

Utjecaj Pandemije Virusa Covid-19 na Turističku Potražnju u RH

Barbir, Andrea

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:797848>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-26**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

**UTJECAJ PANDEMIJE VIRUSA COVID-19 NA TURISTIČKU
POTRAŽNJU U RH**

Mentor:

prof. dr. sc. Pervan Maja

Barbir

Student:

Andrea

Split, rujan 2023.

IZJAVA OAKADEMSKOJČESTITOSTI

Ja, Andrea Barbir,
(ime i prezime)

izjavljujem svojom potpisom potvrđujem da je navedeni rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu, što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio navedenog rada nije napisan na nedozvoljeni način te da nijedan dio rada ne krši autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Split, 2023. godine

Vlastoručni potpis : A. Barbir

Sadržaj:

1. UVOD.....	1
1.1 Definicija problema	2
1.2 Cilj rada	2
1.3 Metode rada	2
1.4 Struktura rada	3
2. POVIJEST HRVATSKOG TURIZMA	4
2.1 Razvoj turizma u Hrvatskoj	4
2.2 Suvremeni turizam u Hrvatskoj.....	5
3. GOSPODARSKO ZNAČENJE TURIZMA U HRVATSKOJ.....	8
3.1 Hrvatska turistička ponuda	8
3.2 Turistička potražnja u Hrvatskoj.....	10
3.3 Utjecaj turizma na gospodarsku aktivnost.....	12
4. RAZVOJ PANDEMIJE	17
4.1 Sigurnosne mjere i turistička putovanja	18
5. HRVATSKI TURIZAM I PANDEMIJA.....	20
5.1 Hrvatski turizam prije pandemije	20
5.2 Hrvatski turizam u vrijeme pandemije.....	23
5.3 Hrvatski turizam nakon pandemije.....	26
6. UTJECAJ KORONAVIRUSA NA GLOBALNE TRENDOVE I TURISTIČKU POTRAŽNJU	28
6.1 Utjecaj pandemije na turizam svjetskih regija	28
6.2 Utjecaj koronavirusa na turističke trendove.....	29
7. ZAKLJUČAK	32
POPIS GRAFIKONA	33
POPIS SLIKA	33
POPIS TABLICA	33
POPIS LITERATURE	35
SAŽETAK.....	38
ABSTRACT	39

1. UVOD

Turizam u Hrvatskoj ima bogatu povijest koja seže u sredinu 19. stoljeća, a također je postao ključna grana gospodarstva. Kroz desetljeća, turizam je uspješno rastao i danas Hrvatska predstavlja jedno od najvažnijih i najpopularnijih destinacija za putovanje u regiji Južne i Srednje Europe.

Hrvatska se na međunarodnom turističkom tržištu predstavlja sloganom "Hrvatska: puna života!" koji odražava raznolikost i atraktivnost zemlje kao turističke destinacije.

Hrvatska je poznata po svojoj obali s kristalno čistim morem, prekrasnim otocima, bogatom kulturnom baštinom te slikovitim gradićima i mjestima. Turistički dragulji poput Dubrovnika, Splita, Zadra, Rovinja i Hvara privlače posjetitelje svojom bogatom poviješću, impresivnom arhitekturom i šarmantnom mediteranskom atmosferom. Osim obale, unutrašnjost zemlje obiluje nacionalnim parkovima, planinama, jezerima i ruralnim područjima koja pružaju raznolike mogućnosti za aktivni odmor, avanturizam i istraživanje prirodnih ljepota. Također, Hrvatska se može pohvaliti i raznolikom kulturnom baštinom koja se ogleda u srednjovjekovnim utverdama, rimskim ruševinama, povijesnim gradovima te muzejima. Turistima su pružene razne mogućnosti za odmor i zabavu uz neizostavnu široku paletu mediteranske i istočno europske gastronomije.

Turizam ima i značajan utjecaj na gospodarstvo, stvarajući radna mjesta, potičući razvoj infrastrukture i promovirajući lokalne poduzetnike. Također, pridonosi očuvanju prirodnih i kulturnih ljepota kroz ulaganje u održivi turizam i zaštitu okoliša.

Međutim, pandemija virusa COVID-19 izazvala je dramatične promjene u turističkom sektoru diljem svijeta, uključujući i Republiku Hrvatsku. Ova pandemija predstavlja jedno od najvećih izazova za turizam u modernoj povijesti, dovodeći do značajnog pada turističke potražnje i ozbiljnog utjecaja na turističku industriju. Pandemija je rezultirala brojnim restrikcijama putovanja, zatvaranjem granica, uvođenjem zdravstvenih mjera i promjenom navika putovanja, što je nadalje rezultiralo značajnim padom broja turista i promjenom preferencija destinacija. Uzimajući u obzir specifičnosti hrvatskog turizma, koji se temelji na obali, otocima, kulturnoj baštini i prirodnoj ljepoti, posebno je važno razumjeti kako se pandemija odrazila na turističku potražnju u ovom kontekstu.

1.1 Definicija problema

U ovom završnom radu bit će prikazan detaljan način na koji je pandemija COVID-19 utjecala na turističku potražnju na nacionalnoj i globalnoj razini. Analizirat će se kako su restrikcije putovanja, zdravstvene mjere i strah od zaraze utjecali na turističku potražnju. Također će se razmotriti kako su se promijenile preferencije putnika i njihovo ponašanje u kontekstu putovanja, kao i na koji način su se turističke tvrtke i destinacije prilagodile novim uvjetima. Bit će objašnjeni faktori koji su utjecali na različite reakcije zemalja i destinacija na pandemiju, kao što su epidemiološka situacija, gospodarski utjecaji, političke odluke i marketinške strategije. Osim toga, rad će pružiti osvrt na načine oporavka turističkog sektora nakon pandemije. Bit će razmotrene strategije i inicijative usmjerene prema oporavku turističke industrije, kao i izgledi za budući rast i razvoj. Pitanja održivosti, digitalne transformacije, diversifikacije turističke ponude i inovacija bit će istražena kao ključni elementi za obnovu i napredak turizma.

1.2 Cilj rada

Temeljni ciljevi ovog završnog rada su pružiti detaljan pregled i analizu različitih aspekata utjecaja pandemije COVID-19 na turističku potražnju u Hrvatskoj. Cilj ovog završnog rada je istaknuti promjene u turističkom prometu, putne navike turista, preferencije i ponašanje turista tijekom pandemije te identificirati ključne izazove s kojima se turistički sektor susreo. Nadalje, fokus rada je pružiti uvid u strategije i mjere koje su poduzete kako bi se turistički sektor prilagodio novim uvjetima i potrazi za putovanjima te kako bi se postigao oporavak nakon pandemije.

1.3 Metode rada

Metode analize i sinteze, metoda komparacije i klasifikacije, te metode indukcije i dedukcije bit će korištene kako bi se u teorijskom dijelu rada detaljno analizirali i sintetizirali relevantni teorijski koncepti, istraživanja i literature koji se odnose na utjecaj pandemije COVID-19 na turističku potražnju. Podaci koji su poslužili kao osnova za izradu ovog rada prikupljeni su iz relevantne stručne literature, knjiga, objavljenih članaka koji se tiču teme COVID-19 i turističke potražnje, kao i dostupnih informacija na tu temu.

1.4 Struktura rada

Rad je organiziran u sedam dijelova. Nakon uvodnog dijela, prvi dio posvećen je povijesti hrvatskog turizma, koji analizira početke turizma u Hrvatskoj i njegovu evoluciju sve do suvremenog razdoblja. U trećem poglavlju ćemo se osvrnuti na gospodarsku važnost turizma za Hrvatsku, koliko pridonosi deviznim prihodima, zaposlenosti, ali i od čega se sastoji turistička ponuda i potražnja u Hrvatskoj. Četvrto poglavlje govori o razvoju pandemije koronavirusa te kakve su sve sigurnosne mjere bile na snazi i kako su utjecale na turistička putovanja. Peto poglavlje govori o utjecaju koronavirusa na turizam u Hrvatskoj, koliko je pandemija utjecala na dolaske i noćenja turista, kakvo je stanje bilo prije pandemije, ali govori i o stanju nakon pandemije te oporavku hrvatskog turizma. Šesto poglavlje se osvrće na to koliko je pandemija promijenila svijet i turizam te kako je to sve zajedno utjecalo na promjenu u turističkim trendovima. Na posljednjim stranicama rada možete pronaći zaključni dio u kojem su sažeti glavni zaključci i saznanja iz istraživanja.

2. POVIJEST HRVATSKOG TURIZMA

Povijesni razvoj turizma može se pratiti unatrag tisućama godina iako su se oblici turizma i motivi putovanja mijenjali kroz različite epohe. Neki autori smatraju da počeci turizma sežu do antičkog doba kada su se putovanja odvijala iz vjerskih ili trgovačkih razloga. Carevi su gradili raskošne vile i termalne kupke kako bi se opustili i odmorili. Nadalje, u srednjem vijeku putovanja su bila ograničena zbog raznih političkih sukoba, niskog standarda sigurnosti i slabijih prometnih veza. U sljedećem razdoblju se razvila ideja Grand Tour-a, putovanja bogatih mladih plemića koji su putovali Europom kako bi izučavali umjetnost, kulturu i povijest. Većina znanstvenika upravo to smatra pravim početkom turizma. S razvojem prometnih sredstava poput željeznica i parobroda, putovanja postaju pristupačnija širim masama, a destinacije poput Alpa i primorskih ljetovališta postaju sve popularnija. Turizam se snažno razvija tijekom 20. stoljeća zahvaljujući globalizaciji, napretku tehnologije te avionskog prometa i paket-aranžmana. Danas ova važna gospodarska grana ima veliki utjecaj na kulturu ljudi, stil života i svjetsku ekonomiju. Ljudi putuju iz različitih razloga, a održivi turizam i ekoturizam sve više dobivaju na važnosti s naglaskom na očuvanju prirode, kulturne baštine i lokalnih zajednica.

2.1 Razvoj turizma u Hrvatskoj

Počeci intenzivnijeg razvoja turizma u Hrvatskoj vežu se uz Opatiju i otok Hvar. U Opatiji je 1844. godine izgrađeno raskošno svratište villa Angiolina za koju se smatra prvim hotelom na ovim prostorima, a na otoku Hvaru je 1868. godine osnovano Higijeničko društvo. Kako se u 20. stoljeću sve više populariziraju putovanja iz razonode, tako se i Hrvatska aktivnije uključuje u međunarodni turistički promet. Najpreciznija podjela je podjela autora Vukonića koji je povijest hrvatskog turizma podijelio na sljedećih 6 faza:

Prva faza ili faza pojave oblika sličnih turizmu obuhvaća razdoblje od 14. stoljeća gdje se pojavljuju prvi hospiciji za strance u Dubrovniku i još nekim primorskim mjestima, a u kontinentalnoj Hrvatskoj se otvaraju kupališta i lječilišta na mjestima s termalnim izvorima što ukazuje da je prvi oblik turizma bio zdravstveni turizam.

Druga faza ili faza znatiželje koja je vezana za kraj 19. stoljeća i izgradnju željezničke mreže što utječe na intenzivniji razvoj turizma. Grade se prve rivijere poput Opatijske, strani kapital ulazi i potiče razvoj turizma u Dalmaciji.

