

# UTJECAJ GLOBALNE KRIZE UZROKOVANE PANDEMIJOM COVIDA-19 NA TURISTIČKU POTRAŽNJU

---

**Džinić, Antonela**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2021**

*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:124:412227>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-12**

*Repository / Repozitorij:*

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



**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
EKONOMSKI FAKULTET**

**DIPLOMSKI RAD**

**UTJECAJ GLOBALNE KRIZE UZROKOVANE  
PANDEMIJOM COVIDA-19 NA TURISTIČKU  
POTRAŽNJU**

**Mentor:**

**Prof. dr. sc. Ivan Pavić**

**Student:**

**Antonela Džinić**

**Split, srpanj, 2021.**

<b>1. UVOD</b> .....	1
<b>1.1. Problem istraživanja</b> .....	1
<b>1.2. Predmet istraživanja</b> .....	2
<b>1.3. Istraživačke hipoteze</b> .....	3
<b>1.4. Ciljevi istraživanja</b> .....	4
<b>1.5. Doprinos istraživanja</b> .....	4
<b>1.6. Metode istraživanja</b> .....	5
<b>1.7. Struktura diplomskog rada</b> .....	5
<b>2. GLOBALNA EKONOMSKA KRIZA 2020.</b> .....	7
<b>2.1. Pojam krize</b> .....	7
<b>2.2. Uzrok nastanka ekonomske krize 2020.</b> .....	8
2.2.1. Stanje uoči krize .....	8
2.2.2. Vodeći uzroci krize.....	10
<b>2.3. Razvoj krize</b> .....	11
<b>2.4. Posljedice krize</b> .....	13
2.4.1. Posljedice krize za turizam .....	20
<b>3. TURISTIČKA POTRAŽNJA U RH</b> .....	23
<b>3.1. Pojam turističke potražnje</b> .....	23
<b>3.2. Analiza turističke potražnje u RH</b> .....	24
3.2.1. Osnovni pokazatelji razvoja turizma u RH.....	24
3.2.2. Analiza turističke potražnje 2019. godine .....	28
3.2.3. Objektivni faktori turističke potražnje.....	32
<b>3.3. Pozitivni učinci na gospodarstvo</b> .....	34
<b>4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE UTJECAJA KRIZE NA TURISTIČKU POTRAŽNJU</b> .....	37
<b>4.1. Istraživačka metodologija</b> .....	37
<b>4.2. Opis uzorka</b> .....	37
<b>4.3. Analiza hipoteza</b> .....	37
4.3.1. Hipoteza 1 .....	37
4.3.2. Hipoteza 2.....	43
<b>4.4. Rezultati istraživanja</b> .....	51
<b>5. ZAKLJUČAK</b> .....	53
<b>LITERATURA</b> .....	55
<b>POPIS TABLICA</b> .....	58
<b>POPIS GRAFIKONA</b> .....	58
<b>POPIS SLIKA</b> .....	58
<b>SAŽETAK</b> .....	60

<b>SUMMARY</b> .....	60
----------------------	----

# 1. UVOD

## 1.1. Problem istraživanja

Početak 2020-te svijet je ušao u novu globalnu krizu, koja je ovaj put bila uzrokovana pandemijom Covida-19. Priroda bolesti koja se ubrzo počela širiti natjerala je države diljem svijeta da zatvore svoje granice, te obustave sve djelatnosti koje nisu nužne unutar vlastitih granica, ponekad time podrazumijevajući i kretanje populacije. Opći strah i nesigurnost zbog nastanka nove, životno opasne situacije doveo je do velikih promjena na gospodarskoj, ali i društveno-socijalnoj razini.

Prvi pokazatelj da je svijet ulazio u razdoblje recesije bio je pad vrijednosti dionica na burzama diljem svijeta, no financijska kriza bila je kratkog vijeka u odnosu na prethodnu iz 2008. zbog pravovremene regulacije od strane banke.<sup>1</sup> No, to nije značilo da bi svjetska ekonomija također mogla očekivati brzi oporavak i očekivati povratak na razine prije krize; naime, i u razdoblju prije globalne pandemije polako je započelo usporavanje globalne ekonomije te razdoblje nesigurnosti potaknuto političkim faktorima.<sup>2</sup>

Posljedice koje je ekonomska kriza ostavila na svijet u 2020-toj su pogodile mnoga područja i usporile buduće projekcije globalnog rasta.<sup>3</sup> Državne vlade su pronašle načine kako privremeno pomoći poduzetnicima da prebrode nemogućnost poslovanja, a u društvenom smislu ubrzo je ideja virtualnih događaja, konferencija, škole ili pak online kupovine postala svakodnevica. S obzirom da je sve postalo moguće obavljati iz udobnosti vlastitog doma, problem se javio kod trgovanja uslugama – a turizam pripada upravo toj skupini djelatnosti.

Naime, u srži turizma je činjenica da su ponuda i potražnja lokacijski odvojene – turist je motiviran posjetiti destinaciju upravo iz potrebe za bijegom iz svakodnevice.<sup>4</sup> Spomenute zabrane kretanja i zatvaranje granica stvorili su velika ograničenja i izazove u ovoj djelatnosti, te se smatra da je ideja sigurnog putovanja kao što je bila u vremenima prije pandemije u

---

<sup>1</sup> Dams, T., & Dekker, B. (2020): 2020 | A year of fire, Clingendael Institute

<sup>2</sup> IMF (2019): World Economic Outlook: Global Manufacturing Downturn, Rising Trade Barriers, Washington DC

<sup>3</sup> World Bank (2021): Global Economic prospects, The World Bank, Washington DC

<sup>4</sup> Galičić V., Laškarin M., 2016., Principi i praksa turizma i hotelijerstva, FTMU Opatija

potpunosti povezana sa stjecanjem “imuniteta krda”, a procijepljenost u velike ovisi o odlukama vladajućih te samih pojedinaca. U suprotnom bi vrijeme slobodnog kretanja te masovnog turizma u predvidljivoj budućnosti moglo završiti.

Za Hrvatsku, koja još uvijek ima udio turizma u BDP-u od 20% te je tek u početnim fazama diferencijacije ponude, pad masovnog turizma bi mogao donijeti značajne posljedice za budućnost turističkog tržišta. U ovom radu će se istražiti kakve posljedice se mogu iščitati iz turističke sezone 2020-te, ali i postoji li mogućnost procvata domaćeg turizma kao strategije suočavanja s novonastalom situacijom.

Kao ključno pitanje postavlja se kako se prilagoditi promjenama koje je globalna kriza potaknula u sektoru turizma. Koja determinanta potražnje je ključna za turiste u kriznom razdoblju te razdoblju koje tek slijedi kako bi hrvatsko turističko tržište opstalo? Ovim radom se namjerava kroz analizu podataka i stavova dati odgovor na to pitanje.

## **1.2. Predmet istraživanja**

Turistička potražnja je uz turističku ponudu ključna komponenta koja čini turističko tržište određene destinacije. Poznato je da je globalna turistička potražnja u porastu naročito u suvremenom periodu kada je potreba za bijegom od užurbane rutine života sve potrebija ljudima. Najčešći razlog koji se navodi kao pokretač potrebe za putovanjem jest odmor, dokolica – onaj dio vremena koji pojedinac koristi za vlastitu samo-aktualizaciju i vlastite potrebe.<sup>5</sup>

Turistička potražnja u RH također je u vremenu prije krize imala uzlazni trend tj. potražnja za Hrvatskom kao destinacijom je rasla. Obilježava ju nekoliko ključnih obilježja: sezonalnost, rast dolazaka i noćenja, pad prosječnog broja noćenja po turistu, veća potražnja za privatnim smještajem, sve manji broj domaćih turista. U nestabilnom razdoblju u koje je svijet ušao 2020-te godine pitanje je što je ključno za oporavak turističke potražnje? U slučaju kada bi restriktivne mjere potrajale dulji period vremena, a time bi dolazak stranih turista bio otežan, bili postojala mogućnost za porastom domaće potražnje? U odgovoru na postavljena pitanja bi

---

<sup>5</sup> Ibid.

se pokušala pronaći stabilnija rješenja za mogući pad turističke potražnje u budućim kriznim vremenima.

Za predmet istraživanja se uzima turistička potražnja, značajna ovisnost hrvatskog gospodarstva o stranoj potražnji, te sve manja potražnja domaćih turista. Ove činjenice su bitne za analizu posljedica koje je globalna kriza ostavila na hrvatski turizam.

Opširnije, za predmet istraživanja se uzima korelacija između turističke potražnje i globalne krize iz čije veze proizlazi nužnost redefiniranja hrvatskog turističkog tržišta. Na posljepku je bitno predložiti na koji način bi se to moglo postići.

Ovaj predmet istraživanja je značajan jer bi mogao utjecati na rekuperaciju hrvatskog turizma u kratkom roku, ali i ponuditi stabilnija rješenja za budućnost.

### **1.3. Istraživačke hipoteze**

Uz prethodno definiran problem i predmet istraživanja postavljene su sljedeće hipoteze:

***H1: Restriktivne mjere kretanja kao posljedica globalne krize uzrokovane pandemijom imale su negativan utjecaj na ukupan broj dolazaka i noćenja turista u RH***

Kao što je prethodno naglašeno, kriza uzrokovana Covidom-19 pogodila je svijet na društveno-socijalnoj ali i ekonomskoj razini. U tome je naročito stradalo tržište usluga, tržište u koje pripada i turizam. Ovom hipotezom nastojat će se dokazati negativna korelacija između novonastale krize te broja dolazaka i noćenja, parametara koji u glavnini opisuju turističku potražnju. Determinanta koja se uzima kao presudna za takve rezultate jesu restriktivne mjere kretanja koje su izravno povezane s brojem zaraženih: veći broj zaraženih je uzrok nametanja strožih mjera kretanja te posljedično manjeg broja dolazaka i noćenja.

Način na koji će se analizirati hipoteza je pomoću brojeva i podataka iz Državnog zavoda za statistiku te Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo. U analizi će se koristiti mjesečni podaci kako bi se uvidjele podudarnosti i anomalije između odabranih podataka. Podaci koji će se koristiti su dolasci i noćenja za 2019. za usporedbu s 2020. godinom, te podaci o broju zaraženih za utvrđivanje korelacije s padom broja dolazaka i noćenja u 2020.

Svrha hipoteze je utvrditi može li se prihvatiti ili odbaciti, odnosno utvrditi negativan utjecaj globalne krize na turističku potražnju.

## ***H2: Ograničenja međunarodnog kretanja kao posljedica pandemije utječu na porast domaće turističke potražnje.***

Ovom hipotezom će se pokušati procijeniti postoji li veći interes domaćeg stanovništva za Hrvatskom kao destinacijom u vremenu globalne krize uzrokovane pandemijom. Analiza će se vršiti pomoću podataka Državnog zavoda za statistiku – mjesečni dolasci i noćenja u RH za 2019. u usporedbi s 2020. te će se putem online ankete prikupiti stavovi i percepcija domaćeg stanovništva o provođenju odmora u RH kroz sljedećih 6 mjeseci.

### **1.4. Ciljevi istraživanja**

Glavni cilj istraživanja je, koristeći primarne i sekundarne podatke, utvrditi kakve promjene globalna pandemija ostavila na turističkoj potražnji u Hrvatskoj: konkretno, u kvantitativnim mjerama broja dolazaka i noćenja, u omjeru stranih i domaćih turista, ali i stavu i percepciji domaćeg stanovništva prema Hrvatskoj kao destinaciji.

Sekundarni cilj je ukazati na problem visoke ovisnosti hrvatskog BDP-a o turizmu, koji u novije doba sve više ovisi o stranoj turističkoj potražnji. Cilj je ponuditi prijedloge za stabilnija rješenja u slučaju budućih kriznih razdoblja na primjeru stranih država koje su u inicijalnom razdoblju pandemije bile strateški orijentirane na porast domaćeg turizma.

### **1.5. Doprinos istraživanja**

Doprinos ovog rada je bolje razumijevanje turističke potražnje, odnosno na koji način se motivacija i percepcija turista mijenja u slučaju globalne krize. Naglasak je na analizi ponašanja turista, postoje li promjene u odnosu na razdoblje prije krize te se pokušava doznati što je pokretač promjene u dolascima i noćenjima turista.

Također, ovaj rad bi mogao doprinijeti strani turističke ponude (hotelijerima, vlasnicima privatnoga smještaja i sl.) da dobiju bolji uvid posebice za potražnju domaćih turista. Osim toga, analizom podataka za 2020-tu mogu se izvući zaključci koje država može iskoristiti za bolju legislativu koja bi omogućila oporavak turizma i svih djelatnosti koje su direktno i indirektno vezane uz turizam.



## 1.6. Metode istraživanja

U radu će se koristiti sljedeće znanstvene metode:<sup>6</sup>

- metoda indukcije – oblik zaključivanja u kojemu se na temelju analize o pojedinim činjenicama donose sudovi u cjelini
- metoda dedukcije - zaključivanje u kojem se iz općih sudova izvode pojedinačni zaključci
- metoda analize – metoda s namjerom raščlanjivanja složenih pojmova, sudova i zaključaka na jednostavnije sastavne dijelove i elemente
- metoda sinteze – metoda znanstvenog istraživanja putem sastavljanja jednostavnih misaonih tvorevina u složene
- metoda deskripcije – metoda koja služi za opisivanje činjenica, podataka, procesa i predmeta
- metoda kompilacije – metoda koja objašnjava postupak preuzimanja rezultata tuđih znanstvenih i istraživačkih radova, odnosno njihovih stavova, mišljenja, opažanja i zaključaka
- metoda klasifikacije - sistematska i potpuna podjela općega pojma na posebne
- metoda anketiranja - metoda u kojoj se preko anketnog upitnika prikupljaju podatci i stavovi o predmetu istraživanja

## 1.7. Struktura diplomskog rada

Strukturalno rad će se sastojati od pet poglavlja.

Prvo poglavlje jest uvodni dio u kojem se objašnjava problem i predmet diplomskog rada, ciljevi rada, statističke hipoteze, odabrane metode istraživanja, doprinos istraživanja te na posljetku, struktura diplomskog rada.

---

<sup>6</sup> Metode znanstvenih istraživanja, dostupno na:

[http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni\\_mat/1\\_godina/metodologija/metode\\_znanstvenih\\_istrazivanja.pdf](http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf)

Drugo poglavlje je teorijski dio rada u kojem se definira opći pojam krize te pojedinačni pojmovi poput ekonomske i financijske krize. Zatim ovo poglavlje fokus preusmjerava na razvoj ekonomske krize u 2020-toj godini na globalnoj razini; uzrok nastanka, razvoj događaja te posljedice ekonomske krize.

Treće poglavlje, također je teorijski dio rada u kojem se fokus sužava na područje turističke potražnje, a nakon definiranja turističke potražnje i njenih čimbenika opširno se analizira turistička potražnja u Hrvatskoj; razvoj, stanje prije krize te pozitivni učinci za gospodarstvo.

U četvrtom poglavlju, empirijskom dijelu rada, bit će analizirani podaci o turističkoj potražnji u 2020-toj godini te rezultati istraživanja provedene ankete u svrhu potvrđivanja ili odbacivanja postavljenih hipoteza.

U posljednjem, petom poglavlju iznose se zaključci na temelju spoznatih činjenica u teorijskom i empirijskom dijelu rada.

Na kraju rada, bit će prikazana korištena literatura te popis korištenih slika, tablica, grafikona.

## 2. GLOBALNA EKONOMSKA KRIZA 2020.

*U ovom poglavlju opisuje se općeniti pojam krize, te pojmovi poput ekonomske krize, financijske krize i recesije. Potom se rad fokusira na Ekonomsku krizu 2020.; otkrivajući sporedne i glavne uzroke nastanka krize, prateći razvitak krize te posljedice krize prema odabranim ekonomskim pokazateljima.*

### 2.1. Pojam krize

Krize su događaji, prirodne ili ljudski uzrokovane nevolje (katastrofe) s dramatičnim, katkada i katastrofalnim učinkom.<sup>7</sup> Sama riječ “kriza” dolazi od Grčke riječi *krisis* (κρίσις), a značenje te riječi je izbor, odluka, preokret, opasnost, razlučivanje, odlučivanje.<sup>8</sup> I to je upravo odlika vremena u kojem se sada nalazimo; gledano s makro aspekta, cijeli svijet je na prekretnici između realnosti u kojoj su ljudi navikli živjeti i nove dimenzije u koju tek valja zakoračiti. Bilo da se radi o jednom poduzeću ili cijelom ekonomskom sustavu ili generalno gledajući cijelom svijetu na kojem živimo što uključuje sve sustave koji zasebno postoje, krize se događaju kako bi ukazale na nekakvu ne održivost, na problem koji postoji u svim tim sustavima koji nije bio očigledan u prošlosti te naposljetku, bez kriza ne bi bilo potrebe za usvajanjem novih koncepata - može se reći da je prirodni ciklus prosperiteta i kriza itekako potrebit za napredak.

