

POSTPANDEMIJSKI OPORAVAK HRVATSKOG TURIZMA: PRILIKE I OPASNOSTI

Kozbašić, Valentina

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:353420>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-06-23**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Ekonomski fakultet u Osijeku
Preddiplomski sveučilišni studij, Poslovna informatika

Valentina Kozbašić

**POSTPANDEMIJSKI OPORAVAK HRVATSKOG TURIZMA: PRILIKE I
OPASNOSTI**

Završni rad

Kolegij: Gospodarstvo Hrvatske

JMBAG: 0010225237

e-mail: vkozbasic@efos.hr

Mentor: izv. prof. dr. sc. Nataša Drvenkar

Osijek, 2022.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Faculty of Economics in Osijek

Undergraduate study of Business informatics

Valentina Kozbašić

Postpandemic recovery of Croatian tourism: opportunities and dangers

Final paper

Osijek, 2022

**IZJAVA
O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,
PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA,
SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA
I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA**

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*.
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. Izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Valentina Kozbašić
JMBAG: 0010225137
OIB: 96653858316
e-mail za kontakt: vkobasic@efos.hr
Naziv studija: Poslovna Informatika
Naslov rada: Postpandemijski opravak hrvatskog turizma: prilike i opasnosti
Mentor/mentorica rada: Dr. prof. dr. sc. Nataša Drenčkar

U Osijeku, 20.9.2022. godine

Potpis Valentina Kozbašić

SAŽETAK

U ovom radu je prikazana postojeća struktura turizma u Republici Hrvatskoj, analizom su utvrđeni i definirani pojam, uloga i obuhvat turizma kao kompleksne pojave unutar strukture gospodarstva. Upravo zbog relativno „nejasnih“ granica turizma unutar gospodarskih djelatnosti, odnosno, obuhvaćanju više gospodarskih djelatnosti, turizam može biti snažan pokretač gospodarskog razvoja. Hoće li turizam ostvariti veći ili manji doprinos za razvoj gospodarstva pokušat će se objasniti na temelju analize gospodarskih pokazatelja hrvatskog turizma. Prikazat će se, objasniti i staviti u međuovisnost suvremeni trendovi turizma u jadranskom i ruralnom području Hrvatske, ali će se i pokušati objasniti utjecaji suvremenih izazova na turističkom tržištu te, sasvim sigurno, iznenađujući utjecaj pandemije COVID-19 na turizam. Ujedno, ove analize poslužit će i kao osnova za argumentaciju prednosti i nedostataka hrvatskog turizma. Moglo bi se reći kako Hrvatska ima prednost koja se ogleda u njezinom geografskom položaju pa je zanimljiva turistička regija Europske unije, a kao članica Europske unije to još više dolazi do izražaja. Uz autoceste (kvaliteta prometnica), kvalitetnu turističku infrastrukturu i geografsku „dostupnost“ (blizinu) dodatne prednosti su napredak tehnologije što uvelike pomaže turistima da se unaprijed informiraju i odaberu turističku destinaciju prateći dostupne recenzije drugih posjetitelja. Ipak, zasigurno postoje i određeni nedostaci hrvatskog turizma pa se, tako, mogu izdvojiti relativno visoke cijene, nedostatak kompleksnog turističkog proizvoda te nešto niža kvaliteta i struktura smještajnih mogućnosti. Izuzev kulturnih, povijesnih i prirodnih ljepota, kvaliteta i turističkih potencija, ne trebaju se, nipošto, ignorirati ili zanemariti suvremeni tehnološki i „modni“ potencijali razvoja, a geopolitičko i geoekonomsko okruženje može biti dodatni poticajni faktor razvoja. Tako, primjerice, uvođenje eura i prednosti članstva u Europskoj uniji (jedinствeno unutarnje tržište, „paketi“ ulaganja), zasigurno može biti dodatni poticaj stranim turistima da njihov odabir destinacije bude upravo Hrvatska.

Ključne riječi: hrvatski turizam, COVID-19, suvremeni turistički trendovi, EU

ABSTRACT

This paper presents the existing structure of tourism in the Republic of Croatia, analyzes and defines the concept, role and scope of tourism as a complex phenomenon within the economic structure. Precisely because of the relatively "unclear" boundaries of tourism within economic activities, i.e. the inclusion of several economic activities, tourism can be a powerful engine of economic development. Whether tourism contributes more or less to the development of the economy will be attempted to be explained by analyzing the economic (you mentioned economic development earlier) indicators of Croatian tourism. The current trends in tourism on the Adriatic and in the rural areas of Croatia will be presented, explained and related to each other, but there will also be an attempt to explain the impact of the current challenges on the tourism market and especially the surprising impact of the pandemic COVID -19 on tourism. At the same time, these analyzes will serve as a basis for a discussion of the advantages and disadvantages of Croatian tourism. It could be said that Croatia has an advantage reflected in its geographical location, which makes it an interesting tourist region of the European Union, and as a member of the European Union this becomes even more evident. Besides highways (road quality), quality tourist infrastructure and geographical "accessibility" (proximity), other advantages are advances in technology that make it very easy for tourists to get information in advance and choose a destination based on available reviews from other visitors. Nevertheless, there are of course some disadvantages of Croatian tourism. For example, the relatively high prices, the lack of a complex tourist offer and the somewhat lower quality and structure of accommodation options should be highlighted. Besides the cultural, historical and natural beauty, quality and tourist potential, the modern technological and "fashionable" development potentials should not be ignored, and the geopolitical and geo-economic environment can be an additional stimulating factor for development. For example, the introduction of the euro and the advantages of membership in the European Union (single internal market, investment packages) can certainly be an additional incentive for foreign tourists to choose Croatia as a destination.