Treća faza traje od početka 20. stoljeća do početka Prvog svjetskog rata te je razdoblje razvoja turističkih organizacija i definiranja postojećih turističkih centara koji su se bazirali na zdravstvenom turizmu.

Četvrta faza obuhvaća period između Prvog i Drugog svjetskog rata. Iako su svijet obilježila društveno-politička zbivanja, za Hrvatsku je to bio period rasta i razvoja turizma. Otvora se veliki broj novih smještajnih kapaciteta te se donose novi zakonski okviri za turizam i ugostiteljske djelatnosti. Najvažniji dio ove faze bio je konverzija zimske u ljetnu kupališnu sezonu.

Peta faza predstavlja razdoblje nakon Drugog svjetskog rata sve do početka Domovinskog rata. Prvi dio, do 1965. godine, obilježen je industrijalizacijom zemlje gdje turizam nije bio u prvom planu, što je posljedica rata. Drugi dio autor smatra "zlatnim razdobljem" kada država uočava veliki potencijal turizma za poboljšanje ekonomskog stanja. Upravo u tom periodu je izgrađena većina kapaciteta kojima je Hrvatska raspolagala do 1991. godine. Pojavljuju se prvi domaći turoperator i prve zračne luke.

Šesta faza predstavlja razdoblje od 1991. do 2000. godine, odnosno vrijeme Domovinskog rata, samostalne hrvatske države i oporavka od rata. Ove godine samostalnog turističkog razvoja obilježio je proces privatizacije što se i danas javlja kao problem u turizmu, ali i oporavak samog turističkog sustava.

2.2 Suvremeni turizam u Hrvatskoj

Svjesni važnosti očuvanja prirodnih ljepota i kulturne baštine, sve veći naglasak se stavlja na održivi turizam. Uz podržavanje lokalne zajednice i promicanje veće društvene odgovornosti, suvremeni turizam potiče raznolikost turističke ponude kako bi se udovoljilo različitim interesima i preferencijama turista. Moderni turisti postaju sve zahtjevniji i žele stvarati uspomene na autentičnom doživljaju destinacije i putovanja. Veliku ulogu odigrala je pandemija pa tako u postpandemijskom razdoblju turisti traže mir, bježe od gužvi i velikih gradova te se okreću prirodi. Sve navedeno utječe na diversifikaciju turističkog proizvoda i

razvoj različitih vrsta turizma poput ruralnog, gastronomskog, avanturističkog, zdravstvenog i drugih. Promjene u ovim globalnim trendovima imaju značajan utjecaj i na trendove u Hrvatskoj, a kako bi se pravilno pozicionirala na konkurentnom tržištu trebala bi pratiti te suvremene trendove. Hrvatska posjeduje resurse koji joj daju veliku vrijednost, ali su ujedno i preduvjet za prilagodbu novoj tržišnoj potražnji. Prirodne ljepote, više od tisuću otoka, otočića i hridi te blaga sredozemna klima s toplim ljetima pogoduju turizmu i pomažu njegovom razvoju. Prema istraživanju Europske agencije za okoliš iz 2022. godine, Hrvatska je jedna od četiri zemlje koje imaju najkvalitetniju vodu na kupalištima u Europi. Također su i brojni spomenici pod zaštitom UNESCO-a poput Dioklecijanove palače u Splitu, gradova Trogira i Dubrovnika i Katedrale svetog Jakova u Šibeniku. Na području Hrvatske postoji osam nacionalnih parkova i 11 parkova prirode koji nadopunjavaju turističku ponudu.

Nakon pažljive analize trenutnog stanja, prepoznati su deset ključnih izazova s kojima se hrvatski turizam suočava u današnjem vremenu. Ovi izazovi obuhvaćaju neujednačenost turizma u smislu sezonalnosti i geografske distribucije, ekološki utjecaj turizma, povezanost turizma s klimatskim promjenama, potrebu prilagodbe brzim tehnološkim promjenama, utjecaj na kvalitetu života lokalnog stanovništva, nedostatak kvalificirane radne snage, potrebu za poboljšanjem strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta, izazove u poslovnom i investicijskom okruženju, potrebu za učinkovitijim zakonodavnim i upravljačkim okvirom te osjetljivost turizma na krize i promjene u potrebama i navikama turista.

Uzimajući u obzir rezultate analize, Hrvatska danas teži prelasku na održivi razvoj turizma visoke dodane vrijednosti te su postavljeni strateški ciljevi sukladno identificiranim razvojnim potrebama i potencijalima.

„Strategijom razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. godine definira se vizija: Poštujući prirodno i kulturno nasljeđe i jedinstveni identitet svih regija, stvorit ćemo održiv cjelogodišnji turizam poželjan za investicije, rad i život, koji doprinosi skladnom gospodarskom razvoju Hrvatske.“¹

Ruralni turizam veže se uglavnom za Kontinentalnu Hrvatsku i zaleđe u primorskim županijama, a prema dokumentu ponuda za taj oblik turizma je slabo razvijena s obzirom da

¹ Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije. (2021). Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine., preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_02_13_230.html (20.06.2023.)

postoji potencijal. Upravo će poljoprivredna gospodarstva imati ključnu ulogu u razvoju seoskog agroturizma u tim područjima. Nadalje, fokus će biti na unapređenju prometnog sustava, stranim investicijama i digitalizaciji. Poticanjem domaćih turista i uključivanjem lokalne zajednice jača se svijest o važnosti hrvatskog turizma čime se jača njihov pozitivan stav. Prepoznata je nužnost unapređenja kvalitete smještajnih kapaciteta, posebno hotelskog smještaja koji najviše doprinosi cjelogodišnjem poslovanju i osiguranju radnih mjesta. Vidljiv je nedostatak ljudskih potencijala koji odgovaraju potrebama tržišta rada što upućuje na potrebu uspostave sustava cjeloživotnog obrazovanja i prilagođavanja obrazovnog sustava u turizmu i ugostiteljstvu.

3. GOSPODARSKO ZNAČENJE TURIZMA U HRVATSKOJ

Nakon što je stekla neovisnost, hrvatska turistička industrija prošla je kroz dugotrajnu fazu tranzicije i oporavka, unatoč brojnim izazovima koje je donijelo ekonomsko i društveno restrukturiranje. Otpornost turizma u Hrvatskoj iskazala se zbog privlačnosti zemlje kao turističke destinacije i interesu stranih tržišta. Nakon 2000. godine, turizam u Republici Hrvatskoj značajno je napredovao i tijekom globalne ekonomske krize postigao rast koji je nadmašio konkurentne zemlje u regiji. Ulazak u Europsku Uniju dodatno je potvrdio potencijal Hrvatske kao turističke destinacije, što je rezultiralo kreiranjem "Strategije razvoja turizma RH do 2020. godine". Ovaj strateški dokument pruža smjernice za razvoj turizma tijekom tog razdoblja i služi kao sveobuhvatni okvir za koordinaciju turističke politike, razumijevanje ključnih smjernica za razvoj hrvatskog turizma, privlačenje potencijalnih domaćih i stranih investitora te usmjeravanje razvojnih i investicijskih procesa, uključujući učinkovito korištenje sredstava iz EU fondova. Navedena Strategija temelji se na analizi ključnih pokazatelja trenutnog stanja te identifikaciji ograničenja i mogućnosti koje proizlaze iz globalnih trendova kako bi se stvorile pretpostavke za nove razvojne prilike, strateške ciljeve i zadatke. Nakon što je dokument prestao vrijediti 2020., donesena je nova "Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine" s ciljem što bržeg oporavka i iskorištavanja potencijala što će se temeljiti na održivom, uključivom i inovativnom razvoju Hrvatske. Nakon njene izrade, dovršena je i Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine.

„U okviru Strategije definirana je vizija Republike Hrvatske: Hrvatska je u 2030. godini konkurentna, inovativna i sigurna zemlja prepoznatljivog identiteta i kulture, zemlja očuvanih resursa, kvalitetnih životnih uvjeta i jednakih prilika za sve.“²

3.1 Hrvatska turistička ponuda

Turistička ponuda predstavlja segment turističkog tržišta gdje se turistima nude i prodaju različite proizvode i usluge kako bi zadovoljili svoje turističke potrebe. Ova ponuda obuhvaća sve ekonomske i društvene sudionike u zemlji koji na direktan i indirektan način doprinose

² Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije. (2021). Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine., preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_02_13_230.html (20.06.2023.)

raznolikosti i obilju turističke ponude te, kao rezultat toga, mogu potaknuti rast turističke potrošnje, koja proizlazi iz privremenog boravka domaćih i stranih turista.

Hrvatska, Mediteranska država s turističkom tradicijom, poznata je po svojoj prekrasnoj obali, otocima, nacionalnim parkovima, povijesnim gradovima i bogatom kulturnom nasljeđu. Ima bogatu turističku ponudu koja privlači posjetitelje iz cijelog svijeta. Od prirodnih atrakcija najvažnije su more, plaže, otoci i zelenilo koje prekriva veliki dio teritorija. Izdvaja se po velikom broju zaštićenih prirodnih područja u odnosu na relativno mali teritorij, a bioraznolikost ju stavlja u sami europski vrh. Hrvatska danas broji osam nacionalnih parkova: Brijuni, Kornati, Krka, Mljet, Paklenica, Plitvička jezera, Risnjak i Sjeverni Velebit. Također je i zaštićeno 12 parkova prirode: Biokovo, Kopački rit, Lonjsko polje, Medvednica, Papuk, Lastovsko otočje, Telašćica, Učka, Velebit, Vransko jezero, Žumberak-Samoborsko gorje i Dinara. Ova područja doprinose očuvanju raznolikosti biljnih i životinjskih vrsta i istovremeno su izuzetno atraktivna za turiste. Kada gledamo nacionalne parkove, broj posjetitelja znatno je porastao u 2021. godini, čak za 94,6% u usporedbi s prethodnom godinom.

Posebno se treba istaknuti i UNESCO-ov Popis svjetske baštine na kojem Hrvatska ima 10 nepokretnih kulturnih dobara i ukupno 18 nematerijalnih kulturnih dobara. Iako je kulturno-povijesna baština snažno promovirana i istaknuta, veliki dio nije uopće turistički valoriziran usprkos potencijalu. Isto se može i reći za muzejsku ponudu koja je bogata, ali nedovoljno promovirana i opremljena suvremenim načinom prezentacije.

Turistički ponuda u Hrvatskoj može se razvrstati na proizvode koji su trenutno dominantni i oni koji imaju veliki potencijal za budući razvoj. Dominantni proizvodi su sunce i more kao vodeći proizvod (more je motivacija 86% turista prema TOMAS istraživanju 2019.), zatim slijede poslovni, kulturni i nautički turizam. Također, izdvajaju se zdravstveni, cikloturizam, gastronomija i vinska turistička ponuda, ruralni i planinski turizam, golf, pustolovni i sportski turizam te ekoturizam kao proizvodi s obećavajućim izgledima.