Kriza uzrokovana pandemijom Covida-19 se može svrstati u oblik krize koji se naziva izvanredni događaj. Prema uzroku i karakteru nastanka, izvanredni događaji obuhvaćaju:<sup>9</sup>

- elementarne nepogode
- nesreće i katastrofe koje su posljedica ljudske aktivnosti (požari, eksplozije)
- ratne sukobe
- pojavu izrazito zaraznih oboljenja te nove ili nedovoljno poznate zarazne bolesti, kao i epidemije zaraznih bolesti koje karakteriziraju eksplozivnost, masovnost, visok

---

<sup>7</sup> Kružić, D. (2019.): Nastavni materijali za predmet Krizni management, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, str 1.

<sup>8</sup> Ivanović V. (2014): Pojam krize: konceptualni i metodologijski aspekti, Međunarodne studije, br.2, str. 10

<sup>9</sup> Ibid., str.21

letalitet i brzo prenošenje, čak i izvan granica zemlje (pandemije gripe, kolere i dr.) i čije su ekonomske i društvene posljedice velike

Kriza uzrokovana pandemijom Covida-19 jest globalna kriza koja utječe na sve sustave ljudske zajednice, uostalom i na ekonomiju. Ekonomska kriza teško je stanje u ekonomiji praćeno povećanjem nezaposlenosti i siromašenjem.<sup>10</sup> Obično je karakterizira manjak investicija, pad BDP-a, nestabilnost valute, pad zaposlenosti i sl. Stoga je pojava ekonomske krize u pravilu analogna političkoj krizi koja se manifestira poduzimanjem restriktivnih mjera od strane države (kao što je primjerice zatvaranje poduzeća) i povećavanjem transfera poduzetnicima kako bi ublažili posljedice ekonomske krize. Ukoliko kriza traje dulji period vremena, nastupa stanje koje se naziva recesijom. Recesija, prema brojnim analitičarima, nastupa kada realni BDP pada dva godišnja kvartala zaredom; depresija bi označavala izuzetno tešku recesiju pri kojoj pad BDP-a iznosi više od 10%.<sup>11</sup>

Financijska kriza nastupa kada se financijski sustav nije u stanju nositi s problemima koje donose asimetrične informacije u vrijeme krize; tada nije u mogućnosti ispuniti svoju ključnu ulogu učinkovite raspodjele kapitala od onih koji štede prema onima koji imaju produktivne mogućnosti ulaganja. Kako se sustav raspada, problemi asimetričnih informacija postaju intenzivniji i brojniji sve dok ne dođe do potpuno razvijene financijske krize u kojoj financijski sustav postaje neupotrebljiv i gospodarska aktivnost propada. Uobičajeni znakovi koji nalažu da je financijska kriza na pomolu su: pogoršanje bilance stanja banaka, povećanje kamatnih stopa, pad cijena imovine, povećanje nesigurnosti.<sup>12</sup>

## **2.2. Uzrok nastanka ekonomske krize 2020.**

### **2.2.1. Stanje uoči krize**

Globalni dug znatno se povećao nakon globalne financijske krize iz 2008. godine, iznoseći više od tri puta svjetskog BDP-a u 2018. godini. Glavni doprinos ovome je veliko povećanje zaduženosti poduzeća koja nisu iz sektora financiranja, pogotovo u ekonomijama u nastajanju,

---

<sup>10</sup> Ibid., str.11

<sup>11</sup> Claessens S. et al. (2009), "What Happens During Recessions, Crunches, and Busts?" IMF Working Paper, No. 08/274

<sup>12</sup> Mishkin F. (2006): *The next great globalization. How disadvantaged nations can harness their financial systems to get rich*. Princeton University Press, Princeton and Oxford, str. 50

gdje je dug poduzeća od 2008. do 2019. porastao od 56% BDP-a na 96% BDP-a, dok je u razvijenim ekonomijama rastao po istoj stopi kao i BDP. Rast duga poduzeća bi mogao biti prijetnja globalnoj ekonomiji, pogotovo u stanju krize jer nova poduzeća koja se oslanjaju na financiranje posuđivanjem sredstava riskiraju solventnost. S obzirom da se radi o poduzećima koja nisu iz sektora financiranja, država pruža ograničenu pomoć ukoliko rastući dug izmakne kontroli.<sup>13</sup>

Svjetska ekonomija ušla je u proces sinkroniziranog usporavanja, njen rast je u 2019. iznosio 3% što je najsporiji tempo još od posljednje globalne financijske krize. To je utjecalo na oslabljenje vodećih svjetskih ekonomija posebice na europskom području, SAD-u i azijskom području, dok je na ekonomije u razvoju kao što su Brazil, Kina, Indija, Meksiko i Rusija usporavanje ekonomije još više pogodilo. Nekoliko je razloga koji su doveli do globalnog usporavanja ekonomije: nagli pad proizvodnje i prodaje automobila s padom potražnje od 3% na svjetskoj razini u 2018-toj; trgovinski rat između SAD-a i Kine; manja potražnja u Kini.<sup>14</sup>

Osim povećanja zaduženosti poduzeća i usporavanja svjetske ekonomije, nekoliko događaja političke prirode je utjecalo na oslabljivanje svjetske ekonomije.

Politički proces kojim je Velika Britanija započela i završila izlazak iz Europske unije, odnosno *Brexit*, od svojih začetaka izazvao je nesigurnost zbog podijeljenosti stanovništva. Ta neizvjesnost je kroz godine imala posljedice za na ekonomiju posebice na europskom području: tržište dionica za UK i europsko područje imalo je manji uzlet nego SAD u 2016; neizvjesnost oko Brexita dovela je do odljeva kapitala i slabijeg tečaja; rastom indeksa političke neizvjesnosti bilježio se pad BDP-a što je značilo usporavanje rasta Velike Britanije.<sup>15</sup>

Trgovinski rat između SAD-a i Kine započeo je 2018-te godine time što je SAD nametnuo više tarife i druge barijere trgovanju s Kinom. Dvije najveće ekonomske sile današnjice svojim su narušenim odnosom oštetile ne samo jedna drugu – tako da su američke tarife naškodile kineskim poduzetnicima i obratno, već su i naškodile same sebi, s time da je SAD u tome svemu “izvukao deblji kraj”. U godinu dana od početka trgovinskih ratova SAD bilježi pad od 0.3 p.p. realnog BDP-a te skoro 300.000 izgubljenih poslova. Radi globalnog lanca vrijednosti

---

<sup>13</sup> Abraham, F., Cortina J., Schmukler S. (2020): Growth of Global Corporate Debt: Main Facts and Policy Challenges, World Bank Group, Working Paper 9394

<sup>14</sup> IMF (2019): World Economic Outlook: Global Manufacturing Downturn, Rising Trade Barriers, Washington DC, str. 1

<sup>15</sup> Kierzenkowski, R., et al. (2016), "The Economic Consequences of Brexit: A Taxing Decision", *OECD Economic Policy Papers*, No. 16, OECD Publishing, Paris, str. 11-13

nesumnjivo je kako je trgovinski rat pridonio i gubitcima u svjetskoj ekonomiji, pri tome je dodatno oslabljujući.<sup>16</sup>

### 2.2.2. Vodeći uzroci krize

Pandemija Covid-19 je najsmrtonosnija je pandemija novog doba, a utjecaj koji je ostavila na svijet mjerljiv je s onim koji je ostavila Španjolska gripa. Prvi slučajevi zabilježeni su u Wuhanu, Kini u prosincu 2019-te godine, pandemiju je proglasio WHO 11. ožujka 2020., te od tada pa do današnjice pandemija je u tijeku. Posljedica izbijanja pandemije bila je, ukratko, potpuno razaranje stvarnosti kakvu su ljudi do tada poznavali: odgađanje sportskih, religijskih, političkih i kulturnih događanja, panika koja je dovela do manjka zaliha proizvoda u trgovinama, zatvaranje škola i vrtića, te krah zdravstvenog sustava.

Kao direktnu posljedicu brzog širenja virusa vlade diljem svijeta su uvele tzv. *lockdown*, drugim riječima ograničenja kretanja ljudi s ciljem suzbijanja zaraze. To se nastojalo kroz različite političke mjere kao što su zatvaranje granica, policijski sat, pa čak i potpuna nemogućnost kretanja osim u opravdanim slučajevima. Zbog toga su patile brojne industrije; posebice industrija zabave i uslužne djelatnosti među koje spada i turizam.

Usporavanje industrije i politička previranja u razdoblju prije pandemije ukazali su na nestabilnu fazu pred kojom se svjetska ekonomija tada nalazila, no nitko nije očekivao iznenadan udar pandemije koji je zasigurno glavni uzrok financijske recesije.

Jedna od posljedica pandemije bio je rat cijenama nafte između Saudijske Arabije i Rusije koje je započeo u ožujku 2020. Kao posljedica zakona ograničenja kretanja kojim su maksimalno ograničena bilo kakva kretanja došlo je do naglog pada potražnje za gorivom. Prethodno poslovni partneri, Rusija i Saudijska Arabija nisu uspjele postići dogovor oko cijena nafte. Posljedično, cijena nafte je pala za 34% na američkom tržištu, a cijena sirove nafte za 26% - na toliko niskoj razini cijene koja nije zabilježena još od 1991.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Zandi M., Rogers J., Cosma M., (2019): Trade War Chicken: The Tariffs and the Damage Done, Moody's Analytics, str. 2-4

<sup>17</sup> CNN: Oil crashes by most since 1991 as Saudi Arabia launches price war (2020), dostupno na: <https://edition.cnn.com/2020/03/08/investing/oil-prices-crash-opec-russia-saudi-arabia/index.html>, pristupljeno: 7.3.2021.

### 2.3. Razvoj krize

U ranoj veljači 2020-te financijski analitičari tada još nepoznatom virusu Covid-19 nisu pridavali puno važnosti, očekujući da će bolest ostati na području grada Wuhana u Kini. Neki analitičari su se brinuli o posljedicama koje bi to moglo ostaviti na globalni lanac opskrbe ili pak potaknuti još veće usporavanje industrije zbog ograničenja kretanja u Kini. Ipak, stanjem na tržištu je i dalje dominiralo uvjerenje da je novi koronavirus privremeni zastoj, ograničen na Kinu; to se ubrzo promijenilo. U razdoblju od siječnja do ožujka je globalni pad vrijednosti dionica na tržištu dosegao nevjerojatnih 13 bilijuna USD. Paralelno, rat cijenama nafte između Rusije i Saudijske Arabije i urušavanje europske ekonomije bile su presudne za kolaps burze koji je uslijedio.<sup>18</sup>

Postoji nekoliko povijesno značajnih datuma kojim se označava krah burze, nakon čega je kao posljedica nastala globalna recesija. Prvi je 9. ožujka 2020. kolokvijalno nazvan “Crnim ponedjeljkom”, a obilježava ga nagli pad financijskih indeksa, dok su udjeli dionica širom svijeta imali najgori dan od financijske krize 2008. Nakon toga je uslijedio 12. ožujka 2020., takozvani “Crni četvrtak” kada je povjerenje investitora doseglo najniži nivo, a razlozi tomu bili su najava predsjednika Trumpa da na snagu stupa tridesetodnevna zabrana putovanja iz schengenskog područja i odluka Europske središnje banke da ne smanjuje kamatne stope unatoč tržišnim očekivanjima.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Dams, T., & Dekker, B. (2020): 2020 | A year of fire, Clingendael Institute, str. 7

<sup>19</sup> Ibid., str. 7

**Slika 1. Pad vrijednosti dionica njujorške burze u ožujku 2020.**



Izvor: Statista, dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/1104270/weekly-sandp-500-index-performance/>

Na grafu je prikazan burzovni indeks S&P 500 koji u širem smislu ocjenjuje vrijednost dioničkih društava čijim se dionicama trguje u SAD-u. Od kraja veljače kada je postalo jasno da se bolest širi na ostatak svijeta ovaj indeks naglo pada, a samo dno doživljava sredinom ožujka. Slično je stanje bilo i sa europskim FTSE 100 indeksom te kineskim SSE indeksom.

Drastični pad tržišta se napokon stabilizirao tek 23. ožujka zahvaljujući intervenciji Američke središnje banke. Kako bi smirila nestabilnost financijskih tržišta, središnja banka je najavila da će 23. ožujka 2020. otkupiti onoliko duga koliko je potrebno za jačanje tržišta stambenog fonda i državnih obveznica. Uz ovo, FED se obvezao na kupnju korporativnih obveznica, uključujući najrizičniji dug investicijske klase, i obećao veću podršku malim poduzećima. Od tada se bilježi porast indeksa S&P 500, kao i ostalih navedenih burzovnih indeksa. Što se tiče Europe, EU je najavio ekonomski odgovor u iznosu od 4,2 bilijuna eura, koristeći potpunu fleksibilnost fiskalnih pravila EU-a, provodeći inicijativu ublažavanja rizika od nezaposlenosti u hitnim slučajevima (SURE) i te financijsku podršku ESM-a u obliku zajmova državama članicama.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Ibid., str. 8



Financijska pomoći i obećavajuće vijesti o cjepivima pomogli su da se tržišta dionica, unatoč svim očekivanjima, vrati na razinu prije krize u drugoj polovici 2020. godine. Međutim, ovo nije značilo olakšanje svim industrijama. Neke industrije koje je posebno pogodila pandemija poput putovanja, turizma i industrije razonode i dalje se bore. S druge strane, tvrtke i industrije koje pomažu kućnim aktivnostima, poput Zoom-a koji podržava povezivanje, Amazona koji pruža mogućnosti e-trgovine ili Moderne, jedne od vodećih tvrtki za istraživanje cjepiva, zabilježile su rast cijena dionica.<sup>21</sup>

## 2.4. Posljedice krize

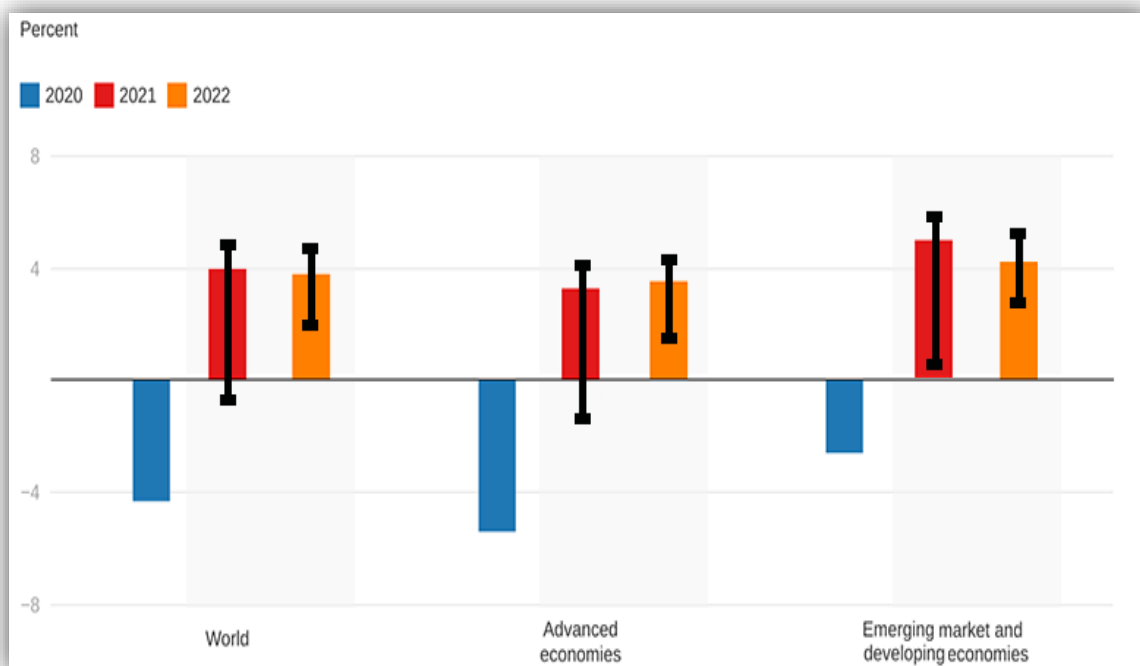
Iako je pad tržišta dionica bio kratkotrajan te su pri oporavku čak postavljeni novi pozitivni rekordi spomenutih indeksa, duboka recesija kao posljedica dugih razdoblja ograničenog kretanja zahvatila je cijeli svijet. U drugoj polovici 2020-te Covid-19 se nastavio širiti, što je natjeralo većinu gospodarstava da ponovno uvedu stroge mjere, iako ovaj put mjere su bile preciznije u ciljanju određenih skupina kako bi se što manje naškodilo posrnulim ekonomijama. Iako je bilo riječi o oporavku u doglednoj budućnosti, izlazak iz recesije je u direktnoj vezi sa stavljanjem pandemije pod kontrolu. Dubina ove recesije, kakva se zadnji put zabilježila nakon Drugog svjetskog rata, zahtijevat će dulji period kako bi se ekonomija vratila na stanje prije pandemije.

Procjenjuje se da globalna ekonomija 2020. doživjela pad realnog BDP-a od 4.3%; što se tiče razvijenih gospodarstava (SAD, Eurozona, Japan) realni BDP bilježi pad od 5.4%, dok gospodarstva u razvoju s Kinom koja je postigla iznimno brz oporavak – imaju pad od 2.6%.

---

<sup>21</sup> Statista (2020): COVID-19 Economic downturn and recovery, dostupno na: <https://www.statista.com/study/72052/covid-19-economic-downturn-and-recovery/>, pristupljeno: 14.3.2021.

