korigiranje tržišnih nesavršenosti i ubiranje javnih prihoda. Porezi u turizmu naplaćuju se od strane poslovnih subjekata, kao i od samih turista, i to kroz opći porezni sustav, ali i putem specifičnih poreza posebno osmišljenih za turizam ili kroz primjenu različitih poreznih stopa.

#### **3.1. POREZNA POLITIKA EUROPSKE UNIJE I TURIZAM**

Cilj opće porezne politike Europske unije je omogućiti neometano funkcioniranje jedinstvenog tržišta, a jedan od glavnih prioriteta je borba protiv izbjegavanja fiskalnih obveza, utaje poreza i prijevara. No samo oporezivanje je u nadležnosti država članica, a EU po tom pitanju ima tek ograničene ovlasti. Iako EU ne donosi izravne odluke o naplati poreza ili određivanju poreznih stopa, za određene poreze poput PDV-a i trošarina na gorivo, duhan i alkohol, svih 27 nacionalnih vlada postiglo je dogovor o opsežnom usklađivanju propisa i minimalnih stopa. Cilj ovog usklađivanja je sprječavanje narušavanja tržišnog natjecanja na prekograničnom tržištu unutar EU-a. Pravne norme vezane za poreze utvrđene su Ugovorom o EU, a do danas nisu doživjele promjene. Prema njima, svaka država ima pravo zadržati vlastiti porezni sustav te uvoditi nove porezne oblike, ali je obvezna uskladiti određene njihove elemente, poput porezne osnovice i stopa, s odlukama institucija EU. Tako, primjerice, svaka država članica EU može samostalno odrediti svoje stope PDV-a, međutim najniža snižena stopa za pojedine proizvode i usluge ne smije biti niža od 5 %, dok najniža standardna stopa ne smije biti manja od 15 %. Kada je riječ o proračunskim pitanjima, Europski parlament ima ulogu suzakonodavca s mogućnošću davanja savjeta. Ipak, Europska unija donijela je nekoliko posebnih smjernica (direktiva) o harmonizaciji pojedinih poreza, čime je postignut određeni minimum usklađivanja poreznih sustava i djelomična harmonizacija (usklađenje) izravnih poreza (European parliament, 2024).

Od prosinca 2009. godine, Unija je zadužena za provođenje aktivnosti koje podržavaju, koordiniraju ili dopunjuju rad država članica u području turističke politike. Tako su, primjerice, u Rezoluciji o novim izazovima i konceptima za poticanje turizma u Europi, koju je Europski parlament usvojio 2015. godine, države članice pozvane su da prepoznaju značaj smanjivanja stopa PDV-a na turističke usluge, čime bi se podržala lokalna gospodarstva, ali i pomoglo Europi da ostane konkurentna na globalnom tržištu. Naglašena je i važnost provođenja studije o utjecaju poreza i pristojbi u turizmu na konkurentnost Europe kao destinacije. Komisija je u srpnju 2020. donijela Akcijski plan za pravedno i jednostavno oporezivanje kojim se podupire

strategija oporavka, a u kojem se iznosi cilj revizije Direktive o PDV-u. Cilj inicijative je preispitati posebnu odredbu o PDV-u za turističke agencije, pravila koja se odnose na PDV za prijevoz putnika te sustav izuzeća od PDV-a za putnike koji dolaze izvan Europske unije. Dodatno, u svrhu poboljšanja turističkog sektora, zemljama članicama predlaže se suradnja s industrijom, javnim tijelima i drugim dionicima, koji bi osmislili rast turizma. Turizam je najteže pogođen krizom uzrokovanom pandemijom koronavirusa, ali će biti prvi koji će doživjeti tranzicijski put te činiti ključne elemente nadolazeće agende 2030. – 2050. Iako višegodišnji financijski okvir za razdoblje 2021.–2027. ne uključuje posebnu proračunsku liniju za turističku politiku, sredstva za srodne aktivnosti u periodu od 2022.–2023. bila su osigurana kroz Program jedinstvenog tržišta. Ipak, iz novog proračuna, višegodišnjeg financijskog okvira 2021. – 2027. i EU Next generation, ističe se širok raspon programa financiranja koji podupiru kretanje prema digitalnoj, održivijoj i inkluzivnijoj EU.

Zaključno, zbog nemogućnosti utjecaja na sam porezni sustav u državama članicama, Europska unija fokusira se prvenstveno na financijske potpore i programske smjernice, kojima želi zadržati položaj Europe kao vodećeg odredišta, a s obzirom na to da turizam ima široki utjecaj na zapošljavanje, gospodarski rast i socijalni razvoj te može biti snažan alat u suzbijanju gospodarskog pada i nezaposlenosti.

### **3.2. POREZ NA DODANU VRIJEDNOST I TURIZAM**

Porez na dodanu vrijednost (PDV) predstavlja neizravan oblik poreza na promet koji se obračunava u svakoj fazi proizvodno-prodajnog ciklusa, i to samo na iznos dodane vrijednosti koja se oblikovala u toj fazi, a ne na cjelokupnu vrijednost proizvodnje. Dodana vrijednost definira se kao razlika između vrijednosti prodaje proizvedenih dobara i usluga te vrijednosti kupovine inputa (ali ne inputa rada) kojima su ta dobra i usluge proizvedeni (Kesner-Škreb i Kuliš, 2010).

Razvoj PDV-a treba sagledavati u kontekstu evolucije Europske unije i zajedničkog tržišta, kojem je jedan od ključnih preduvjeta ujednačeno oporezivanje prometa. U tu je svrhu još 1963. godine predloženo da države članice tadašnje Europske ekonomske zajednice oporezuju promet dobara i usluga neto svefaznim porezom na promet. Predloženi model prva je usvojila Danska, da bi u idućih nekoliko godina bio uveden u većini tadašnjih zemalja članica. Porez na dodanu vrijednost postaje sve važniji suvremeni oblik oporezivanja potrošnje, a do danas se njegova primjena proširila na gotovo 60 zemalja. Sve razvijene države, osim Australije i Sjedinjenih

Američkih Država, danas koriste PDV za oporezivanje potrošnje (Institut za javne financije, 2010).

U Republici Hrvatskoj PDV je uveden 1995. godine Zakonom o porezu na dodanu vrijednost, kojim je utvrđena jedinstvena standardna stopa od 22 % na sve proizvode i usluge. Primjena spomenutog zakona započela je 1. siječnja 1998. godine, nakon trogodišnjeg prijelaznog razdoblja. Od tada do danas došlo je do brojnih zakonskih izmjena, uključujući i povećanje opće stope PDV-a kako bi se povećali državni prihodi. Tako je 1. kolovoza 2009. stopa povećana na 23 %, a 2012. godine na 25 %, koja je i danas na snazi.

Hrvatska je prvo uvela jednostopni sustav PDV-a, ali je zbog brojnih socijalno-političkih pritisaka ubrzo uvela i nultu stopu. Samo godinu dana od početka primjene Zakona o PDV-u, 1999. godine, izmjenama i dopunama Zakona uvedena je nulta stopa na niz dobara i usluga, većinom socijalnog karaktera. Ulaskom Hrvatske u EU 2013. godine nulta stopa zamijenjena je stopom od 5 % zbog obveze poštivanja Direktive o PDV-u.

Snižena stopa PDV-a od 10 % uvedena je 2006. godine, a njen opseg primjene postupno se proširivao, uključujući djelomično i ugostiteljski sektor. U početku se odnosila na usluge smještaja u komercijalnim ugostiteljskim objektima, dok se 1. siječnja 2013. proširila na sve ugostiteljske usluge, bez obzira na vrstu objekta, poput restorana i kafića. Međutim, zbog neostvarenih očekivanja u pogledu jačanja konkurentnosti turizma, povećanja investicija i radnih mjesta, kao i rasta gospodarstva i proračunskih prihoda, stopa je već 1. siječnja 2014. izmjenama Zakona o PDV-u povećana na 13 %, ali je ostala važeća za smještaj i ugostiteljske usluge u smještajnim objektima. Od 1. siječnja 2017. na usluge pripreme i posluživanja hrane, kao i isporuku pripremljenih bezalkoholnih i alkoholnih pića, uvedena je opća stopa PDV-a od 25 %. Prvog dana 2020. godine ta je stopa snižena na 13 % za pripremanje jela i slastica u i izvan ugostiteljskih objekata, no ostala je na snazi za ugostiteljske usluge koje se odnose na pripremanje i usluživanje te isporuku pripremljenih alkoholnih i bezalkoholnih pića, hladnih i toplih napitaka. Obveznik PDV-a je pravna osoba sa sjedištem ili poslovnom jedinicom u Hrvatskoj, ili fizička osoba s prebivalištem u Hrvatskoj, čiji godišnji prihod od isporuka prelazi 40.000 eura.

PDV predstavlja najizdašniji porezni prihod koji ima najširi krug poreznih obveznika (Šimović i Deškar-Škrbić, 2016). Prihodi od PDV-a prelaze polovicu poreznih prihoda konsolidirane

opće države, bez doprinosa za socijalno osiguranje (Jelčić i Bejaković, 2012), a udio prihoda od PDV-a u BDP-u Hrvatske kretao se od 11,57 % u 2010. do 13,1 % u 2022. godini (Eurostat, 2024.)

### **3.3. RADNA SNAGA U TURIZMU**

Zapošljavanje je jedna od najvažnijih ekonomskih funkcija u sklopu koje se generiraju nova radna mjesta u djelatnostima u sustavu turizma, ali i nizu ostalih koje su na neki način povezane s njim. Prema podacima Eurostata (2018), u 2015. godini svako deseto poduzeće u nefinancijskom poslovnom gospodarstvu Europe bilo je dio sektora povezanog s turizmom. U tih 2,4 milijuna poduzeća radilo je približno 12,7 milijuna ljudi. Poduzeća u industrijama povezanima s turizmom zapošljavala su 9,2 % ukupno zaposlenih u cijelom nefinancijskom poslovnom gospodarstvu, dok je 21,5 % zaposlenih bilo u sektoru usluga.

Zaposlenost u turističkim djelatnostima obilježava izražena sezonalnost poslovanja te iznadprosječni udio obrta i samostalnih djelatnika. Turizam je značajan izvor zapošljavanja u gotovo svim visokorazvijenim zemljama, no njegova funkcija zapošljavanja posebno je izražena u zemljama u razvoju, čiji stanovnici imaju mogućnosti zapošljavanja izvan turizma. Među takve zemlje ubraja se i Hrvatska u kojoj su, prema podacima Ekonomskog instituta Zagreb (2023), u turizmu 2021. godine bila aktivna 29.942 poduzeća što čini oko petinu (20,8 %) ukupnog broja poduzeća i na njih otpada 13,7 % ukupne zaposlenosti poduzetničkog sektora. Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja pića uvijek je imao uzlaznu putanju, a 2021. godine u tim je djelatnostima bilo zaposleno 132.102 radnika.

No, točan broj radne snage koju turizam zapošljava puno je veći. Ipak, zbog nemogućnosti da se u cijelosti utvrdi obuhvat turizma nije ga moguće utvrditi. Kesar (2011) ističe kako uzrok nemogućnosti izračuna ukupno zaposlenih u turizmu nije samo njegova diverzificirana i fragmentirana gospodarska infrastruktura, već i analitička dosljednost prema kojoj bi u procjenu ukupnog broja zaposlenih u turizmu trebalo uključiti i onaj segment radno sposobnog stanovništva koji aktivno sudjeluje u ostvarivanju turističkog prometa u privatnom smještaju. Osim vlasnika takvih objekata i velik dio drugih nisu prijavljeni, odnosno nisu nigdje službeno registrirani. Pitanje koje se pritom nameće usmjereno je na plaćanje poreza i doprinosa koje bi ti zaposlenici, odnosno njihovi poslodavci trebali uplaćivati po osnovi uloženog rada, a čija bi sredstva služila za financiranje lokalnog i regionalnog razvoja (Čavlek i ostali, 2011).



Doprinosi su nakon poreza najizdašniji javni prihod, a po svojim su obilježjima i najbliži porezima. Od poreza ih razlikuje činjenica da su oni destimirani prihod države, odnosno da im je unaprijed određena namjena trošenja. Prema Zakonu o doprinosima (2019), doprinose čine obvezno mirovinsko osiguranje na temelju generacijske solidarnosti, obvezno mirovinsko osiguranje na temelju individualne kapitalizirane štednje, obvezno zdravstveno osiguranje i obvezno zdravstveno osiguranje za slučaj ozljede na radu i profesionalne bolesti. U sklopu porezne reforme, od 1. siječnja 2019. godine ukinuti su doprinosi na plaću za zapošljavanje u iznosu od 1,7 posto te za zaštitu zdravlja na radu u iznosu od 0,5 posto. No, doprinos za zdravstveno osiguranje povećavan je s 15 na 16,5 posto.

Prema rezultatima interne dobrovoljne ankete koju je provela Koordinacija ugostitelja Hrvatske od 24. lipnja do 29. srpnja 2019. godine, čak 95 % radnika u ugostiteljstvu smatra da bi smanjenje poreza moglo povećati njihove plaće. Više od polovice ispitanika također vjeruje da se najveći dio dobiti ugostiteljskih objekata preusmjerava državi. Anketa je obuhvatila 1.740 zaposlenika u sektoru ugostiteljstva i imala je za cilj istražiti njihova stajališta o samoj djelatnosti, položaju zaposlenika te mogućnostima za poboljšanja. Podaci su pokazali da 69 % ispitanika smatra kako Hrvatska ima jednu od najviših stopa PDV-a u ugostiteljstvu unutar Europske unije. Točno 53 % ispitanika vjeruje da država i niže jedinice uprave primarno zadržavaju dobit ugostiteljskih objekata, dok 37 % misli da većina novca odlazi vlasnicima ugostiteljskih obrta. Posebno treba istaknuti podatak prema kojemu čak 80 % ispitanika smatra da su zbog visokih poreznih davanja u Hrvatskoj za njih bolje opcije selidba u inozemstvo nego ostanak u zemlji. Međutim, ohrabrujuće je što bi čak 90 % ispitanika promijenilo stav o selidbi ako bi im se primanja povećala za 20 %.