Hrvatska ima velik potencijal za razvoj novih turističkih atrakcija koje bi doprinijele proširenju turističkog proizvoda i privukle različite skupine posjetitelja. Nažalost, trenutno nedostaju neki suvremeni sadržaji poput dobro opremljenih kongresnih centara, tematskih parkova, golfskih igrališta i drugih sličnih atrakcija. Osim što je razvoj ovakvih novih

turističkih sadržaja ključan za održivo tržišno pozicioniranje Hrvatske na tržištu posebnih interesa, ključan je i za produljivanje sezone.

Kada je riječ o smještajnim kapacitetima, Hrvatska je u zadnjih deset godina povećala raspoloživi smještajni kapacitet. Najveći rast su zabilježile privatne sobe koji iznosi oko 50%, zatim hotelski smještaj i kampovi s rastom od 20% i 12%, a kapacitet ostalih kolektivnih objekata je smanjen za 3%.

Razvoj prometnog sustava u državi i bolja povezanost s europskim prometnim sustavom značajno su utjecali na razvoj turizam najviše zahvaljujući razvoju suvremene mreže autocesta. Unatoč tome, u ostale državne, regionalne i lokalne ceste se nije dovoljno ulagalo. Javni prijevoz, biciklističke staze i nedostatak parking mjesta su također dio problema. Situacija u željezničkom prometu je mnogo nepovoljnija zbog lošeg stanja tračnica i sporih vozila. Stanje u zračnom prometu je nešto povoljnije zbog postojanja sedam zračnih luka od kojih se pet nalazi na priobalnom području, a to su Pula, Rijeka, Zadar, Split i Dubrovnik. Što se tiče komunalne infrastrukture, sustav telekomunikacija je na vrhunskoj razini, dok je problem otpadne odvodnje prijeko potrebno riješiti. Također je bitno istaknuti da je voda iz slavina odlične kvalitete i sigurna za piće.

3.2 Turistička potražnja u Hrvatskoj

„Turistička potražnja određena je količina roba i usluga koju su turisti spremni kupiti u određenom vremenu i pod određenim uvjetima; ukupan broj osoba koje sudjeluju u turističkim kretanjima ili žele uključiti se u turistička kretanja kako bi se koristile različitim turističkim uslugama u mjestima izvan svoje uobičajene sredine u kojoj žive i/ili rade.

Turističku potražnju karakteriziraju:

- 1. dislociranost od turističke ponude*
- 2. heterogenost (kompleksnost)*
- 3. elastičnost (primarna i sekundarna)*
- 4. dinamičnost*
- 5. sezonski karakter.*³

³Internet izvor: Hrvatska enciklopedija , preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763> (20.06.2023.)

Proizlazi iz ljudske želje za putovanjem i istraživanjem novih mjesta, upoznavanjem različitih kultura, odmorom ili poslovnim putovanjima, a gotovo neograničen broj čimbenika utječu na potražnju za turističkim proizvodima. U ekonomskoj teoriji se objašnjava tražnja za određenim proizvodom ili uslugom kao rezultat kompleksne interakcije između cijene tog proizvoda, dohotka potrošača, cijena sličnih proizvoda i preferencija potrošača. Kada je riječ o turističkim putovanjima kao trošku za potrošača, dohodak se smatra najvažnijom i najčešće upotrijebljenom varijablom u ekonomskim istraživanjima potražnje u turizmu. Diskrecijski dohodak označava dio prihoda koji ostaje nakon pokrivanja osnovnih životnih troškova, iako bi idealno trebao biti korišten. Međutim, zbog izazova u mjerenju, u ekonomskim analizama se često koriste pokazatelji poput bruto domaćeg proizvoda, raspoloživog dohotka i osobnog dohotka umjesto diskrecijskog dohotka. Druga značajna varijabla je cijena, koja uključuje troškove putovanja do odredišta i troškove boravka u destinaciji. Preferencije potrošača su vrlo subjektivne jer svaka osoba ima svoje individualne želje i prioritete, a odnose se na odabir destinacije i donošenje odluke o putovanju.

„Najčešće mjere potražnje za turističkim proizvodom predstavljaju dolasci turista, turistička potrošnja, dužina boravka ili noćenja turista te indeks sklonosti putovanju. Dolasci turista odnose se na broj osoba koje su došle i prijavile svoj boravak u objektu koji pruža usluge smještaja, a noćenja turista na svaku registriranu noć osobe u objektu koji pruža usluge smještaja.“⁴

Na Slici 1 je prikazan broj dolazaka i noćenja turista prema zemljama pripadnosti tijekom 2020. i 2021. godine. Vidljivo je da je najveći broj turista 2020. godine bio iz Njemačke što je iznosilo oko 1.480.000 dolazaka i 11.739.000 noćenja. Najmanji broj dolazaka zabilježen je iz Ujedinjenog Kraljevstva i iznosio je 119.000. Na lošiji rezultat sezone 2020. godine u odnosu na 2019. godinu utjecala je pandemija COVID-19. Unatoč tome, može se vidjeti veliki napredak u 2021. godini gdje su također najveći broj dolazaka i noćenja ostvarili turisti iz Njemačke, točnije 2.737.000 dolazaka i 19.931.000 noćenja. Na temelju Slike može se zaključiti kako su Njemačka, Austrija, Slovenija, Poljska i Češka zemlje iz kojih dolazi najviše posjetitelja.

⁴Andabaka, A., Arčabić,V., Barić,V., Beg,M., Bogdan,Ž., Čavrak,V., Družić,I., Družić,M., Gelo,T., Globan,T., Kovačević,Z., Nadoveza,O., Raguž Krištić,I., Rogić Dumančić,L., Sekur,T., Smolić,Š. (2016). Gospodarstvo Hrvatske. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

Tablica 1*Strani turistički promet po zemljama (u 000)*

	DOLASCI TURISTA		INDEKS 2021./20.	NOĆENJA TURISTA		INDEKS 2021./20.
	2020.	2021.		2020.	2021.	
Njemačka	1.480	2.737	184,9	11.739	19.931	169,8
Austrija	355	1.026	289,0	2.098	5.682	270,8
Slovenija	769	995	129,4	4.727	6.127	129,6
Poljska	643	957	148,8	4.354	6.287	144,4
Češka	481	721	149,9	3.212	4.784	148,9
Mađarska	212	431	203,3	1.167	2.286	195,9
Italija	228	417	182,9	1.232	1.996	162,0
Francuska	138	376	272,5	528	1.304	247,0
Slovačka	145	327	225,5	971	2.189	225,4
Ujedinjena Kraljevina	119	221	185,7	596	1.097	184,1
Ostali	975	2.433	249,5	4.755	11.165	234,8
UKUPNO STRANI	5.545	10.641	191,9	35.379	62.848	177,6

Izvor: Turizam u brojkama (2021), Ministarstvo turizma RH, <https://mint.gov.hr/>

Najznačajniju ulogu u potražnji hrvatskog turizma imaju inozemni gosti. U posljednjem desetljeću inozemna putovanja su činila oko 77% svih turističkih putovanja te je na njima ostvareno oko 86% ukupne turističke potrošnje. Najviše noćenja ostvaruju se u privatnim smještajima (sobe, apartmani, kuće za odmor), zatim u kampovima i kampiralištima te hotelima. S obzirom na demografske karakteristike, najbrojniji su posjetitelji u srednjim godinama života koji dolaze sa svojim obiteljima. Također, primjećuje se povećani udio turista s visokim i višim obrazovanjem.

Vrijedno je napomenuti da je turistička slika uvijek podložna promjenama ovisno o mnogim čimbenicima kao što su sezonski trendovi, političke situacije, gospodarski uvjeti i trenutačne okolnosti, kao što je pandemija COVID-19. Stoga je potrebno pratiti navedeni čimbenike i prilagoditi ponudu u turizmu.

3.3 Utjecaj turizma na gospodarsku aktivnost

Zahvaljujući svom geografskom položaju na obali Jadranskog mora, Hrvatska ima dugu tradiciju u turizmu koja seže unatrag do 19. stoljeća, doprinoseći tako prepoznatljivosti zemlje diljem svijeta. Turizam, zajedno s pratećim sektorima poput ugostiteljstva i usluga, predstavlja ključnu komponentu hrvatskog bruto domaćeg proizvoda (BDP-a). Turizam se smatra ključnim izvorom prihoda od usluga u Hrvatskoj, doprinoseći otprilike petinu tih

prihoda. Ukupni utjecaj turizma na gospodarstvo Hrvatske procjenjuje se na otprilike 17%, što čini Hrvatsku jednom od zemalja Europske unije koje su izrazito ovisne o turizmu.

UNWTO, UNSD(The United Nations Statistics Division) , Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) i Eurostat su razvili sistem satelitskih računa turizma, poznat kao TSA, koji služi kao globalno prihvaćeni okvir za procjenu ekonomske važnosti turizma. Ovaj okvir pruža osnovu za izračun doprinosa turizma ukupnom gospodarstvu i analizu njegova utjecaja na zaposlenost.

Institut za turizam je prvi put 2014. godine izradio dokument na temelju satelitskih računa turizma za 2011. godinu gdje je sektor turizma u ukupnom BDP-u iznosio 10,4%.

Prema navedenim brojkama može se zaključiti da je turizam primarna djelatnost u Hrvatskoj pa su tako turistički prihodi najvažniji dio BDP-a. U tablici 1 vidljivi su prihodi iz turizma u BDP-u Hrvatske od 2015. do 2019. godine. U rekordnoj 2019. godini udio je iznosio skoro 20% i upravo to stavlja Republiku Hrvatsku u države s velikim udjelom turizma u BDP-u. Povećanje turističke potražnje također pozitivno utječe na rast prihoda domaćih prijevoznika, kao i na prihode iz telekomunikacijskih usluga i sektora. Međutim postoje i negativne strane ovakve ovisnosti gospodarstva poput nepredvidljivosti čimbenika koji utječu na turizam kao i nemogućnost utjecaja na te čimbenike.