Keywords: Croatian tourism, COVID -19, current trends in tourism, EU

SADRŽAJ

1. Uvod.....	1
1.1. Predmet istraživanja	1
1.2. Svrha i cilj istraživanja	2
1.3. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	2
1.4. Sadržaj i struktura rada.....	2
2. Hrvatski turizam: povijesni pregled i suvremeni tokovi	4
2.1. Gospodarski pokazatelji turizma prije pandemije	6
2.2. Suvremeni turistički trendovi	9
2.3. Suvremeni izazovi turizma	11
2.4. Prednosti i nedostaci turizma	13
3. Postpandemijski oporavak hrvatskog turizma.....	17
3.1. Utjecaj pandemije COVID-19 na Hrvatski turizam	19
3.2. Gospodarski pokazatelji nakon pandemije	23
3.3. Ekonomske i društvene promjene	26
4. Prilike i opasnosti hrvatskog turizma	29
5. Zaključak.....	31
Popis literature.....	32

1. Uvod

Ograničenja s kojima se susreo hrvatski turizam za vrijeme pandemije koronavirusa (COVID-19), kao i mogućnosti pospandemijskog oporavka prikazani su u ovome radu. Turizam se našao s svakakvim izazovima tokom pandemije poput karantene, zabrane velikih okupljanja. Državni zavod za statistiku prikazuje podatke koji analiziraju stanje turizma prije, tokom i poslije pandemije. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista znatno se mijenjaju nakon Domovinskog rata te najviše 2020. godine. Smanjeni su brojevi noćenja u komercijalnim smještajima, devizni prihod od turizma je znatno opao. Država se susreće sa suvremenim trendovima poput napretka tehnologije koja pomaže u teškim situacijama, sastanci su se održavali online, filmski festivali, posjeti muzejima također, što je ujedno i velika prednost hrvatskog turizma. Turizam, općenito, jako je popularan u današnje vrijeme. U gospodarskom smislu, moglo bi se reći kako je u Hrvatskoj turizam od iznimnog značaja i prihodi od turizma jedna su od najvažnijih stavki razvoja. Upravo će se u ovom završnom radu pokušati prikazati i objasniti ovisnost hrvatskog gospodarstva o turizmu, što nužno ne mora značiti niti veliku prednost, a možda niti nedostatak. Ipak, ne smiju se zanemariti izravni i neizravni učinci turizma po gospodarstvo, pa, uz poticanje gospodarskog rasta, posljedično dolazi do razvoja opće (ne samo prometne) infrastrukture, poboljšanja turističke ponude, razvoja kompleksnijeg turističkog proizvoda i općeg društvenog napretka. Iskustva potvrđuju kako je pandemija COVID-19 utjecala na povećanje investicijskih i razvojnih aktivnosti u ruralnom turizmu. Manja su mjesta već i mjesta koja su s manjom gustoćom naseljenosti, većom udaljenosti između objekata te većom dostupnosti prirodnih ljepota (blizina šuma, rijeka, udoline, gore i planine, more, otoci, sela te je bila manja opasnost zaraze. Turisti su bili sigurniji sa svojim obiteljima na odmoru. Istraživanja pokazuju kako su u Hrvatskoj najzastupljeniji turisti dobne skupine od 35 do 44 godine ili da Hrvatsku najčešće posjećuju turisti dobne skupine od 35 do 44 godine, a to uključuje ujedno i visok udio obitelji s djecom kojima Hrvatska sa svim svojim turističkim karakteristikama odgovara kao destinacija i svojevrsan „bijeg“ od svakodnevice. Upravo o svemu ovome, ali detaljnije, bit će riječi u nastavku ovog završnog rada.

1.1. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovog završnog rada je postpandemijski oporavak hrvatskog turizma uz analizu prilika i opasnosti koje determiniraju razvoj turizma u Hrvatskoj. Strukturu završnog

rada čine poglavlja u okviru kojih su objašnjeni ključni pojmovi bitni za razmatranje turizma, gospodarska funkcija turizma, pokazatelji značenja turizma za gospodarski razvoj, utjecaj pandemije COVID-19 na hrvatski turizam, ali i izazovi, trendovi, prednosti te nedostaci hrvatskog turizma.

1.2. Svrha i cilj istraživanja

Svrha ovog završnog rada usmjerena je na tumačenje važnih značajki koje su vezane uz hrvatski turizam prije, tokom i poslije pandemije COVID-19 (u nastavku rada: pandemija). Cilj rada je što jasnije i preciznije objasniti i analizirati pojmove hrvatskog turizma, gospodarske pokazatelje, društvene i ekonomske promjene tokom pandemije te kako sve to utječe na daljnji razvitak hrvatskog turizma.

1.3. Izvori podataka i metode prikupljanja

Opisivanje ključnih pojmova i značajki temelji se na različitim spoznajama iznesenima u domaćim i stranim člancima i drugim vrstama publikacija. Metode istraživanja koje su korištene prilikom izrade ovog seminarskog rada su: povijesna metoda, metoda kompilacije i metoda deskripcije. Tako je, primjerice, povijesna metoda olakšala prikaz razdoblja bitnih za razmatranje važnosti i uloge turizma za gospodarski razvoj Hrvatske, ali je i omogućila jasniji pregled suvremenih izazova koje je izazvala pandemija. Metoda kompilacije je poslužila pri objašnjavanju ključnih pojmova rada, dok se metoda deskripcije koristila za objašnjenje razvoja turizma u Republici Hrvatskoj.