S druge strane, pokazalo se da Hrvatskoj kronično nedostaje radne snage. Primjerice, zaključno s 31. srpnja 2022. godine MUP je ukupno izdao 77.205 dozvola za boravak i rad, a od toga u djelatnostima turizma i ugostiteljstva njih 26.205. Dvije godine poslije, od 1. siječnja do 31. srpnja 2024. godine izdano je ukupno 131.879 dozvola za boravak i rad, od toga u najvećem broju u djelatnostima

- Graditeljstvo (44.065)
- Turizam i ugostiteljstvo (43.875)
- Industrija (16.328)
- Promet i veze ( 9.215)
- Trgovina (4.863)

Čak 64,76 % (85.400 dozvola) od ukupnog broja izdanih dozvola izdano je za novo zapošljavanje, dok se njih 31.619 odnosi na produljenje postojećih dozvola, te 14.860 za sezonske radnike, pri čemu je najveći broj tih dozvola (13.866) bio u sektoru turizma i ugostiteljstva. Prema podacima Ministarstva unutarnjih poslova (2024), do 31. lipnja 2024. godine najviše spomenutih dozvola izdano je državljanima Bosne i Hercegovine (25.571), zatim Srbije (20.974), Nepala (20.640), Indije (12.122), Sjeverne Makedonije (10.637), Filipina (8.572), Bangladeša (7.604), Kosova (5.299), Uzbekistana (3.872) te Egipta (3.368)

Slika 2: Statistički podatak izdanih dozvola za boravak i rad u 2024. godini po PU

POLICIJSKA UPRAVA	2024-31-07			Ukupno
	NOVO ZAPOSĻAVANJE	PRODULJENJE	SEZONSKO ZAPOSĻAVANJE	2024
bjelovarsko-bilogorska	978	266	71	1315
brodsko-posavska	1912	1097	11	3020
dubrovačko-neretvanska	6.727	1534	975	9236
istarska	14.111	3.289	2438	19838
karlovačka	2.145	842	54	3041
koprivničko-križevačka	1547	713		2260
krapinsko-zagorska	2.523	856	9	3388
ličko-senjska	1905	323	820	3048
međimurska	1597	989	22	2608
osječko-baranjska	1825	806	76	2707
požeško-slavonska	419	193		612
primorsko-goranska	7.575	2376	2748	12699
sislačko-moslavačka	3.015	699	9	3723
splitsko-dalmatinska	9.196	2.494	3543	15233
šibensko-kninska	2.751	660	1098	4509
varaždinska	3.883	1893	36	5812
virovitičko-podravaska	441	143	2	586
vukovarsko-srijemska	1489	509	42	2040
zadarska	5.056	1490	2597	9143
zagrebačka	16.305	10.447	309	27061
<b>Ukupno</b>	<b>85400</b>	<b>31619</b>	<b>14860</b>	<b>131879</b>

Izvor: MUP, 2024

Iz Tablice 3 vidljivo je da je u 2024. godini najviše dozvola za boravak i rad izdano u Policijskoj upravi zagrebačkoj (27061), potom u PU istarskoj (19838), PU splitsko-dalmatinskoj (15233) i PU primorsko-goranskoj (12699). Nadalje, gledamo li samo dozvole za sezonske poslove, najviše dozvola izdano je u PU splitsko-dalmatinskoj (3543), u PU zadarskoj (2597) i PU istarskoj (2438).

Bez uvoza stranih radnika, Hrvatskoj bi u građevinarstvu i turizmu nedostajalo 40 posto radne snage. Dvoje od petero radnika u građevinskom sektoru su stranci, a ljeti, u vrijeme turističke sezone, sličan omjer stranih i domaćih radnika vlada i u turizmu. Procjene su da je u 2023. godini u Hrvatskoj radilo oko 120 tisuća stranih radnika, a broj stranaca na radu u Hrvatskoj kroz iduće godine trebao bi dodatno rasti.

Prema podacima Hrvatske udruge poslodavaca (2024), za stranog radnika u turizmu mora se platiti od 3000 do 5000 eura više na godišnjoj razini. Na razini hotelske branše čak 85 posto menadžera nedostupnost radne snage smatra jednom od najvećih zapreka poslovanju, a uvrštenje mnogih radnih mjesta u graditeljstvu, turizmu i drugim granama na HZZ-ove deficitarne popise samo potvrđuje kroničan manjak radnika, koji je nužno supstituirati uvozom.

Inače, projekcije Europske komisije pokazuju da bi Hrvatska do 2030. mogla izgubiti oko 6,8 % radne snage, što iznosi približno 150 tisuća ljudi. Istovremeno, procjene Hrvatske udruge poslodavaca (HUP) predviđaju da bi u sljedećih sedam godina na domaćem tržištu moglo raditi do 400.000 stranih radnika, pod uvjetom da BDP raste po stopi od oko 2,8 % godišnje (Hrvatska udruga poslodavaca, 2024). Osim uređenja pitanja vezanih uz zapošljavanje stranih radnika, u Hrvatskoj udruzi poslodavca zalažu se i za mjere koje bi povećale angažman domaće radne snage. Smatraju da u Hrvatskoj još uvijek postoji prostor za veće uključivanje domaćih radnika, posebno u turizmu. To bi se moglo postići fleksibilnijim reguliranjem privremenih i povremenih poslova, što bi omogućilo lakše zapošljavanje tijekom raznih manifestacija i smjena gostiju vikendom, kada su potrebe za radnom snagom povećane.

S obzirom na sve veću potrebu, u sinergiji s mjerom Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, koji strancima nudi vaučere za učenje hrvatskog jezika, Hrvatska gospodarska komora pokrenula je priču o integraciji stranih radnika u hrvatsko društvo. Program mogu pohađati svi strani radnici, a moduli su posebno prilagođeni ugostiteljskim djelatnostima, trgovini i građevinskom sektoru, a u kojima danas u Hrvatskoj radi najviše stranih državljana. Po završetku programa, strani radnici trebali bi steći potrebnu razinu stručnih, pravnih i komunikacijskih vještina, osnovne jezične kompetencije te profesionalne vještine neophodne za ulazak na tržište rada, rad s gostima kao i klijentima koji govore hrvatski jezik. Mjere su to koje bi trebalo sustavno i cjelovito doprinosti imigracijskoj i integracijskoj politici, s ciljem privlačenja i zadržavanja kvalitetne radne snage u Hrvatskoj.

### 3.4. POREZ NA DOHODAK I TURIZAM

Porez na dohodak smatra se izravnim porezom jer se izravno nameće na dohodak osobe ili domaćinstva koji snose ovaj oblik poreznog tereta. Dohodak se definira na temelju primitaka i odbitaka. U primitke se ubrajaju plaća, nagrade, potpore i sl., a u odbitke se ubrajaju obvezni doprinosi za zdravstveno i mirovinsko osiguranje, osobni odbitak i slično. Porezni obveznik je, naime, fizička osoba koja ostvaruje dohodak, a osnovica poreza na dohodak rezidenta je ukupni iznos dohotka od nesamostalnog rada, dohotka od samostalne djelatnosti, dohotka od imovine i imovinskih prava, dohotka od kapitala i drugog dohotka, kojeg rezident ostvari u tuzemstvu i inozemstvu (načelo svjetskog dohotka), a umanjjen za osobni odbitak.

Porez na dohodak predstavlja najtipičniji oblik izravnog poreza (Institut za javne financije, 2007) i stariji porezni oblik u odnosu na porez na dobit. Prvi put je pod nazivom „Income Tax“ uveden krajem 18. stoljeća u porezni sustav Engleske tijekom razdoblja Napoleonskih ratova. Međutim, o njegovoj široj primjeni može se govoriti tek od 20. stoljeća kada ulazi u opću upotrebu. Smatra se najosobnijim oblikom oporezivanja, odnosno subjektivnim porezom, jer uzima u obzir individualne okolnosti poreznih obveznika. Zbog tih karakteristika, porez na dohodak spada među složenije vrste poreza, što se posebno odnosi na postupak njegovog obračuna. Naime, isto zahtijeva visok stupanj suradnje s poreznim obveznicima prilikom prijave poreza, kao i dobro obučenu poreznu upravu te učinkovito organiziran sustav evidencije poreznih obveznika. U Hrvatskoj se to postiže, između ostalog, korištenjem osobnog identifikacijskog broja (OIB).

U Hrvatskoj se do početka 2024. godine primjenjivao i prirez porezu na dohodak kojeg su određivale jedinice lokalne samouprave. Isti je ukinut, a s promjenama je uvedeno da u dva porezna razreda jedinice lokalne samouprave određuju stopu između određenih minimalnih i maksimalnih stopa poreza. Niži razred poreza na dohodak primjenjuje se na dohotke do 4.200 eura mjesečno, a viši razred se primjenjuje na dohotke veće od 4.200 eura mjesečno.

Općine za niži razred mogu odrediti stopu između 15 % i 22 %, gradovi do 30.000 stanovnika između 15 % i 22,40 %, gradovi s više od 30 tisuća stanovnika između 15 % i 23 % te u konačnici Grad Zagreb između 15 % i 23,60 %. Za viši razred poreza na dohodak općine mogu odrediti stopu poreza između 25 % i 33 %, gradovi s manje od 30.000 stanovnika između 25 % i 33,60 %, gradovi s više od 30.000 stanovnika između 25 % i 34,50 % te Grad Zagreb između

25 % i 35,40 %. Ovim razredima je omogućena tržišna kompeticija na tržištu rada između različitih turističkih destinacija u Hrvatskoj, ali prema podacima, ne može se tvrditi da se kompeticija i dogodila s obzirom na to da je 49,10 % jedinica lokalne samouprave odredilo istu stopu poreznog opterećenja kao i 2023. godine, a 45,50 % manju stopu poreznog opterećenja nego 2023.

Uzimajući u obzir istraživanje Hrvatske gospodarske komore (2024) prema kojem je najveća potražnja za radnicima nižih kvalifikacija u sektorima povezanim s turizmom i činjenicu da je iznos osobnog odbitka 560 eura, može se tvrditi kako različite stope poreza na dohodak ne mogu dovesti do kompeticija na tržištu rada za deficitarna zanimanja u turizmu. Deficitarna zanimanja poput spremačice i konobara imaju ispodprosječne dohotke te time imaju izrazito niske iznose poreza na dohotke. Svi ovi faktori nisu doveli do kompetitivnosti za radnu snagu. Turizam u svim državama Europske unije pogađa nedostatak nisko kvalificirane radne snage. U tom kontekstu može se govoriti o kompeticiji između država EU za radnu snagu iz trećih zemalja.

U Zakonu o porezu na dohodak posebnu skupinu čine oni porezni obveznici koji ostvaruju dohodak od iznajmljivanja stanova, soba, postelja i kamperskih mjesta turistima. Porez na dohodak po osnovi obavljanja spomenute djelatnosti utvrđuje se u paušalnom iznosu i to od strane jedinice lokalne samouprave. Njihovo predstavničko tijelo propisuje visinu paušalnog poreza po krevetu odnosno smještajnoj jedinici u kampu, a koje mora biti u rasponu od minimalno 19,91 euro do maksimalno 199,08 eura. No porezna reforma, čiji su detalji predstavljeni u 2024. godini, predviđa povećanje ovog poreznog opterećenja.

### **3.5. POREZ NA DOBIT I TURIZAM**

Porez na dobit je porez kojeg plaćaju poduzeća nakon obračunate dobiti odnosno razlike između prihoda i rashoda, a koja čini poreznu osnovicu ovog poreznog oblika. U porezne obveznike ubrajaju se trgovačka društva i druge pravne ili fizičke osobe koje su hrvatski rezidenti, što znači da imaju sjedište ili upravu u Hrvatskoj i obavljaju gospodarsku djelatnost, kao i nerezidenti odnosno strani poduzetnici koji imaju tuzemne poslovne jedinice. Također, poreznim obveznicima postaju i fizičke osobe koje obavljaju samostalnu djelatnost u slučajevima kada izjave kako će plaćati porez na dobit umjesto onog na dohodak.

Kada je 1994. godine u Hrvatskoj uvedeno oporezivanje dobiti, porezna je stopa iznosila 25 %, da bi izmjenama zakona krajem 1996. godine bila povećana na 35 %, a potom 2000. godine smanjena na 20 %. Od 2017. godine stopa poreza na dobit iznosi 18 %. Ukupni prihodi poreza na dobit često se koriste kao jedan od niza ekonomskih pokazatelja. Uz PDV, ovaj porezni oblik jedan je od važnijih prihoda države.

Porez na dobit ne može se promatrati kroz prizmu turizma jer je nemoguće segmentirati porezni prihod. Ovaj porezni prihod nije uključen u konačnu cijenu proizvoda ili usluge kao porez na dodanu vrijednost stoga nema efekta na ponudu i potražnju u turističkom sektoru jer se plaća nakon fiskalne godine ili nekog kraćeg razdoblja i ovisi o poslovanju poduzeća. Neke države ovaj porez obračunavaju godišnje, a pojedine polugodišnje ili kvartalno. Međutim, može se uvidjeti praksa kojom države različitim modelima podupiru različite sektore, pa tako i one povezane s turizmom. Neke države tako imaju međustopu za mala i srednja poduzeća koja obuhvaćaju sve sektore u gospodarstvu. Najznačajniji doprinos turizmu može se vidjeti kroz različite stope amortizacije. Amortizacija je smanjenje vrijednosti dugotrajne imovine zbog trošenja i/ili zastarijevanja te se priznaje kao porezno priznat trošak. Što je stopa amortizacije veća, to se priznaje veći trošak te se time može smanjiti ukupna dobit, a time i porez na dobit. U nekim državama postoje različite stope amortizacije na hotele ili vozila za prijevoz putnike, što se može smatrati direktnim poticajem turizmu.