**Slika 2. Kretanje globalne ekonomije (2020-2022)**



Izvor: World Bank (2021): Global Economic Prospects

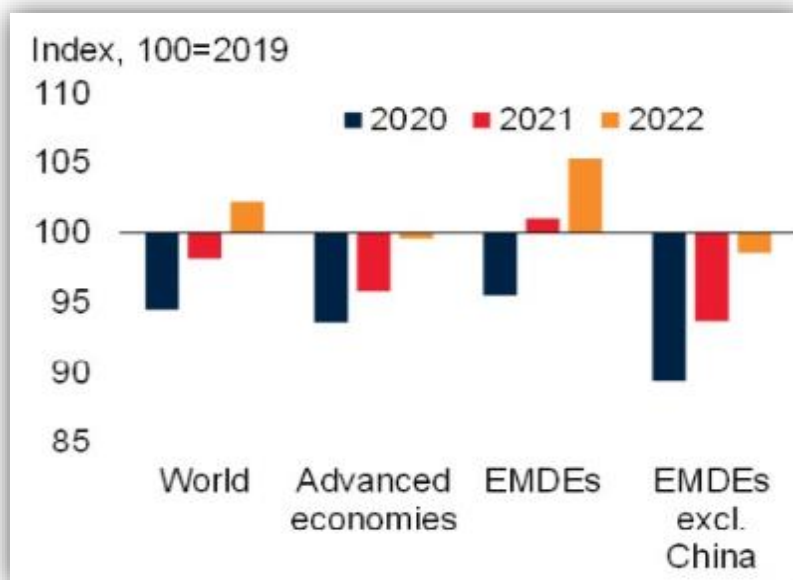
Iako je predviđen rast od 4% za 2021. godinu na svjetskoj razini u slučaju stavljanja pandemije pod kontrolu, čak i s takav rast globalne ekonomije bi bio na razini ispod pred-pandemije za čak 5.3%, dok se 2022. godine očekuje umjereniji rast od 3.8%, razini manjoj za 4.4% od one prije pandemije; ovo ukazuje na trajnu štetu koju je uzrokovala globalna kriza kao posljedica pandemije i dug put prema oporavku za svjetsko gospodarstvo. Crne linije na grafikonu predstavljaju intervale - moguće vrijednosti realnog BDP-a u narednim godinama. Kao što se da zaključiti, postoji mnoštvo scenarija, pa čak i onaj negativnog svjetskog BDP-a u slučaju da broj zaraženih ostane visok, a proces cijepljenja spor.

Prema očekivanjima, razvijena gospodarstva bi se trebala imati rast od 3.3% u 2021. te 3.5% u 2022. Za gospodarstva u razvoju, projekcije nalažu rast od 5% za 2021. te 4.2% za 2022. Intervali kao i kod analize svjetskog BDP-a uvelike variraju zbog nesigurnosti ishoda pandemije.<sup>22</sup>

<sup>22</sup> World Bank (2021): Global Economic prospects, The World Bank, Washington DC, str. 5

Pad investiranja najviše je pogodio zemlje u razvoju ukoliko se isključi Kina, iako je rizik za investitore doveo do pada investicija u cijelom svijetu, a malo poboljšanje očekuje se tek 2022. u slučaju da se situacija stabilizira.

**Slika 3. Razina investiranja (2020-2022)**



Izvor: World Bank (2021): Global Economic Prospects

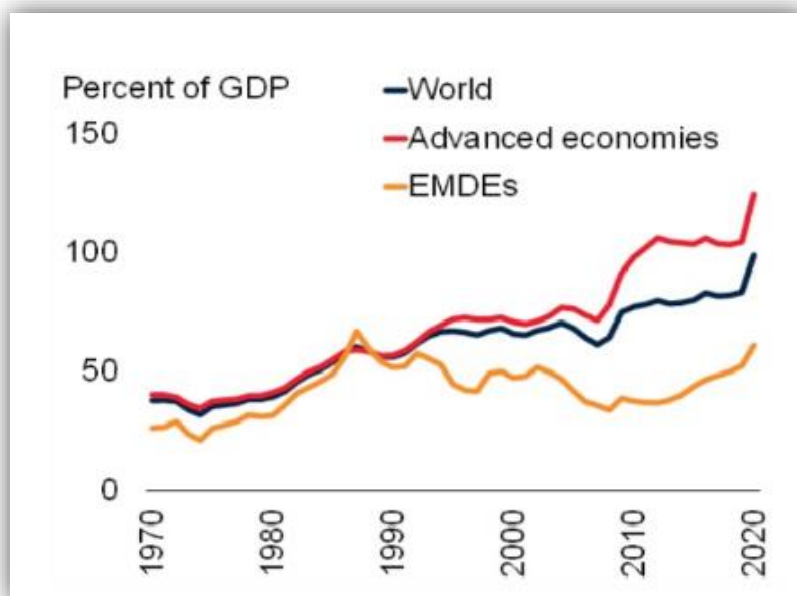
Pad investicija u rizičnijim uvjetima koje je donijela nova kriza odrazio se i na još veće razine duga u 2020. Najviši bruto državni dug u 2020. imao je Japan s 266.2% državnog BDP-a, a slijedio ga je SAD.<sup>23</sup> Države su globalno bile prisiljene davati poticajne pakete zbog općeg društvenog kolapsa, a visoki dug čini državu kao zajmoprimca ranjivijom na promjene u ponašanju investitora. Ovo se poglavito odnosi na riskantne dužnike i zemlje u razvoju koje su ovisne o priljevima kapitala za financiranje velikih fiskalnih i vanjskih deficita.<sup>24</sup>

Na grafikonu se vidi rast svjetskog duga, posebice u desetljeću koje je prethodilo Covid-19 krizi, što je bio indikator da većina država nije bila spremna na krizu koja je uslijedila.

<sup>23</sup> Statista (2021): Gross government debt as a share of GDP in advanced economies 2001-2020, dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/1034357/gross-government-debt-as-a-share-of-gdp-in-advanced-economies/>, pristupljeno: 27.3.2021.

<sup>24</sup> World Bank (2021): Global Economic prospects, op.cit. str. 7

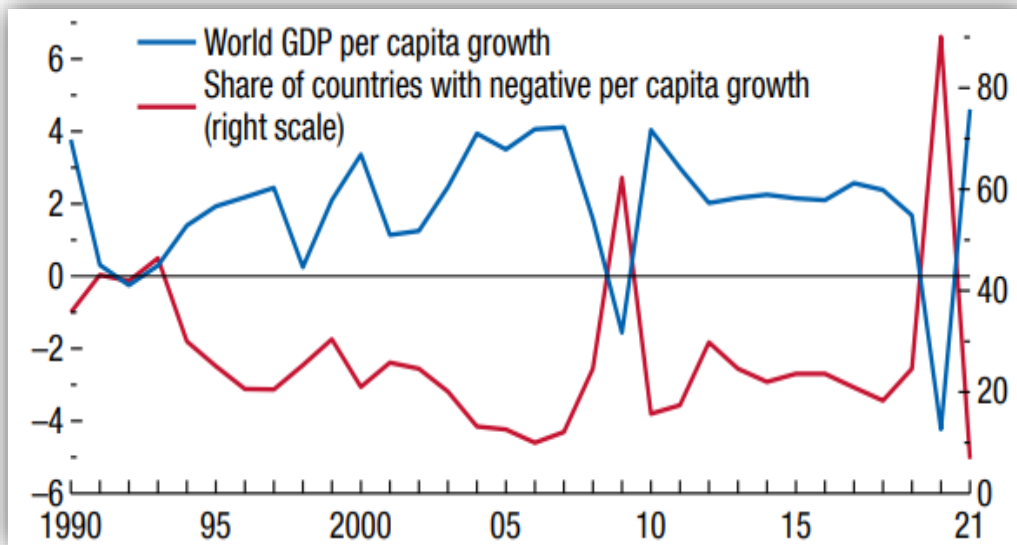
**Slika 4. Rast svjetskog duga**



Izvor: World Bank (2021): Global Economic Prospects

Osim pada realnog BDP-a, veliki broj zemalja je imao negativan BDP per capita, premašujući broj zemalja s negativnim spomenutim pokazateljem u zadnjoj finansijskoj krizi iz 2008. Na grafikonu ispod nalazi se kretanje svjetskog BDP-a per capita u zadnjih 30 godina koji je prikazan plavom linijom. Kada BDP per capita pada, analogno raste broj zemalja s negativnom vrijednosti tog pokazatelja. Po grafu se vidi da je taj jaz puno dublji za Covid-19 recesiju u usporedbi s posljednjom krizom.

Slika 5. Kretanje BDP-a per capita



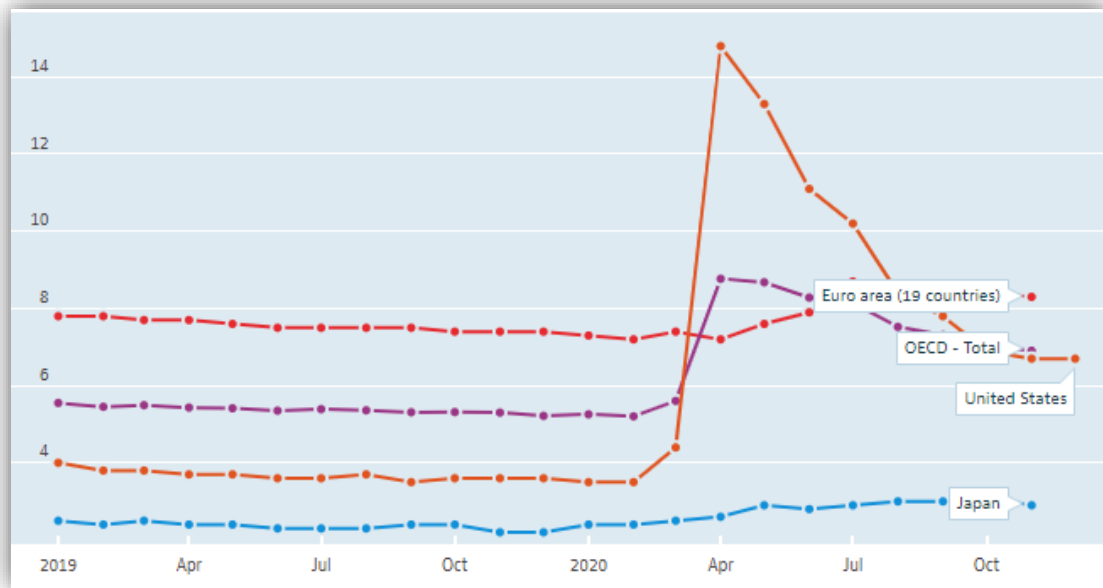
Izvor: IMF World Economic Outlook, The great lockdown; April 2020.

To znači manje raspoloživih sredstava po osobi, stoga manje plaće, manje zaposlenih, rast siromaštva. Recesija je povećala ekonomsku nejednakost između bogatih i siromašnih zemalja, jer je prema grafikonu 90% zemalja u razvoju imalo negativan BDP per capita za 2020. godinu.

Pandemija je utjecala i na manji broj radnih sati, manju produktivnost, ali i potpuni gubitak poslova. Ekonomska kriza pogodila je najviše najugroženije skupine na tržištu rada: radnike s nižim plaćama, mlade, žene, samozaposlene i privremene radnike.<sup>25</sup>

<sup>25</sup> OECD (2020): Employment Outlook 2020, dostupno na: <https://www.oecd.org/employment-outlook/2020/#report>, pristupljeno: 27.3.2021.

**Slika 6. Postotak nezaposlenosti (2019-2020)**

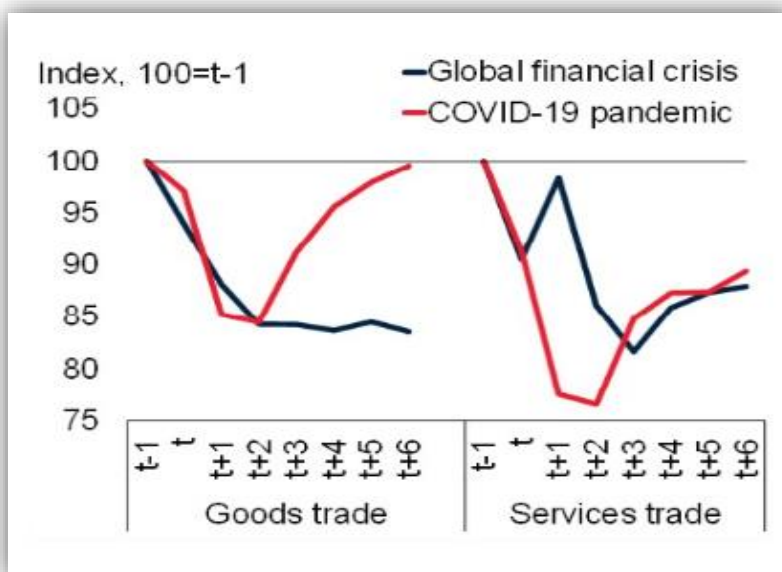


Izvor: OECD (2021), dostupno na: <http://www.oecd.org/sdd/labour-stats/unemployment-rates-oecd-update-january-2021.htm>

Sve linije na grafikonu pokazuju tendenciju rasta nakon pada tržišta dionica u ožujku 2020. što znači da je porastao broj nezaposlenih u tom razdoblju, no taj trend se znatno razlikuje po odabranim područjima. Najveći šok u rastu nezaposlenosti pretrpio je SAD, bilježeći skok nezaposlenosti sa 4.4% u ožujku na čak 14.8% u travnju te dulji period visoke nezaposlenosti koji je uslijedio. Sva promatrana područja bilježe tendenciju u padu nezaposlenosti krajem 2020., iako je taj parametar ostao na višoj razini nego onoj prije pandemije.

Ekonomska kriza se očitovala i u padu trgovine robom i uslugama, što je prikazano na grafikonu ispod.

Slika 7. Trgovina robom i uslugama



Izvor: World Bank (2021): Global Economic Prospects

Na grafikonu je prikazana usporedba trgovine robom i uslugama; znatne razlike su vidljive u komparaciji s prošlom financijskom krizom. Oznaka “t” za razdoblje Covid-19 krize se odnosi na ožujak 2020, a ista oznaka se za razdoblje financijske krize iz 2008-me odnosi na studeni 2008. Može se iščitati brz pad trgovine robom, ali isto tako i brži oporavak nego u doba globalne financijske krize 2008. Tome je išao u korist i pad potražnje usluga, kao i otpornost globalnih lanaca vrijednosti. S druge strane, trgovina uslugama i dalje je u depresiji, dijelom i zbog ograničenja putovanja koja ograničavaju turizam.<sup>26</sup>

Ekonomska kriza 2020-te je utjecala na ponašanje kupaca, te bi se u budućnosti kao posljedica krize ponašanje potrošača moglo uvelike promijeniti. Indeks povjerenja potrošača (CCI) bio je u laganom padu od 2018-te, a 2020. doživljava nagli pad koji je tu cijelu godinu ostao na razini ispod 100; što znači da potrošači imaju negativan pogled na budućnost gospodarstva, a to povećava njihovu tendenciju prema štednji i manjoj potrošnji.<sup>27</sup> Iako je CCI bio u uzlaznom trendu, manji pad je zabilježen u studenom i prosincu 2020. Potrošači su bili spremni kupiti, no restriktivne mjere su im onemogućile da taj novac potroše na usluge kao što su odlasci u

<sup>26</sup> World Bank (2021): Global Economic prospects, op.cit. str. 10

<sup>27</sup> OECD (2021); Consumer confidence index (CCI), dostupno na: <https://data.oecd.org/leadind/consumer-confidence-index-cci.htm>, pristupljeno: 27.3.2020.

restorane i putovanja, stoga su potrošnju preusmjerili na kupnju robe kako bi se prilagodili novoj svakodnevi.

Smatra se da će pandemija imati veliki utisak na ponašanje potrošača u budućnosti. Neki od novih trendova koji se očekuju su: povećanje svijesti potrošača o održivosti; veća želja za spontanošću i jednostavnošću; događaji na otvorenom, povezanost s prirodom; korištenje tehnologije za komunikacije i sigurniju kupnju; traženje veće fleksibilnosti u aktivnostima; veća uključenost u političke i socijalne probleme; potreba za višim higijenskim standardima; beskontaktna usluge; kupnja povoljnijih usluga i pažljivija potrošnja.<sup>28</sup> Prilagođavanje ovim trendovima bit će od vitalne važnosti za postojeća i nova poduzeća, posebice za tercijarni sektor koji je najteže pogođen ovom krizom.