1.4. Sadržaj i struktura rada

Završni rad strukturiran je na način da je podijeljen na ukupno pet poglavlja. *Prvim poglavljem* obuhvaćen je uvod rada kojim se ukatko opisuje tema rada, odnosno hrvatski turizam. Kroz *Drugo poglavlje* analiziran je i teorijski objašnjen pojam hrvatskog turizma. Osim toga, u sklopu ovog poglavlja objašnjeni su gospodarski pokazatelji hrvatskog turizma, zatim suvremeni turistički trendovi, izazovi turizma te prednosti i nedostaci hrvatskog turizma. *Treće poglavlje* odnosi se na utjecaj pandemije COVID-19 te na postpandemijski oporavak hrvatskog turizma, prikazuje gospodarske pokazatelje poslije pandemije te ekonomske i društvene

promjene izazvane pandemijom COVID-19. U *Petom poglavlju* iznesen je zaključak rada. Na kraju rada navedena je sva korištena relevantna stručna literatura i popis priloga.

2. Hrvatski turizam: povijesni pregled i suvremeni tokovi

Turizam se s vremenom razvijao vrlo sporo, ali utjecajem globalizacije i tehnologije počeo je napredovati te danas postao jedna od najprofitabilnijih gospodarskih grana u Republici Hrvatskoj. Povijest razvoja turizma prema Lickorishu i Jenkinsu (Jelović, 2017) dijeli se na četiri razdoblja:

1. pretpovijest turizma, razdoblje koje obuhvaća srednjevjekovno doba i početak 17. stoljeća,
2. razdoblje željezničkog prometa koje obilježava drugu fazu razvoja turizma od 1750. – 1850.,
3. treća faza, faza međunarodnog razdoblja između 1918. i 1939. godina.,
4. četvrta faza, „uzletna faza“ koja započinje nakon Drugog svjetskog rata i traje i dan danas.

Pojava i razvoj turizma započela je uvođenjem željeznica koja je stvorila gradska središta Zagreb, Split, Rijeku i Karlovac. Izgradnjom željeznica skraćeno je vrijeme putovanja te je omogućilo bolju povezanost hrvatskih gradova što pridonosi samom razvoju turizma.

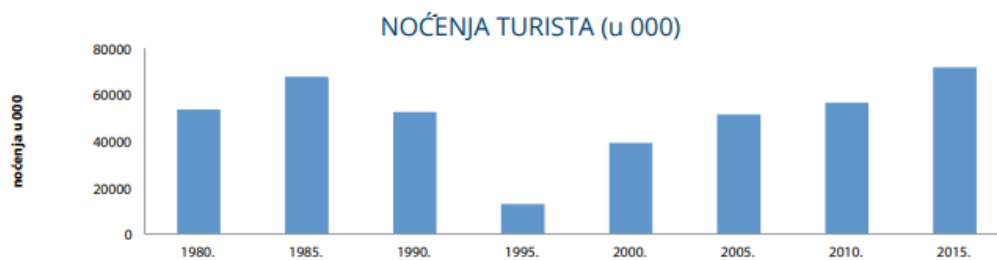
Razvoju turizma na hrvatskim područjima posebnu ulogu uz brodogradnju imala je plovidba Jadranskim morem. Bečkim kongresom 1815. godine veliki dio hrvatskog područja pripadalo je Austro-Ugarskoj koja je bila vrlo napredna zemlja te je bilo očekivano da će se nastojati urediti pomorski promet kao što se dogodio i s cestovnim. Prvo zabavno putovanje od Trsta do Pule organiziralo se već 1828. godine. Događaj Austrijskog Loyda 1835. godine je bio jako bitan događaj za razvoj hrvatskog turizma koji je osim povezivanja obale Jadrana sudjelovao u financiranju turističkih investicija na obali i također Opatiju (Blažević, 1987). Završetkom drugog svjetskog rata turizam Hrvatske se počeo intenzivnije razvijati izgradnjom ville Angiolina u Opatiji 1844. godine (Jelović, 2017). Nakon toga je Opatija proglašena lječilištem i postala popularno zimovalište bogatih gostiju iz Austro-Ugarske i drugih dijelova Europe (Gušić, 2016). Nakon razvoja turizma u Opatiji razni otoci i gradovi su dobili status primorskih ljetnih odmarališta poput Raba, Crikvenice, Lovrana, Dubrovnika i tako dalje (Jelović, 2017). Tokom daljnjeg razvoja turizma postepeno su se razvijale organizacije poput društva za izgradnje kupališta, društva za proljepšavanje i uređenja mjesta. Prva organizacija za proljepšavanje mjesta bila je Društvo za proljepšavanje mjesta koja je osnovana u gradu Krku 1864. godine, a kao najstarije društvo za razvoj turizma u Hrvatskoj izdvaja se Higijeničko

društvo koje je osnovano na Hvaru 1868. godine te se smatra začetnikom društvene organizacije turizma, navodi Jelović (2017).