Tablica 2
Udio turističkih prihoda u BDP-u u Hrvatskoj

Godina	Postotak (%)
2015.	18,2%
2016.	18,9%
2017.	19,6%
2018.	19,6%
2019.	19,5%

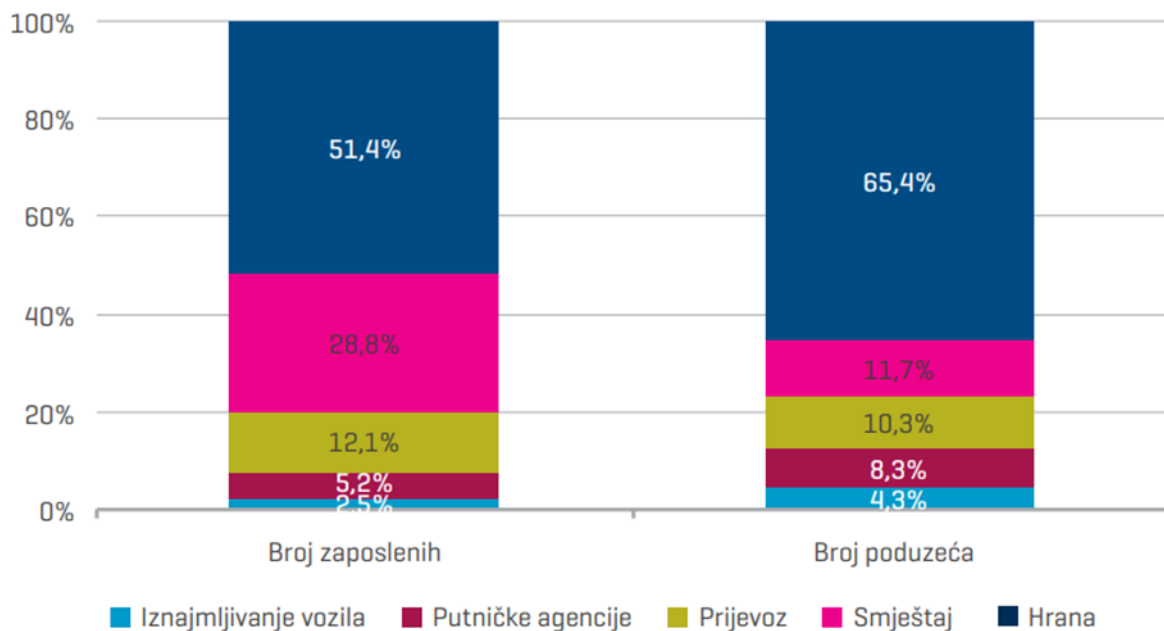
Izvor: izrada autora prema Turizam u brojkama(2019)

Prema analizi Ekonomskog instituta Zagreb, turistički sektor u Hrvatskoj je činio više od petine (20,3%) svih poduzeća u zemlji tijekom 2018. godine, a ti subjekti su bili odgovorni

za 8,8% ukupnog broja zaposlenih u poduzetničkom sektoru. Kada se analizira struktura poduzeća u turizmu, primjećuje se da dvije trećine tih poduzeća spadaju u kategoriju posluživanja hrane i pića, dok 11,7% pruža smještaj i 10,3% obavlja prijevoznu djelatnost. Također, važno je napomenuti da su djelatnosti s većim udjelom u ukupnom broju poduzeća također imale veću stopu zaposlenosti u svojim sektorima. Na primjer, u sektoru pripreme i usluživanja hrane i pića, udio zaposlenih iznosio je 51,4%, dok je u sektoru pružanja smještaja taj postotak iznosio 28,8%. Slijedi sektor prijevoza s 12,1%, dok su putničke agencije i iznajmljivanje vozila imale udio manji od 10 %.

Grafikon 1

Struktura zaposlenosti i struktura poduzeća po turističkim djelatnostima u 2018. godini



Izvor: Sektorska analiza Ekonomskog instituta Zagreb (2020), <https://www.eizg.hr/>

U razdoblju od 2013. do 2018. godine, turistički sektor je zabilježio pozitivne trendove kako u pogledu broja poduzeća tako i u broju zaposlenih. Tijekom tih pet godina, broj poduzeća se povećao za 23,2%, dok je broj zaposlenih porastao za 19,7%. Kada analiziramo Tablicu 2, primjećujemo da je najveći rast broja poduzeća zabilježen u sektoru iznajmljivanja vozila, s porastom od oko 97%. Nakon toga, sektor prijevoza bilježi impresivan rast od oko 52%.

Tablica 3

Broj poduzeća aktivnih u sektoru turizma prema turističkim djelatnostima u periodu od 2013. do 2018. godine

	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	Indeks promjene
Prijevoz	1.804	1.717	1.924	1.918	2.134	2.739	151,8
Smještaj	2.372	2.351	2.390	2.691	2.839	3.101	130,7
Hrana	15.063	16.720	16.909	16.690	16.493	17.338	115,1
Iznajmljivanje vozila	581	650	688	808	1.043	1.146	197,2
Putničke agencije	1.708	1.794	1.889	1.955	2.074	2.198	128,7
Ukupno	21.528	23.232	23.800	24.062	24.583	26.522	123,2
Kao postotak sektora usluga	32,1	33,5	33,8	33,4	33,0	33,5	104,4

Izvor: Sektorska analiza Ekonomskog instituta Zagreb (2020), <https://www.eizg.hr/>

Budući da sektor iznajmljivanja i zakupa vozila bilježi najveći rast u broju aktivnih poduzeća, ista djelatnost također bilježi najznačajniji porast broja zaposlenih. Ovaj sektor je u tom razdoblju zapošljavao 3,5 puta više radnika nego prije pet godina.

Tablica 4

Broj zaposlenih u sektoru turizma prema turističkim djelatnostima u periodu od 2013. do 2018. godine

	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	Indeks promjene
Prijevoz	14.343	14.642	15.351	15.273	15.563	16.261	113,4
Smještaj	30.800	30.767	31.479	32.519	35.930	38.607	125,3
Hrana	59.714	65.233	63.337	65.842	67.647	68.782	115,2
Iznajmljivanje vozila	1.311	1.611	1.541	1.896	2.485	3.324	253,5
Putničke agencije	5.751	6.446	6.658	6.415	6.799	6.941	120,7
Ukupno	111.919	118.699	118.366	121.945	128.424	133.915	119,7
Kao postotak sektora usluga	32,2	33,1	33,2	33,6	33,7	34,7	

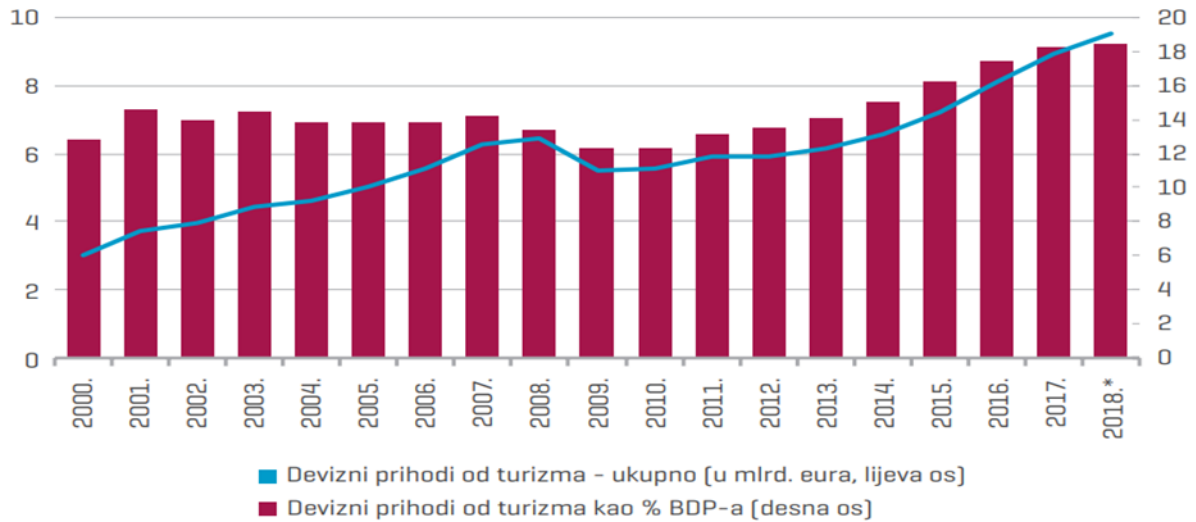
Izvor: Sektorska analiza Ekonomskog instituta Zagreb (2020), <https://www.eizg.hr/>

Potpuniju sliku utjecaja turizma na hrvatski BDP daju podaci o deviznom prihodu od turizma koji su vidljivi na Grafikonu 2. Prema tim podacima, hrvatski turizam je u 2018. godini generirao prihode od stranih turista u iznosu od 9,5 milijardi eura što je činilo gotovo

petinu BDP-a (18,4%). Pozitivni rezultati prihoda od turizma pratili su kontinuirano povećanje tijekom proteklih godina. Od 2010. godine, već spomenuti prihodi su rasli prosječnom godišnjom stopom od 6,2%.

Grafikon 2

Devizni prihodi od turizma u Hrvatskoj od 2000. do 2018. godine



Izvor: Sektorska analiza Ekonomskog instituta Zagreb (2020), <https://www.eizg.hr/>

4. RAZVOJ PANDEMIJE

Koronavirusi predstavljaju obimnu porodicu virusa koja se može naći kako kod ljudi tako i kod životinja. Pod mikroskopom, ovi virusi imaju karakterističan oblik koji podsjeća na krunu (lat. Corona), što je i razlog za njihov naziv "koronavirusi". Većina ovih virusa poznata je po uzrokovanju bolesti kod ljudi, uključujući običnu prehladu i upalu dišnog sustava. Međutim, od 2003. godine počeli su se pojavljivati novi koronavirusi koji su prešli sa životinja na ljude i tako prouzrokovali širenje bolesti. Nakon izbijanja SARS-a u Kini 2002. godine i MERS-a na Bliskom istoku 2012. godine, prije tri godine pojavio se novi koronavirus u Kini.

Svjetska zdravstvena organizacija je dala naziv novom soju koronavirusa koji nije bio prethodo identificiran kao SARS-CoV-2 (SARS-coronavirus-2), dok je bolest koju taj virus uzrokuje nazvana COVID-19. Infekcija ovim virusom uzrokuje simptome kao što su kašalj, povišena temperatura, umor, bolovi u tijelu i grlobolja, dok određeni broj ljudi može razviti bolest bez pokazivanja ikakvih simptoma. Virus se prenosi direktnim kontaktom, respiratornim kapljicama i dodirivanjem površina zagađenih virusom zbog čega je kao zaštitu bilo potrebno nositi medicinsku masku i rukavice, držati razmak od dva metra te redovito dezinficirati i prati ruke. Nakon razvitka bolesti u epidemiju tijekom siječnja 2020. U NR Kini te se proširila diljem svijeta. Vlasti su uvele karantenu i privremenu zabranu slobodnog kretanja zbog straha od brzog širenja virusa. Stroge restrikcije poput online nastave, e-propusnice za napuštanje mjesta prebivališta te "lockdown" obilježile su prvu godinu pandemije. Nastupila je zabrana svih gospodarskih sektora, a otvoreno je bilo samo ono potrebno za život poput prodavaonica prehrambenih proizvoda i ljekarni.

Na globalnoj razini, 11. Ožujka 2020. Svjetska zdravstvena organizacija službeno je deklarirala pandemiju zbog brze ekspanzije koronavirusa, ocijenivši rizik od njegovog širenja kao izuzetno visok. Nakon masovnog cijepljenja te prolaskom vremena, ljudi su se postupno počeli prilagođavati novonastaloj situaciji, što je rezultiralo postupnim ukidanjem ograničenja i epidemioloških mjera. Trenutna faza je faza stagnacije zaraženih i umrlih od koronavirusa, s padom od 38% odnosno 47% u usporedbi s prethodnih 28 dana (od 10. travnja do 7. svibnja 2023.).