#### 2.4.1. Posljedice krize za turizam

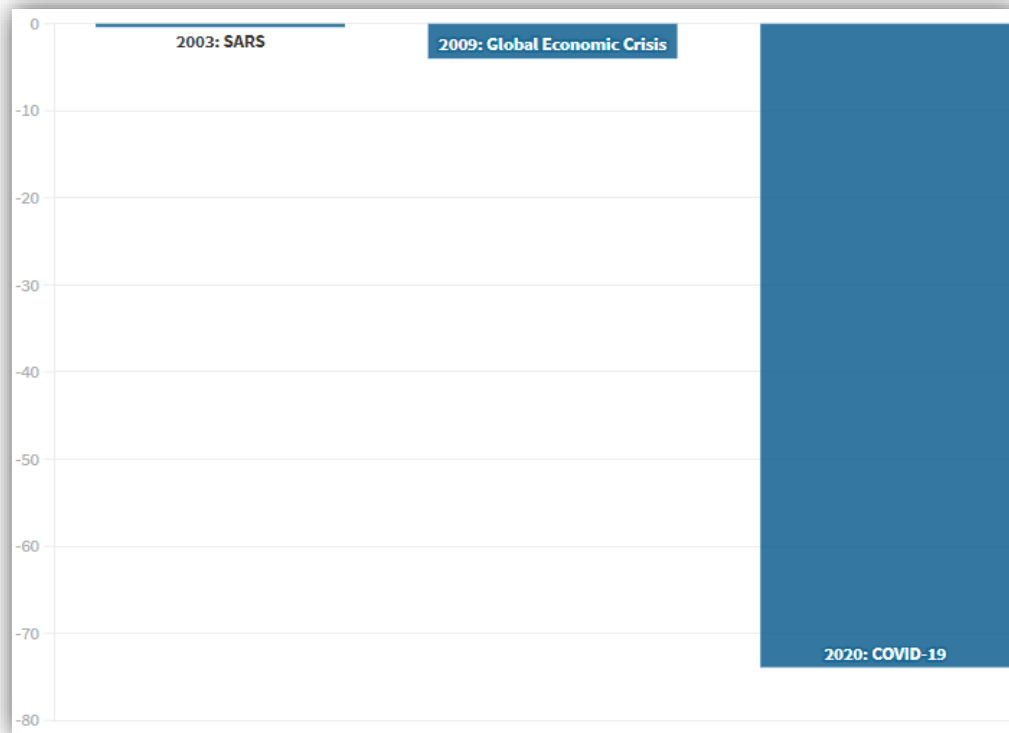
Kao što je spomenuto, radi prirode aktualne krize što u prvom redu podrazumijeva ograničenja kretanja kako bi se suzbilo širenje zaraze, tržište usluga je podnijelo značajne gubitke. Osim toga, s obzirom da se djelatnosti ugostiteljstva i turizma baziraju na kretanju i bliskosti ljudske populacije, smatra se da će za njihov oporavak trebati duže vrijeme nego za ostale djelatnosti. Na grafikonu ispod nalazi se prikaz pada broja turističkih dolazaka na globalnoj razini, u usporedbi s ostalim kriznim razdobljima.

---

<sup>28</sup> Euromonitor (2021): Top 10 Global Consumer Trends in 2021, dostupno na: <https://blog.euromonitor.com/top-10-global-consumer-trends-in-2021/>, pristupljeno: 27.3.2020.



**Slika 8. Pad globalnih turističkih dolazaka – usporedba**



Izvor: UNWTO: 2020: A year in review, dostupno na: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020>

Na grafikonu je jasno vidljiva razlika između prethodnih kriznih razdoblja i aktualne krize; 2003. kada je izbila pandemija SARS-a dolasci turista bili su manji za 2 milijuna turista što je značilo pad turističke potražnje od 0,4%; 2009. pad je bio nešto oštriji - dolasci manji za 37 milijuna turista što je pad turističke potražnje od 4%; 2020. bilježi ekstremno pad u turističkim dolascima – 1,1 milijardu dolazaka manje, što je pad turizma od 74%. Turistički dolasci su se 2020. spustili na razinu na kojoj su bili 1990. godine. To je stvorilo velike novčane gubitke u industriji turizma koji su svakako povezani s globalnim BDP-om; pad turističke potražnje je svjetsku ekonomiju koštao preko 2 bilijuna američkih dolara.

Glavne prepreke koje stoje na putu k oporavku globalnog turizma, prema UNWTO-u su: ograničenja kretanja, slabo zadržavanje širenja virusa, gospodarska okolina, manjak koordiniranog odgovora na situaciju među državama, nisko povjerenje potrošača, spor povratak letova. Ograničenja kretanja su najvažniji razlog, dok primjerice nizak indeks

povjerenja potrošača nije jedan od glavnih faktora koji stoji kao prepreka oporavku industrije turizma.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> UNWTO: 2020: A year in review, dostupno na: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> , pristupljeno: 27.3.2020.

### 3. TURISTIČKA POTRAŽNJA U RH

*U poglavlju se opisuju opći pojmovi turističke potražnje; razvitak turističke potražnje u RH; analiza potražnje u pred-kriznom razdoblju te pozitivni učinci za gospodarstvo Hrvatske.*

#### 3.1. Pojam turističke potražnje

Turistička potražnja je sposobnost nekog tržišnog segmenta potrošača da u određenom vremenu i po određenim cijenama apsorbira određenu količinu proizvoda ili usluga.<sup>30</sup>

Na mogućnost formiranja turističke potražnje utječu brojni čimbenici koji se najčešće dijele na:<sup>31</sup>

- Ekonomske (veličina prihoda, visina cijena)
- Socijalne (moda, prestiž)
- Političke (državne mjere)

U slučaju da je mogućnost formiranja turističke ponude omogućena, primjerice da je većina ljudi zaposleno i prima dohodak, putovanje se smatra formom prestiža, te su državne granice otvorene za turiste, i dalje su potrebne dvije osnovne pretpostavke kako bi turistička potražnja mogla postojati; slobodno vrijeme koje čovjek troši po svojoj volji (dokolica) i slobodna sredstva – onaj dio kućnog budžeta koji ostaje nakon podmirenja primarnih potreba. To su objektivni faktori turističke potražnje, a postoje i oni subjektivnog karaktera, drugim riječima iracionalni faktori kao što su moda, oponašanje, navike, snobizam, prestiž, vjera, ljubav i sl.<sup>32</sup>

Najznačajnije karakteristike turističke potražnje su:<sup>33</sup>

- Dislociranost od turističke ponude – turist (potražnja) putuje u destinaciju (ponuda)
- Heterogenost - različitosti u starosti i nacionalnosti turista, načinima organiziranja turističkih aktivnosti te platežnoj sposobnosti
- Elastičnost - visok stupanj elastičnosti turističke potražnje
- Sezonski karakter - veća potražnja zimi/ljeti

---

<sup>30</sup> Galičić V., Laškarin M., 2016., Principi i praksa turizma i hotelijerstva, FTMU Opatija, str 16.

<sup>31</sup> Ibid. str. 17

<sup>32</sup> Ibid. str. 16 i 18

<sup>33</sup> Ibid., str. 18-20

Elastičnost turističke potražnje je pokazatelj odnosa između relativnih promjena opsega potražnje neke turističke usluge i promjene njezine cijene (cjenovna elastičnost) ili pak između relativnih promjena opsega potražnje i relativnih promjena dohotka potrošača (dohodovna elastičnost). Dakle, kretanje turističke potražnje je zavisno od kretanja cijena ili dohotka stanovništva. Uzroci visoke elastičnosti turističke potražnje mogu biti: individualni razlozi (zadovoljstvo, preferencije, želje), ekonomski razlozi (visina raspoloživog prihoda, cijene turističkih usluga), neekonomski razlozi (politička i socijalna nesigurnost, krizna žarišta).<sup>34</sup>

## **3.2. Analiza turističke potražnje u RH**

### **3.2.1. Osnovni pokazatelji razvoja turizma u RH**

Hrvatski turizam nedvojbeno je rastao u zadnjih 40 godina kada je započelo razdoblje masovnog turizma, uz iznimku ratnih godina; pokazatelji kojima se mjeri razvoj turizma su broj postelja, broj turista, broj noćenja, prosječan broj noćenja po postelji i prosječan broj noćenja po dolasku turista.

---

<sup>34</sup> Ibid. str. 20

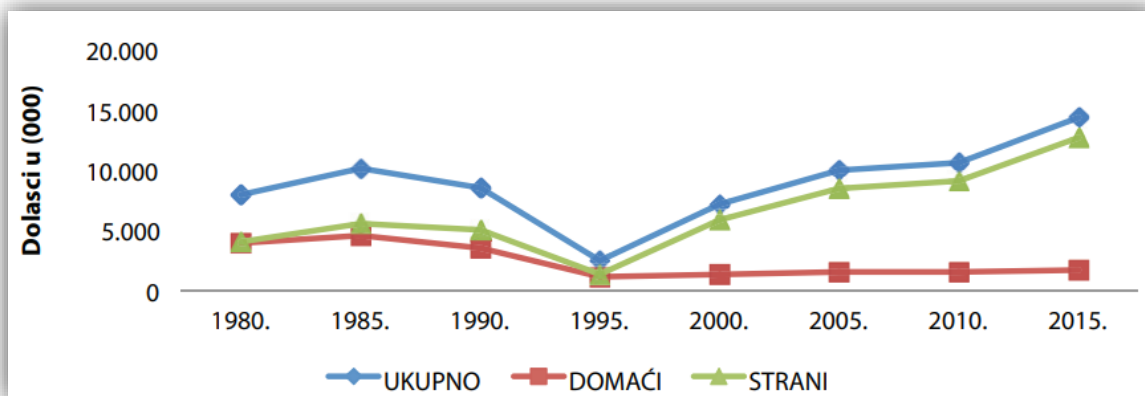
**Slika 9. Broj postelja prema vrsti objekta (1980.-2015.)**

	1980.	1985.	1990.	1995.	2000.	2005.	2010.	2015.
Hoteli i aparthoteli	113.177	127.802	142.917	138.535	126.656	115.776	122.879	135.322
Turistička naselja	41.715	51.065	58.201	61.389	64.593	61.991	31.891	30.836
Kampovi	232.960	278.779	292.934	260.764	210.148	217.324	232.134	237.758
Privatne sobe	196.034	246.995	264.092	125.370	273.833	400.454	428.464	575.428
Lječilišta	1.045	2.292	2.906	2.683	2.830	2.258	2.547	2.510
Radnička odmarališta	68.228	76.061	69.319	6.996	11.657	11.124	7.429	2.749
Odmarališta za djecu / hosteli	25.742	27.397	19.853	3.321	6.192	4.667	5.934	11.692
Ostalo	13.099	9.860	12.458	9.568	14.279	95.616	78.673	33.017
UKUPNO	692.000	820.251	862.680	608.626	710.188	909.210	909.951	1.029.312

Izvor: HTZ (2018): Turizam u brojkama 2017., raspoloživo na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202017%20FINAL.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf), pristupljeno: 8.4.2021.

Cjelokupno, broj postelja je u apsolutnom iznosu porastao za 337.312 postelja u promatranom periodu između 1980. i 2015., ili za 33% u relativnom iznosu. Situacija se promijenila znatno u udjelu privatnog smještaja u sveukupnim smještajnim kapacitetima - 1980. taj udio je iznosio 28%, a 2015. čak 56%. Za usporedbu, hoteli su 1980. činili 16% smještajnih kapaciteta, dok 2015. njihov se udio smanjio na 13%. Rast privatnika u turizmu je općepoznata činjenica i svojevrsan problem jer to privlači turiste niže platežne moći, a to implicira manju korist za državu jer su ukupni prihodi niži od očekivanih s obzirom na broj dolazaka.

**Slika 10. Dolasci turista (1980.-2015.)**

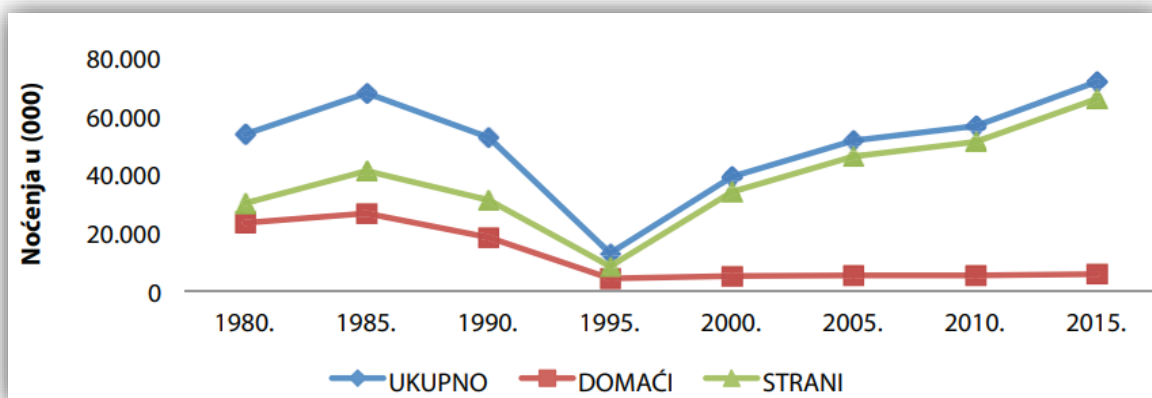


Izvor: HTZ (2018): Turizam u brojkama 2017., raspoloživo na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202017%20FINAL.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf), pristupljeno: 8.4.2021.

Od početka razvoja turizma u Republici Hrvatskoj, turistička potražnja se primjetno smanjila što se tiče domaćih turista, dok su se dolasci stranih turista utrostručili i u današnjici čine skoro 90% ukupne turističke potražnje. Za razdoblje pandemije to predstavlja pravi izazov jer se upravo domaći turizam smatra rješenjem ukoliko inbound turizam bude onemogućen na dulji period zbog zatvaranja država.

Što se tiče noćenja turista, također se primjećuje sve manji interes domaćih turista za turističkom ponudom.

**Slika 11. Noćenja turista (1980.-2015.)**

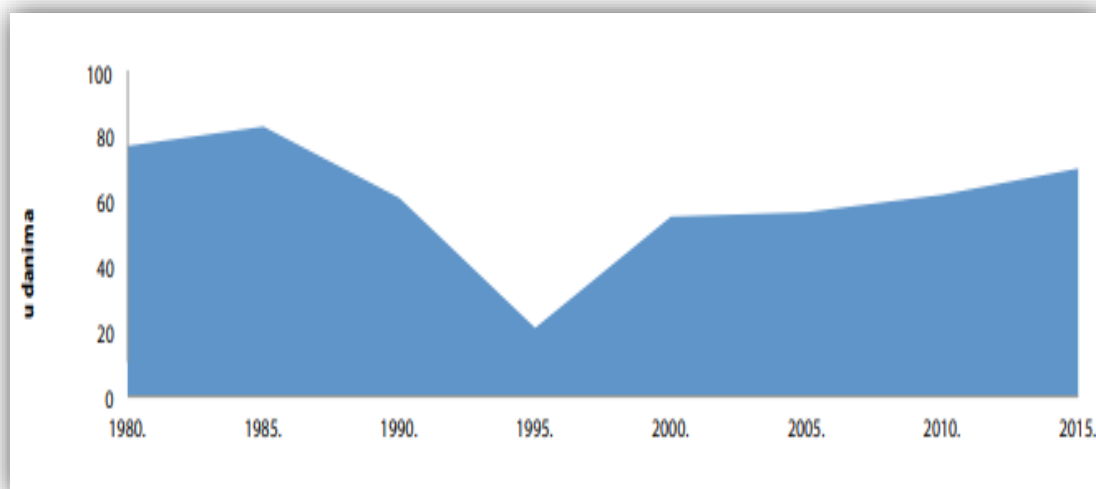


Izvor: HTZ (2018): Turizam u brojkama 2017., raspoloživo na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202017%20FINAL.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf), pristupljeno: 8.4.2021.

Prema navedenim podacima, očekivano dominira broj stranih turista koji prenoće sa približno 5 noćenja po dolasku u prosjeku, a radi sezonalnosti javljaju se veće oscilacije prema godišnjim dobima. Valja napomenuti da je prosječan broj noćenja stranih turista pao u odnosu na 1980. kada je iznosio 7 noćenja po turistu, a razlozi bi mogli ležati u trendu kraćih zadržavanja u destinaciji i želje turista da “obiđu što više”. Ipak, još veći pad u noćenjima se vidi upravo kod domaćih turista; 80-tih je domaći turist noćio prosječno 6 dana, a 2015. je prenoćio približno 3.5 dana.

Broj prosječnih noćenja po postelji također se uzima kao mjerilo razvijenosti turizma destinacije; na grafu je vidljivo da se vrhunac u broju prosječnih noćenja po postelji (danima zauzetosti) odvio 80-tih, a prema novijim podacima ta razina kasnije nije dostignuta.

**Slika 12. Broj prosječnih noćenja po postelji**



Izvor: HTZ (2018): Turizam u brojkama 2017., raspoloživo na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202017%20FINAL.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf), pristupljeno: 8.4.2021.

Generalni zaključak jest da se iz navedenih parametara može uvidjeti porast potražnje za turističkom ponudom u RH, no činjenica je da se hrvatsko tržište smatra jeftinijom alternativom u odnosu na druge vodeće destinacije u polju turizma, a porast ponude jeftinijih smještajnih kapaciteta tome ide u prilog. Druga činjenica jest da se obujam domaćeg turizma smanjio, a unatoč rastu strane potražnje bilježi se sve manje prosječnih noćenja po turistu – manje noćenja i više prihoda za iznajmljivače.