U današnje vrijeme turizam je jako popularna aktivnost kod većine ljudi te je jedan od glavnih izvora prihoda Republike Hrvatske (Mandura, 2018). Dakle, kao jedan od glavnih razloga zbog čega je Hrvatska danas privlačnija turistima zbog svojih prirodnih i kulturnih bogatstva negoli zbog kvalitetne turističke ponude je neadekvatna razvojna koncepcija (Križanić, 2017). Također, Hrvatska ima očuvane prirodne plaže, otoke, veliku šumovitu površinu te veliki broj zaštićenih područja koji su primarne atrakcije za turiste. Prije analize razvoja, značenja i uloge turizma u gospodarskom smislu, bitno je naglasiti kako Svjetska turistička organizacija (2008.) definira turizam kao „društveni, kulturni i ekonomski fenomen koji uključuje kretanje ljudi u zemlje ili mjesta izvan njihovog uobičajenog okruženja u osobne ili poslovne/profesionalne svrhe. Ti se ljudi nazivaju posjetiteljima (koji mogu biti turisti ili izletnici; rezidenti ili nerezidenti), a turizam ima veze s njihovim aktivnostima od kojih neke uključuju troškove turizma.“

Neke od glavnih atrakcija uz more za turiste koji posjećuju Hrvatsku su nacionalni parkovi Kornati, Brijuni, Mljet, krški fenomeni poput stijene Velebita, rijeke Krke te slapovi Plitvičkih jezera. Među parkovima prirode nalaze se Kopački rit, Papuk, Lonjsko polje, Žumberak i Risnjak te u nekima od njih postoji ponuda hotelskog smještaja što uvelike pridonosi hrvatskom turizmu. Kako navodi Glavinić (2020), povijesna jezgra grada Trogira, Šibenska katedrala, Dioklecijanova palača u Splitu te povijesna jezgra Dubrovnika, kao i Pulski amfiteatar su veliko bogatstvo hrvatske kulturno-povijesne baštine koje su pod zaštitom UNESCO-a. Kako se razvijao hrvatski turizam tako su rasli i brojevi noćenja. Slika 1 prikazuje noćenja turista od 1990. godine do 2015. godine. Turizam je rastao od kraja 19. i početka 20. stoljeća zbog turizma u Opatiji, kako je već navedeno u tekstu, izgradnjom Ville Angioline te Opatijskih lječilišta. Najveće smanjenje broja noćenja Hrvatska je ostvarila 1995. godine tokom Domovinskog rata zbog nedostatka sigurnosti. Prestanak rata u Hrvatskoj rezultirao je povećanjem dolazaka i noćenja turista te broj noćenja bio u porastu do 2015. godine.

Slika 1 Noćenja turista (000)



Izvor: autorica preuzela gotovo slikovno rješenje iz: Ministarstvo turizma (2020)

2.1. Gospodarski pokazatelji turizma prije pandemije

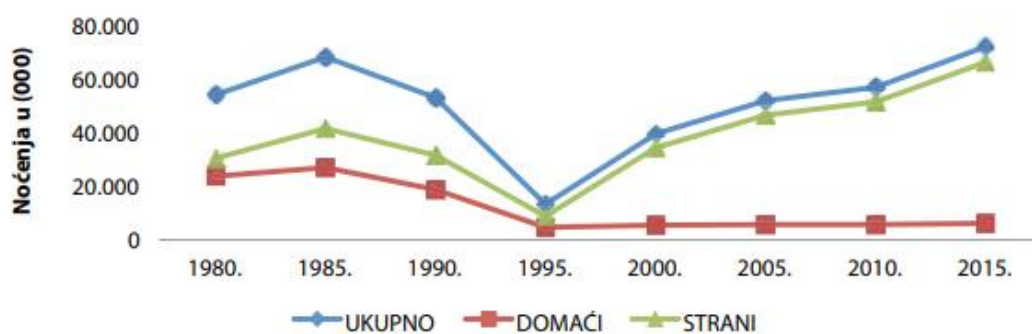
Da bi se mogli objasniti gospodarski pokazatelji u turizmu, prvo se treba definirati tko je to posjetitelj i što znači turist, kao i navesti koji su to osnovni pokazatelji istoga. Kako navodi Hrvatski jezični portal (n.d.); posjetitelj je onaj koji dolazi na neko mjesto, koji po svom interesu pohodi; posjetilac, posjetnik [posjetitelj izložaba; posjetitelj svetog mjesta] te kako navodi DZS (2021.) „Turist je svaka osoba koja u mjestu izvan svojeg prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskome ili drugom objektu za smještaj turista radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, porodice, poslova, javnih misija ili skupova. U turiste se ne uključuju osobe koje u mjestu borave više od 12 mjeseci uzastopno, osobe kojima je osnovni razlog posjeta aktivnost koja se financira iz mjesta posjeta, osobe koje redovito dnevno ili tjedno putuju u mjesto u kojem obavljaju posao ili studiraju, osobe koje ulaze ili napuštaju zemlju kao migranti, pogranični radnici, diplomati, konzularni predstavnici i članovi vojnih snaga na redovitom poslu/zadatku, prognanici, nomadi, osobe u tranzitu” Načelno, osnovnim pokazateljima razvoja turizma smatraju se sljedeći: broj posjetitelja, broj turista, broj noćenja, prosječni broj noćenja po postelji, prosječni broj turista po dolasku te mnogi drugi.

Hrvatsku je u 2015. godini posjetilo ukupno 14,1 milijun turista, što je povećanje od 8,3 posto na godišnjoj razini, a broj noćenja iznosio je 78,5 milijuna, što je rast od 6,8 posto, pa će ukupni prihodi od stranih turista sasvim sigurno premašiti 8 milijardi eura. Sve jadranske regije bilježe dobru turističku sezonu i zaokružuju je boljim brojkama nego godinu prije. Istra je i dalje najjača turistička županija s 3,5 milijuna dolazaka i 23,6 milijuna noćenja, što je rast od 8,7

posto, odnosno 5,9 posto. Najveći pojedinačni rast zabilježen je u Splitsko-dalmatinskoj županiji koja je ostvarila 2,6 milijuna posjetitelja i 14,6 milijuna noćenja, što je rast od 9,3 posto, odnosno 8,4 posto. Lorencin (2016) je naglasio da je broj domaćih turista na godišnjoj razini porastao za 10,3 posto, rekavši da je to rezultat rasta BDP-a, rasta potrošnje i oporavka gospodarstva. Nijemci su bili najbrojniji turisti - Hrvatsku je u 2015. posjetilo njih 2,1 milijuna, što je povećanje od 6,3 posto. U trećem tromjesečju 2015. prihodi od stranih turista iznosili su 5 milijardi eura, što je povećanje od 7,5% u odnosu na 2014. U razdoblju od siječnja do rujna 2015. ti su prihodi iznosili 7,2 milijarde eura, što je povećanje od 7,6% na godišnjoj razini (Vlada RH, 2016).