### 3.6. OSTALI POREZI U TURIZMU

UNWTO (1998) je identificirao 40 različitih poreznih oblika koji se jednako primjenjuju u razvijenim državama kao i onima u razvoju, dok su Gooroochurn i Sinclair (2005) nadopunili njihovu listu s još pet poreza.

Tablica 3 Prikaz poreznih oblika i obveznika po sektorima / djelatnostima

Sektor/djelatnost	Porez	Porezni obveznik
Ulazne/izlazne pristojbe	Izlazna pristojba/Pristojba za međunarodno putovanje	Potrošač / kupac
	Viza/dopuštenje za ulazak u državu	Potrošač / kupac
	Trošarina na zračni prijevoz putnika	Potrošač / kupac

<b>Zračni prijevoz</b>	Pristojba za prolazak/korištenje zračne luke	Potrošač / kupac
	Pristojba za gorivo koje koriste zračni prijevoznici	Poslovni subjekt
<b>Zračne luke, pomorske luke, cestovni granični prijelazi</b>	Pristojba za odlazak iz luke	Potrošač / kupac
	Pristojbe za pružene usluge u lukama	Potrošač / kupac
	Pristojbe za pruženu sigurnost u lukama	Potrošač / kupac
	Pristojbe za parkiranje u lukama	Potrošač / kupac
	Porez na robu koja prelazi carinsko područje	Potrošač / kupac
	Pristojbe za trekning/planinarenje	Potrošač / kupac
<b>Hoteli i smještajni kapaciteti</b>	Boravišna pristojba	Potrošač / kupac
	Pristojba za davanje kreveta (privatni iznajmljivači)	Potrošač / kupac
	Pristojba za davanje prostora/sobe u najam (kao boravišna pristojba)	Potrošač / kupac
	Diferencirana ili snižena stopa PDV-a (npr. za ekologiju)	Potrošač / kupac
	Prerez	Potrošač / kupac
	Porez na promet	Potrošač / kupac
	Porez na promet usluga	Potrošač / kupac
	Porez na dobit	Poslovni subjekt
	Porezi za hotele i restorane	Potrošač / kupac
	Pristojba za privremeni smještaj	Potrošač / kupac
	Porez na smještaj u hotelima	Potrošač / kupac
	Pristojba za smještaj (najčešće u hotelima)	Potrošač / kupac
	Porez na većinu negotovinskih pogodnosti koje poslodavac daje u pogledu zapošljavanja (npr. Australija)	Poslovni subjekt
	Porez na plaće	Poslovni subjekt
Carine i trošarine	Poslovni subjekt	
<b>Restorani</b>	Porez na dodanu vrijednost	Potrošač / kupac
	Porez na alkohol	Poslovni subjekt
	Cestarine	Potrošač / kupac

<b>Cestarine</b>	Porez na gorivo	Poslovni subjekt
<b>Rent-a-car</b>	Lokalni (regionalni, gradski) porezi	Potrošač / kupac
	Porez na kupnju auta	Poslovni subjekt
	Porez na gorivo	Potrošač / kupac
<b>Podučavanje</b>	Porez na kupnju specifične robe,	Potrošač / kupac
	Specifični dodatni porezi (idu dodatno na postavljenu cijenu)	Poslovni subjekt
	Porez na transport turista	Potrošač / kupac
<b>Turističke atrakcije</b>	Porez na turističke atrakcije	Potrošač / kupac
	Porez na dodanu vrijednost	Potrošač / kupac
<b>Obuka</b>	Porez na programe obuke u određenoj industriji	Poslovni subjekt
	Porez na catering	Poslovni subjekt
<b>Okoliš</b>	Ekološki porezi	Poslovni subjekt
	Pristojba na emisiju ugljičnog dioksida	Poslovni subjekt
	Pristojba za odlaganje smeća	Poslovni subjekt
<b>Kockanje</b>	Porez na klađenje	Poslovni subjekt
	Porez na kockanje u kasinu	Potrošač / kupac

Autor: Klarin i Šimurina prema UNWTO, 1998; Gooroochurn i Sinclair, 2005

Iz Tablice 4 vidljivo je kako najveći teret poreza snose potrošači, odnosno turisti. Naime, čak 30 poreznih oblika snose turisti, a 15 poslovni subjekti. Uzme li se u obzir činjenica da se turizam temelji na potrošnji, odnosno konzumaciji roba i usluga, najveći dio potrošnje trebali bi ostvariti inozemni turisti. Znači to i priljev svježeg novca pa se turizam često smatra određenim izvozom. Istovremeno, ističu Klarin i Šimurina (2014), potrošnju je najlakše i najjeftinije oporezivati. S druge strane, turistički subjekti, manje su opterećeni jer se od njih očekuje da dio novca vrate u sustav i investiraju u turističke kapacitete. Uz to poslovni subjekti opterećeni su socijalnim i mirovinskim osiguranjem svojih zaposlenika te neporeznim parafiskalnim davanjima koje propisuje regionalna i lokalna samouprava. Prema popisu poreznih oblika u Tablici 4, jasno je da porezi obuhvaćaju pet temeljnih sektora. Najznačajniji su zračni prijevoz putnika i hotelski sektor, ali i drugi smještajni kapaciteti na kojih otpada čak 13 od 45 poreza. Iako se porezi odnose na poslovanje poslovnih subjekata, većina tih poreza u konačnici pada na leđa potrošača. Neki porezi dizajnirani su kako bi ih platili turisti, to se odnosi na različite pristojbe poput one za vizu i ulazak/izlazak iz države, različite poreze i pristojbe u hotelima, rent a car, različite poreze za turističke atrakcije, eko poreze, poreze na promet i



gorivo i drugo. Svi ti navedeni porezi utječu i na donošenje odluka o turističkom putovanju, primjerice pristojbe za vizu/izlazak iz države mogu predstavljati određena ograničenja, odnosno odbijati turiste da dođu u destinaciju ili utjecati na duljinu njihovog boravka u destinaciji.

Po osobi i po noćenju naplaćuje se turistička pristojba, koja tako svakako daje mogućnost praćenja turističke aktivnosti. U većini država turistička pristojba je prihod jedinica lokalne samouprave koje imaju zakonski određen raspon za određivanje pristojbe. U Hrvatskoj je prihod lokalnih turističkih zajednica što ga čini namjenskim prihodom koji se u potpunosti vraća sektoru povezanom s turizmom, a što pokazuje sektorsku specifičnu prirodu turističke pristojbe. Od zemalja na Mediteranu takav oblik turističke pristojbe imaju još Francuska, Malta i neki dijelovi Španjolske.

Neki porezi namijenjeni su posebnim područjima ili resursima na odredištu, kao što su porezi za zaštitu okoliša ili zeleni porezi, porezi za kulturnu baštinu, porezi za socijalne svrhe. Od države do države ovisi kolike poreze turist plaća, a na primjeru eko poreza, koji u turizmu služe kako bi se ublažile negativne posljedice masovnog turizma, vidljivo je da se na Balearskom otočju naplaćuje eko porez u iznosu od jednog eura po noćenju za očuvanje prirodnog i prirodnog bogatstva (Palmer, 2003, Holden, 2009). Slično je učinjeno na Mallorci, gdje su uvedeni porezi na rent-a-car kako bi se rasteretio i optimizirao cestovni promet te smanjila emisija stakleničkih plinova (Palmer, Riera i Rossello, 2007).

Među raznim poreznim oblicima ističe se turistička članarina, koja je regulirana Pravilnikom o godišnjem paušalnom iznosu članarine za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, kao i obrascima TZ-a za plaćanje članarine turističkoj zajednici. Prema izmjenama Pravilnika, iznajmljivači paušalci plaćaju članarinu turističkoj zajednici u iznosu od 5,97 EUR po osnovnom krevetu i 2,99 EUR po pomoćnom krevetu. Članarina se uplaćuje na račun turističke zajednice.

Primjeri iz sustava eVisitor pokazuju kako se članarina obračunava u praksi:

- Primjer 1: Ako je iznajmljivač početkom godine imao osam kreveta, a u lipnju odjavio dva, maksimalni broj kreveta za obračun u 2024. ostaje osam. Broj kreveta se određuje prema iznajmljivaču (OIB-u) i području turističke zajednice.

- Primjer 2: Iznajmljivač s dva apartmana (po četiri kreveta) na različitim adresama unutar područja iste turističke zajednice obračunava članarinu za ukupno osam kreveta i članarinu uplaćuje na jedan IBAN.
- Primjer 3: Iznajmljivač s dva apartmana (po četiri kreveta) na različitim adresama u različitim turističkim zajednicama, plaća članarinu za osam kreveta, ali na dva zasebna računa, po jedan za svaku turističku zajednicu.

Godišnji paušalni iznos članarine može se uplatiti jednokratno do posljednjeg dana srpnja ili u tri obroka, sa sljedećim rokovima dospjeća: prvi do 31. srpnja, drugi do 31. kolovoza, a treći do 30. rujna tekuće godine. Nadalje, pravne osobe koje se više od 50 % financiraju iz proračuna lokalne i regionalne samouprave ili iz državnog proračuna oslobođene su plaćanja članarine turističkoj zajednici. Evidencija turističke zajednice vodi se putem sustava ePorezna, dok je informativni obračun dostupan u sustavu eVisitor. Članarina turističkoj zajednici uplaćuje se prema mjestu gdje je nastala obveza, a ne prema mjestu prebivališta obveznika.

Uz navedene porezne oblike, izdvaja se i porez na potrošnju, namet koji se naplaćuje na maloprodajnu cijenu alkoholnih pića u ugostiteljskim objektima. U Hrvatskoj je prihod jedinica lokalne samouprave koji također imaju mogućnost sami određivati stopu, ali pritom ona ne može biti viša od 3 posto. S povećanjem turističke potrošnje svakako se povećavaju i prihodi jedinica lokalne samouprave od poreza na potrošnju, no kao i kod nekih drugih poreza, i u ovom slučaju nije moguće razdvojiti potrošnju domicilnog stanovništva od gostiju.

#### **4. USPOREDNA ANALIZA ODABRANIH POREZA U TURIZMU REPUBLIKE HRVATSKE I ODABRANIH DRŽAVA ČLANICA EUROPSKE UNIJE**

Zbog ključne uloge koju turizam igra na Mediteranu, jednom od vodećih svjetskih turističkih područja kojem pripada i Hrvatska, za usporednu analizu odabrane su mediteranske članice Europske unije: Grčka, Španjolska, Francuska, Italija, Malta, Portugal, Slovenija i Cipar. Naime, ove zemlje čine raznolik mozaik turističkih destinacija koje zajednički doprinose visokoj turističkoj konkurentnosti cijele regije te su ključni čimbenici u promociji europskog turizma na globalnom tržištu.

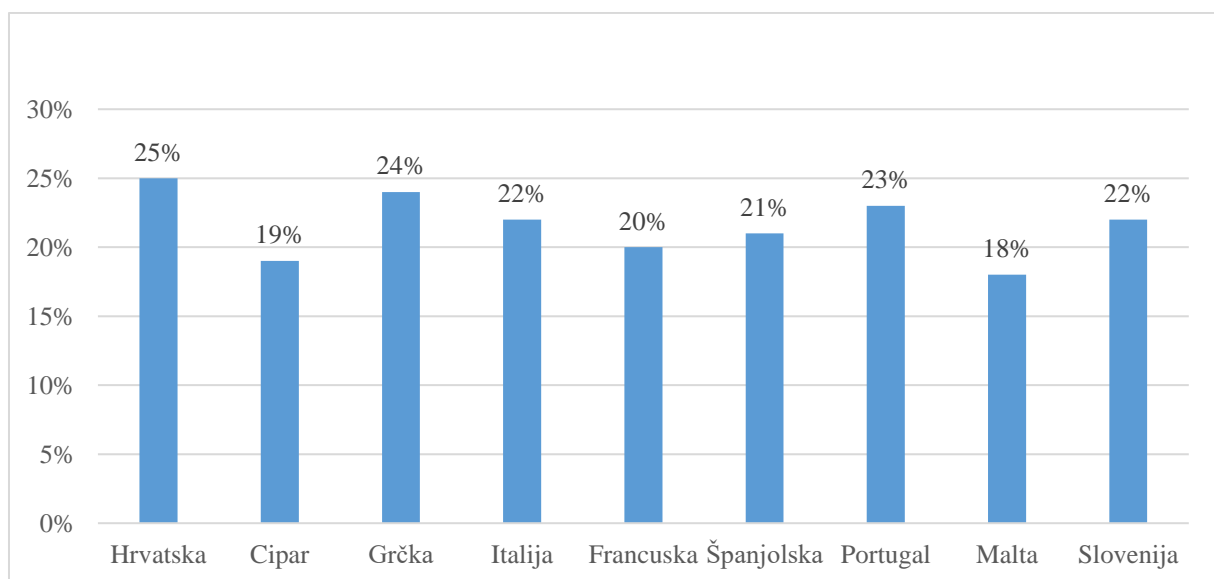
Mediteran čini skupina od ukupno 29 zemalja oko Sredozemnog mora, prepoznatljivih po bogatom kulturnom nasljeđu, prirodnoj baštini i povijesnim znamenitostima. Zahvaljujući svojoj jedinstvenoj kombinaciji blage klime, iznimnih prirodnih resursa bogate povijesti, te blizini glavnih izvora tržišta, mediteranska odredišta razvila su jedinstvenu turističku ponudu. Temeljena na tradicionalnom proizvodu „sunce i more“, ova regija danas uzima trećinu turističkog „kolača“ u svijetu. Prema podacima Svjetske turističke organizacije (2015), međunarodni turistički dolasci porasli su s 58 milijuna u 1970. godini na gotovo 314 milijuna u 2014. godini, s predviđanjima od 500 milijuna do 2030. godine. U 2014. godini zemlje Mediterana zaradile su 217 milijardi eura u prihodima od međunarodnog turizma u odredištima i još 30 milijardi eura u međunarodnom putničkom prijevozu, čime je ukupna zarada od izvoza ostvarena međunarodnim turizmom na Sredozemlju iznosila 247 milijardi eura. Turizam je stoga glavni stup mediteranskih gospodarstava, koji u prosjeku čini oko 8 posto njihovog BDP-a, te stvara prijeko potrebna radna mjesta i prilike za razvoj.