### 3.2.2. Analiza turističke potražnje 2019. godine

U pred-kriznom razdoblju, za hrvatsko turističko tržište bi se moglo reći da je bilo u fazi zrelosti; na raskrižju zastarjele ponude iz doba masovnog turizma “sunca, mora i plaža” i pomlađivanja destinacijskog proizvoda uz pomoć ponude personalizirane vrijednosti. Zrelost destinacije je potvrđena i rekordnim brojem dolazaka i noćenja za 2019.; oko 19,5 milijuna dolazaka turista, te više od 91 milijuna noćenja.

Analizom dolazaka stranih i domaćih turista prema vrstama objekta može se doznati detaljnije o turističkoj potražnji u pred-kriznom razdoblju.



**Slika 13. Dolasci stranih i domaćih turista po vrstama objekata (u 000)**

	STRANI			DOMAĆI		
	2018.	2019.	INDEKS 2019./18.	2018.	2019.	INDEKS 2019./18.
Hoteli	5.325	5.610	105,4	960	1.030	107,3
Turistička naselja	499	556	111,4	57	65	114,0
Turistički apartmani	199	183	92,0	14	15	107,1
Kampovi	2.841	2.687	94,6	79	82	103,8
Kućanstva	7.023	7.381	105,1	659	754	114,4
Lječilišta	4	3	75,0	8	9	112,5
Odmarališta	7	7	100,0	10	10	100,0
Hosteli	329	325	98,8	121	115	95,0
Ostalo	412	600	145,6	108	127	117,6
Nekategorizirani objekti	6	1	16,7	6	5	83,3
UKUPNO	16.645	17.353	104,3	2.022	2.212	109,4

Izvor: HTZ (2020): Turizam u brojkama 2019., raspoloživo na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202019%20%281%29.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf), pristupljeno: 13.4.2021.

Prema glavnim kategorijama objekata strani turisti najviše preferiraju hotele, kampove i kućanstva, s time da potražnja za kampovima bilježi pad u odnosu na 2018. Najveći rast potražnje prema indeksu bilježe turistička naselja, također povećanu potražnju bilježe i kod domaćih turista. Najviše stranih turista biraju kućanstva tj. privatni smještaj, a isto vrijedi i za domaće turiste, gdje je indeks porasta potražnje za kućanstvima u odnosu na prošlu godinu najveći. Stoga, u razdoblju prije krize trend potražnje za jeftinijim smještajem i dalje vrijedi.

**Slika 14. Noćenja stranih i domaćih turista po vrstama objekata (u 000)**

	STRANI			DOMAĆI		
	2018.	2019.	INDEKS 2019./18.	2018.	2019.	INDEKS 2019./18.
Hoteli	17.562	17.680	100,7	2.114	2.261	107,0
Turistička naselja	2.919	3.229	110,6	199	229	115,1
Turistički apartmani	1.206	1.081	89,6	45	52	115,6
Kampovi	18.815	17.797	94,6	460	453	98,5
Kućanstva	40.462	41.229	101,9	2.920	3.301	113,0
Lječilišta	30	26	86,7	77	81	105,2
Odmarališta	49	48	98,0	58	55	94,8
Hosteli	830	828	99,8	275	270	98,2
Ostalo	1.280	2.222	173,6	284	356	125,4
Nekategorizirani objekti	22	7	31,8	45	37	82,2
UKUPNO	83.175	84.147	101,2	6.477	7.095	109,5

Izvor: HTZ (2020): Turizam u brojkama 2019., raspoloživo na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202019%20%281%29.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf), pristupljeno: 13.4.2021.

Najviše noćenja stranih turista 2019. ostvarila su kućanstva, više od 41 milijuna noćenja što čini 49% sveukupnih stranih noćenja. Slijedeći po preferenciji stranih gostiju bili su kampovi, potom hoteli. Najveći skok u broju noćenja imaju turistička naselja. Primjetnije rezultate što se tiče noćenja domaćih gostiju bilježe očekivano kućanstva, zatim hoteli; indeks promjene domaće potražnje za hotelima je znatno veći u komparaciji sa stranom potražnjom koja se nije znatnije mijenjala u odnosu na 2018. Veći je interes i za turističkim naseljima i kućanstvima, kao kod stranih gostiju; jedino u čemu se razlikuju jest da domaća potražnja za turističkim apartmanima i lječilištima raste, dok strana potražnja za tim smještajnim objektima znatno pada.

Što se tiče prosječnog broja noćenja po dolasku, nastavio se smanjivati s ukupno 4,8 u 2018. na 4,7 u 2019. Više se smanjio kod stranih turista, sa 5,0 noćenja na 4,8 noćenja; prosječni broj noćenja je za domaće turiste ostao isti u odnosu na 2018., 3,2 noćenja. Ovaj parametar znatno fluktuirao ovisno o godišnjim dobima, ukazujući na sezonalnost potražnje, ali i po vrsti smještaja što je prikazano u tablici.

**Slika 15. Prosječni broj noćenja po dolasku turista**

	STRANI		DOMAĆI	
	2018.	2019.	2018.	2019.
Hoteli	3,3	3,2	2,2	2,2
Turistička naselja	5,8	5,8	3,5	3,5
Turistički apartmani	6,1	5,9	3,2	3,5
Kampovi	6,6	6,6	5,8	5,5
Privatne sobe	5,8	5,6	4,4	4,4
Lječilišta	7,5	8,7	9,6	9,0
Odmarališta	7,0	6,9	5,8	5,5
Hosteli	2,5	2,5	2,3	2,3
Ostalo	3,1	3,7	2,6	2,8
Nekategorizirani objekti	3,7	7,0	7,5	7,4
UKUPNO	5,0	4,8	3,2	3,2

Izvor: HTZ (2020): Turizam u brojkama 2019., raspoloživo na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202019%20%281%29.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf), pristupljeno: 13.4.2021.

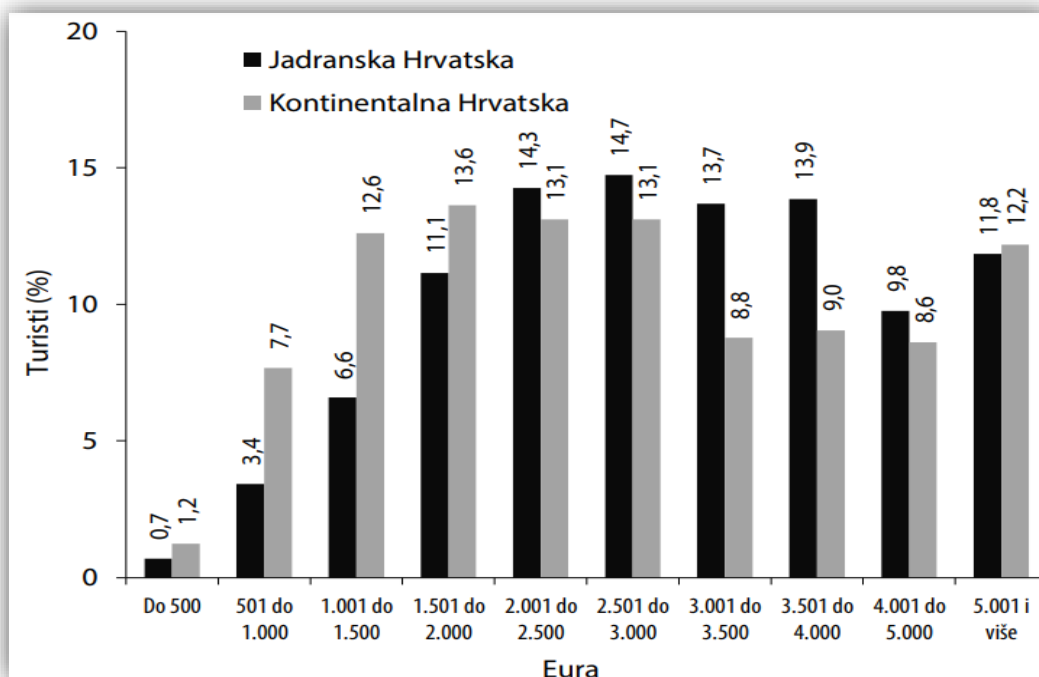
Hoteli imaju najmanji prosječan broj noćenja, uz hostele i za strane i za domaće turiste. Najviši prosjek broja noćenja imaju lječilišta i kampovi, kod oba tržišna segmenta. Lječilišta bilježe znatniji rast u prosječnom broju noćenja stranih turista u odnosu na 2018. U ostalim oblicima ponude se uočava konzistentnost ovog parametra, što znači da nema većeg odstupanja, no i manja odstupanja ukazuju da je i dalje prisutan trend manjeg prosječnog broja noćenja prema dolasku.

Generalno se može zaključiti da u pred-kriznom razdoblju broj dolazaka i noćenja raste, a promjena u potražnji je zamjetnija kod domaćih turista. Unatoč tome, broj stranih noćenja čini 92% potražnje, a rast potražnje domaćih turista u 2019. to znatno ne mijenja. Privatni smještaj i dalje dominira među smještajnim kapacitetima koje turisti preferiraju, te privatni smještaj ima puno viši prosječan broj noćenja u usporedbi sa skupljim smještajem hotela u kojima i strani i domaći turisti u prosjeku najmanje prenoće.

### 3.2.3. Objektivni faktori turističke potražnje

Uzimajući u obzir da su osnovni uvjeti postojanja turističke potražnje zadovoljeni, nadalje će se razmatrati kako dohodak utječe na motivaciju stranih ali i domaćih turista na odabir Hrvatske kao destinacije.

**Slika 16. Mjesečni dohodak stranih turista**



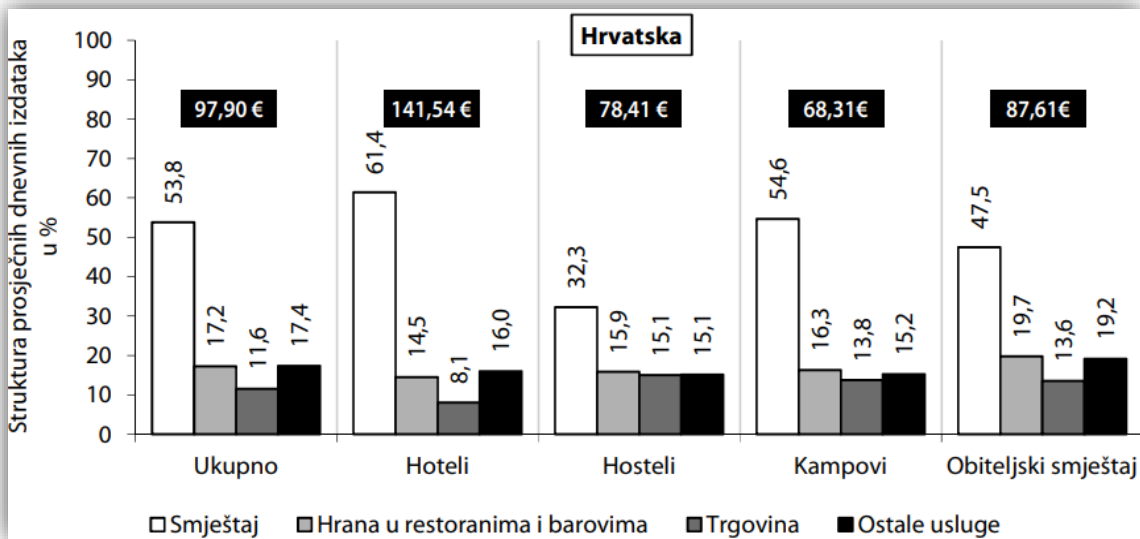
Izvor: TOMAS (2020): Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, raspoloživo na:

<http://www.iztzg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf>, pristupljeno: 16.4.2021.

Interval se za ukupni mjesečni dohodak turista kreće između manje od 500 i više od 5000. Najveći postotak turista ima mjesečne prihode do 3000 eura, no oni koji imaju viša primanja također su vrlo zastupljeni poglavito u Jadranskoj Hrvatskoj, dok stranih turista koji posjećuju kontinentalni dio više u kategoriji nižih mjesečnih plaća.

Izdaci turista u destinaciji daju širu sliku o tome koliko turisti troše slobodni dio dohotka u destinaciji i na koje sadržaje.

Slika 17. Prosječni dnevni izdaci stranih turista



Izvor: TOMAS (2020): Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, raspoloživo na:

<http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf>, pristupljeno: 16.4.2021.

Prosječna dnevna potrošnja stranih turista tijekom 2019. iznosila je približno 98 eura; 54% potrošnje odlazi na smještaj, dok na hranu, trgovinu i ostale usluge gosti troše znatno manje. Prema vrsti smještaja najviše troše gosti koji odaberu hotel, a najmanje oni u kampovima. Može se zaključiti da su razlike u izdacima prema odabranim vrstama smještaja uglavnom uzrokovane samim smještajem, a manje drugim faktorima.

Strani turisti biraju Hrvatsku kao destinaciju zbog povoljnosti ponude; turisti s natprosječnim dohotkom nisu rijetkost, ipak nedostatak pratećih destinacijskih sadržaja ne ostavlja mogućnost veće potrošnje osim na smještaj. Isto tako, s obzirom da više turista bira privatni smještaj nego primjerice hotele, očito je da bi se restrukturiranjem ponude mogli poboljšati ukupni prihodi u turizmu.

Što se tiče domaće potražnje, prosječna mjesečna isplaćena neto plaća po zaposlenom je u 2019. iznosila 6,457 kuna.<sup>35</sup> Očekivano, slobodni dohodak namijenjen putovanju je skromniji kod domaćih turista.

<sup>35</sup> DZS (2020): HRVATSKA U BROJKAMA 2020, dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/CroInFig/croinfig\\_2020.pdf](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/CroInFig/croinfig_2020.pdf), pristupljeno: 19.4.2021.

**Slika 18. Prosječni dnevni izdaci domaćih turista**

	Broj putovanja, tis. <i>Number of trips, '000</i>	Broj noćenja, tis. <i>Number of nights, '000</i>	Ukupni izdaci, mil. kn <i>Total expenditures, mln kuna</i>	Prosječan broj noćenja po putovanju <i>Average number of nights per trip</i>	Prosječni izdaci po putovanju, kn <i>Average expenditures per trip, kuna</i>	Prosječni dnevni izdaci, kn <i>Average expenditures per day, kuna</i>
Ukupno	5 963	31 876	12 356	5,3	2 072	388
Privatna	5 126	28 229	9 296	5,5	1 814	329
U Hrvatskoj	3 300	19 007	4 336	5,8	1 314	228
1 – 3 noćenja	1 753	3 311	1 512	1,9	862	457
4 i više noćenja	1 547	15 696	2 824	10,1	1 826	180
U inozemstvo	1 826	9 222	4 960	5,1	2 716	538
1 – 3 noćenja	996	2 002	1 720	2,0	1 728	859
4 i više noćenja	830	7 220	3 240	8,7	3 901	449
Poslovna	837	(3 647)	3 060	(4,4)	3 655	(839)
U Hrvatskoj	409	(1 705)	(916)	(4,2)	(2 243)	(537)
U inozemstvo	429	(1 942)	2 144	(4,5)	5 000	(1 104)

Izvor: DZS (2020): Turistička aktivnost stanovništva republike hrvatske u 2019.– privremeni podaci, raspoloživo na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2020/04-03-07\\_01\\_2020.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-07_01_2020.htm), pristupljeno: 19.4.2021.

U prosjeku domaći turisti su spremni izdvojiti 388 kuna dnevno na putovanju, a na cjelokupno putovanje su u prosjeku spremni izdvojiti 2072 kuna. Što se tiče privatnih putovanja (slobodno vrijeme), na putovanje u Hrvatskoj su spremni potrošiti prosječno 1314 kuna, izdvajajući 228 kn dnevno; osjetno manje nego strani turisti. Ipak, što se tiče prosječnih izdataka puta u inozemstvu, sveukupno izdvoje 2716 kuna, a dnevno prosječno 538 kuna - što znači veću spremnost domaćeg stanovništva da svoj slobodni dohodak troši na inozemnu turističku ponudu.

### 3.3. Pozitivni učinci na gospodarstvo

Osim što veća turistička potražnja generira veći profit djelatnostima kojima su direktno ili indirektno povezani s turizmom, donosi veću zaradu cijeloj državi što se očituje u rastu BDP-a. Hrvatsko gospodarstvo se značajno oslanja na prihode od turizma, što pokazuje činjenica da je posljednjih godina udio turizma u BDP-u iznosio približno 20%.

### Slika 19. Prihodi od turizma

	2018.	2019. (procjena)	INDEKS 2019./2018.
BDP (u mil. EUR)	51.527	53.983	104,8
PRIHODI OD TURIZMA (u mil. EUR)*	10.096,5	10.539,1	104,4
UDJEL TURIZMA U BDP-u (u %)	19,6	19,5	99,6
*IZVOR: Hrvatska Narodna Banka			

Izvor: HTZ (2020): Turizam u brojkama 2019., raspoloživo na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202019%20%281%29.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf), pristupljeno: 21.4.2021.

Prihodi od turizma za 2019-tu su iznosili rekordnih 10,5 milijuna eura, te je rast prihoda od turizma u odnosu na prethodnu godinu iznosio 4,4%. U istom promatranom periodu ukupan BDP je porastao za 4,8%, što znači da se državni standard i prosperitet u značajnoj mjeri oslanjaju na ovu tercijarnu djelatnost.