Prema Državnom zavodu za statistiku (2021) definira se da je domaći turist svaka osoba s prebivalištem u Republici Hrvatskoj koja u nekome mjestu u Republici Hrvatskoj izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskome ili drugom objektu za smještaj turista, a strani turist svaka osoba s prebivalištem izvan Republike Hrvatske koja privremeno boravi u Republici Hrvatskoj i provede najmanje jednu noć u ugostiteljskome ili drugom objektu za smještaj turista (DZS, 2021). Broj noćenja turista, domaćih i stranih, mijenjao se tokom razdoblja 1980.-2015. godine. Slika 2 prikazuje broj domaćih turista 1980. godine koji je iznosio 23.475. Taj broj se postepeno povećavao do 1990. godine, a 2015. godine smanjio se na 5.743 noćenja (Ministarstvo turizma, 2019). Za strane turiste, u istom promatranom razdoblju, broj noćenja se povećao s 30.125 na 65.863 tisuće noćenja te je ukupan broj noćenja porastao na 71.605 tisuća noćenja.

Slika 2 Noćenja turista 1980.-2015. (u 000)



Izvor: autorica preuzela gotovo slikovno rješenje iz: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2020.)

Prema podacima iz 2018. godine broj postelja je bio 1.266.785 u smještajnim kapacitetima po vrstama objekata u koje spadaju hoteli, apartmani, kampovi, lječilišta, odmarališta, hosteli. U 2019. godini ukupan broj postelja iznosi 1.319.266 što znači povećanje od 52.481 postelja. Ovi pokazatelji nam govore da se Hrvatski turizam znatno povećao ako promatramo geografsku rasprostranjenost ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja, Istarska županija je ostvarila najveći broj postelja za obje godine. Također, Istarska županija nakon Domovinskog rata ima najviše posjetioaca te godinama ostvaruje najveći broj posjetitelja. Najmanje postelja je ostvarila Koprivničko-križevačka županija u 2018. godini, a u 2019. godini Virovitičko- podravska županija zbog toga što je ruralni turizam manje razvijen (Ministarstvo turizma 2020).

Najviše dolazaka i noćenja stranih turista u srpnju 2022. ostvarili su turisti iz Njemačke, i to 676 tisuća dolazaka, što je 16,9% od ukupno ostvarenih dolazaka stranih turista, te 5,0 milijuna noćenja, što je 21,2% noćenja od ukupno ostvarenih stranih noćenja. U odnosu na srpanj 2021. turisti iz Njemačke ostvarili su 8,5% više dolazaka i 19,2% više noćenja. Tradicionalno su najviše noćili u Istarskoj (44,9%) i Primorsko-goranskoj županiji (23,0%). U odnosu na srpanj 2019. turisti iz Njemačke ostvarili su 12,9% više dolazaka i 5,2% više noćenja (DZS, 2022).

Uz broj dolazaka i noćenja prosječna dnevna potrošnja posjetitelja, odnosno turista, jedan je od najvažnijih ekonomskih pokazatelja održivosti turističkih aktivnosti u nekoj turističkoj destinaciji. Prosječna dnevna potrošnja posjetitelja jest temelj za praćenje prihoda u turizmu te izravni utjecaj turizma na odredište (Hrvatski opservatorij održivog razvoja turizma, 2022). Pokazatelji o troškovima putovanja i o potrošnji turista u mjestu privremenoga boravka odnose se na razdoblje srpanj-kolovoz. Prosječni troškovi turističkih putovanja iskazuju se po osobi, a sastoje se od troškova prijevoza, provizije organizatora putovanja i troškova boravka.

Uz pokazatelje o troškovima boravka, spominje se i prosječan boravak. Prosječna dnevna potrošnja odnosi se samo na troškove boravka, a dijeli se na izdatke za osnovne usluge i ostale usluge. U okviru osnovnih usluga nalaze se izdaci za prehranu i piće (obuhvaćaju kako potrošnju u ugostiteljskim objektima, tako i kupnju prehrambenih proizvoda i pića u trgovini). Od izdataka za ostale usluge stavkom „kupnje” obuhvaćene su uglavnom kupnje neprehrambenih proizvoda u trgovini ili na tržnicama, stavkom „kultura i zabava” obuhvaćeni su izdaci za posjete muzejima i galerijama, kulturnim, zabavnim i sportskim priredbama, izdaci za sportske, zabavne i rekreativne aktivnosti.

Također gospodarski pokazatelji obuhvaćaju izdatke za izlete, lokalni prijevoz, servisne, zdravstvene i pravne usluge. Iako je riječ o ponderiranim prosjecima vrijednosti prosječne potrošnje po pojedinim vrstama usluga i različitog udjela fizičkog prometa po pojedinim vrstama smještaja, rezultat istraživanja može se uzeti kao realan pokazatelj turističke potrošnje u Hrvatskoj u promatranome razdoblju, bez obzira na sve moguće metodološke nedostatke (Blažević, 2001).