4.1 Sigurnosne mjere i turistička putovanja

Od pojave virusa sve do danas, ovisno o broju zaraženih osoba, uvodile su se razne sigurnosne mjere i ograničenja kretanja. Korištenje medicinske opreme kao što su rukavice i maske bilo je neophodno, ali isto tako važno bilo je održavati udaljenost od najmanje dva metra između ljudi te redovito dezinficirati i temeljito prati ruke. Kako bi se usporilo širenje koronavirusa, uvedena su i ograničenja i mjere u putovanjima. Putnici su morali predložiti negativan rezultat PCR testiranja koji nije stariji od 72 sata prije polaska ili negativan rezultat brzog antigenskog testa koji nije stariji od 24 sata prije putovanja. BAT (brzi antigenski test) bilo je moguće napraviti na svim granicama i aerodromima kako bi se omogućio ulazak u državu, u slučaju da osoba nema negativan rezultat testa kod sebe. Osim negativnog rezultata testa, moguće je bilo i imati potvrdu o preboljenju koja nije starija više od 180 dana ili potvrdu o cijepljenju. Kako bi potvrda o cijepljenju bila važeća, moralo je proći najmanje 14 dana od primitka posljednje doze.

Europski centar za sprečavanje i kontrolu bolesti (ECDC) redovito je ažurirao kartu regija članica u bojama semafora kako bi označili potencijalni stupanj rizika od zaraze, a karte su se temeljile na dvotjednoj stopi novozaraženih osoba, stopi cijepljenja i stopi testiranja. ECDC upotrebljavao je boje semafora kako bi označio stupanj rizika, od tamnocrvene što je označavalo vrlo visok stupanj do zelene- niskog stupnja rizika. Na temelju ove karte, države članice su određivale mjere za putovanja u tamnocrvena područja, ali i putovanja iz tih područja. Bilo je preporučeno da se osobe koje dolaze iz tih područja podvrgnu testiranju te da nakon dolaska budu u karanteni u vremenu koje odluči država članica.

U zračnoj luci, putnici su morali poštovati oznake za smjer kretanja kroz putničke terminale te su trebali nositi medicinsku masku tijekom boravka u samoj luci i zrakoplovu. Bilo je nužno pridržavati se fizičkog razmaka od najmanje dva metra i smanjiti socijalne interakcije koliko je god moguće. U slučaju putovanja autobusom, vrijedila su ista pravila, odnosno putnici su trebali nositi medicinske maske tijekom trajanja vožnje.

Smjernice za hotele i ostale iznajmljivače usmjerene su uglavnom na redovno čišćenje i dezinfekciju zajedničkih prostora, kao što su recepcija, predvorje i druge zajedničke površine, te na osiguranje higijene u radnom okruženju zaposlenika. Sve prostorije bilo je potrebno redovito prozračivati te su se na ulazu morala nalaziti sredstva za dezinfekciju. Hotelsko osoblje, ali i drugi koji su bili u izravnom kontaktu s gostima, trebali su biti opskrbljeni

odgovarajućim zaštitnim sredstvima. Nadalje, trebali su biti dobro upoznati s COVID-19 kako bi bez ikakvih problema obavljali svoje zadatke i spriječili širenje koronavirusa unutar objekta. Također su i morali biti u mogućnosti objasniti gostima politiku hotela u pogledu provedbe sigurnosnih mjera.

Radi sprječavanja širenja COVID-19 tijekom boravka u ugostiteljskim objektima bilo je potrebno osigurati fizički razmak među gostima te između gostiju i zaposlenika. Neko vrijeme je i radno vrijeme objekata bilo ograničeno, kada su smjeli raditi od 6 do 23 sata. Na ulazu u objekt gostima je trebao biti istaknut dispencer s dezinfekcijskim sredstvom za ruke i obavijest o obvezi dezinficiranja ruku. Osoblje je prije dolaska na posao trebalo izmjeriti tjelesnu temperaturu te ako se osjeća bolesno ili ima bilo kakve znakove bolesti, javiti nadređenom i ne dolaziti na posao. Također je bilo potrebno nositi maske za lice u zatvorenom prostoru i jednokratne zaštitne rukavice.

Preporuke za rad noćnih barova i klubova slične su kao i kod ugostiteljskih objekata s nekim razlikama. Maksimalan broj osoba u zatvorenim ili na otvorenim prostorima je promjenjiv i ovisi o veličini prostora i trenutnoj epidemiološkoj situaciji gdje je potrebno osigurati 4 m² površine prostora po osobi. Posjetitelji su bili obavezni unaprijed rezervirati svoje mjesto u noćnom baru ili klubu putem interneta, a korištenje plesnog podija za ples nije bilo dopušteno. Umjesto toga, na tom prostoru mogli su se postaviti stolovi s uvjetom održavanja razmaka od 3 metra između njih. Na ulazu u noćni bar ili klub nalazio se COVID redar koji je mjerio temperaturu gostima te bio zaslužan za provjeravanje potvrda o preboljenju, potvrda o cijepljenju ili potvrda o negativnom rezultatu testa na COVID-19.

Smjernice za rad kampova i marina tijekom epidemije u mnogočemu su bile iste kao i za druge ugostiteljske objekte. Održavanje socijalne distance, redovitije čišćenje i dezinficiranje, zaštita zdravlja osoblja i posjetitelja te ograničavanje broja osoba koje se mogu nalaziti u zatvorenim prostorima i dalje su bile glavne mjere. U smještajnoj jedinici ili na recepciji trebala je biti dostupna kontakt informacija odgovorne osobe koja bi mogla komunicirati s zdravstvenim ustanovama ako postoji sumnja da je gost zaražen koronavirusom.

5. HRVATSKI TURIZAM I PANDEMIJA

5.1 Hrvatski turizam prije pandemije

Prema informacijama koje pružaju HTZ (Hrvatska turistička zajednica) i Ministarstvo turizma i sporta Hrvatske, temeljni pokazatelji razvoja turizma obuhvaćaju broj raspoloživih kreveta, broj posjetitelja, broj noćenja, prosječni broj noćenja po raspoloživom krevetu i prosječni broj noćenja po dolasku gostiju. U Tablica 4 su prikazani ovi podatci u vremenskom rasponu od 1980. do 2015. godine.

Tablica 5

Osnovni pokazatelji razvoja turizma u periodu od 1980. do 2015. godine

	1980.	1985.	1990.	1995.	2000.	2005.	2010.	2015.
Broj postelja (u 000)	692	820	863	609	710	909	910	1.029
Broj turista (u 000)	7.929	10.125	8.498	2.438	7.136	9.995	10.604	14.343
Broj noćenja (u 000)	53.600	67.665	52.523	12.885	39.183	51.421	56.416	71.605
Prosječni broj noćenja po postelji	77	83	61	21	55	57	62	70
Prosječni broj noćenja po dolasku turista	6,8	6,7	6,2	5,3	5,5	5,1	5,3	5

Izvor: Turizam u brojkama (2021), Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, <https://mint.gov.hr/>

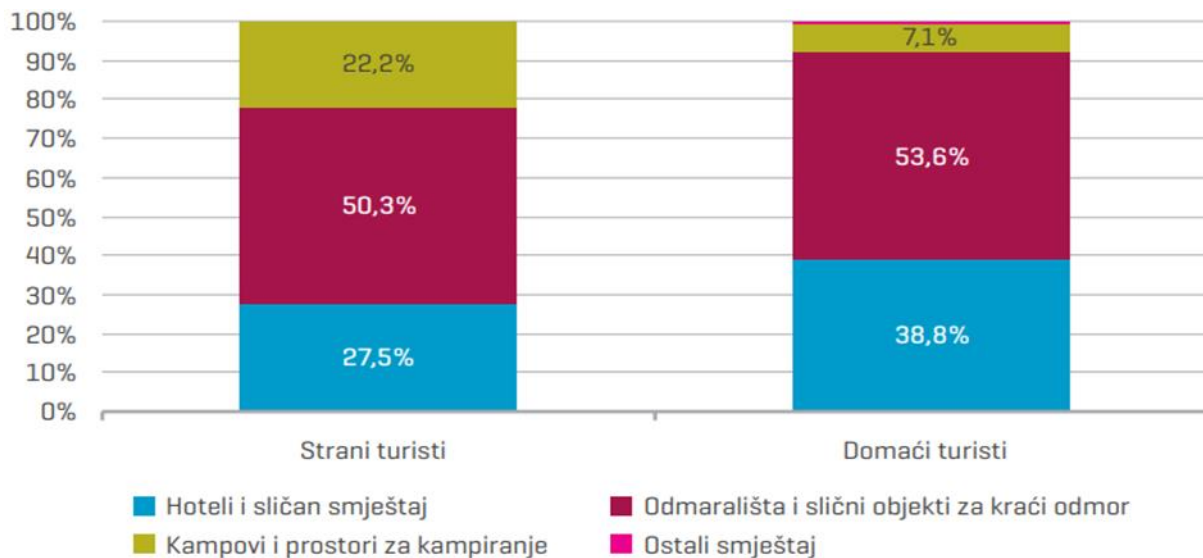
Iz raspoloživih podataka možemo zaključiti da je hrvatski turizam ostvarivao značajne uspjehe tijekom 1980-ih godina, bilježeći visoke brojke turista i noćenja. Međutim, zbog ratnih događaja i opće nesigurnosti u zemlji, turistička aktivnost značajno opada tijekom Domovinskog rata. Nakon 1995. godine, bilježi se postupan oporavak koji se nastavlja i nakon 2000. godine, s naglim rastom broja stranih gostiju u Hrvatskoj. Kao rezultat ulaganja u razvoj turizma, 2015. godine su nadmašene rekordne razine broja turista i noćenja iz vremena prije tranzicije. Tijekom tog razdoblja, broj raspoloživih kreveta, broj turista i broj noćenja su porasli prosječno za 30%. To ukazuje na značajan rast broja turista od gotovo 50% tijekom razdoblja od 35 godina.

Grafikon 3 prikazuje usporedbu strukture noćenja stranih i domaćih turista prema vrsti smještajnih objekata. Najveći broj noćenja stranih turista, njih 42,3 milijuna, ostvaren je u odmaralištima i sličnim objektima, što čini polovicu ukupnog broja noćenja. U hotelima i sličnim vrstama smještaja ostvareno je 27,5 % noćenja, dok se 22,2% ukupnih noćenja

odnosi na kampove i prostore za kampiranje. U usporedbi s 2018. godinom, najveći rast, od čak 5,5%, zabilježen je u kategoriji odmarališta i sličnih objekata za kraći odmor. Kod domaćih turista situacija je slična jer 53,6 % noćenja otpada na odmarališta, a 38,8 % na hotelski smještaj. Najveća razlika bilježi se kod kampova gdje domaći turisti ostvaruju 7,1% noćenja.,

Grafikon 3

Strukture noćenja stranih i domaćih turista prema vrsti smještajnih objekata u 2019. godine



Izvor: Sektorska analiza turizma (studeni 2020), Ekonomski institut Zagreb, <https://www.eizg.hr/>

Prema istraživanju, turisti iz glavnih izvora posjeta u 2019. godini su ostvarili malo više od dvije trećine ukupnog broja noćenja stranih turista. Najveći broj posjetitelja dolazi iz Njemačke, s gotovo 20 milijuna noćenja, što čini 23,7% ukupnog broja noćenja stranih turista. Drugo najvažnije izvorno tržište iste godine bili su Slovenci, s 7,5 milijuna noćenja, što predstavlja 8,9% ukupnih noćenja. Također, važno je napomenuti da se povećava broj dolazaka i noćenja s udaljenih tržišta kao što su Kina, SAD, Kanada i Španjolska, kao i povećanje broja domaćih turista.