Prema turističkoj satelitskoj bilanci iz 2016-te godine, unutarnji turistički izdaci čine približno 98% unutarnje turističke potrošnje. Drugim riječima, prihodi od turističke potražnje donose veliku većinu prihoda od turizma. Od toga se na dolazne turističke izdatke, odnosno stranu potražnju odnosi 86% prihoda, a na domaće turističke izdatke oko 14%.<sup>36</sup>

<sup>36</sup> DZS (2019): Satelitski račun turizma za Republiku Hrvatsku u 2016., dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2018/12-04-01\\_01\\_2018.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/12-04-01_01_2018.htm), pristupljeno: 22.4.2021.

**Slika 20. Zaposleni u turizmu**

Godina	DJELATNOST PRUŽANJA SMJEŠTAJA, PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANOM (u 000)			UDJEL U UKUPNO ZAPOSLENIM (u %)		
	Ukupno	U pravnim osobama	U obrtu i slobodnim profesijama	Ukupno	U pravnim osobama	U obrtu i slobodnim profesijama
	2003.	78	39	39	5,9	3,8
2004.	81	41	40	6,0	3,6	15,9
2005.	80	40	40	5,9	3,7	15,5
2006.	82	41	41	5,9	3,6	15,6
2007.	86	45	41	6,0	3,4	15,4
2008.	89	48	40	6,0	3,9	15,3
2009.	86	46	40	5,8	3,8	15,6
2010.	82	45	37	6,0	4,0	15,9
2011.	81	45	36	6,1	4,1	16,3
2012.	82	47	35	6,1	4,1	16,4
2013.	84	50	35	6,3	4,4	16,8
2014.	85	52	33	6,4	4,6	16,6
2015.	90	58	32	6,9	5,2	16,7
2016.	93	61	32	7,0	5,2	16,6
2017.	92	61	31	6,8	5,3	16,2
2018.	101	71	30	7,3	6,0	15,6
2019.	108	77	30	8,2	5,9	15,3

Izvor: HTZ (2020): Turizam u brojkama 2019., raspoloživo na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202019%20%281%29.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf), pristupljeno: 21.4.2021.

S razvojem turizma vidljiv je porast zaposlenosti u djelatnostima pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane; 2019. je bilo 108 000 zaposlenih u turizmu, a ta je brojka činila 8,2% u ukupnoj zaposlenosti u RH. Posebno se vidi veći porast zaposlenosti u turizmu nakon izlaska iz posljednje financijske krize.



## 4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE UTJECAJA KRIZE NA TURISTIČKU POTRAŽNJU

### 4.1. Istraživačka metodologija

Za analizu hipoteze 1 korišteni su sekundarni podaci, a metode istraživanja za stolom i obrade kvantitativnih podataka korištene su za prikupljanje i obradu podataka. Sekundarni podaci su preuzeti od Državnog zavoda za statistiku (web stranica), te sa web stranice Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo. Kvantitativni podaci su obrađeni u programu Microsoft Excel: korišteni su stupičasti dijagrami za usporedbu podataka te Pearsonov koeficijent korelacije.

Za analizu hipoteze 2 korišteni su i primarni i sekundarni podaci. Primarni podaci prikupljeni su putem metode anketiranja, a sekundarni podaci su preuzeti od Državnog zavoda za statistiku. Prikupljeni podaci su obrađeni u Microsoft Excelu: korišteni su tablica za usporedbu podataka te tortni grafikoni za obradu primarnih podataka.

### 4.2. Opis uzorka

Za potrebe dokazivanja hipoteze 2 korišten je anketni upitnik. Na upitnik je odgovorilo 24 ispitanika u periodu od 10. do 20. svibnja 2021. Ciljani demografski segment ispitanika bili su hrvatski državljani u dobi od 18-25 godina.

### 4.3. Analiza hipoteza

#### 4.3.1. Hipoteza 1

Prva postavljena hipoteza koja će se u ovom poglavlju prihvatiti ili odbaciti glasi:

***H1: Restriktivne mjere kretanja kao posljedica globalne krize uzrokovane pandemijom imale su negativan utjecaj na ukupan broj dolazaka i noćenja turista u RH***

Fokus analize je bio prvo odrediti postoji li značajan pad u dolascima i noćenjima turista u odnosu na pred-krizno razdoblje, a potom utvrditi korelaciju između rasta slučajeva bolesti te pada broja dolazaka i noćenja.

**Tablica 1. Usporedba broja dolazaka turista po mjesecima u razdoblju prije i tijekom krize**

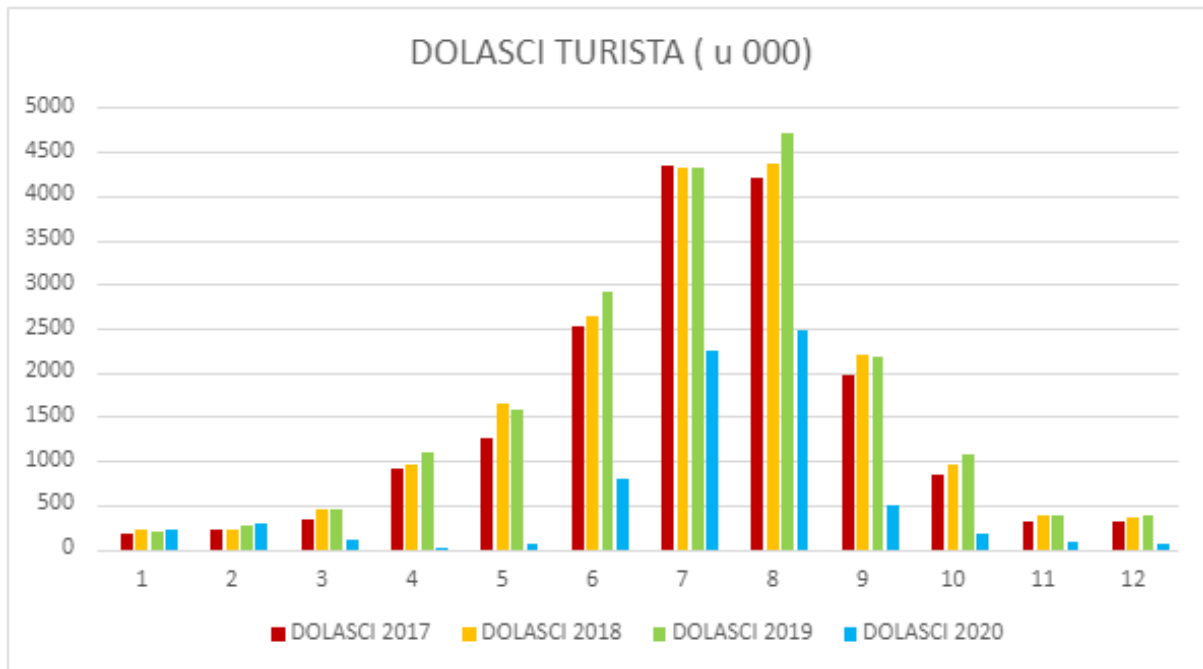
<b>MJESEC</b>	<b>DOLASCI 2017</b>	<b>DOLASCI 2018</b>	<b>DOLASCI 2019</b>	<b>DOLASCI 2020</b>
SIJEČANJ	177.401	210.581	207.643	219.733
VELJAČA	209.536	219.167	264.484	278.741
OŽUJAK	342.540	440.270	449.620	104.391
TRAVANJ	915.770	950.572	1.105.999	2.241
SVIBANJ	1.256.710	1.642.545	1.569.271	62.049
LIPANJ	2.526.241	2.627.838	2.921.391	797.696
SRPANJ	4.346.419	4.330.377	4.325.686	2.245.831
KOLOVOZ	4.205.544	4.369.121	4.712.039	2.467.957
RUJAN	1.978.713	2.190.867	2.170.611	488.212
LISTOPAD	850.333	963.470	1.076.316	184.593
STUDENI	307.824	372.356	390.886	87.224
PROSINAC	313.549	349.416	372.200	62.460
<b>UKUPNO</b>	<b>17.430.580</b>	<b>18.666.580</b>	<b>19.566.146</b>	<b>7.001.128</b>

Izvor: obrada autorice prema podacima DZS-a

U razdoblju krize tj. 2020-te godine bilježi se 7.001.128 dolazaka turista, što je za 64% manje nego prethodne godine. Najveća razlika u dolascima vidi se u mjesecu travnju zbog oštrih političkih mjera koje su tada bile na snazi. Tokom srpnja i kolovoza restriktivne političke mjere popuštaju, no dolazaka je približno upola manje. Nakon ljetne sezone broj dolazaka drastično pada s pojavom novog vala pandemije, ali je stanje nešto bolje nego u travnju.

Prema grafikonu ispod može se zaključiti da postoji značajan pad u dolascima za 2020-tu u odnosu na 2019-tu.

**Grafikon 1. Dolasci turista na mjesečnoj bazi – usporedba**



Izvor: obrada autorice

Nedostatak turističke potražnje kroz ožujak, travanj i svibanj te ponovno u listopadu, studenome i prosincu je posljedica restriktivnih vladinih mjera, no posljedice krize su se odrazile i na glavnu sezonu kada su državne granice RH i glavnih emitivnih tržišta bile otvorene; opća nesigurnost te brzo mijenjanje mjera i zakona (karantene za one koji putuju, plaćanje testiranja i sl.) naškodili su svim receptivnim turističkim zemljama pa tako i Hrvatskoj. Može se primijetiti da zbog nedostatka predsezone i post sezone u 2020. problem sezonalnosti se čini još izraženijim.

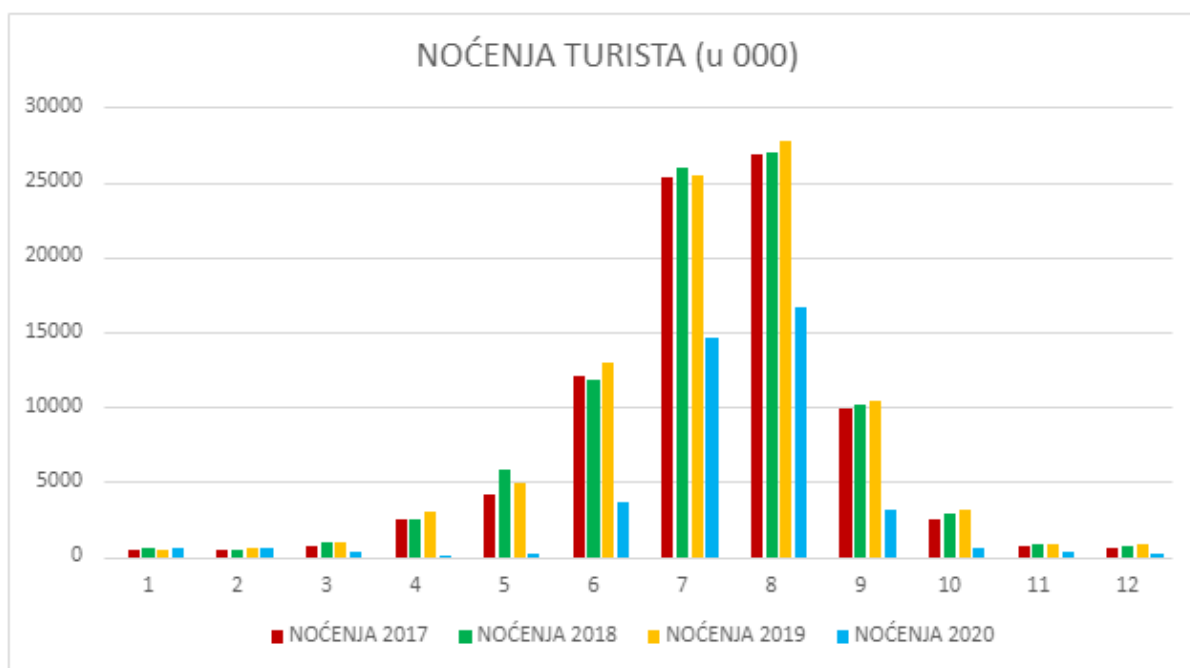
**Tablica 2. Usporedba ukupnog broja noćenja turista po mjesecima u razdoblju prije i tijekom krize**

<b>MJESEC</b>	<b>NOĆENJA 2017</b>	<b>NOĆENJA 2018</b>	<b>NOĆENJA 2019</b>	<b>NOĆENJA 2020</b>
SIJEČANJ	441.472	532.075	504.434	544.760
VELJAČA	470.265	485.251	549.613	610.491
OŽUJAK	750.336	1.014.777	943.716	289.621
TRAVANJ	2.550.428	2.513.405	2.975.446	34.063
SVIBANJ	4.115.822	5.759.584	4.916.614	166.957
LIPANJ	12.030.104	11.850.435	13.016.832	3.588.684
SRPANJ	25.291.870	25.918.243	25.522.680	14.666.043
KOLOVOZ	26.826.651	27.050.659	27.771.360	16.697.261
RUJAN	9.899.830	10.186.069	10.365.761	3.126.065
LISTOPAD	2.515.570	2.826.494	3.080.470	617.927
STUDENI	662.801	781.182	819.266	268.598
PROSINAC	645.112	733.585	776.739	183.967
<b>UKUPNO</b>	<b>86.200.261</b>	<b>89.651.759</b>	<b>91.242.931</b>	<b>40.794.455</b>

Izvor: obrada autorice prema podacima DZS-a

Broj noćenja, kao i broj dolazaka bilježi drastičan pad u 2020-toj; ostvareno je sveukupno 40.794.455 noćenja, što je 55% manje nego što je ostvareno u 2019. Značajan pad potražnje se također očitava u razdoblju između ožujka i svibnja, te značajno manje noćenja tijekom sezone - za 43% manje u srpnju i za 40% manje u kolovozu. Nakon sezone broj noćenja ponovno se smanjuje s dolaskom novog vala pandemije i strožih državnih mjera kao posljedice toga.

**Grafikon 2. Noćenja turista na mjesečnoj bazi – usporedba**



Izvor: obrada autorice

Grafikon 2 pokazuje sličan trend kao i kod dolazaka turista, tj. opći pad noćenja nakon početka krize. Noćenja su skoro nepostojeća nakon ožujka što je izravna posljedica zatvaranja državnih granica, zabrane kretanja te zabrane rada u uslužnim djelatnostima. Sezonalnost je, kao i na grafikonu dolaska turista, još izraženija u 2020-toj nego u prethodnom razdoblju zbog oštrijih mjera koje su posljedica povećanja broja slučajeva zaraze u hladnijim mjesecima.

**Tablica 3. Korelacija između broja dolazaka i noćenja s brojem oboljelih u RH**

<b>MJESEC</b>	<b>DOLASCI 2020</b>	<b>NOĆENJA 2020</b>	<b>BROJ OBOLJELIH</b>
SIJEČANJ	219.733	544.760	0
VELJAČA	278.741	610.491	18
OŽUJAK	104.391	289.621	930
TRAVANJ	2.241	34.063	1.006
SVIBANJ	62.049	166.957	162
LIPANJ	797.696	3.588.684	569
SRPANJ	2.245.831	14.666.043	2.372
KOLOVOZ	2.467.957	16.697.261	5.251
RUJAN	488.212	3.126.065	6.332
LISTOPAD	184.593	617.927	34.881
STUDENI	87.224	268.598	79.562
PROSINAC	62.460	183.967	80.856
<b>Pearsonov koef. korelacije</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,3</b>	

Izvor: obrada autorice prema podacima DZS-a te Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo, podaci dostupni na:

<https://www.koronavirus.hr/podaci/489> , pristupljeno: 30.4.2021.

Broj oboljelih se uzima kao varijabla preko koje se nastoji utvrditi korelacija između aktualne krize i turističke potražnje jer je taj parametar izravno povezan sa političkim mjerama koje utječu na društveni, socijalni i gospodarski razvoj države.

Izračunom je utvrđeno da postoji negativan koeficijent korelacije između broja dolazaka te broja noćenja s brojem oboljelih, što znači da što je više oboljelih broj dolazaka i noćenja turista je manji. Ipak, postoji anomalija u razdoblju između lipnja i kolovoza kada broj oboljelih ponovno rapidno raste, ali raste i broj dolazaka i noćenja što nalaže da na veći pad turističke potražnje primarno utječu restriktivne gospodarske mjere, suprotno mišljenju da je pad turističke potražnje posljedica percipiranog straha od zaraze. Unatoč pozitivnim rezultatima, pad turističke potražnje u sezoni u usporedbi s 2019-tom je značajan te se može zaključiti da su restriktivne mjere kretanja u velikoj mjeri imale negativan utjecaj na dolaske i noćenja sveukupnog broja turista.

***Hipoteza H1, koja glasi: “Restriktivne mjere kretanja kao posljedica globalne krize uzrokovane pandemijom imale su negativan utjecaj na ukupan broj dolazaka i noćenja turista u RH”, se prihvaća kao istinita.***

#### 4.3.2. Hipoteza 2

Druga postavljena hipoteza koja će se u ovom poglavlju prihvatiti ili odbaciti glasi:

***H2: Ograničenja međunarodnog kretanja kao posljedica pandemije utječu na porast domaće turističke potražnje.***

Hipoteza će se testirati prvo putem sekundarnih podataka za 2020., a potom će se anketom ispitati postoji li povećani interes domaćeg stanovništva za domaćom turističkom ponudom.