Zbog značajnog doprinosa turizma u gospodarstvima ovih zemalja, strukture gostiju, turističkog proizvoda „sunce i more“ koji ih čini izravnim konkurentima, kao i zajedničke politike Europske unije koja ih povezuje u smislu regulativa, strateškog razvoja i održivog turizma, za usporednu analizu su izabrane mediteranske zemlje članice Europske unije. Za porezne oblike odabrani su PDV i porez na dobit, s obzirom na to da ovi porezni oblici imaju značajan udio u prihodima države te kao takvi igraju ključnu ulogu u oblikovanju konkurentnosti turističkog sektora, poticanju investicija te ostvarivanju gospodarskog rasta u mediteranskim zemljama članicama Europske unije.

#### 4.1. USPOREDNA ANALIZA POREZA NA DODANU VRIJEDNOST U ODABRANIM DRŽAVAMA ČLANICA EUROPSKE UNIJE

Među poreznim oblicima u većini zemalja, pa tako i u Hrvatskoj, izdvaja se porez na dodanu vrijednost (PDV). Hrvatska među svojim konkurentima na Mediteranu ima najveću opću stopu PDV-a u iznosu od 25 %. Kao što je vidljivo na Grafikonu 2, po visini standardne stope slijede Grčka (24 %) i Portugal (23 %). Opća stopa PDV-a u Italiji i Sloveniji iznosi 22 %, dok je u Španjolskoj ona 21 %, u Francuskoj 20 %, a u Cipru 19 %. Najmanju opću stopu PDV-a među promatranim državama ima Malta na kojoj se dodana vrijednost oporezuje s 18 %.

Grafikon 2 Opća stopa PDV-a u odabranim državama



Izvor: Obrada autorice prema European Commission, 2024

U Tablici 7 prikazano je kretanje općih stopa PDV-a u zemljama odabranima za analizu u razdoblju od gotovo dva desetljeća, od 2005. do 2024. godine. Kako bi promjene u općim stopama bile lakše uočljive, one su označene crvenom bojom u godinama kada su stupile na snagu.

Tablica 4 Kretanje opće stope poreza na dodanu vrijednost u odabranim zemljama članicama Europske unije u razdoblju 2005. – 2024. godine

Država	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2021.	2022.	2023.	2024.
Hrvatska	22	22	22	22	23	23	23	23	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Cipar	15	15	15	15	15	15	15	17	18	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
Francuska	19,6	19,6	19,6	19,6	19,6	19,6	19,6	19,6	19,6	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Grčka	19	19	19	19	19	21/23*	23	23	23	23	23	24	24	24	24	24	24	24	24
Italija	20	20	20	20	20	20	21	21	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Malta	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
Portugal	21	21	21	21	21	21	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23
Slovenija	20	20	20	20	20	20	20	20	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Španjolska	16	16	16	16	16	18	18	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21

\*U ovoj godini došlo je do mijenjanja opće stope PDV-a dva puta

Izvor: obrada autorice prema European Commission, 2024.

Tijekom promatranog razdoblja, sve su zemlje, osim Malte, mijenjale standardnu stopu PDV-a. Malta, koja među analiziranim državama ima najnižu opću stopu PDV-a, ostala je iznimka, zadržavši nepromijenjenu stopu od 18 posto. Ostale države su, međutim, pokazale jasnu tendenciju povećanja općih stopa PDV-a, a navedene promjene su najčešće nastupale tijekom financijske krize. Uvođenje viših stopa tijekom navedenog razdoblja može se tumačiti kao potez kojim su države nastojale osigurati dodatne prihode za stabilizaciju proračuna i ublažavanje ekonomskih posljedica krize. Ovaj fiskalni odgovor bio je ključan za mnoge zemlje suočene s padom gospodarske aktivnosti i rastućim proračunskim deficitima.

Kada je 1991. godine usvojena jedna od glavnih EU direktiva o PDV-u, pojedine države članice primjenjivale su snižene, vrlo snižene ili nulte stope PDV-a na robu i usluge koje nisu bile obuhvaćene novim pravilima za snižene stope. Kako bi se olakšao prijelaz na standardnu stopu za te proizvode i usluge, uvedena je takozvana „parking stopa“. Iako se tu stopu namjeravalo postupno ukinuti, neke je zemlje još uvijek primjenjuju. Kako bi se osiguralo načelo jednakog tretmana, od travnja 2022. godine zemlje EU mogu primijeniti dvije snižene stope ne niže od 5 posto na nekoliko dobara i usluga, jednu super sniženu stopu ispod 5 posto i jedno izuzeće. Iz Tablice 6 vidljivo je kako među zemljama odabranima za analizu, vrlo sniženu stopu koriste Francuska (2,1 %), Italija (4 %) i Španjolska (4 %), dok je jedino na Portugalu i dalje u primjeni parking stopa u iznosu od 13 posto.

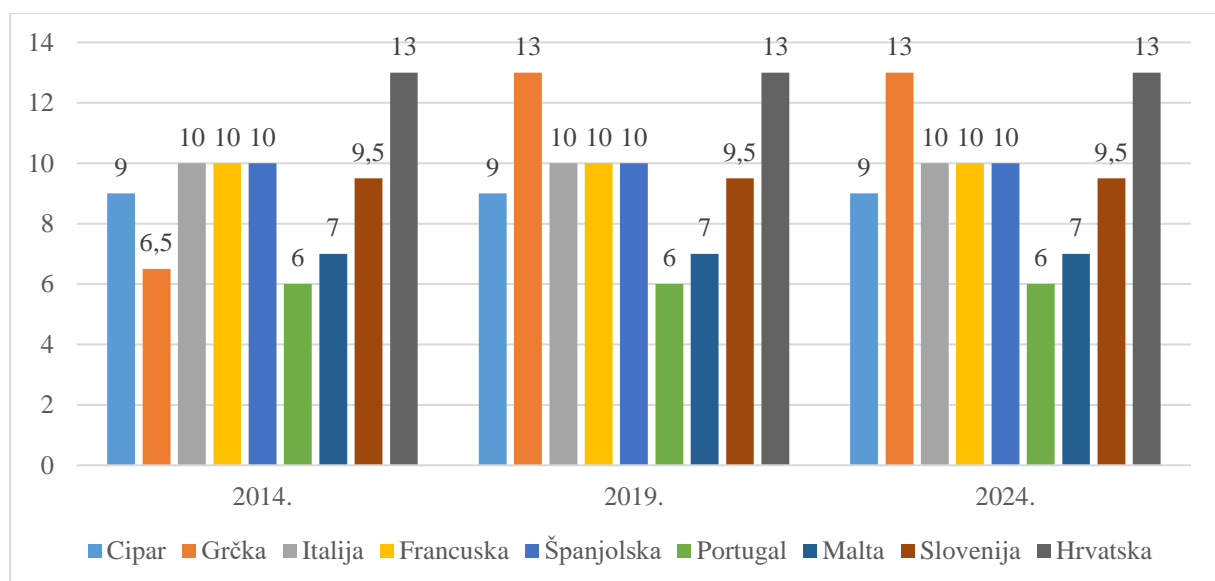
Tablica 5: Prikaz stopa PDV-a u odabranim državama 2024. godine

Država	Vrlo snižena stopa (%)	Snižena stopa (%)	Parking stopa (%)	Standardna stopa (%)
Hrvatska	-	5 / 13	-	25
Cipar	-	5 / 9	-	19
Francuska	2,1	5.5 / 10	-	20
Grčka	-	6 / 13	-	24
Italija	4	5 / 10	-	22
Malta	-	5 / 7	-	18
Portugal	-	6 / 13	13	23
Slovenija	-	5 / 9.5	-	22
Španjolska	4	10	-	21

Izvor: obrada autorice prema Tax Foundation, 2024

Snížene stope PDV-a predstavljaju važan alat u fiskalnoj politici kojim se potiče konkurentnost turizma te stoga češće doživljavaju izmjene u odnosu na opće stope. Kako bi se uvidjelo u kojoj su mjeri odabrane države koristile ovaj alat, prikazani su podaci o stopama PDV-a na usluge pružanja smještaja, ugostiteljstvo i prijevoz putnika te njihovom kretanju kroz posljednje desetljeće, odnosno u razdoblju od 2014. do 2024. godine. Zbog nemogućnosti prikazivanja više godina, kao referentne točke zbog jednakog vremenskog odmaka odabrane su godine 2014., 2019. te 2024.

Grafikon 3: Stope PDV-a na smještaj u odabranim zemljama (u postocima)



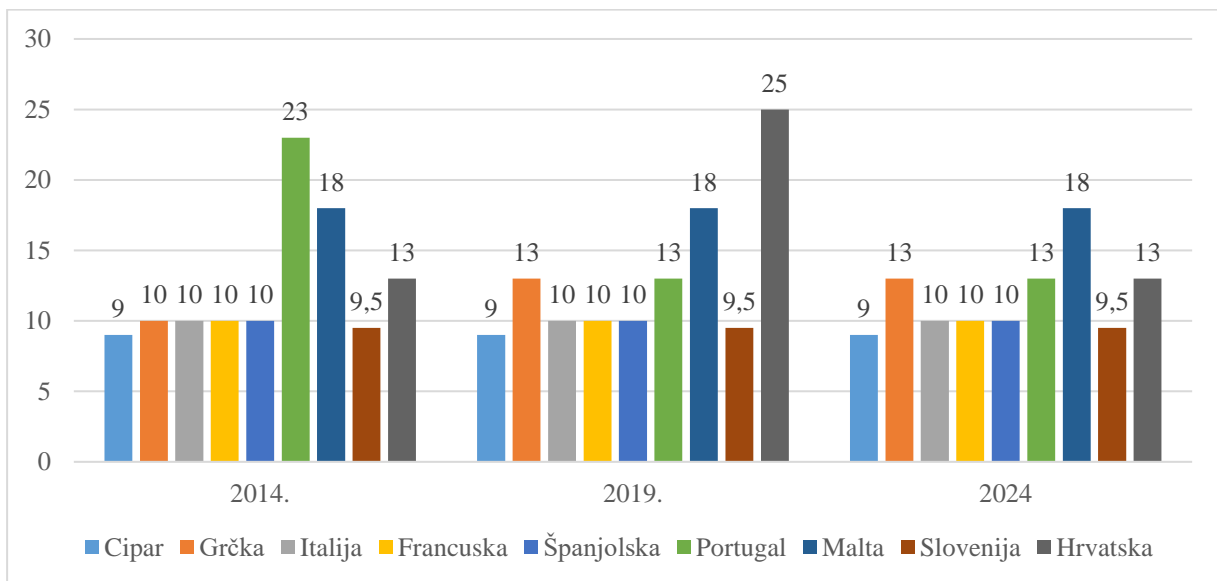
Izvor: obrada autorice prema European Commission, 2024

Iako Hrvatska primjenjuje međustopu od 13 % za usluge smještaja, iz Grafikona 3 može se uočiti je kako i u tom segmentu usluge već godinama ima najvišu stopu među konkurentnim državama Mediterana. Na toj je razini još jedino Grčka koja je 2017. godine udvostručila stopu oporezivanja usluga smještaja i to sa 6,5 % na 13 %. Najnižu stopu PDV-a na smještaj ima Portugal (6 %), a slijedi ga Malta (7 %). Zanimljivo je kako tri najpopularnija turistička odredišta, Španjolska, Italija i Francuska, dijele i poreznu politiku po pitanju oporezivanja kratkoročnog smještaja te oporezuju smještaj po nižoj stopi (10 %) nego Hrvatska.

Spomenute tri države s istim iznosom (10 %) oporezuju i ugostiteljske usluge. Sve promatrane zemlje, izuzev Malte, za ovaj segment usluge također su u promatranom razdoblju primjenjivale sniženu stopu PDV-a. Važno je naglasiti kako se navedeno odnosi na pripremanje

hrane, odnosno ne uključuje usluživanje te isporuku pripremljenih bezalkoholnih pića, hladnih i toplih napitaka kao i alkoholnih pića, a za koju većina država primjenjuje višu stopu PDV-a. Kako je vidljivo iz Grafikona 4, najmanju stopu na usluge pripreme i usluživanje hrane u restoranima te catering u promatranom razdoblju primjenjivao je Cipar, dok je Hrvatska imala daleko najvišu u razdoblju od 2017. do 2020. kada su ove usluge bile obuhvaćene općom stopom PDV-a od 25 %.