Prema podacima iz eVisitor-a, 2019. godine zabilježen je porast broja dolazaka stranih gostiju na 18.267.166, (rast od 4,4%) dok je istovremeno zabilježen rast od 9% u broju dolazaka domaćih turista, čime se njihov broj popeo na 2.242.455. Sveukupni broj dolazaka, uključujući i strane i domaće turiste, u 2019. godini iznosio je 20.691.621, što predstavlja rast od 4,9%, dok je zabilježeno ukupno 108.643.554 noćenja, odnosno povećanje od 2,4%. Kao

što je bilo moguće vidjeti iz grafikona 7, glavnina turističkog prometa registrirana je u komercijalnom smještaju (85%). Dalje se nalaze nekomercijalni smještajni kapaciteti s udjelom od 12% te nautički promet s 3%. Još uvijek u strukturi komercijalnog smještaja dominira obiteljski smještaj čiji udio iznosi 43%.

Promatrajući rezultate noćenja po županijama/klasterima u razdoblju od siječnja do prosinca 2019., Istra je ostvarila najveći udio u ukupnom broju noćenja, što čini 26,4%. Slijedi Splitsko-dalmatinska županija s udjelom od 18,8%, zatim Kvarner s 17,7% te Zadarska županija s udjelom od 13,9%, kako je navedeno od strane Hrvatske turističke županije.

Tablica 6

Rezultati po županijama/klasterima (noćenja u razdoblju siječanj-prosinac, indeks 2018./2019.)

	Domaći	Strani	Ukupno	Udjel u ukupnom prometu (%)
Istra	109,27	100,60	100,94	26,4%
Splitsko-dalmatinska	107,18	102,35	102,68	18,8%
Kvarner	105,03	100,52	101,19	17,7%
Zadarska	108,56	102,90	104,43	13,9%
Dubrovačko-neretvanska	105,57	103,52	103,63	8,5%
Šibensko-kninska	109,80	100,90	102,61	6,8%
Ličko-senjska	105,86	103,14	103,49	3,2%
Grad Zagreb	110,28	104,22	105,21	2,4%
Kontinentalna Hrvatska	108,00	106,13	106,92	2,2%

Izvor: Informacija o statističkim pokazateljima (prosinac 2019), Hrvatska turistička zajednica, <https://www.htz.hr/>

Važnost Istre kao destinacije potvrđuje i Tablica 6 gdje se mogu pronaći 4 grada Istarske županije među „Top 10“ destinacija: Rovinj, Poreč, Medulin i Umag. Najviše noćenja bilježi Dubrovnik s 4.377.060 noćenja, a odmah nakon se nalaze Rovinj s oko 4 milijuna noćenja i Poreč s 3,5 milijuna noćenja.

Tablica 7

„Top 10“ destinacija Hrvatske prema ukupnom turističkom prometu (mjereno noćenjima) u razdoblju siječanj-prosinac 2019

Destinacija	Noćenja
Dubrovnik	4.377.060
Rovinj	4.011.677
Poreč	3.485.157
Split	2.787.775
Medulin	2.765.516
Umag	2.724.703
Zagreb	2.654.037
Vir	2.625.643
Mali Lošinj	2.363.475
Crikvenica	2.218.417

Izvor: Informacija o statističkim pokazateljima(prosinac 2019), Hrvatska turistička zajednica, <https://www.htz.hr/>

Međutim kada se promatraju ukupni pokazatelji za 2019., sve županije Republike Hrvatske bilježe rast, posebno Kontinentalna Hrvatska s dominantno domaćim turistima, Grad Zagreb i Zadarska županija.

5.2 Hrvatski turizam u vrijeme pandemije

Kao što je već navedeno, turizam ima ključnu ulogu u hrvatskom gospodarstvu, što potvrđuje podatak da je u 2016. godini turizam izravno pridonio hrvatskom bruto domaćem proizvodu s dodanom vrijednosti od otprilike 20%.. Nakon veoma uspješne sezone 2019., prognoze za sljedeću godinu bile su optimistične što je bilo i potvrđeno rezervacijama i bukingom početkom godine. S obzirom na brzi širenje bolesti COVID-19 početkom 2020. godine, donesene su restriktivne mjere kako bi se suzbila pandemija, a te mjere uključuju ograničavanje ili zabranu međunarodnih putovanja.

„Usporedno s postupnim suzbijanjem prvog vala epidemije, tijekom lipnja te posebice srpnja dolazi do ublažavanja zaštitnih mjera i ponovnog djelomičnog „buđenja“ međunarodnog turizma. Tijekom ljetnih mjeseci većina destinacija uspijeva ostvariti određeni

turistički promet, no uz pokazatelje koji su u većini slučajeva bili znatno lošiji od prošlogodišnjih.“⁵

Epidemiološke mjere, karantena i zatvaranje granica utjecali su na ostvarene dolaske i noćenja turista u Hrvatskoj.

Tablica 8

Usporedba turističkih dolazaka u 2019. i 2020. godini

	2019.	2020.	Indeksi (2019./2020.)
Ukupno	19 566 146	7 001 128	35,8
Domaći turisti	2 212 658	1 455 849	65,8
Strani turisti	17 353 488	5 545 279	32,0

Izvor: Državni zavod za statistiku(2021), <https://dzs.gov.hr/>

Tijekom razdoblja od siječnja do prosinca 2020., zabilježeno je ukupno 7 milijuna dolazaka i 41 milijun noćenja turista u komercijalnom smještaju. To predstavlja pad dolazaka od 64,2% i pad noćenja za 55,3% u usporedbi s prethodnom godinom. Analizom Slike 2 može se primijetiti da su domaći turisti ostvarili 1,5 milijuna dolazaka i 5,4 milijuna noćenja, što znači smanjenje dolazaka za 34,2% i noćenja za 23,7% u usporedbi s 2019. godinom. Iako su rezultati stranih turista bili bolji u odnosu na domaće, s 5,5 milijuna dolazaka i 35,4 milijuna noćenja, i dalje je zabilježen pad od 68% u dolascima i 58% u noćenjima uspoređujući s prethodnom godinom. Snažniji pad koji je zabilježen kod stranih turista pripisuje se mjerama potpunog ili djelomičnog zatvaranja međunarodnih granica ostalih država na što se nije moglo utjecati.

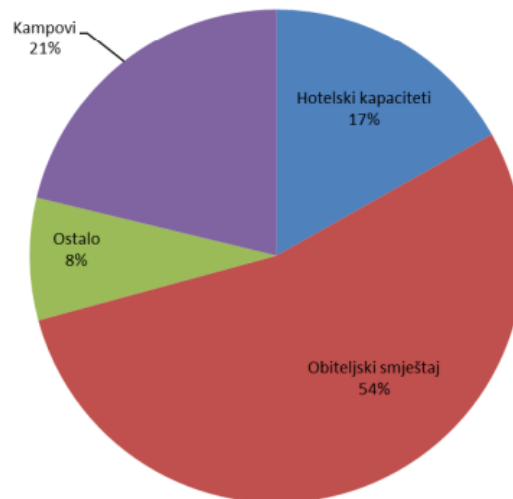
Većina noćenja je zabilježena u komercijalnim smještajnim objektima (76%), dok su nekomercijalni smještajni objekti činili 21% te nautički charter 3%. Kada se promatra struktura komercijalnog segmenta na Grafikonu 4, obiteljski smještaj je ostvario više od polovice (54%), a odmah iza kampovi 21% te hoteli 17% noćenja. Ovakva struktura nije iznenađujuća s obzirom da su ljudi stavili zdravlje i sigurnost na prvo mjesto tijekom

⁵ Internet izvor, Hrvatska turistička zajednica. (2021). Analiza turističke sezone 2020., preuzeto s: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-04/Analiza%20turisti%C4%8Dke%20sezone%202020.pdf> (15.07.2023.)

putovanja i boravka u destinaciji. Turisti su se željeli maknuti iz urbanih sredina i gužvi, što su im upravo omogućili privatni smještaji i kampovi gdje su mogli provoditi vrijeme na otvorenom u prirodi sa što manjim kontaktom s drugim ljudima.

Grafikon 4

Promet prema ključnim skupinama vrsta smještaja (udjel u noćenjima)



Izvor: Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa (2020), Hrvatska turistička zajednica, <https://www.htz.hr/>

Također, kada se analizira prema emitivnim tržištima s kojih dolaze posjetitelji, u 2020. Godini su najviše dolazaka i noćenja ostvarili gosti iz Njemačke, koji su činili 26,7% ukupnog broja dolazaka i 33,2% ukupnog broja ostvarenih noćenja. To je iznosilo 1,5 milijuna dolazaka i 11,7 milijuna noćenja. U usporedbi s 2019. Godinom, broj noćenja njemačkih turista smanjio se za 48,6%, dok je broj dolazaka opao za 41,1%. Nakon Njemačke, slijede turisti iz Slovenije (13,4%), Poljske (12,3%), Češke (9,1%), Austrije (5,9%), Italije (3,5%) i Mađarske (3,3%).

„Negativna kretanja u turizmu u Hrvatskoj potvrđuju i financijski pokazatelji. Ukupni prihodi u turizmu od stranih gostiju u 2020. godini iznosili su 4,8 milijardi eura, što je za 10,9 % manje u odnosu na prethodnu godinu.“⁶

Unatoč negativnim rezultatima brojnih pokazatelja, prosječan broj noćenja po dolasku turista u 2020. je porastao dok ga je zadnjih 20ak godina obilježio trend smanjivanja.

⁶ Internet izvor, Ekonomski institut Zagreb. (2021). Sektorska analiza; Turizam u Hrvatskoj u 2021. godini., preuzeto s: https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_studenj_2021.pdf (23.07.2023.)

Spomenuti pokazatelj je iznosio 5,8, a 2019. godine 4,7 noći. Ovo je bio rezultat produljenog boravka u destinaciji, odnosno prednost se davala dužem boravku u jednoj destinaciji kako bi se izbjegnulo nepotrebni kontakt s drugim turistima i ugostiteljima. Birala su se mirnija okruženja bez velikih okupljanja.

Kao odgovor na promjenu trendova u putovanjima, ali i potrebu prilagodbe turističke ponude novim uvjetima, Ministarstvo turizma i sporta i HTZ su osmislili projekt „Stay stafe in Croatia“. Cilj je bio educirati i upoznati turiste i dionike u turizmu s mjerama koje su se provodile u Hrvatskoj te promovirati oblike turizma koji su bili manje zastupljeni.

Vlada Republike Hrvatske proglasila je 11. svibnja 2023. godine kraj epidemije bolesti COVID-19 u cijeloj Hrvatskoj. Ovim proglašenjem, ukinule su se i mjere i preporuke što je označilo put za oporavak hrvatskog turizma.