**Tablica 4. Usporedba broja dolazaka i noćenja domaćih turista po mjesecima u razdoblju prije i tijekom krize**

	2019		2020	
	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA
<b>Siječanj</b>	87.779	208.406	97.195	223.590
<b>Veljača</b>	94.031	192.967	106.731	214.816
<b>Ožujak</b>	131.038	270.716	43.261	105.928
<b>Travanj</b>	172.287	392.613	1.483	8.062
<b>Svibanj</b>	215.281	485.808	30.501	65.803
<b>Lipanj</b>	248.468	811.442	156.180	456.937
<b>Srpanj</b>	292.280	1.449.132	277.404	1.324.271
<b>Kolovoz</b>	346.667	1.886.598	412.158	2.171.352
<b>Rujan</b>	175.665	504.762	133.333	409.387
<b>Listopad</b>	181.650	386.430	95.791	211.064
<b>Studeni</b>	134.718	271.646	55.042	122.388
<b>Prosinac</b>	132.774	254.780	46.770	101.793
<b>UKUPNO</b>	<b>2.212.658</b>	<b>7.095.300</b>	<b>1.455.849</b>	<b>5.415.391</b>

Izvor: obrada autorice prema podacima DZS-a

Prema podacima iz tablice vidljivo je da postoji pad u potražnji domaćih turista za komercijalnim smještajem u odnosu na 2019. kada se uzmu u obzir ukupni dolasci i noćenja. No, činjenica je da je pad dolazaka domaćih turista od 34% te pad noćenja domaćih turista od 24% znatno blaži u odnosu na pad dolazaka stranih turista od 68% te pad noćenja stranih turista od 58%.<sup>37</sup>

Manji pad domaće turističke potražnje također je pridonio znatno većem udjelu domaće potražnje u sveukupnoj; za 2019. udio dolazaka domaćih turista u sveukupnim dolascima je

<sup>37</sup> DZS (2020): DOLASCI I NOĆENJA TURISTA U KOMERCIJALNIM SMJEŠTAJNIM OBJEKTIMA U 2020., dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci\\_i\\_nocenja\\_2020.html](https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja_2020.html), pristupljeno: 4.5.2021.

iznosio 11%, a taj postotak za 2020. iznosi 21%. Paralelno tomu, udio noćenja domaćih turista u sveukupnim noćenjima je za 2019. iznosio 8%, a za 2020. udio iznosi 13%.

Tijekom kolovoza kada je sveukupan broj dolazaka i noćenja bio znatno manji nego u odnosu na 2019., kod domaće turističke potražnje se uočava porast dolazaka i noćenja. Konkretno, u kolovozu se bilježi 16% više dolazaka domaćih turista te 13% više noćenja u odnosu na pred-krizno razdoblje.

Navedeni podaci potvrđuju da je domaća turistička potražnja, iako postoji pad, manje podložna utjecajima kriznog razdoblja, te je u razdoblju kolovoza kada su popustile mjere ograničenja kretanja uočen porast domaće potražnje. U nastavku su rezultati online upitnika u kojem su prikupljeni podaci koji se odnose na motivaciju i stav domaćeg stanovništva o turističkoj ponudi u Hrvatskoj u razdoblju krize.



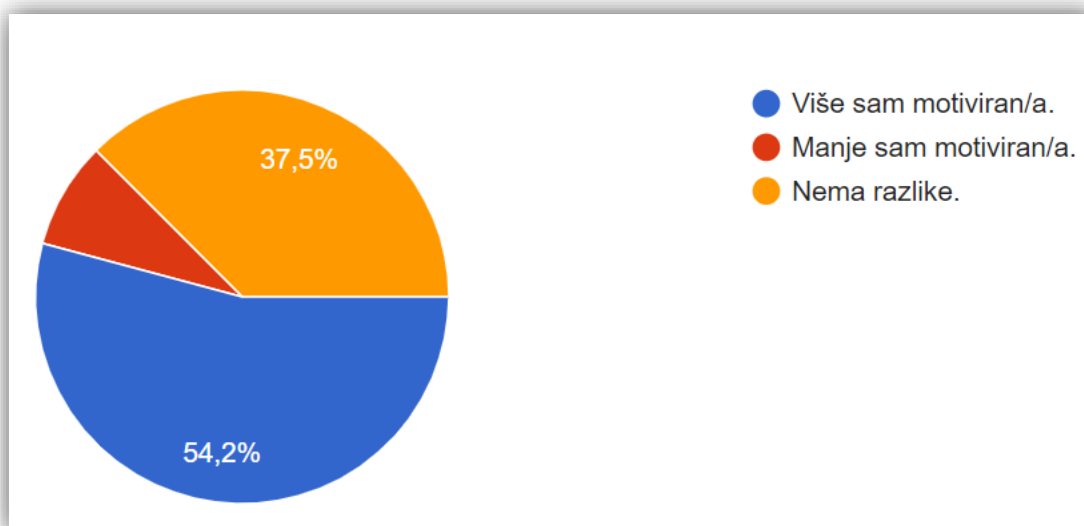
Prvo pitanje ankete je glasilo: *S obzirom na okolnosti nametnute pandemijom Covid-19, jeste li više ili manje motivirani putovati unutar granica RH kroz sljedećih 6 mjeseci?*

Odgovori na pitanje:

- a) Više sam motiviran. (13)
- b) Manje sam motiviran. (2)
- c) Nema razlike. (9)

Više od 50% ispitanika osjeća se više motiviranima putovati Hrvatskom kroz sljedećih 6 mjeseci, što je uostalom prikazano na grafikonu ispod.

**Grafikon 3. Motivacija za putovanje unutar granica RH**



Izvor: izrada autorice

Točnije, prema grafikonu 54,2% ispitanika se izjasnilo da su više motivirani putovati u Hrvatskoj s obzirom na uvjete nametnute pandemijom. Onih koji su manje motivirani je tek 8,3%, a ispitanika za koje nema razlike u motivaciji je 37,5%.

Drugo pitanje ankete je glasilo: *U slučaju novog vala pandemije i ponovnog zatvaranja granica u svijetu, biste li svoj odmor proveli u Hrvatskoj?*

Odgovori na pitanje:

- a) Da, u komercijalnom smještaju. (7)
- b) Da, u nekomercijalnom smještaju. (12)
- c) Ne, ne bih putovao/la. (5)

**Grafikon 4. Motivacija za putovanje u RH u slučaju novog vala pandemije**



Izvor: obrada autorice

79,2% ispitanika je odgovorilo da bi proveli svoj odmor u Hrvatskoj u slučaju novog vala pandemije i ograničenja kretanja kao posljedice toga. Od toga 50% njih bi odmor provelo u nekomercijalnom smještaju, a 29,2% u komercijalnim smještajnim objektima. Ostalih 20,8% ne bi putovalo u slučaju novog vala pandemije i zatvaranja svjetskih granica.

Treće pitanje ankete je glasilo: *U slučaju otvaranja svjetskih granica i mogućnost putovanja uz pomoć Covid putovnica (kojima vam je omogućeno inozemno putovanje), biste li svoj odmor proveli u Hrvatskoj?*

Odgovori na pitanje:

- a) Da, u komercijalnom smještaju (7)
- b) Da, u nekomercijalnom smještaju (6)
- c) Ne, proveo/la bih odmor izvan Hrvatske (10)
- d) Ne, ne bih putovao/la (1)

### **Grafikon 5. Motivacija za putovanje u RH u slučaju otvaranja svjetskih granica**



Izvor: obrada autora

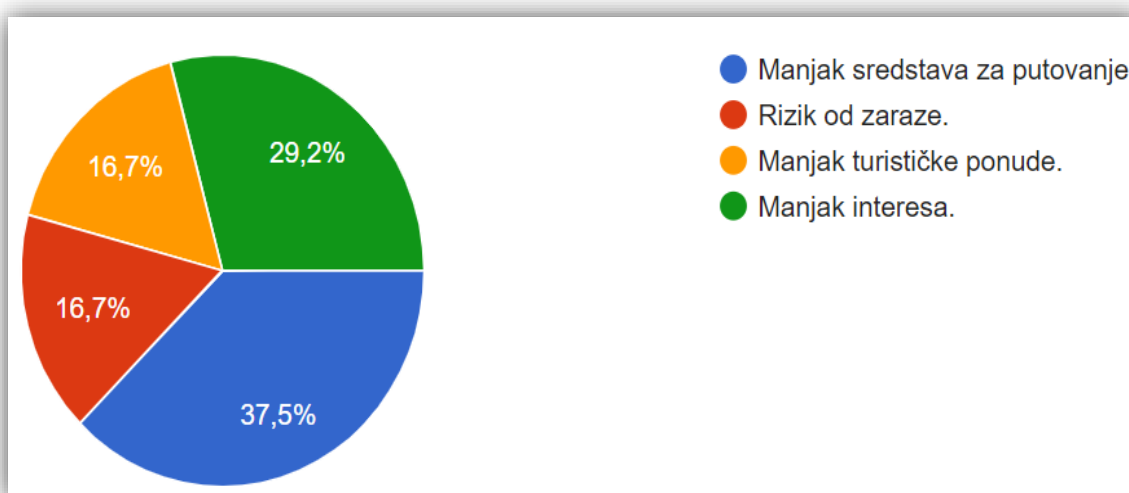
54,2% ispitanika se izjasnilo da bi unatoč otvaranju granica i mogućnosti putovanja u inozemstvo uz pomoć Covid putovnica radije svoj odmor proveli u Hrvatskoj. Od toga bi njih 29,2% svoj odmor provelo u komercijalnom smještajnom objektu, a ostalih 25% bi izabralo nekomercijalni smještaj. 41,7% ispitanika kaže da bi svoj odmor radije proveli u inozemstvu ukoliko bi to bilo omogućeno uz pomoć Covid putovnica. Jedna osoba, odnosno 4,2% ispitanika nije spremno putovati u razdoblju globalne krize.

Četvrto pitanje ankete je glaslo: *Najznačajniji faktor zašto ne biste putovali unutar RH?*

Odgovori na pitanje:

- a) Manjak sredstava za putovanje (9)
- b) Rizik od zaraze (4)
- c) Manjak turističke ponude (4)
- d) Manjak interesa (7)

**Grafikon 6. Najznačajniji faktori koji uzrokuju manjak motivacije za putovanjem unutar RH**



Izvor: obrada autorice

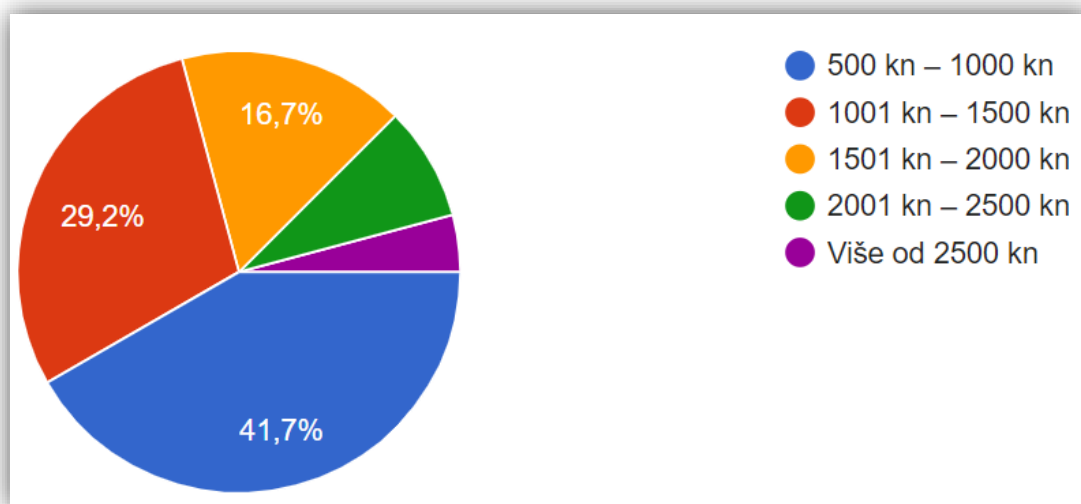
37,5% ispitanika je kao odgovor zbog čega ne bi putovali unutar Hrvatske navelo manjak sredstava za putovanje. S obzirom da je ekonomska kriza uzrokovana pandemijom povećala studentsku nezaposlenost u 2020. mogao bi se izvesti zaključak da postoji povezanost između manjka sredstava za putovanje i povećanja nezaposlenosti uzrokovane globalnom pandemijom. 29,2% kao odgovor navodi manjak interesa za Hrvatskom kao destinacijom, dok podjednak broj ispitanika, odnosno 16,7% navodi manjak turističke ponude i rizik od zaraze. Može se zaključiti da zdravstveni rizik nije toliko značajan faktor u manjku turističke potražnje u usporedbi s faktorom dohotka.

Peto pitanje ankete je glasilo: *Procijenite koliko biste bili spremni potrošiti na putovanje u RH kroz sljedećih 6 mjeseci?*

Odgovori na pitanje:

- a) 500 kn – 1000 kn (10)
- b) 1001 kn – 1500 kn (7)
- c) 1501 kn – 2000 kn (4)
- d) 2001 kn – 2500 kn (2)
- e) Više od 2500 kn (1)

**Grafikon 7. Procijenjeni izdaci za putovanje unutar RH (kroz sljedećih 6 mjeseci)**



Izvor: obrada autorice

Najveći broj ispitanika, njih 41,7% je procijenilo da bi za putovanje unutar Hrvatske potrošilo minimalan iznos do 1000 kn, što se slaže s prethodnim pitanjem gdje većina ispitanika navodi manjak sredstava za putovanje kao faktor manje turističke potražnje. 29,2% navodi sljedeći najniži iznos od 1001 kn do 1500 kn. Ovi nalazi se poklapaju s turističkom potrošnjom domaćeg stanovništva iz 2019-te gdje su prosječni izdaci po putovanju unutar RH iznosili 1314 kn; ukoliko se radilo o 1-3 noćenja domaći turisti su u prosjeku potrošili 862 kn, dok za 4 i više noćenja potrošnja je iznosila 1826 kn.<sup>38</sup> Dakle prema nalazima ankete može se zaključiti da

<sup>38</sup> DZS (2020): Turistička aktivnost stanovništva republike hrvatske u 2019.– privremeni podaci, raspoloživo na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2020/04-03-07\\_01\\_2020.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-07_01_2020.htm), pristupljeno: 19.4.2021.

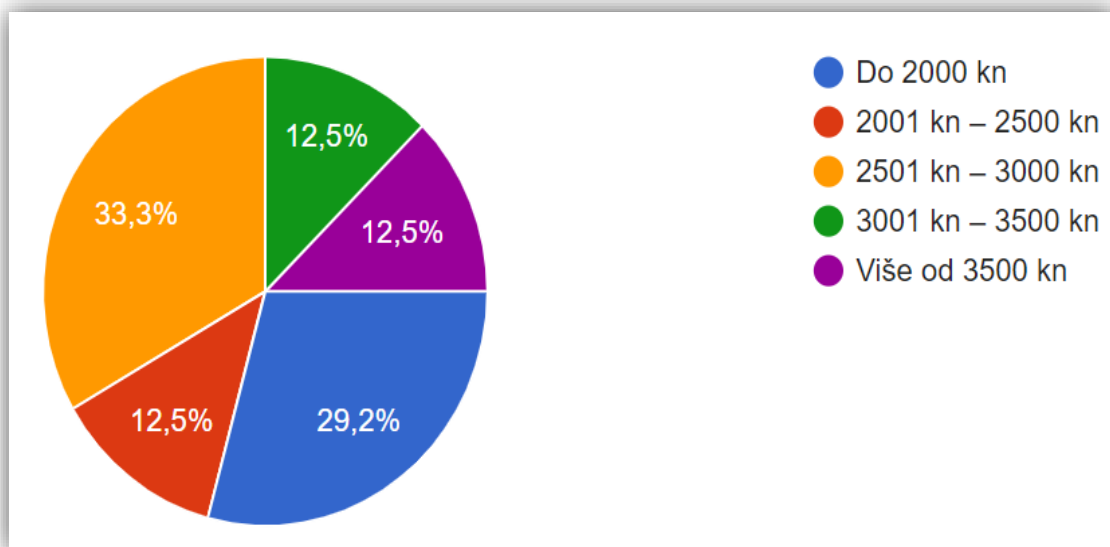
domaći turisti ne bi bili spremni potrošiti više na odmor u Hrvatskoj nego u pred-kriznom razdoblju; potrošili bi minimalan iznos. 16,7% ispitanika je izjavilo da bi potrošili od 1501 kn do 2000 kn, 8,3% ispitanika bi potrošilo 2001 kn do 2500 kn, a samoj jedan ispitanik (4,2%) bi potrošio više od 2500 kn za putovanje unutar RH.