Grafikon 4: Stope PDV-a na ugostiteljstvo u odabranim zemljama (u postocima)

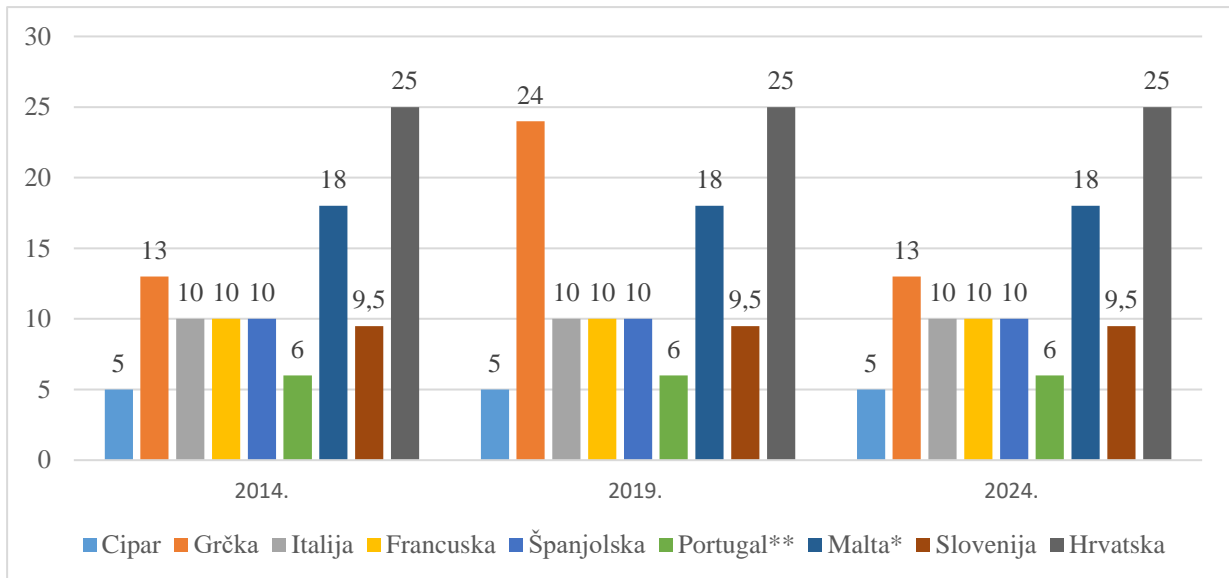


Izvor: obrada autorice prema European Commission, 2024

Suprotno od drugih, izravnih konkurenata, Hrvatska nema sniženu stopu PDV-a za sektor prijevoz putnika niti u jednom njegovom segmentu. Osim u svrhu poticanja konkurentnosti turizma, korištenje snižene stope u sektoru transporta često se koristi zbog poticaja mobilnosti građana i dostupnosti određenih destinacija po pristupačnim cijenama, a ove se fiskalne mjere prezentiraju i kao dio ekoloških politika koje dovode do smanjenja gužvi na prometnicama, a posljedično i emisije ugljičnog dioksida (CO<sub>2</sub>), te u konačnici pozitivno utječu na okoliš. Kako je vidljivo iz Grafikona 5, većina država u promatranom je razdoblju koristila mogućnost primjene snižene stope oporezivanja ovih usluga.



Grafikon 5: Stope PDV-a na prijevoz putnika u odabranim zemljama (u postocima)



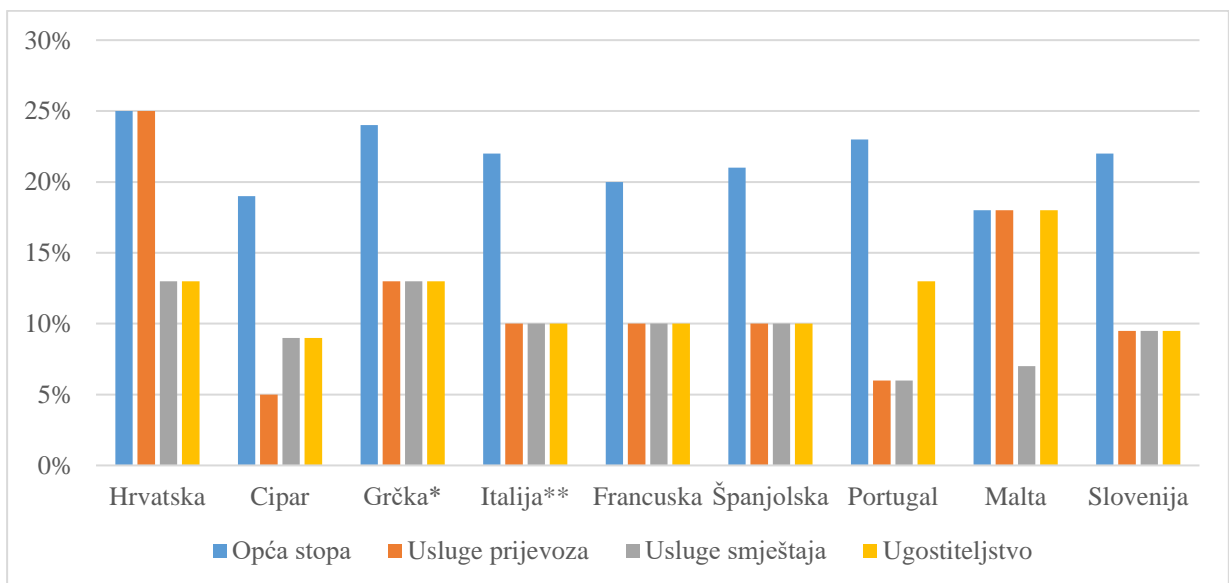
\*Malta koristi nultu stopu PDV-a samo na domaći prijevoz putnika

\*\*Portugal koristi nultu stopu PDV-a za međunarodni transport putnika

Izvor: obrada autorice prema European Commission, 2024

U nastavku, na Grafikonu 6, prikazan je i obrađen skupni pregled aktualnih stopa PDV-a u odabranim državama i sektorima: uslugama prijevoza, uslugama smještaja i ugostiteljstvu.

Grafikon 6: Pregled stopa PDV-a u odabranim državama i sektorima u 2024. godini



\*taxi prijevoz isključen iz međustope za vrijeme ljetnih mjeseci

\*\* taxi prijevoz u potpunosti isključen iz međustope

Izvor: obrada autorice prema European Commission, 2024

U usporedbi Grčke s Hrvatskom, a uzimajući u obzir da joj je Grčka jedan od glavnih konkurenta u turizmu, može se uvidjeti kako se tamo na sektor transporta putnika i prtljage i svih ostalih usluga vezanih za prijevoz putnika primjenjuje međustopa od 13 %. Međutim, na taxi prijevoz ta se stopa primjenjivala samo do 30. lipnja 2024. godine. Nakon toga se primjenjuje opća stopa od 24 %. Na sektor smještaja u hotelima i sličnim objektima, uključujući pružanje smještaja za odmor i iznajmljivanje mjesta u kampovima primjenjuje se međustopa od 13 %. U ovu kategoriju uključen je i kratkoročni smještaj (poput Airbnb usluge) u slučaju kada je iznajmljivač (a) pravna ili (b) fizička osoba, koja mora iznajmljivati najmanje tri nekretnine (npr. kuću, stan, sobe u stanu itd.). U svim ostalim slučajevima kratkotrajnog smještaja (tj. fizičke osobe koje iznajmljuju 1 ili 2 nekretnine) ova usluga je oslobođena PDV-a. Na restoranske i catering usluge, ne uključujući alkoholna i bezalkoholna pića, također se primjenjuje međustopa od 13 %. Iz ove međustope su isključeni noćni klubovi. Međustopa se odnosi i na napitke od kave, kakao, čajeve i druge biljne napitke, ali samo do 30. lipnja 2024. nakon čega je u primjeni opća stopa. Također, opća stopa od 24 % se primjenjuje na sva alkoholna pića kao i njihovo serviranje, dostavu ili preuzimanje, dok se kod bezalkoholnih pića međustopa od 13 % odnosi na prodaju, dostavu i preuzimanje, a za serviranje bezalkoholnih pića se koristi opća stopa. Za otoke Leros, Lesvos, Kos, Samos i Chios se primjenjuje smanjena opća stopa od 17 %. Ovdje treba napomenuti da u Grčkoj taxi usluge i neka pića imaju međustopu i izvan turističke sezone.

Na primjeru Španjolske, vidi se da se na sektor transporta putnika i prtljage i svih ostalih usluga vezanih na prijevoz putnika primjenjuje međustopa od 10 %. Nadalje, na sektor smještaja u hotelima i sličnim objektima, uključujući pružanje smještaja za odmor i iznajmljivanje mjesta u kampovima primjenjuje se međustopa od 10 %. Govoreći o restoranskim i catering uslugama, ne uključujući alkoholna i bezalkoholna pića također se primjenjuje međustopa od 10 %.

Francuska pak na sektor transporta putnika i prtljage i svih ostalih usluga vezanih na prijevoz putnika primjenjuje međustopu od 10 %. Na sektor smještaja u hotelima i sličnim objektima, uključujući pružanje smještaja za odmor i iznajmljivanje mjesta u kampovima primjenjuje se međustopa od 10 %. Na restoranske i catering usluge, ne uključujući alkoholna i bezalkoholna pića, također se primjenjuje međustopa od 10 %. Za područje Korzike se primjenjuje opća stopa od 13 %. Za francuska područja izvan Europe primjenjuju se opća stopa od 8,5 % i međustopa od 2,1 %. Navedeno se odnosi na Martinique, Guadeloupe i Reunion.

U Italiji se na sektor transporta putnika i prtljage i svih ostalih usluga vezanih za prijevoz putnika primjenjuje snižena stopa od 10 %. Iz nje su pak isključeni prijevozi taksijem i prijevozi brodom na jezerima. Posebno je navedeno da se ova međustopa primjenjuje i na prigradski prijevoz, ali ne kada je on u svrhu turizma. Na sektor smještaja u hotelima i sličnim objektima, uključujući pružanje smještaja za odmor i iznajmljivanje mjesta u kampovima primjenjuje se međustopa od 10 %. Na restoranske i catering usluge, ne uključujući alkoholna i bezalkoholna pića, također se primjenjuje međustopa od 10 %. U Italiji se ova stopa odnosi i na prodaju putem automata.

Na sektor transporta i prtljage i svih ostalih usluga vezanih za prijevoz putnika na Malti se, kao i u Hrvatskoj, primjenjuje opća stopa PDV-a. Ipak, tamo postoje izuzeci pa se tako na domaći javni prijevoz primjenjuje nulta stopa PDV-a. Na sektor smještaja u hotelima i sličnim objektima, uključujući pružanje smještaja za odmor i iznajmljivanje mjesta u kampovima primjenjuje se međustopa od 7 %, za razliku od ugostiteljstva koje je obuhvaćeno općom stopom PDV-a od 18 posto.

U Portugalu na sektor transporta putnika i prtljage i svih ostalih usluga vezanih za prijevoz putnika primjenjuje međustopa od 6 %. Međunarodni transport putnika podliježe nultoj stopi PDV-a. Na sektor smještaja u hotelima i sličnim objektima, uključujući pružanje smještaja za odmor i iznajmljivanje mjesta u kampovima primjenjuje se međustopa od 6 %. Na restoranske i catering usluge, ne uključujući alkoholna i bezalkoholna pića, također se primjenjuje međustopa od 13 %. Azori kao teritorij Portugala imaju opću stopu PDV-a od 16 %, a Madeira stopu od 22 %.

U Sloveniji na sektor transporta putnika i prtljage i svih ostalih usluga vezanih za prijevoz putnika primjenjuje međustopa od 9,5 %. Na sektor smještaja u hotelima i sličnim objektima, uključujući pružanje smještaja za odmor i iznajmljivanje mjesta u kampovima, primjenjuje se međustopa od 9,5 %. Na restoranske i catering usluge, ne uključujući alkoholna i bezalkoholna pića, također se primjenjuje međustopa od 9,5 %.

Na Cipru, na sektor transporta putnika i prtljage i svih ostalih usluga vezanih na prijevoz putnika primjenjuje se međustopa od 5 %. Na sektor smještaja u hotelima i sličnim objektima, uključujući pružanje smještaja za odmor i iznajmljivanje mjesta u kampovima, primjenjuje se

međustopa od 9 %. Na restoranske i catering usluge, ne uključujući alkoholna i bezalkoholna pića, također se primjenjuje međustopa od 9 %.

#### **4.2. USPOREDNA ANALIZA POREZA NA DOBIT U ODABRANIM DRŽAVAMA ČLANICA EUROPSKE UNIJE**

Druga vrsta poreza koja se izdvaja jest porez na dobit. Cipar, primjerice, ima jedinstvenu stopu od 12,5 % za cijelu državu bez izuzetaka. U kontekstu turizma na Cipru se kod poreza na dobit može uočiti izuzetak za hotele prilikom obračuna amortizacije. Stopa amortizacije za građevinske objekte je 3 %, dok je za hotele stopa 4 %. S obzirom na to da je amortizacija porezno priznat trošak, ova različita stopa može se smatrati poticajem sektoru hotelijerstva na Cipru. Na Cipru je u periodu od 1990. do 2002. godine porez na dobit iznosio 4,25 %, zatim je bio varijabilan - između 4,25 % i 10 % do 2005. godine. U periodu od 2006. do 2012. godine je iznosio fiksnih 10 %, da bi od 2013. godine iznosio današnjih 12,5 %. Ukupni prihodi poreza na dobit na Cipru u 2022. godini su iznosili 1,511 milijardi eura, što čini 14,89 % od ukupnih poreznih prihoda te 5,44 % u udjelu BDP-a.

U Grčkoj je stopa poreza na dobit također jedinstvena za cijelu državu, 22 %. Stopa poreza na dobit je jedinstvena za cijelu državu. U Grčkoj je država propisima o amortizaciji odlučila poticati putnički prijevoz. Stopa amortizacije za pokretne je 10 %, međutim za vozila koja su u službi prijevoza putnika amortizacija iznosi 16 %. Razvidno je da se Grčka odlučila poticati investicije u putničkom prijevozu. Jedini sektor u Grčkoj koji ima sniženu stopu poreza na dobit je poljoprivredna proizvodnja te iznosi 10 %, a s obzirom na razvijeni turistički sektor u Grčkoj može se zaključiti da potiču domaću poljoprivrednu proizvodnju koja je, između ostalog, nadogradnja potražnji u turizmu. Ukupni prihodi poreza na dobit u Grčkoj u 2022. godini su iznosili 5.127 milijardi eura što čini 6,02 % od ukupnih poreznih prihoda te 2,48 % udjela BDP-a.

Španjolska nema jedinstvenu stopu poreza na dobit za cijelu državu. Opća stopa iznosi 25 %, a autonomna regija Baskija i regija Navarra imaju svoje regulative poreza na dobit. Za razliku od većine država, u Španjolskoj mala i srednja poduzeća imaju sniženu stopu poreza na dobit od 23 %. U kontekstu poreza na dobit malim i srednjim poduzećima se smatraju poduzeća s godišnjim prihodima manjim od milijun eura. Ukupni prihodi poreza na dobit u Španjolskoj u 2022. godini su iznosili 34.083 milijardi eura što čini 6,72 % od ukupnih poreznih prihoda te 2,53 % udjela BDP-a.