5.3 Hrvatski turizam nakon pandemije

Unatoč pandemiji i lošijoj turističkoj sezoni 2020. godine, turistička sezona 2021. nadmašila je sva očekivanja te je Hrvatska ostvarila najbolji turistički rezultat na Mediteranu. Prema podacima iz sustava eVisitor, tijekom protekle godine zabilježeno je ukupno 13,8 milijuna dolazaka i 84,1 milijuna noćenja, što predstavlja impresivan rast od 77% , odnosno 55% u usporedbi s prethodnom godinom. Važno je napomenuti da su domaći turisti ostvarili 12,3 milijuna noćenja, dok su strani turisti ostvarili znatno više, čak 71,9 milijuna noćenja. Također, najveći broj turističkih noćenja zabilježen je u Istarskoj županiji (23,5 milijuna), Splitsko-dalmatinskoj županiji (15,5 milijuna) i Primorsko-goranskoj županiji (15,33 milijuna).

Kada je riječ o destinacijama, najveći broj posjetitelja privukli su Zagreb (638.000 dolazaka), Rovinj (549.000), Dubrovnik (543.000), Split (529.000) i Poreč (431.000). Analizom emitivnih tržišta, najveći broj dolazaka bilježe Nijemci, domaći turisti, Slovenci, Austrijanci, Poljaci i Česi. Što se tiče vrste smještaja, najviše noćenja je zabilježeno u objektima u domaćinstvu, kampovima i hotelima. Iako ove informacije nisu toliko iznenađujuće, došlo je do promjene u turističkoj potražnji, ponudi, ali se i javila potreba promjene hrvatskog turizma zasnovanog na masovnosti.

Izlazak iz krize uzrokovane COVID-19 pandemijom predstavlja priliku za promjenu načina vođenja razvoja i operacija u turizmu u Hrvatskoj. To uključuje razvoj instrumenata

koje će umanjiti i ublažiti negativne posljedice turizma tijekom ljetne turističke sezone te proširenje održivih turističkih aktivnosti izvan najpopularnijih turističkih destinacija. Ovakav pristup obnovi doprinijet će povećanju održivosti turističkog sektora i pozitivnim društvenim i ekonomskim učincima, dok istovremeno smanjuje štetne posljedice turizma.

Osim što je održivost bitna u zaštiti okoliša, istraživanja pokazuju kako turistima postaje važno da je održivost uključena u razvoj postojećih i novih turističkih proizvoda i doživljaja. Trendovi u turizmu ukazuju na to da se 60% potrošača sve više brine zbog klimatskih promjena, što rezultira promjenom stava putnika prema destinacijama i njihovim preferencijama za ekološki osviještenim i održivim smještajem, prijevozom te ostalim ponudama. Uzimajući u obzir rezultate studije turističkih trendova i promjene uzrokovane pandemijom, turisti su promijenili svoje preferencije. Okreću se prirodi, udaljenim i manje naseljenim područjima, kao i destinacijama koje pružaju veći osjećaj sigurnosti i privatnosti. Dolazi do povećane potražnje za novim oblicima turizma u prirodi, posebno u ruralnim krajevima. Postoji veliki potencijal da se ovaj oblik turizma u Hrvatskoj valorizira na održiv način kako bi se uspjela razviti potrebna turistička infrastruktura i popratni sadržaji. Isto tako je i došlo do digitalne transformacije koju je pandemija ubrzala. Očekuje se da će se digitalne platforme za rezervacije, virtualne ture i kontakt manje usluge i dalje razvijati kako bi se prilagodile promijenjenim potrebama putnika.

Osim navedenog, globalizacija i tehnološki napredak imaju ključnu ulogu u razvoju turizma i turističkih destinacija. Promjene, poput pojave niskotarifnih letova i jeftinih hostela za mlade, omogućuju putnicima da istraže razne destinacije. Iako sve to vodi do niske razine usluge i niske dodane vrijednosti, turistička potražnja je uvjetovala takvu turističku ponudu.

6. UTJECAJ KORONAVIRUSA NA GLOBALNE TRENDOVE I TURISTIČKU POTRAŽNJU

6.1 Utjecaj pandemije na turizam svjetskih regija

Zadnje desetljeće je obilježeno ogromnim porastom, ali dolazak pandemije je zaustavio cijeli svijet pa tako i ovaj sektor te se za 2020. godinu može reći da je jedna od najgorih godina u povijesti turizma. Međunarodni dolasci su opali za 74% prema podacima iz Svjetske turističke organizacije. Destinacije diljem svijeta su zabilježile smanjenje od jedne milijarde međunarodnih dolazaka u 2020. godini u usporedbi s prethodnom godinom, što je posljedica dramatičnog pada potražnje i širokih ograničenja putovanja. Ovaj pad nadmašuje smanjenje od 4% koje je zabilježeno tijekom globalne ekonomske krize 2009. godine. No, kolaps u turističkoj industriji rezultirao je gubicima prihoda procijenjenim na više od 1 bilijun američkih dolara, što je čak desetostruko više nego u 2009. godini.



Slika 1 Međunarodni dolasci od siječnja do travnja 2020. godine, preuzeto s: <https://www.unwto.org/news/new-data-shows-impact-of-covid-19-on-tourism>

Azija i Oceanija su regije koje su bile među prvima koje su pretrpjele utjecaj pandemije i suočile se s najvišim razinama restrikcija. Zabilježile su dramatičan pad dolazaka i turista od 84% zbog zatvaranja granica i ograničenja putovanja. Europa je također zabilježila pad dolazaka turista od oko 70%, iako je tijekom ljeta 2020. godine bilo manje poboljšanje situacije s malim oporavkom turizma. Mnoge popularne destinacije, poput Italije, Francuske i Španjolske, suočile su se s oštrim padom turističkih dolazaka. Sjeverna i Južna Amerika su

zabilježile pad dolazaka turista od oko 69%. Međutim, u posljednjem tromjesečju 2020. godine zabilježen je nešto bolji rezultat u odnosu na prethodno razdoblje. Bliski Istok i Afrika su također osjetile negativan utjecaj pandemije na turizam. Dolasci turista su se smanjili za otprilike 75%, što je dovelo do značajnog gubitka prihoda od turizma. Mnoge zemlje u tim regijama, poput Egipta, Maroka i Ujedinjenih Arapskih Emirata, oslanjaju se na turizam kao važan sektor gospodarstva.

6.2 Utjecaj koronavirusa na turističke trendove

Pandemija korona virusa ubrzala je trendove koji su već bili prisutni u drugom desetljeću 21. stoljeća. Problemi u svijetu i posljedice pandemije koje je osjetio svaki pojedinac jačaju svijest o potrebi promjene ponašanja. Rezultat prethodnih trendova i ubrzanja zbog pandemije je promjena navika turista, načina putovanja i odabira smještaja. Nepoznata turistička odredišta postaju sve privlačnija, a ekološka svijest turista se pojačava. Važnost uključenosti u lokalnu zajednicu tijekom turističkih putovanja također raste.

„Okretanje lokalnim turistima bio je logičan potez nakon zatvaranja granica, no ovaj trend bi se mogao i nastaviti. Osim što je dobra prilika za upoznavanje vlastite zemlje, dobra je prilika i za razvoj kontinentalnog turizma. Jedan od svijetlih primjera jest Međimurska županija koja je osmislila odličan program privlačenja domaćeg stanovništva. Pod sloganom Međimurje daje više, umjesto spuštanja cijene ponudili su dodatnu vrijednost turistima pa su gosti na svakih potrošenih 250 kuna dobili kupon za neku od više od 100 besplatnih usluga. U sklopu kampanje podijeljeno je više od 15 tisuća kupona, a turisti su potrošili čak 3,75 milijuna kuna u Međimurju.“⁷

Bijeg u manje napučene krajeve i gradove nije novost u turizmu, ali potražnja za ovim oblikom turizma sve više raste. S obzirom na preporuke o držanju distance i ograničavanju broja ljudi koji se mogu nalaziti u zatvorenim prostorijama, nije iznenađujuće što turisti sve više naginju izoliranim smještajima koji su na osami kako bi se izbjegla nepotrebna komunikacija s ljudima. Putnici traže dodir s prirodom, priliku za intimnost, ugodan ambijent, raznovrsne aktivnosti unutar smještaja, povoljnu geografsku poziciju za izlete, tišinu i

⁷Internet izvor, Uplift.hr , preuzeto s: <https://uplift.hr/inspiracija/turisticki-sektor-je-doživio-veliko-resetiranje-ovo-sto-je-sve-sada-drugacije> (28.07.2023.)

spokojnost okoline te izvrsnu ponudu hrane. Turistički putnici žele doživjeti nešto posebno i svatko želi osjetiti da je poseban gost.

Nadalje, prema Booking-u i rezultatima istraživanja, skoro polovica (45%) putnika bi odabrala rezervirati putovanje ako imaju mogućnost besplatnog otkazivanja, dok trećina (32%) putnika ističe da bi rezervirala putovanje ako im se pruža prilika za besplatnu promjenu datuma. Drugim riječima, putnici žele osjećati sigurnost prilikom rezervacije, s obzirom na mogućnost neočekivanog ponovnog širenja virusa i potencijalnih karantena koje vlade mogu uvesti bez prethodnog upozorenja. Zato su fleksibilnija pravila sve više tražena. Što se tiče fleksibilnosti, last minute putovanja postaju sve popularnija, a razdoblje između rezervacije i stvarnog putovanja postaje sve kraće iz mjeseca u mjesec. Ispitivanje pokazuje da sve više korisnika diljem svijeta planira rezervirati smještaj unutar mjesec dana prije samog putovanja.

I dalje je, bez sumnje, čistoća jedan od glavnih prioriteta putnika. No, sada putnici sve više traže transparentnost u vezi s mjerama čistoće koje se provode u objektima. U stvari, primjećujemo značajan porast u korištenju specifičnih riječi kao što su "čistoća" i "higijena" kada gosti postavljaju pitanja o objektima i njihovim higijenskim standardima.

Također, primjećuje se porast interesa za putovanjima automobilom, obično do odredišta udaljenih 2-3 sata vožnje od mjesta prebivališta putnika. U travnju 2020., putnici su izjavili da su skloniji putovanju vlastitim automobilima u usporedbi s 2019. godinom, dok je manje vjerojatno da će koristiti zrakoplove ili javni prijevoz. Važno je napomenuti da ove preferencije mogu varirati ovisno o generaciji putnika, budući da mlađi putnici (18-24 godine) češće izražavaju vjerojatnost putovanja zrakoplovom ove godine u usporedbi sa starijim putnicima.

Rad od kuće također nije novitet, ali je snažno obilježio sezone 2020./2021. godine. Digitalni nomadi su ljudi koji svoj posao mogu obavljati bilo gdje, a jedino im je potreban uređaj poput prijenosnog računala i dobra internetska veza. Kako je ovaj trend došao i u Hrvatsku, od siječnja 2021. nastupila je na snagu legislativa kojom se uređuju takvi boravci u zemlji te se može dobiti viza na godinu dana uz određene uvjete. Tako se stvorila odlična prilika za turističke poduzetnike, ali i iznajmljivače koje su svoje kapacitete odlučili nuditi po osnovi long stay, po povoljnijim cijenama.

Osim toga, tijekom pandemije smo svi svjedočili smanjenju emisije CO2 plinova i manjem zagađenju što je sve imalo pozitivan učinak na okoliš.