2.2. Suvremeni turistički trendovi

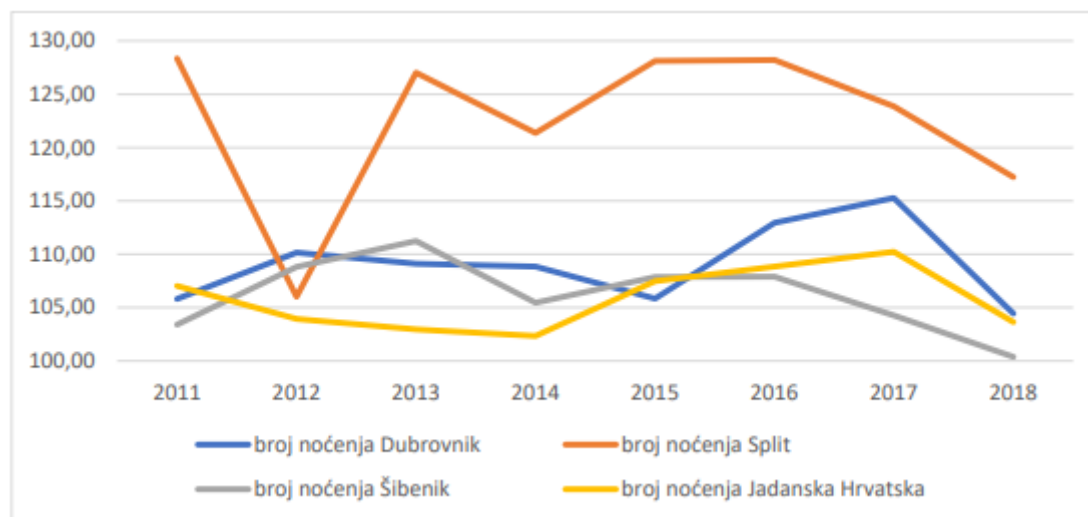
Uz povijest i razvoj turizma prema gospodarskim pokazateljima razvijaju se i nove tehnologije putem kojih je omogućen ubrzan razvoj turizma te su informacije o turističkim destinacijama postale dostupne jednim klikom kojim turisti se mogu informirati prilikom planiranja odmora ili ljetovanja. Napredak tehnologije je novi trend koji iz dana u dan raste te sukladno s tim, mijenjaju se ponašanja potrošača na turističkom tržištu. Turisti imaju svoje preferencije, i viziju idealnog odmora. Netko želi biti na samo jednoj turističkoj destinaciji, u luksuznom hotelu, a nekome nije bitan smještaj i želi manje potrošiti kako bi posjetio više turističkih destinacija. Nastavno na to, postoje različite vrste turističkih ponuda i, poželjno, kompleksnih turističkih proizvoda, koje se prilagođavaju potrebama i željama turista. Kreiraju se novi proizvodi, atrakcije te se gubi svijest o tradicionalnim odmorima i pojačava trend putovanja izvan ljetne sezone, korištenje suvremene tehnologije u pripremama za putovanja i rezervacije u posljednjem trenutku.

Turizam treba pratiti nove promjene jer uvođenje novih trendova bolje prolaze na tržištu te su više prilagođene krajnjem korisniku. Staro se zamjenjuje novim jer se turizam odvija u dobu brzih promjena. Postoje putne agencije koje „sklapaju“ ponude prilagođene turističkim potrebama i željama, te su cjenovno pristupačnije, nego samoplanirani odmori zbog npr. nepoznavanja glavnih atrakcija, veće potrošnje goriva ukoliko turisti ne poznaju prostor.

Jedan od trendova koji je jako popularan su Dubrovačke gradske zidine. Nakon snimanja poznate svjetske serije *Game of Thrones* zidine su postale jako popularne te je snimanje te serije na našim područjima povećalo turističku posjećenost grada Dubrovnika. Podatci u nastavku prikazuje godišnji indeks rasta broja turističkih posjetitelja (broj noćenja turista) u Dubrovniku, Šibeniku i Splitu, u usporedbi s kretanjem godišnjeg indeksa rasta broja noćenja u cijeloj Jadranskoj Hrvatskoj. Slika 3 prikazuje statističke podatke o broju turista koji dolaze u Dubrovnik, Šibenik i Split, gradove u kojima su snimane pojedine epizode serije „Igra

prijestolja“ (u Dubrovniku od 2011. godine, a Splitu i Šibeniku od 2013. i 2014. godine) što govori da je serija pozitivno utjecala na Hrvatski turizam i povećala popularnost gradova.

Slika 3 Indeks rasta broja noćenja u Splitu, Dubrovniku i Šibeniku u usporedbi s Jadranskom Hrvatskom od 2011. do 2018. Godine



Izvor: autorica preuzela gotovo slikovno rješenje iz: Državni zavod za statistiku (2020)

Turizam je postao najmasovnija pojava u svjetskim relacijama: nudi nove destinacije i nove oblike aranžmana, traži nove oblike organizacije, resurse i strategije (Vidak, Sindik, 2015). Vidak i Sindik (2015) također navode kako suvremeni turisti teže novim oblicima turizma, koji imaju kompenzacijski efekt u odnosu na suvremeni dinamični ritam življenja. Sigurnost, zdravlje, ekologija i kultura smatraju se čimbenicima na kojima se temelje suvremeni turistički tijekovi. Uz getoizaciju i alternativni turizam, najnoviji suvremeni turistički trendovi okrenuti su održivom turizmu, koji je višestruko najpogodnija perspektiva. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) razvila je djelotvornu tehnologiju razvoja sustava pokazatelja održivosti turizma na razini destinacije, koji pomaže planiranju i evaluaciji svih aspekata održivog turizma na razini različito velikih prostornih jedinica.