Francuska ima jedinstvenu stopu poreza na dobit bez teritorijalnih izuzetaka, i to 25 %. Francuska za mala i srednja poduzeća ima sniženu stopu poreza na dobit koja iznosi 15 %, a mala i srednja poduzeća su definirana godišnjim prihodom manjim od 10 milijuna eura. Ukupni prihodi poreza na dobit u Francuskoj u 2022. godini su iznosili 74.361 milijardi eura što čini 6,11 % od ukupnih poreznih prihoda te 2,82 % udjela BDP-a.

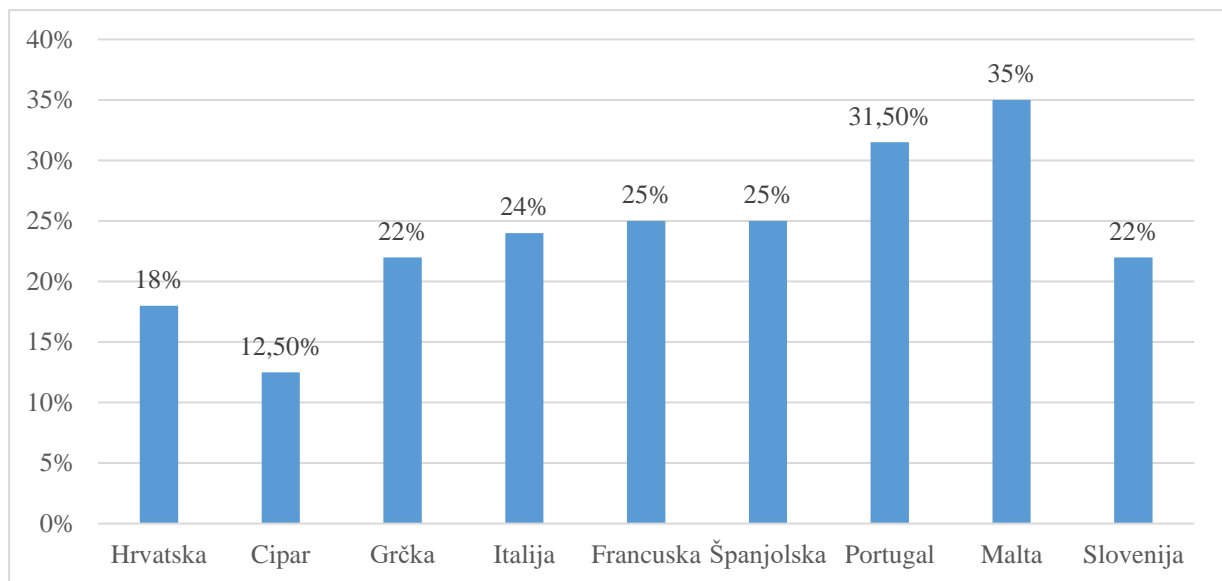
Nadalje, Italija ima jedinstvenu stopu poreza na dobit za cijelo područje bez povlastica za mala i srednja poduzeća, i to 25 %. Ukupni prihodi poreza na dobit u Italiji u 2022. godini su iznosili 44.827 milijardi eura što čini 5,39 % od ukupnih poreznih prihoda te 2,30 % udjela BDP-a.

Na Malti, najmanjoj od promatranih država, također imaju jedinstvenu stopu poreza na dobit na cijelom području i to 35 %. Kroz sustav poreza na dobit Malta nema nikakve poticaje sektorima povezanim s turizmom. Ukupni prihodi poreza na dobit na Malti u 2022. godini su iznosili 743.78 milijuna eura što čini 14,89 % od ukupnih poreznih prihoda te 4,32 % udjela u BDP-u.

Od promatranih država Portugal ima najkompleksniji sustav poreza na dobit. Osnovica poreza na dobit je 21 %, a maksimalna stopa iznosi 31,5 %. Centralna država ima dodatnu naknadu od 3 % koja se obračunava prije odbitka gubitaka ako je dobit preko 1.5 milijun eura, dodatna naknada iznosi 5 % prije odbitka gubitaka ako je dobit između 7.5 i 35 milijuna eura te konačno 9 % ako je dobit prije odbitka gubitaka iznad 35 milijuna eura. Dodatna naknada od 1,5 % je prihod lokalne samouprave i primjenjuje se svugdje i neovisno o veličini poduzeća, ali se također obračunava prije odbitka gubitaka. Portugal ima neka udaljena područja i za njih primjenjuje različitu stopu osnovnog poreza na dobit. Tako za Azore ona iznosi 16,8 %, a za Madeiru 20 %. Ukupni prihodi poreza na dobit u Portugalu u 2022. godini su iznosili 8.081 milijardi eura što čini 9,26 % od ukupnih poreznih prihoda te 3,33 % udjela BDP-a.

Slovenija ima jedinstvenu stopu poreza na dobit od 22 %. Slovenija poreznim olakšicama potiče investiranje jer je omogućila smanjivanje poreza na dobit za iznos investicije što se odnosi na sve sektore, a ne samo na turizam. Također, u kontekstu turizma može se gledati mogućnost smanjivanja poreza na dobit od 0,2 % ukoliko se novac donira u sport ili kulturu koji mogu imati turistički potencijal. Ukupni prihodi poreza na dobit u Sloveniji u 2022. godini su iznosili 1.331 milijardi eura što čini 6,22 % od ukupnih poreznih prihoda te 2,33 % udjela BDP-a.

Grafikon 7: Opća stopa poreza na dobit u odabranim državama u 2024. godini



Izvor: obrada autorice European Commission, 2024

Na koncu, Hrvatska ima jedinstvenu stopu poreza na dobit osim izuzetka grada Vukovara koji ima određena oslobađanja od poreza. U Hrvatskoj se primjenjuje snižena stopa od 10 % za sva poduzeća s prihodima manjima od milijun eura na godišnjoj razini. Kroz sustav poreza na dobit ne može se uočiti posebno poticanje sektora povezanog s turizmom. Ukupni prihodi poreza na dobit u Hrvatskoj u 2022. godini su iznosili 2.174 milijardi eura što čini 8,65 % od ukupnih poreznih prihoda te 3,20 % udjela BDP-a.

## **5. RASPRAVA REZULTATA ANALIZE I PERSPEKTIVE PRIMJENE POREZA U TURIZMU U REPUBLICI HRVATSKOJ**

Porez na dodanu vrijednost kao indirektni porez ima najveći utjecaj na cijene u turizmu. Uzimajući navedeno u obzir, može se zaključiti kako je turizam u Hrvatskoj najopterećeniji porezom na dodanu vrijednost od promatranih zemalja EU s izlazom na Mediteransko more. Opća stopa PDV-a je najmanja na Malti (18 %) i Cipru (19 %), a najveća u Hrvatskoj (25 %) i Grčkoj (24 %). Naravno, porez na dodanu vrijednost ne može se promatrati isključivo kroz opću stopu poreza jer su države za mnoge sektore uvele određene međustope. Iz tog razloga za potrebe analize izdvojene su međustope za tri sektora koja najvećim dijelom čine turizam, a to su usluge smještaja, ugostiteljske usluge i prijevoz putnika.

Hrvatska je jedina država koja nema sniženu stopu PDV-a ni u jednom dijelu sektora prijevoza. Iz toga se može izvesti zaključak kako tijekom turističke sezone Hrvatska ima dovoljnu potražnju u sektoru prijevoza putnika te zakonodavac polazi od pretpostavke većeg prihoda od ovog sektora. U tom kontekstu treba razmotriti i grčki primjer gdje se tijekom ljetnih mjeseci međustopa ne primjenjuje za taksi prijevoz, dok se u Italiji međustopa na taksi prijevoz ne primjenjuje cijele godine, ali primjenjuje se na javni prijevoz. Predstavnici javno linijskih prijevoznika u Hrvatskoj udruzi poslodavaca (2004) zahtijevaju smanjenje PDV-a na javni linijski prijevoz radi pojeftinjenja prijevoza učenika što ne spada u sektore povezane s turizmom. Promatrajući sve efekte nepostojanja međustope PDV-a na javni prijevoz može se zaključiti kako bi Hrvatska trebala razmotriti model Grčke i Italije.

U sektoru usluge smještaja sve promatrane države primjenjuju međustopu PDV-a. Hrvatska, uz Grčku, i u ovom sektoru ima najveći PDV. Grčka je i u ovom sektoru otišla najdalje u razradi poreznih stopa te su u toj državi mali iznajmljivači privatnog smještaja (do dvije nekretnine) oslobođeni plaćanja PDV-a, a svi koji imaju tri nekretnine i više plaćaju PDV po međustopi od 13 %. Nasuprot, u Hrvatskoj fizičke osobe za iznajmljivanje privatnog smještaja ne plaćaju PDV neovisno o broju smještajnih jedinica. Hrvatska ima izrazito velik udio privatnog smještaja u ukupnoj turističkoj ponudi smještaja, a privatni smještaj, za razliku od hotelskog, nije opterećen PDV-om. Najava poreza na nekretnine u Hrvatskoj se treba gledati i kroz prizmu niskog poreznog opterećenja za kratkoročno iznajmljivanje privatnog smještaja.

U sektoru ugostiteljstva sve države osim Malte primjenjuju međustopu PDV-a koja u ovoj djelatnosti ima najveći PDV u iznosu od 18 %. Grčka je iz međustope izuzela noćne klubove, a za neka bezalkoholna pića je ukinula sniženu stopu za vrijeme ljetnih mjeseci što ponovno ukazuje na namjeru zakonodavca da s obzirom na povećanu potražnju poveća prihode od poreza na dodanu vrijednost.

U tri promatrana sektora može se primijetiti da pet od devet promatranih zemalja ima ujednačene međustope PDV-a kroz sva tri sektora s nekim manjim izuzecima. Iz usporedne analize vidljivo je kako neke države za određena područja primjenjuju manju opću stopu PDV-a, no ne bi bilo ispravno to isključivo promatrati kroz prizmu turizma iako su neka od tih područja izrazito turistički atraktivna. Naime, u nekim područjima snižene stope uvedene su zbog geografske specifičnosti, a najčešće zbog izoliranosti. Primjer je Kanarsko otočje kao teritorij Španjolske koji ima sniženu opću stopu PDV-a na 7 %. Svakako da snižena stopa PDV-a pogoduje već razvijenom turizmu na Kanarskom otočju, no ona nije a priori uvedena s ciljem poticanja turizma, već zbog ublažavanja nepovoljnog položaja tih udaljenih područja. Isto se može kazati za Azore i Madeira kao dio Portugala, ali i ostala područja.

Za razliku od PDV-a, kod poreza na dobit Hrvatska ima jednu od nižih stopa poreza na dobit među promatranim zemljama. Od Hrvatske nižu stopu ima jedino Cipar (12,5 %). Uvjerljivo najveću stopu ima Malta koja iznosi 35 %. S obzirom na to da se porez na dobit plaća na razliku prihoda i rashoda u poslovanju poduzeća, on ne utječe značajno na cijenu proizvoda i usluga u turizmu, ali značajno utječe na daljnja ulaganja poslovnih subjekata. U tom smislu može se uočiti kako tri od devet promatranih zemalja ima sniženu stopu za mala i srednja poduzeća koja definiraju na temelju ukupnih godišnjih prihoda. Uz Hrvatsku taj model primjenjuju još Francuska i Španjolska čime veći dio dobiti zadržava poduzeće te se time potiču dodatna ulaganja. Obračun poreza na dobit ostavlja mogućnost i za neke dodatne potpore te je najzanimljivije promatrati različite stope amortizacije. Cipar je odredio višu stopu amortizacije za hotele, koja iznosi 4 %, u usporedbi s ostalim nekretninama, za koje je stopa 3 %, a Grčka je propisala veću stopu amortizacije za vozila u svrhu prijevoz putnika u iznosu od 16 %, dok je za sva ostala vozila 10 %. Većom stopom amortizacije, koja je porezno priznat trošak, smanjuje se razlika između prihoda i rashoda, odnosno dobit te je sam porez na dobit manjeg apsolutnog iznosa. Kako je navedeno uvedeno točno za specifične nekretnine ili pokretnine, može se govoriti o poticanju turizma.



Ipak, uvjerljivo najznačajniji prihod centralne države je porez na dodanu vrijednost. U 2022. godini Hrvatska je od PDV-a uprihodila 8,89 milijardi eura što čini ukupno 35,34 % ukupnih poreznih prihoda, te udio PDV-a u BDP-u Hrvatske iznosi 13 %. Od uvođenja poreza na dodanu vrijednosti 1998. godine udio PDV-a u ukupnim poreznim prihodima je narasla s tadašnjih 27,56 % na današnjih 35,34 %

Činjenica kako je hrvatski turizam najopterećeniji porezom na dodanu vrijednost od promatranih zemalja EU svakako predstavlja ograničavajući, a ne poticajni faktor u procesu razvoju turizma. Međutim, empirijski dokazi upućuju na to da izuzeća i snižene stope PDV-a nisu najučinkovitiji način postizanja ciljeva politike (OECD, 2014), pa tako ni mjera smanjenja PDV-a s 13 % na 10 % na ugostiteljstvo u Hrvatskoj 2013. godine nije donijela velike koristi u pogledu osnaživanja konkurentnosti turizma Hrvatske. Na potražnju u turizmu, naime, utječe niz faktora. Zbog prirodnih, geografskih i kulturnih osobitosti sve mediteranske zemlje imaju razvijeni turizam, no za razliku od Hrvatske, imaju i druge jake industrije, zbog čega nisu poput Hrvatske stvorile ovisnost o turizmu koja se ogleda kroz udjele u BDP-u. Zbog značajnog udjela prihoda koji Hrvatska ostvaruje od oporezivanja djelatnosti vezanih za turizam, zakonodavac se nalazi u složenijem položaju prilikom razmatranja smanjenja ovog poreznog oblika. Naime, u situacijama kada PDV predstavlja veliki izvor državnih prihoda, svako njegovo smanjenje može ozbiljno utjecati na proračun. S druge strane, zemlje s većom diversifikacijom prihoda, imaju i veću fleksibilnost pri donošenju odluka o oporezivanju usluga u turizmu. To im omogućuje primjenu sniženih stopa PDV-a na turističke djelatnosti, bez straha od značajnog negativnog utjecaja na državni proračun. Za razliku od njih, Hrvatska mora balansirati između potreba za većim fiskalnim prihodima i želje za poticanjem turizma kroz porezne olakšice.