Jedna trećina korisnika Booking.com-a (36%) izjavljuje da su razvili jaču sklonost prema održivim putovanjima zbog pandemije koronavirusa. Skoro polovina njih (44%) primjećuje pozitivan utjecaj pandemije na okoliš. Zbog toga, kada se ponovno budu odlučivali za putovanja, planiraju pažljivije razmotriti opcije za održiva putovanja. Ovo ukazuje na to da će vjerojatno doći do veće naglaska na održivim putovanjima među putnicima nego što smo to dosad vidjeli.

7. ZAKLJUČAK

Cilj ovog završnog rada bio je istražiti utjecaj pandemije COVID-19 na dinamiku turističkih putovanja i naglasiti posljedice koje su proizašle iz tog utjecaja. Naglasak je stavljen na utjecaj pandemije i važnost turizma u nacionalnim okvirima. Turizam utječe na gospodarstvo svake države, a posebno na gospodarstvo Republike Hrvatske jer je važan izvor prihoda. Turistička ponuda u Hrvatskoj još uvijek se uglavnom temelji na „suncu i moru“ dok bi se trebalo težiti raznolikosti ponude. Također je bitno spomenuti kako sve više raste interes za ruralnim turizmom, ekoturizmom, sportsko-rekreativnim aktivnostima, zdravstvenim turizmom i slično. Hrvatska ima potencijal iskoristiti te trendove jer posjeduje prirodne resurse koje treba pretvoriti u privlačnu turističku ponudu.

Pandemija koronavirusa negativno je utjecala na hrvatsko gospodarstvo, posebno na turizam. Sezona 2020. bila je najgora dosad u povijesti putovanja, s dramatično smanjenim brojem dolazaka turista i noćenja. Iako su početna predviđanja za 2021. bila pesimistična, rezultati su se u drugoj polovici ljeta pokazali bolji od očekivanja. Kako je pandemija utjecala i izmijenila različite aspekte života, tako je utjecala i izmijenila trendove u turizmu te ga okrenula prema društveno i prostorno odgovornijem načinu djelovanja.

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1 Struktura zaposlenosti i struktura poduzeća po turističkim djelatnostima u 2018. godini	14
Grafikon 2 Devizni prihodi od turizma u Hrvatskoj od 2000. do 2018. godine	16
Grafikon 3 Strukture noćenja stranih i domaćih turista prema vrsti smještajnih objekata u 2019. godine	21
Grafikon 4 Promet prema ključnim skupinama vrsta smještaja (udjel u noćenjima)	25

POPIS SLIKA

Slika 1 Međunarodni dolasci od siječnja do travnja 2020. godine	28
--	----

POPIS TABLICA

Tablica 1 Strani turistički promet po zemljama (u 000)	12
Tablica 2 Udio turističkih prihoda u BDP-u u Hrvatskoj	13
Tablica 3 Broj poduzeća aktivnih u sektoru turizma prema turističkim djelatnostima u periodu od 2013. do 2018. godine	15
Tablica 4 Broj zaposelnih u sektoru turizma prema turističkim djelatnostima u periodu od 2013. do 2018. godine	15
Tablica 5 Osnovni pokazatelji razvoja turizma u periodu od 1980. do 2015. godine	20
Tablica 6 Rezultati po županijama/klasterima (noćenja u razdoblju siječanj-prosinac, indeks 2018./2019.)	22
Tablica 7 „Top 10“ destinacija Hrvatske prema ukupnom turističkom prometu (mjereno noćenjima) u razdoblju siječanj-prosinac 2019	23
Tablica 8 Usporedba turističkih dolazaka u 2019. i 2020. godini	24

POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Andabaka, A., Arčabić, V., Barić, V., Beg, M., Bogdan, Ž., Čavrak, V., Družić, I., Družić, M., Gelo, T., Globan, T., Kovačević, Z., Nadoveza, O., Raguž Krištić, I., Rogić Dumančić, L., Sekur, T., Smolić, Š. (2016). *Gospodarstvo Hrvatske*. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
2. Petrić, L., Šimundić, B., Pivčević, S. (2018). *Ekonomika turizma* (skripta)
3. Vukonić, B. (2005). *Povijest hrvatskog turizma*. Prometej.

Internetski izvori:

1. Dobrota, A. (2019, 31. srpnja). Kratka povijest turizma u Hrvatskoj, *Cimerfraj*, [Internet], raspoloživo na: <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/povijest-turizma-hrvatska>
2. Državni zavod za statistiku. (2022). *Dolasci i noćenja turista u 2021*. [Internet], raspoloživo na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/4-3-2_Dolasci%20i%20nocenja%20turista%20u%202021.pdf
3. Ekonomski institut Zagreb. (2021). *Sektorska analiza; Turizam u Hrvatskoj u 2021. godini*. [Internet], raspoloživo na: https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_studeni_2021.pdf
4. European Environment Agency. (2023). *European bathing water quality in 2022*. [Internet], raspoloživo na: <https://www.eea.europa.eu/publications/european-bathing-water-quality-in-2022>
5. Hrvatska enciklopedija [Internet], preuzeto 20. lipnja 2023, raspoloživo na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763>
6. Hrvatska turistička zajednica. (2023). *Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa 2022*. [Internet], raspoloživo na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-01/Informacija%20o%20statistickim%20pokazateljima%20-%20prosinac%202022.pdf>
7. Hrvatska turistička zajednica. (2022). *Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa 2021*. [Internet], raspoloživo na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-01/Informacija%20o%20statistickim%20pokazateljima%20-%20prosinac%202021.pdf>
8. Hrvatska turistička zajednica. (2021). *Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa 2020*. [Internet], raspoloživo na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-01/Informacija%20o%20statistickim%20pokazateljima%20-%20prosinac%202020.pdf>

9. Hrvatska turistička zajednica. (2021). *Analiza turističke sezone 2020*. [Internet], raspoloživo na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-04/Analiza%20turisti%C4%8Dke%20sezone%202020.pdf>
10. Hrvatska turistička zajednica. (2020). *Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa 2019*. [Internet], raspoloživo na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-01/Informacija%20o%20statisti%C4%8Dkim%20pokazateljima%20-%20prosinac%202019_0.pdf
11. Hrvatska turistička zajednica. (2019). *Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa 2018*. [Internet], raspoloživo na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-01/Informacija%20o%20statisti%C4%8Dkim%20pokazateljima%20-%20prosinac%202018_0.pdf
12. Koronavirus.hr. (2020). *Upute HZJZ za rad ugostiteljskih objekata*. [Internet], raspoloživo na: <https://www.koronavirus.hr/upute-hzjz-za-rad-ugostiteljskih-objekata/574>
13. Koronavirus.hr. (2020). *Preporuke za rad hotela i iznajmljivača*. [Internet], raspoloživo na: <https://www.koronavirus.hr/sto-moram-znati/o-poslu/preporuke-za-rad-hotela-i-iznajmljivaca/603>
14. Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije. (2021). *Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine*. [Internet], raspoloživo na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_02_13_230.html
15. Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske. (2022). *Turizam u brojkama 2021*. [Internet], raspoloživo na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf
16. Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske. (2020). *Informacije o koronavirusu vezane uz turistički sektor*. [Internet], raspoloživo na: <https://mint.gov.hr/izdvojeno-78/turizam/informacije-o-koronavirusu-vezane-uz-turisticki-sektor/20947>
17. Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske. (2013). *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*. [Internet], raspoloživo na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html
18. Pinezic, N. (2022, 02. veljače), *Izazovi turističkog poslovanja u doba COVID 19 pandemije, Dantes savjetovanje za iznajmljivače*, [Internet], raspoloživo na: <https://dantes.com.hr/izazovi-turistickog-poslovanja-u-doba-covid-19-pandemije/>
19. Uplift.hr, [Internet], raspoloživo na: <https://uplift.hr/inspiracija/turisticki-sektor-je-doživio-veliko-resetiranje-evo-sto-je-sve-sada-drugacije>

20. Vijeće Europske unije. (2022). *COVID-19: Vijeće donijelo revidiranu preporuku o mjerama koje utječu na slobodno kretanje, zasnovanu na pojedinačnoj situaciji svake osobe, a ne regiji porijekla kao dosad.* [Internet], raspoloživo na: https://www.consilium.europa.eu/hr/press/press-releases/2022/01/25/covid-19-council-adopts-new-person-based-recommendation-on-free-movement-restrictions/?utm_source=dsms-auto&utm_medium=email&utm_campaign=COVID-19:+Council+adopts+a+revised+recommendation+on+measures+affecting+free+movement%2c+based+on+the+individual+situation+of+persons+and+no+longer+on+the+region+of+origin
21. Vlada Republike Hrvatske. (2021). *Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021. – 2026.* [Internet], raspoloživo na: <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/Vijesti/2021/srpanj/29%20srpnja/Plan%20oporavka%20i%20otpornosti%2C%20srpanj%202021..pdf>
22. Zavod za javno zdravstvo Dubrovačko-neretvanske županije. (2020). *Novi koronavirus i bolest koju uzrokuje COVID-19.* [Internet], raspoloživo na: <https://www.zzjzdnz.hr/zdravlje/prevencija-zaraznih-bolesti/novi-koronavirus-i-bolest-koju-uzrokuje-covid-19>
23. Zračna luka Franjo Tuđman Zagreb. (2020). *Zdravstveno – sigurnosne upute za putnike.* [Internet], raspoloživo na: <https://www.zagreb-airport.hr/putnici/trebate-pomoc/covid-19-zdravstveno-sigurnosne-upute-za-putnike-cesta-pitanja/635>

SAŽETAK

Turizam ima značajan utjecaj na gospodarstvo, stvarajući radna mjesta, potičući razvoj infrastrukture i promovirajući lokalne poduzetnike. Također doprinosi očuvanju prirodnih i kulturnih ljepota kroz ulaganje u održivi turizam i zaštitu okoliša. Ovaj rad se bavi temom utjecaja pandemije COVID-19 na turizam, turističke trendove i turističku potražnju u Hrvatskoj. S obzirom na to da ekonomija Republike Hrvatske značajno ovisi o turizmu, može se pretpostaviti da je pandemija imala negativan utjecaj na turizam u Hrvatskoj, a posljedično i na gospodarstvo.

U radu se daje pregled i usporedba podataka predpandemijskih i postpandemijskih godina. Bit će razmotrene posljedice koronavirusa na gospodarstvo i turizam, kao i ograničenja i restrikcije koje su uvedene u svrhu sprječavanja širenja virusa. Pandemija je dovela do pada turističke potražnje i ekonomske krize, ali također je potaknula promjene prema odgovornijem i održivijem turizmu.

Ključne riječi: *turizam, pandemija, koronavirus, gospodarstvo*

ABSTRACT

Tourism has a significant impact on the economy, creating jobs, fostering infrastructure development, and promoting local entrepreneurs. It also contributes to the preservation of natural and cultural treasures through investments in sustainable tourism and environmental protection. This paper addresses the impact of the COVID-19 pandemic on tourism, tourism trends, and tourist demand in Croatia.

The paper offers an examination and juxtaposition of data between the years before and after the pandemic. The consequences of the coronavirus on the economy and tourism will be discussed, as well as the restrictions and measures introduced to prevent the spread of the virus. The pandemic has led to a decline in tourist demand and an economic crisis, but it has also prompted changes towards more responsible and sustainable tourism.

Key words: *tourism, pandemic, coronavirus, economy*