Prosječna turistička potrošnja u Hrvatskoj je znatno ispod onoga zabilježenog u drugim zemljama Europske unije dijelom zbog nižih cijena. Cijena turizma usluge i karakteristike turističkog modela uvelike određuju turističku potrošnju „Sunce i more“ tipično je povezan s nižim razinama potrošnje i iskrivljene turističke infrastrukture prema srednje niskom rasponu.

U Hrvatskoj prosjek turističke potrošnje po osobi i noćenju je oko 70% od prosjeka na Mediteranu. Dio razlike može se prepisati nižoj razini cijena u odnosu na Mediteran. Dinamika indeksa cijena hotela i restorana usluge se mogu uzeti kao dobra zamjena za evoluciju cijena turističkih usluga. Zadnjih 15 godina, podindeks Hrvatske se široko razvijao u skladu s razvojem u drugim mediteranskim zemljama, bar Italija, koja je doživjela nešto sporiji rast. Cijene za usporedive pakete dobara i usluga 2016. godine bile su u prosijeku niže u Hrvatskoj nego svojih „vršnjaka“. Nadalje, prosječna turistička potrošnja opada posljednjih godina, od broja dolazakaturista i nerezidenata noćenja su rasla brže od prihoda u turizmu. Ovaj trend je također uočen u drugim zemljama, poput Španjolske i Cipra, ali čini se posebno izraženo u slučaju Hrvatske (Orsini i Ostojić, 2018).

Naime, jedan od trendova koji je postao popularan u Hrvatskoj tokom pandemije je virtualizacija kulturnih sadržaja. Ministarstvo kulture izradilo je popis koji obuhvaća filmove, kazališne predstave, izložbe, književna događanja i mnoga druga događanja. Muzeji su virtualizirali neke od najposjećenijih izložbi poput izložbe *Šezdesete u Hrvatskoj- mit i stvarnost* te mnoge druge (Lukić i Lukić, 2020). Naime, na globalnoj razini uočljiv je trend smanjenja financiranja iz državnog proračuna, kao i ostalih javnih izvora, uz paralelno povećanje naplate ulaznica, edukativnih i rekreacijskih programa i ostalih sadržaja u zaštićenim područjima (Kodrman, Opačić i Marković Vukadin 2020).

2.3. Suvremeni izazovi turizma

Suvremene trendove prate i suvremeni izazovi turizma. Brojni su izazovi koji mogu utjecati na razvoj turizma, bili oni globalnoj ili lokalnoj razini. Moglo bi se reći kako je 1970.-ih godina Hrvatska bila već turistički razvijena zemlja. Turistički razvijenim drži se ono gospodarstvo u kojem broj stranih turista premašuje broj lokalnog pučanstva (Križanić, 2017). Zanimljivo je istaknuti kako je 1988. godine Hrvatska bila pozicionirana na treće mjesto u odnosu na mediteran sa 60 milijuna noćenja te tako postala turistički najrazvijenijom zemljom na mediteranu (Križanić, 2017). Kako je vrijeme prolazilo, dogodio se pad turističkih aktivnosti. Naime, 1990.-te godine obilježene su ratom kojim je uslijedio pad broja noćenja. Nakon završetka rata, država se oporavila, gospodarstvo je počelo rasti, a posljedično rastu i stabilnosti samog okruženja, turizam se počinje oporavljati uz manje oscilacije sve do 2007. godine kada je premašen prvi „rekord“ s 9 milijuna inozemnih turista (Križanić, 2017).

Osnovi proizvod kojim Hrvatska dominira su upravo njezina prirodna bogatstva poput „sunca i mora“ koje prati suvremene turističke trendove kojima privlači turiste iz Europe i svijeta te se profilira kao poželjna turistička destinacija. Hrvatska je najposjećenija tijekom sezone. Budući da je zakasnila s procesom modernizacije, najznačajniji zaokret je ostvaren od 2000. godine do 2011. godine. U tom vremenskom razdoblju dogodio se rast cijena zbog povećanja investicija, kvalitete u kampovima i hotelima te se dogodio nekontrolirani rast noćenja u kućanstvima. Nadalje, Hrvatska ima premalo aktivnosti koje privlače turiste izvan sezone. Kao glavni čimbenici ograničenja hrvatskog turizma navode se marketing i prodaja, kvaliteta i struktura ponude, klima, ljudski potencijali te zakonski okviri i upravljanje. Osim ograničenja, Hrvatska nailazi na brojne izazove nastale pod utjecajem razvoja europskog turizma poput sezonske turističke potražnje, utjecaj prijevoza na okoliš, povećanje dostupnosti odmora, korištenje turizma kao alata za održivi razvoj te mnogi drugi. Za turizam je jako važno očuvanje okoliša. Ono je jedna od istaknutijih potreba za razvoj eko turizma. Iako *off road* staze turisti ne poštuju načela održivog turizma većina ponuda je zasnovana na intenzivnom i bliskom kontaktu s prirodom.