Na temelju analize provedene u radu mogu se definirati perspektive primjene poreza u turizmu u Republici Hrvatskoj, a koje ne bi zahtijevale drastične promjene postojećeg sustava, čime bi se izbjegli potencijalni negativni učinci na priljev prihoda u državni proračun. Umjesto drakonskih izmjena, razmotrene su blaže i ciljane mjere s poticajnim učinkom, a koje bi mogle imati dugoročan pozitivan utjecaj na konkurentnost hrvatskog turizma. To su:

- Analiza potencijala i efekata primjene snižene stope PDV-a na prijevoz putnika, po uzoru na praksu konkurentskih mediteranskih zemalja koje već godinama koriste ovu mjeru u svrhu poticanja razvoja turizma,

- Uvođenje poreznih olakšica za poticanje ulaganja u ruralna i slabije razvijena turistička područja, što bi dovelo do ravnomjernije distribucije turističkih aktivnosti diljem zemlje, a čime bi se rasteretila prenapučena mjesta diljem Jadranske obale te otvorile mogućnosti za razvoj manje poznatih destinacija, ali i produljenje turističke sezone u situaciji u kojoj sezonalnost predstavlja jedan od najvećih izazova za hrvatski turizam,
- Uvođenje poreznih olakšica za digitalne inovacije u turizmu kao i ekološki prihvatljive prakse koje bi potaknule razvoj održivog turizma.

Ovaj rad imao je za cilj utvrditi obilježja poreznih oblika koji se primjenjuju u turizmu kao i razlike u oporezivanju turizma i stupnju poreznog opterećenja kroz usporednu analizu odabranih država članica Europske unije i Republike Hrvatske te u konačnici, na temelju dobivenih rezultata, ponuditi smjernice za buduću primjenu poreza u turizmu u Republici Hrvatskoj. Predmet istraživanja bio je istražiti i analizirati primjenu poreza u turizmu te njihovu ulogu u razvoju turizma i konkurentnost. Provedenom analizom je potvrđen problem istraživanja - previsoko porezno opterećenje turizma Republike Hrvatske, koje utječe na njegovu konkurentnost i razvoj. Naime, utvrđeno je kako Hrvatska već dugi niz godina ima najviše porezno opterećenje u turističkim djelatnostima u usporedbi s članicama Europske unije koje su, zbog svog položaja na Mediteranu i srodnog turističkog proizvoda, njezini izravni konkurenti. Stoga je, kao odgovor na istraživačko pitanje, zaključeno kako porezi u turizmu Republike Hrvatske ograničavaju razvoj turizma u usporedbi s drugim državama Europske unije. No važno je naglasiti kako ova analiza, kao i njoj slične, predstavlja tek dio rasprave o unaprjeđenju hrvatskog turizma te njezini zaključci upućuju na potrebu za daljnjim istraživanjem i dubljom analizom uloge fiskalne politike u poticanju održivog turističkog razvoja.

## 6. ZAKLJUČAK

Utjecaj poreza na turizam u Hrvatskoj predstavlja kompleksnu temu koja zahtijeva pažljivu analizu i promišljanje, s obzirom na to da razvoj i održivost turizma ovise o poreznoj politici jer ona može utjecati na cijene proizvoda, usluga, potrošnju, investicije i ukupnu konkurentnost zemlje u međunarodnom kontekstu. Međutim, smanjenje poreznog opterećenja ne dovodi nužno do smanjivanja cijene krajnjeg proizvoda ili usluge. Države odabrane za usporednu analizu su glavni konkurenti Hrvatskoj na tržištu s obzirom na strukturu gostiju te zbog toga u svrhu kompetitivnosti treba promatrati i druge faktore koji utječu na istu poput društvenih, socio-ekonomskih, političkih ili zdravstvenih faktora. Primjer za to nam je činjenica da su gosti poslije pandemije COVID-19 češće birali auto destinacije nasuprot avio destinacija.

Kroz porezni sustav svaka od zemalja na različite načine podupire određene sektore unutar turističkog sustava. Bez obzira na različite modele potpore turizmu može se zaključiti kako svaka od promatranih država kroz fiskalnu politiku na neki način podupire turizam. Hrvatska unutar cijele Europske unije, pa i promatranih zemalja, ima najveći udio prihoda od turizma u strukturi BDP-a, a istovremeno i jednu od najvećih stopa poreza na dodanu vrijednost, a iz čega se može zaključiti da je namjera države od najznačajnijeg sustava uprihoditi veći iznos.

Iako u drugim državama turizam ima znatno manji udio u BDP-u te ne čini jedan od glavnih gospodarskih sustava tih zemalja ipak se mogu uočiti razni porezni modeli koji imaju svrhu potpore sektorima povezanim s turizmom. Iz navedenoga proizlazi zaključak da kada turizam i nije glavna gospodarska kategorija, ipak čini znatan utjecaj na ekonomiju države te ga fiskalnim mjerama države održavaju konkurentnim.

Zaključno, porezna politika svakako ima svoju ulogu u oblikovanju budućnosti hrvatskog turizma. Strateški osmišljena i usklađena s potrebama tog kompleksnog sustava, ona može biti snažan alat za jačanje njegove konkurentnosti, poticanje investicija, što bi dugoročno moglo pridonijeti gospodarskom rastu. Stoga je neophodno da kreatori politika kontinuirano prate globalne i regionalne trendove te prilagođavaju porezne mjere kako bi Hrvatska zadržala svoju poziciju među vodećim turističkim destinacijama u Europi. Održiva porezna politika, usmjerena na dugoročni razvoj, može osigurati ne samo ekonomske koristi, već i socijalnu i ekološku održivost hrvatskog turizma, što je ključno za njegovu budućnost.

## SAŽETAK

Sve države susreću se s konstantnim razvojem turizma i porastom broja dolazaka i noćenja, a istovremeno razmišljaju o dodatnim poticajima u svrhu povećanja konkurentnosti na globalnom tržištu. Jedna od takvih mjera je smanjenje fiskalnog opterećenja na djelatnosti povezane s turizmom. Turističke djelatnosti podliježu nizu poreznih davanja, a najizdašniji među njima je porez na dodanu vrijednost (PDV). S ciljem poticanja konkurentnosti turizma, brojne države primjenjuju mogućnost uvođenja snižene stope PDV-a na oporezivanje sektora povezanih s tim kompleksnim sustavom kojeg čini niz djelatnosti, industrija i grana, a među kojima se ističu usluge smještaja, ugostiteljstva i prijevoza.

Ovaj rad imao je za cilj utvrditi obilježja poreznih oblika koji se primjenjuju u turizmu kao i razlike u oporezivanju turizma i stupnju poreznog opterećenja kroz usporednu analizu odabranih država članica Europske unije i Republike Hrvatske te u konačnici, na temelju dobivenih rezultata, ponuditi smjernice za buduću primjenu poreza u turizmu u Republici Hrvatskoj. Korištene metode istraživanja uključivale su analizu sekundarnih podataka te njihovu deskripciju, komparaciju, klasifikaciju i interpretaciju.

Iako se Hrvatska ubraja među države koje koriste mogućnost snižene stope PDV-a na oporezivanje sektora povezanih s turizmom, utvrđeno je kako i dalje ima najviši stupanj poreznog opterećenja turizma među konkurentnim mediteranskim državama članicama Europske unije te je jedina od ukupno devet država obuhvaćenih analizom koja nema sniženu stopu PDV-a ni u jednom dijelu sektora prijevoza. Zbog pitanja održivosti ovakve situacije, dane su određene perspektive primjene poreza u turizmu Republike Hrvatske, a među kojima su primjena snižene stope PDV-a na prijevoz putnika, uvođenje poreznih olakšica za poticanje ulaganja u ruralna i slabije razvijena turistička područja kao i za digitalne inovacije i ekološki prihvatljive prakse u turizmu. Prilikom razmatranja ovih perspektiva bitno je uzeti u obzir činjenicu kako je fiskalna politika tek jedan od niza faktora koji utječu na potražnju i ponudu u turizmu, stoga zaključke ovog rada treba gledati kao potencijalni uvod za buduća istraživanja koja bi sustavnije i dublje ušla u ovu složenu tematiku.

**Ključne riječi:** turizam, porezi u turizmu, Republika Hrvatska, Europska unija

## **SUMMARY**

### **The impact of taxes on the Croatian tourism**

All countries face the constant development of tourism and an increase in arrivals and overnight stays, while simultaneously considering additional incentives to boost competitiveness in the global market. One such measure is the reduction of fiscal burdens on activities related to tourism. Tourism activities are subject to a range of taxes, with the most substantial being the value-added tax (VAT). To promote tourism competitiveness, many countries implement reduced VAT rates for sectors related to this complex system, which encompasses a wide range of activities, industries, and sectors, notably accommodation, hospitality, and transportation services.

The aim of this paper was to identify the characteristics of tax forms applied in tourism, as well as the differences in tourism taxation and the level of tax burden through a comparative analysis of selected EU member states and the Republic of Croatia. Ultimately, based on the results, the paper offers guidelines for the future application of taxes in Croatian tourism. The research methods used included the analysis of secondary data and their description, comparison, classification, and interpretation.

Although Croatia is among the countries that apply a reduced VAT rate to sectors associated with tourism, it was found that it still has the highest tax burden on tourism compared to competing Mediterranean EU member states. Moreover, it is the only country among the nine analyzed that does not apply a reduced VAT rate to any part of the transportation sector. Due to concerns about the sustainability of this situation, several perspectives on tax application in Croatian tourism were presented. These include applying a reduced VAT rate on passenger transport, introducing tax incentives to encourage investment in rural and less-developed tourist areas, and promoting digital innovations and environmentally friendly practices in tourism. When considering these perspectives, it is essential to recognize that fiscal policy is just one of many factors influencing demand and supply in tourism. Therefore, the conclusions of this paper should be seen as a potential introduction for future research that could explore this complex issue more systematically and thoroughly.

**Keywords:** tourism, tourism taxes, Republic of Croatia, European Union

## LITERATURA

### Knjige:

Bartoluci, M. (2013). *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva: turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu*. Zagreb: Školska knjiga.

Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i Kesar, O. (2011). *Turizam - ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Zagreb: Školska knjiga.

Čorak, S. i Mikačić, V. (2006). *Hrvatski turizam: plavo - bijelo - zeleno*. Zagreb: Institut za turizam.

Hunziker, W. i Krapf, K. (1942). *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre*, Zürich: Polygraphische Verlag.

Jelčić, B. i Bejaković, P. (2012). *Razvoj i perspektive oporezivanja u Hrvatskoj*. Zagreb: HAZU.

Jurković, P. i Jašić, Z. (1998). *Uvod u teoriju ekonomske politike*. Zagreb: Narodne novine.

Kesner-Škreb M. i Kuliš D. (2010). *Porezni vodič za građane*. Zagreb: Institut za javne financije: Zaklada Friedrich Ebert.

Marković, S. i Marković, Z. (1970). *Osnove turizma*, Zagreb: Školska knjiga.

Marušić, Z. Čorak, S. i Sever, I. (2018). *TOMAS Ljeto 2017. - Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj*. Zagreb: Institut za turizam.

Pirjevec, B. i Kesar, O. (2002). *Počela turizma*, Zagreb: Mikrorad

Šimović, J. i Šimović, H. (2006). *Fiskalni sustav i fiskalna politika Europske unije*. Zagreb: Pravni fakultet.

Šimurina, N., Šimović, H., Mihelja Žaja, M. i Primorac, M. (2012). *Javne financije u Hrvatskoj*. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

Vukonić, B. (2005). *Povijest hrvatskog turizma*. Zagreb: Prometej.

Vukonić, B. i Keča, K. (2000). *Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci*. Zagreb: Ekonomski fakultet i Mikrorad.

Zelenika, R. (2000). *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog djela*. Rijeka: Sveučilište u Rijeci.

### **Znanstveno-stručni radovi:**

Bašić, I. (2015). Novi trendovi u funkciji povećanja konkurentnosti hrvatskog turizma u 21. stoljeću. *Zbornik radova Zavoda za prostorno uređenje Primorsko-goranske županije*, 407-416.

Booroochurn N. i Sinclair T. (2005). Economics of tourism taxation: Evidence from Mauritius. *Annals of Tourism Research*, 32(2), 478-498.

Bratić, V., Bejaković, P. i Devčić, A. (2012). Tax system as a factor of tourism competitiveness: The case of Croatia. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 44(1), 250-257.

Cutvarić, M. (2004). Oporezivanje iznajmljivanja soba, apartmana i kuća za odmor. *Računovodstvo i financije: časopis Hrvatske zajednice računovođa i financijskih djelatnika*, 54(6), 135-143.

Čavlek, N., Bartoluci, M., Kesar, O., Čižmar, S. i Hendija, Z. (2010). Prilog novim odrednicama turističke politike u Hrvatskoj. *Acta turistica*, 22(2), 137-160.

Gago, A., Labandeira, X., Picos, F. i Rodriguez, M. (2009). Specific and general taxation of tourism activities. Evidence from Spain. *Tourism Management*, 30(3), 381-392.

Gössling, S., Scott, D. i Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.

Klarić PISAČIĆ M., Manojlović N. i PISAČIĆ M. (2018). Promjene stope PDV-a i pokazatelji profitabilnosti u ugostiteljstvu. *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 8(1), 25-40.