Šesto pitanje ankete je glasilo: *Procijenite koliko biste bili spremni potrošiti na putovanje u inozemstvo kroz sljedećih 6 mjeseci?*

Odgovori na pitanje:

- a) Do 2000 kn
- b) 2001 kn – 2500 kn
- c) 2501 kn – 3000 kn
- d) 3001 kn – 3500 kn
- e) Više od 3500 kn

**Grafikon 8. Procijenjeni izdaci za putovanje u inozemstvo (kroz sljedećih 6 mjeseci)**



Izvor: obrada autora

Što se tiče procijenjenih izdataka za putovanje u inozemstvo 33,3% ispitanika bi potrošilo od 2501 kn do 3000 kn za putovanje u inozemstvo, što nije minimalan ponuđeni iznos pa se može zaključiti da su domaći turisti kao i u pred-kriznom razdoblju bili spremni potrošiti veće iznose na inozemnu turističku ponudu. Ponovo se može zaključiti da turistička potrošnja domaćih

turista nije značajnije varirala u odnosu na pred-krizno razdoblje kada je prosječan iznos na putovanje u inozemstvo bio 2716 kn.<sup>39</sup> Primjećuje se i veći kumulativni udio onih koji bi potrošili iznad 3000 kn na putovanje u inozemstvo (25%). 29,2% ispitanika je procijenilo da bi na putovanje u inozemstvo kroz idućih 6 mjeseci potrošili do 2000 kn, te 12,5% njih bi potrošilo od 2001 kn do 2500 kn.

Na temelju analiziranih podataka može se izvesti zaključak prihvaća li se ili odbacuje hipoteza H2.

***Hipoteza H2, koja glasi: “Ograničenja međunarodnog kretanja kao posljedica pandemije utječu na porast domaće turističke potražnje” se prihvaća kao istinita.***

#### **4.4. Rezultati istraživanja**

Prvom hipotezom je utvrđeno da je odnos između pojave globalne krize uzrokovane pandemijom koronavirusa te broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj negativan. Brojke su u značajnoj mjeri niže kroz sve mjesece 2020-te u odnosu na 2019-tu. Ipak, korelacija je u srednjem negativnom rangu ( $-0,2 < x < -0,8$ ), što je rezultat rasta broja dolazaka i noćenja tijekom ljetne sezone. Uzrok veće potražnje su smanjivanje ograničenja kretanja od strane Vlade, ipak, minimalni uvjeti za internacionalno putovanje (PCR testiranja) su uvelike pridonijeli padu sveukupne turističke potražnje u ljetnim mjesecima.

Prema analiziranim podacima iz DZS-a te podacima prikupljenim anketom, za drugu hipotezu može se izvesti zaključak da u razdoblju globalne krize postoji veća zainteresiranost domaćeg stanovništva za Hrvatskom kao destinacijom. Pad brojki u 2020. odnosu na 2019-tu je bitno gledati u kontekstu potpunog ograničenja kretanja kao posljedice političkih restrikcija u razdobljima probijanja pandemije. Rast broja domaćih turista u kolovozu kada su restriktivne mjere značajno popustile pokazuje veću zainteresiranost domaćeg stanovništva za putovanjem unutar RH. Tome su mogle pridonijeti i restriktivne mjere i zakoni inozemnih država što se tiče stranih turista (karantena, plaćanje testiranja i sl.).

Ekonomska kriza koja je za posljedicu imala pad zaposlenosti, najviše kod marginalnih skupina kao što su studenti, žene i sl. uzrok je manjka sredstava za putovanje ispitanika, stoga iako postoji veća motiviranost, objektivni faktor dohotka je prepreka većoj motiviranosti domaćeg

---

<sup>39</sup> Ibid.

stanovništva. Zanimljivo je da ispitanici u manjoj mjeri smatraju da Hrvatska ima manjak turističke ponude, no u većoj mjeri navode manjak interesa za Hrvatskom kao destinacijom - što znači da bi se trebali uložiti veći naponi u promociju destinacije domaćem stanovništvu kako bi se iskoristila činjenica da postoji veća motiviranost za putovanjem unutar RH u razdoblju krize. Također, domaće stanovništvo je spremno manje potrošiti na domaću ponudu, dok je za inozemnu ponudu spremnost domaćeg stanovništva da više potroše veća; ta činjenica je ostala ista u odnosu na pred-krizno razdoblje.



## 5. ZAKLJUČAK

Krize su stanja koja često nastaju nepredviđeno, a njihov tijek je nužno pratiti i reagirati u skladu s danom situacijom. U prvom valu pandemije svijet se suočio s najvećim restrikcijama dosad jer je situacija bila nova, ali je i s dolaskom drugog vala bilo jasno da će takva politika koja utječe na ekonomski ali i socio-društveni segment populacije potrajati sve dok se ne pronađe rješenje za pandemiju – cjepivo protiv Covida 19. Ta spoznaja je naročito od važnosti za uslužne djelatnosti, među njima i turizam koji se bazira na ljudskoj motiviranosti za putovanjem van uobičajenog okruženja. Ipak, ta spoznaja također implicira da bi u skorijoj budućnosti model masovnog turizma “sunca, mora i plaže” mogao biti stvar prošlosti jer slobodno kretanje ljudi neće biti moguće na način na koji je bilo prije pandemije ukoliko se ne stekne tzv. “imunitet krda”; u suprotnom bi mogli putovati samo turisti koji su voljni posjedovati Covid putovnicu - bilo da plate PCR test, cijepuju se ili prebole bolest. Mnogi si takvo što neće moći ili htjeti priuštiti, barem ne za ponudu temeljenu na “suncu, moru i plaži” što ima minimalnu vrijednost za veću cijenu putovanja i veći rizik koji je novo razdoblje donijelo. Ponuda bi u tom slučaju trebala imati veću vrijednost za turiste, biti bazirana na diferencijaciji i originalnosti; u tome je bitno naglasiti i ulogu marketinga. To bi također moglo privući turiste koji su voljni više potrošiti na domaću ponudu – a time bi se Hrvatska riješila reputacije “jeftine destinacije”.

Drugom istraživačkom hipotezom je potvrđeno da postoji veća motiviranost domaćeg stanovništva za Hrvatskom kao destinacijom u kriznom razdoblju koje obilježava ograničenost kretanja. Mnoge inozemne države su se početne krizne godine 2020-te u većoj mjeri oslanjale na domaći turizam, a UNWTO predviđa da će se domaći turizam brže oporaviti od inozemnog; to bi za Hrvatsku značilo brži oporavak od socijalnih i ekonomskih utjecaja pandemije ukoliko bi se koristile marketinške i financijske inicijative koje bi potaknule rast domaćeg turizma.<sup>40</sup> Pogotovo je važan financijski aspekt jer je globalna kriza pogodila zaposlenost, pogotovo marginaliziranih skupina, a anketom domaćeg stanovništva je utvrđeno da kao najveća prepreka većoj motiviranosti stoji manjak sredstava za putovanje. Taj faktor odmah slijedi i manjak interesa za Hrvatskom kao destinacijom što ukazuje na nužnost bolje promocije

---

<sup>40</sup> HrTurizam.hr (2020): UNWTO očekuje brži oporavak domaćeg turizma od međunarodnih putovanja, dostupno na: <https://hrturizam.hr/unwto-ocekjuje-brzi-povratak-domaceg-turizma-od-medunarodnih-putovanja/>, pristupljeno: 24.5.2021.

orijentirane ka segmentu domaćih turista. To je potvrđeno i procjenom iznosa koji bi ispitanici potrošili na odmor u Hrvatskoj, a taj iznos je uglavnom minimalan.

Stoga, mogućnosti oporavka od krize postoje iako su uvjeti i dalje ograničeni, te se ne može očekivati povratak “na staro” pogotovo što se tiče djelatnosti vezanih za trgovinu uslugama među kojima je i turizam. No, otvaraju se nove mogućnosti koje je bitno prepoznati i prilagoditi se novim uvjetima kako bi oporavak od krize bio što brži.

## LITERATURA

1. Abraham, F., Cortina J., Schmukler S. (2020): Growth of Global Corporate Debt: Main Facts and Policy Challenges, World Bank Group, Working Paper 9394
2. Anonymous, Metode znanstvenih istraživanja, [Internet], dostupno na: [http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni\\_mat/1\\_godina/metodologija/metode\\_znanstvenih\\_istrasivanja.pdf](http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrasivanja.pdf)
3. Claessens S. et al. (2009), “What Happens During Recessions, Crunches, and Busts?” IMF Working Paper, No. 08/274
4. CNN: Oil crashes by most since 1991 as Saudi Arabia launches price war (2020), [Internet] dostupno na: <https://edition.cnn.com/2020/03/08/investing/oil-prices-crash-opec-russia-saudi-arabia/index.html>
5. Dams, T., & Dekker, B. (2020): 2020 | A year of fire, Clingendael Institute
6. Državni zavod za statistiku (2020): Dolasci i noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima u 2020., [Internet] dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci\\_i\\_nocenja\\_2020.html](https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja_2020.html)
7. Državni zavod za statistiku (2020): Hrvatska u brojkama 2020, [Internet] dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/CroInFig/croinfig\\_2020.pdf](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/CroInFig/croinfig_2020.pdf)
8. Državni zavod za statistiku (2019): Satelitski račun turizma za Republiku Hrvatsku u 2016., [Internet] dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2018/12-04-01\\_01\\_2018.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/12-04-01_01_2018.htm)
9. Državni zavod za statistiku (2020): Turistička aktivnost stanovništva republike hrvatske u 2019. – privremeni podaci, [Internet] raspoloživo na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2020/04-03-07\\_01\\_2020.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-07_01_2020.htm)
10. Euromonitor (2021): Top 10 Global Consumer Trends in 2021, [Internet] dostupno na: <https://blog.euromonitor.com/top-10-global-consumer-trends-in-2021/>

11. Galičić V., Laškarin M., 2016., Principi i praksa turizma i hotelijerstva, FTMU Opatija
12. HrTurizam.hr (2020): UNWTO očekuje brži oporavak domaćeg turizma od međunarodnih putovanja, [Internet] dostupno na: <https://hrturizam.hr/unwto-ocekuje-brzi-povratak-domaceg-turizma-od-medunarodnih-putovanja/>
13. IMF (2019): World Economic Outlook: Global Manufacturing Downturn, Rising Trade Barriers, Washington DC
14. Ivanović V. (2014): Pojam krize: konceptualni i metodologijski aspekti, Međunarodne studije, br.2
15. Kierzenkowski, R., et al. (2016), "The Economic Consequences of Brexit: A Taxing Decision", *OECD Economic Policy Papers*, No. 16, OECD Publishing, Paris
16. Kružić, D. (2019.): Nastavni materijali za predmet Krizni management, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split
17. Mishkin F. (2006): *The next great globalization. How disadvantaged nations can harness their financial systems to get rich*. Princeton University Press, Princeton and Oxford
18. OECD (2021); Consumer confidence index (CCI), [Internet] dostupno na: <https://data.oecd.org/leadind/consumer-confidence-index-cci.htm>
19. OECD (2020): Employment Outlook 2020, [Internet] dostupno na: <https://www.oecd.org/employment-outlook/2020/#report>
20. Statista (2020): COVID-19 Economic downturn and recovery, [Internet] dostupno na: <https://www.statista.com/study/72052/covid-19-economic-downturn-and-recovery/>
21. Statista (2021): Gross government debt as a share of GDP in advanced economies 2001-2020, [Internet] dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/1034357/gross-government-debt-as-a-share-of-gdp-in-advanced-economies/>

- 22.UNWTO (2020): 2020: A year in review, [Internet] dostupno na:  
<https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020>
- 23.World Bank (2021): Global Economic prospects, The World Bank,  
Washington DC
- 24.Zandi M., Rogers J., Cosma M., (2019): Trade War Chicken: The Tariffs  
and the Damage Done, Moody's Analytics

## POPIS TABLICA

Tablica 1. Usporedba broja dolazaka turista po mjesecima u razdoblju prije i tijekom krize.....	38
Tablica 2. Usporedba ukupnog broja noćenja turista po mjesecima u razdoblju prije i tijekom krize..	40
Tablica 3. Korelacija između broja dolazaka i noćenja s brojem oboljelih u RH .....	42
Tablica 4. Usporedba broja dolazaka i noćenja domaćih turista po mjesecima u razdoblju prije i tijekom krize .....	43

## POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Dolasci turista na mjesečnoj bazi – usporedba.....	39
Grafikon 2. Noćenja turista na mjesečnoj bazi – usporedba .....	41
Grafikon 3. Motivacija za putovanje unutar granica RH.....	45
Grafikon 4. Motivacija za putovanje u RH u slučaju novog vala pandemije .....	46
Grafikon 5. Motivacija za putovanje u RH u slučaju otvaranja svjetskih granica.....	47
Grafikon 6. Najznačajniji faktori koji uzrokuju manjak motivacije za putovanjem unutar RH.....	48
Grafikon 7. Procijenjeni izdaci za putovanje unutar RH (kroz sljedećih 6 mjeseci).....	49
Grafikon 8. Procijenjeni izdaci za putovanje u inozemstvo (kroz sljedećih 6 mjeseci) .....	50

## POPIS SLIKA

Slika 1. Pad vrijednosti dionica njujorške burze u ožujku 2020.....	12
Slika 2. Kretanje globalne ekonomije (2020-2022).....	14
Slika 3. Razina investiranja (2020-2022) .....	15
Slika 4. Rast svjetskog duga .....	16
Slika 5. Kretanje BDP-a per capita.....	17
Slika 6. Postotak nezaposlenosti (2019-2020).....	18
Slika 7. Trgovina robom i uslugama.....	19
Slika 8. Pad globalnih turističkih dolazaka – usporedba .....	21
Slika 9. Broj postelja prema vrsti objekta (1980.-2015.).....	25
Slika 10. Dolasci turista (1980.-2015.).....	26
Slika 11. Noćenja turista (1980.-2015.).....	27
Slika 12. Broj prosječnih noćenja po postelji .....	28
Slika 13. Dolasci stranih i domaćih turista po vrstama objekata (u 000) .....	29
Slika 14. Noćenja stranih i domaćih turista po vrstama objekata (u 000) .....	30
Slika 15. Prosječni broj noćenja po dolasku turista.....	31
Slika 16. Mjesečni dohodak stranih turista.....	32
Slika 17. Prosječni dnevni izdaci stranih turista.....	33

Slika 18. Prosječni dnevni izdaci domaćih turista .....	34
Slika 19. Prihodi od turizma .....	35
Slika 20. Zaposleni u turizmu .....	36

## SAŽETAK

Rad se fokusira na ekonomske posljedice globalne krize uzrokovane pandemijom Covid-19, pobliže na promjene koje je kriza donijela sektoru turizma. Kroz rad se nastoji otkriti na koji je način globalna kriza uzrokovana pandemijom utjecala na turističku potražnju u Hrvatskoj. Teorijski dio donosi činjenice o aktualnoj globalnoj krizi, njene posljedice na ekonomski sektor koji uključuje i posebice negativne učinke na trgovinu uslugama radi prirode globalne krize. Zatim se rad fokusira na turističku potražnju i njezine koristi za gospodarstvo RH, naglašujući koliko domaće gospodarstvo profitira i koliko se oslanja na ovu tercijarnu djelatnost. U empirijskom dijelu cilj je rada povezati posljedice globalne krize na sektor turizma o kojima se govori u teorijskom dijelu s Hrvatskim tržištem turizma; fokus se sužava s učinaka na globalnoj razini na učinke u pojedinoj državi - u ovom slučaju Hrvatskoj. U tu svrhu, postavljene su i dokazane dvije hipoteze koje se fokusiraju na vezu između globalne krize i turističke potražnje, konkretno povezanost između ograničenja kretanja i broja dolazaka i noćenja. Također je za cilj potvrđivanja hipoteze analizirana percepcija domaćeg stanovništva o većoj motiviranosti za odmorom u Hrvatskoj u uvjetima ograničenog kretanja nametnutim pandemijom. Na samom kraju iznijet je zaključak na temelju potvrđenih hipoteza te prijedlozi kako smanjiti problem i tako biti korak bliže izlasku iz krize.

**Ključne riječi:** pandemija Covid-19, ekonomska kriza, turistička potražnja, ograničenja kretanja

## SUMMARY

The paper focuses on the economic consequences of the global crisis caused by the Covid-19 pandemic, more specifically on the changes that the crisis has brought to the tourism sector. The paper seeks to find out how the global crisis caused by the pandemic has affected tourist demand in Croatia. The theoretical part brings facts about the current global crisis, its consequences on the economic sector, which includes in particular the negative effects on trade in services due to the nature of the global crisis. The paper then focuses on tourism demand and its benefits for the Croatian economy, emphasizing how much the domestic economy benefits and how much it relies on this tertiary activity. In the empirical part, the aim of the paper is to connect the consequences of the global crisis on the tourism sector, which are discussed in the theoretical part with the Croatian tourism market; the focus narrows from



effects at the global level to effects in a particular country - in this case Croatia. To this end, two hypotheses have been set up and proven that focus on the link between the global crisis and tourism demand, specifically the link between movement restrictions and the number of arrivals and overnight stays. Also, in order to confirm the hypothesis, the perception of the local population about greater motivation for vacation in Croatia in conditions of limited movement imposed by the pandemic was analyzed. At the very end, a conclusion was made based on confirmed hypotheses and suggestions on how to reduce the problem and thus be one step closer to overcoming the crisis.

**Key words:** Covid-19 pandemic, economic crisis, tourism demand, movement restrictions