Konjhodžić, H. (2000). Hrvatski porez na dodanu vrijednost u funkciji podupiranja turističkoga gospodarstva. *Ekonomski vjesnik: časopis Ekonomskog fakulteta u Osijeku*, 9(1-2), 63-70.

Kuliš, D. (2007). Oporezivanje potrošnje: porez na dodanu vrijednost i trošarine. *Newsletter, povremeno glasilo Instituta za javne financije*, 9(33), 1-10.

OECD/Korea Institute of Public Finance (2014). The Distributional Effects of Consumption Taxes in OECD Countries. *OECD Tax Policy Studies*, 22(1), 1-154.

Palmer, T. i Riera, A. (2003). Tourism and environmental taxes. With special reference to the “Balearic ecotax“. *Tourism Management*, 24(6), 665–674.

Palmer-Tous, T., Riera-Font, A. i Rossello-Nadal, J. (2007). Taxing tourism: The case of rental cars in Mallorca. *Tourism Management*, 28(1), 271-279.

Perić, J., Blažević, B. i Dragičević, D. (2014). Utjecaj mjera ekonomske politike na ekonomski položaj i konkurentnost hotelskih poduzeća. *Ekonomski pregled*, 65(5), 416-452.

Roller, D. (2002). Utjecaj poreza na promet na turizam. *Tourism and hospitality management*, 8(1-28), 19-28.

Šimović, H. i Deskar Škrbić, M. (2016). Efikasnost poreza na dodanu vrijednost u Hrvatskoj. *Ekonomija/Economics*, 22(2), 409-426.

Šimurina, J. i Klarin, T. (2014). Taxes and tourism in Croatia. *European journal of business research*, 14(3), 39-46.

### **Ostale publikacije i internetski izvori:**

Državni zavod za statistiku (2019). *Satelitski račun turizma za Republiku Hrvatsku u 2016.*, Dostupno na: <https://www.dzs.hr/> (stranica posjećena: 10. lipnja 2019.)

Državni zavod za statistiku (2024). *Dolasci i noćenja turista 2022.*, Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58169> (stranica posjećena: 14. travnja 2019.)

Ekonomski institut Zagreb (2023). *Sektorske analize*, Dostupno na: [https://eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa\\_turizam\\_23.pdf](https://eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_23.pdf) (stranica posjećena: 15. kolovoza 2024.)

European Commission (2021). *VAT Rates Applied in the Member States of the European Union*, Dostupno na: [https://taxation-customs.ec.europa.eu/system/files/2021-06/vat\\_rates\\_en.pdf](https://taxation-customs.ec.europa.eu/system/files/2021-06/vat_rates_en.pdf) (stranica posjećena: 4. svibnja 2024.)



Europski Parlament (2024). *Opća porezna politika*, Dostupno na: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/92/opca-porezna-politika> (stranica posjećena: 5. svibnja 2024.)

Eurostat (2022). *Tourism industries – employment*, Dostupno na: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_industries\\_-\\_employment&oldid=630379](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_industries_-_employment&oldid=630379) (stranica posjećena: 15. travnja 2024.)

Financijska agencija (2018). *Od 2003. do 2017. godine u turističko-ugostiteljskoj-djelatnosti broj poduzetnika gotovo učtverostručen*, Dostupno na: [https://www.fina.hr/novosti/-/asset\\_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/od-2003-do-2017-godine-u-turisticko-ugostiteljskoj-djelatnosti-broj-poduzetnika-gotovo-ucetverostrucen](https://www.fina.hr/novosti/-/asset_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/od-2003-do-2017-godine-u-turisticko-ugostiteljskoj-djelatnosti-broj-poduzetnika-gotovo-ucetverostrucen) (stranica posjećena: 20. rujna 2023.)

Hrvatska gospodarska komora (2018). *Analiza utjecaja stope PDV-a na konkurentnost djelatnosti smještaja i ugostiteljstva Hrvatske*, Dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/hgkanaliza-pdv-smjestaj-ugostiteljstvo5a7dc017053b5.pdf> (stranica posjećena: 4. svibnja 2020.)

Hrvatska narodna banka (2018). *Godišnje izvješće 2017.*, Dostupno na: <https://www.hnb.hr/documents/20182/2521149/h-gi-2017.pdf/6ca3ea79-af24-4a96-bcfd-a42c9ba8f0ce> (stranica posjećena: 25. siječnja 2019.)

Hrvatska narodna banka (2024). *Objava statističkih podataka o platnoj bilanci, stanju bruto inozemnog duga i stanju međunarodnih ulaganja za četvrto tromjesečje 2023.*, Dostupno na: <https://www.hnb.hr/-/objava-statistickih-podataka-o-platnoj-bilanci-stanju-bruto-inozemnog-duga-i-stanju-me-unarodnih-ulaganja-za-cetvrto-tromjesece-2023-> (stranica posjećena: 10. travnja 2024.)

Hrvatska udruga poslodavaca (2014). *Poduzetnicima olakšati proceduru uvoza stranih radnika, povećati atraktivnost povratka iseljenika i participaciju na tržištu rada*, Dostupno na: <https://www.hup.hr/poduzetnicima-olaksati-proceduru-uvoza-stranih-radnika-povecati-atraktivnost-povratka-iseljenika-i-participaciju-na-trzistu-rada> (stranica posjećena: 1. prosinca 2024.)

Ministarstvo unutarnjih poslova (2024). *Mjesečne statistike izdanih dozvola za boravak i rad za srpanj 2024. godine*, Dostupno na:

<https://mup.gov.hr/UserDocsImages/statistika/2024/8/Mjesečne%20statistike%20srpanj%2024.pdf> (stranica posjećena: 15. kolovoza 2024.)

Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (2014). *Tourism Trends and Policies*, Dostupno na:

[http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014\\_OECD\\_Tourism\\_Trends.pdf](http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_OECD_Tourism_Trends.pdf) (stranica posjećena: 20. siječnja 2019.)

Porezna uprava (2019). *Propisi*, Dostupno na: [https://www.porezna-uprava.hr/hr\\_propisi/layouts/in2.vuk.sp.propisi.intranet/propisi.aspx](https://www.porezna-uprava.hr/hr_propisi/layouts/in2.vuk.sp.propisi.intranet/propisi.aspx) (stranica posjećena: 18. siječnja 2019.)

*Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o godišnjem paušalnom iznosu članarine za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu i o obrascima TZ za plaćanje članarine turističkoj zajednici* (2022). Narodne novine, 148/2022

*Strategija razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. godine* (2023). Dostupno na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023\\_01\\_2\\_18.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023_01_2_18.html) (stranica posjećena: 10. travnja 2024.)

*Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine* (2023). Dostupno na: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf> (stranica posjećena 1. lipnja 2019.)

*Tax Foundation*, Dostupno na: <https://taxfoundation.org/data/all/eu/value-added-tax-2024-vat-rates-europe/> (stranica posjećena: 20. kolovoza 2024.)

*Taxation customs*, Dostupno na: [https://taxation-customs.ec.europa.eu/taxation/vat/vat-rates\\_en](https://taxation-customs.ec.europa.eu/taxation/vat/vat-rates_en) (stranica posjećena: 1. kolovoza 2024.)

UNWTO, World Tourism Organization (1998). *Tourism taxation: Striking a Fair Deal*. Madrid: World Tourism Organization (stranica posjećena: 25. siječnja 2019.)

UNWTO, World Tourism Organization (1999). *Tourism: 2020 Vision Executive Summary Updated, Edition 2008*. Madrid: World Tourism Organization (stranica posjećena: 5. lipnja 2019.)

UNWTO, World Tourism Organization (2008). *Tourism Market Trends, Edition 2007*. Madrid: World Tourism Organization (stranica posjećena: 5. lipnja 2019.)

UNWTO, World Tourism Organization (2015), *Tourism Trends Snapshot: Tourism in the Mediterranean* (stranica posjećena: 20. kolovoza 2024.).

UNWTO, World Tourism Organization (2018). *Tourism Highlights, Edition 2018*. Madrid: World Tourism Organization (stranica posjećena: 1. lipnja 2019.)

UNWTO, World Tourism Organization (2024). *International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024* (stranica posjećena: 15. travnja 2024.).

World Economic Forum (2018), Dostupno na: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2017\\_web\\_0401.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf) (stranica posjećena: 28. siječnja 2019.)

*Zakon o porezu na dodanu vrijednost*, Narodne novine, 35/2024

*Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma*, Narodne novine, 42/2020

*Zakon o ustrojstvu i djelokrugu ministarstava i drugih središnjih tijela državne uprave*, Narodne novine, 127/2019

## **POPIS TABLICA**

### Tablica

Tablica 1 Broj turističkih smještajnih objekata u državama članicama Europske unije .....	11
Tablica 2 Udio prihoda od turizma u BDP-u zemalja članica Europske unije .....	12
Tablica 3 Prikaz poreznih oblika i obveznika po sektorima / djelatnostima.....	32
Tablica 4 Kretanje opće stope poreza na dodanu vrijednost u odabranim zemljama članicama Europske unije u razdoblju 2005. – 2024. godine.....	39
Tablica 5: Prikaz stopa PDV-a u odabranim državama 2024. godine .....	40

## **POPIS ILUSTRACIJA**

### **Popis grafikona**

Grafikon 1: Zaposleni u ukupnim turističkim djelatnostima kao udio zaposlenih u nefinancijskom poslovnom gospodarstvu, 2019. (%) .....	18
Grafikon 2 Opća stopa PDV-a u odabranim državama.....	38
Grafikon 3: Stope PDV-a na smještaj u odabranim zemljama (u postocima) .....	41
Grafikon 4: Stope PDV-a na ugostiteljstvo u odabranim zemljama (u postocima) .....	42
Grafikon 5: Stope PDV-a na prijevoz putnika u odabranim zemljama (u postocima) .....	43
Grafikon 6: Pregled stopa PDV-a u odabranim državama i sektorima u 2024. godini.....	43
Grafikon 7: Opća stopa poreza na dobit u odabranim državama u 2024. godini.....	48

### **Popis slika**

Slika 1: Prikaz izravnih, neizravnih i induciranih doprinosa turizma .....	5
Slika 2: Statistički podatak izdanih dozvola za boravak i rad u 2024. godini po PU .....	28



## ŽIVOTOPIS

### Valentina Tokić

**Državljanstvo:** hrvatsko **Datum rođenja:** 04/02/1991 □ **Telefonski broj:** (+385) 955334262

□ **E-adresa:** [vatokic@gmail.com](mailto:vatokic@gmail.com)

□ **Kućna:** Ulica Franje Fanceva 51, 23000 Zadar (Hrvatska)

## RADNO ISKUSTVO

---

### Voditeljica projekata

*Printshop d.o.o.*

[01/05/2023 – Trenutačno]

**Mjesto:** Zadar | **Zemlja:** Hrvatska | **Internetska stranica:** <https://www.promoshop.hr/>

- *Upravljanje projektima, planiranje i koordinacija projekata i pojedinih aktivnosti*
- *Postizanje visokokvalitetnih rezultata u okviru utvrđenih ciljeva i ograničenja*
- *Planiranje, organiziranje, osiguravanje, praćenje i upravljanje resursima*
- *Organizacija i koordinacija konferencija za medije u svrhu promocije i vidljivosti projekata sufinanciranih sredstvima iz Europske unije*
- *Sudjelovanje u praćenju postupaka javne nabave i pripremi dokumentacije u svrhu kreiranja ponude*

### Novinarka

*Ross Media Consulting d.o.o.*

[05/2015 – 04/2023]

**Mjesto:** Zadar | **Zemlja:** Hrvatska | **Internetska stranica:** [www.057info.hr](http://www.057info.hr)

- *Uređivanje lokalnog informativnog internetskog portala 057info*
- *Prikupljanje i obrađivanje informacija u svrhu kreiranja vijesti*
- *Praćenje političkih, gospodarskih, kulturnih, društvenih i sportskih događaja*
- *Pisanje promotivnih / sponzoriranih članaka*

## **Stručnjakinja za internetski marketing**

*Quintana d.o.o.*

[09/2014– 11/2014]

**Mjesto:** Zadar | **Zemlja:** Hrvatska

- *Odnosi s javnošću i komunikacija putem društvenih mreža*
- *Upravljanje društvenom mrežom tvrtke dm-drogeriemarkt koja je u vrijeme zaposlenja predstavljala drugi najpraćeniji Facebook profil u Hrvatskoj*
- *Predstavljanje proizvoda i komunikacija s kupcima*
- *Kreiranje interaktivnog sadržaja*
- *Praćenje rezultata komunikacije putem društvenih mreža*

## **Anketarka za istraživanje tržišta**

*Promocija plus – odnosi s javnošću*

[09/2013 – 09/2014 ]

**Mjesto:** Zagreb | **Zemlja:** Hrvatska

- *Istraživanje tržišta i ispitivanje javnog mnijenja*
- *Komunikacija s ispitanicima*
- *Provođenje telefonskih anketa*
- *Provjera ispravnosti forme unesenih odgovora*

## **Magistra novinarstva**

*Fakultet političkih znanosti, Sveučilište u Zagrebu* [ 09/2009 – 09/2014 ]

**Mjesto:** Zagreb | **Zemlja:** Hrvatska | **Internetska stranica:** <https://www.fpzg.unizg.hr/> |

**Razina Europskoga kvalifikacijskog okvira:** razina 7 EKO-a

## **JEZIČNE VJEŠTINE**

---

**Materinski jezik/jezici:** hrvatski

Drugi jezici: engleski

**SLUŠANJE B2 ČITANJE B2 PISANJE B2**

## **GOVORNA PRODUKCIJA B2 GOVORNA INTERAKCIJA B2**

*\*Razine: A1 i A2: temeljni korisnik; B1 i B2: samostalni korisnik; C1 i C2: iskusni korisnik*

### **DIGITALNE VJEŠTINE**

---

Rad na računalu / MS Office (Word Excel PowerPoint) / Timski rad / Internet / Windows /  
Društvene mreže / Komunikacijski programi (Skype Zoom TeamViewer)