Visoka sezonalnost dolazaka predstavlja izazov za lokalne tvrtke koje posluju u sektoru turizma te ograničava njegov učinak na prelazak u druge sektore. Visoka sezona posebno je problematična za infrastrukture koje imaju visoke tekuće troškove, kao što su veliki hoteli. U prosincu 2015. godine i u siječnju 2016. Hotelska popunjenost bila je ispod 20% ali u kolovozu hotelska popunjenost premašila je 98% koja je ujedno i najveća popunjenost stopa u Europskoj uniji. Osim prehrambene i smještajne industrije, trgovini na malo se također suočavaju s izazovima kao i dobavljači i proizvođači usluga i dobara koji su traženi od turista. Orsini i Ostojić (2018) pokazuje da je elastičnost uvoza s obzirom na turizam je reda 0,7. Visoko pouzdanje Hrvatske sektora turizma na uvoz objašnjava se poteškoće u proširenju proizvodnje u cilju zadovoljenja potražnja tijekom kratke ljetne sezone. Ovako visoko „stopa curenja“ u konačnici ograničava pozitivan učinak turizma na druge domaće sektore. Štoviše, struktura smještajnog sektora usmjerena je na manje radno intenzivne ustanove (privatne kuće i kampovi). Ovaj može objasniti relativno nizak udio zaposlenosti u sektoru turizma u usporedbi s ukupnom veličinom izdaci turista u BDP-u. Štoviše, visoka sezonalnost ne pogoduje stabilnom zapošljavanju odnosi tijekom cijele godine: otprilike 45% od radnici zaposleni u turističkoj djelatnosti su privremeni radnici – daleko najveći udio u EU (Orsini, Ostojić 2018).

Nadalje, privatni motivi turista dolaska u Hrvatsku je tijekom ljeta s ciljem opuštanja u primorju, koji su nepromijenjeni od 2010. Godine koji naglašavaju poteškoće u proširivanju

turizma izvan ljetne sezone i primorja. Hrvatske vlasti su svjesne izazova te kako bi proširili turizam izvan sezone i primorja može se proširiti pojačanom provedbom mjera potpore: razvoj gradova u unutrašnjosti i prirodnih ljepota, razvoj gastronomskog turizma, wellnessa i zdravstvenog turizma te iskorištavanje hrvatske povijesne baštine. Opskrba novim i diferencirane turističke usluge mogle bi maksimizirati utjecaj i smanjiti rizika stagnacije na ekonomiju. Osim diferenciranja turističke ponude, ostali izazovi Hrvatskog turizma odnose se na neadekvatnu uključenost dionika i koordinacija, fragmentacija lokalnih razina vlasti, nedovoljno financiranje i nekvalificirani ljudski resursi. Kako bi podržali daljnji razvoj hrvatskog turističkog sektora, rješavanje postojećih izazova u smislu ljudskih financijska sredstva, upravljanje i koordinacija se čini dobrim rješenjem (Orsini i Ostojić, 2018).

2.4. Prednosti i nedostaci turizma

Svaki proizvod i usluga imaju svoje prednosti i nedostatke pa tako i Hrvatski turizam. Tablica 1 ukratko prikazuje prednosti i nedostatke hrvatskog turizma koji nam govore kojim proizvodima Hrvatska dominira, kako napredak tehnologije utječe na turizam, koje su pozitivne strane seoskog turizma. Također prikazuje kako je objašnjeno u daljnjem tekstu da određenim manifestacijama Hrvatska privlači turiste na određene destinacije te kako ono utječe na same turiste.

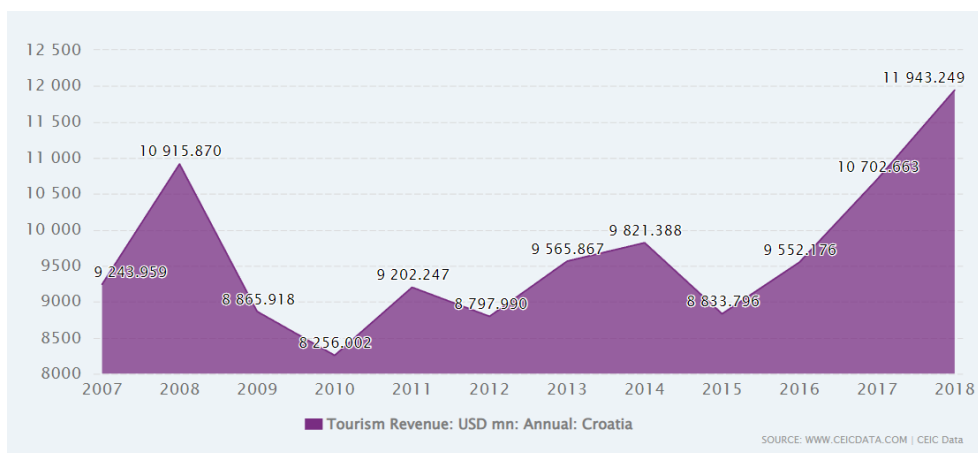
Tablica 1 Prednosti i nedostaci hrvatskog turizma

Prednosti	Nedostaci
"sunce i more"	Niska potrošnja
Prihodi od turizma	Nedostatak vremena
Vrhunske autoceste	Nedostatak interesa
Tehnološki napredak	Fokusiranostna sezonu
Manifestacije	
Seoski turizam	
Medicinski turizam	

Izvori: izrada autora

Hrvatski turizam je puno razvijeniji u jadranskom području jer dominira proizvodom „sunce i more“ u odnosu na ruralna područja na što upućuju pokazatelji o dolascima i noćenjima domaćih i stranih turista. Tijekom ljetne sezone hrvatska obala puna je domaćih i stranih turista te se sve atrakcije baziraju na Jadran. Jedna od velikih prednosti turizma je veliki priljev novca tokom ljeta. Slika 4 prikazuje da su prihodi od turizma Hrvatske dosegli 12 milijardi američkih dolara u prosincu 2018. godine, u usporedbi s 11 milijardi USD u prethodnoj godini. Veliki priljev novca govori da su se prihodi u turizmu povećali prije pandemije te da Hrvatska dobro upravlja svojim potencijalima kako bi privukli što više turista.

Slika 4 Prihod od turizma; USD, Hrvatska

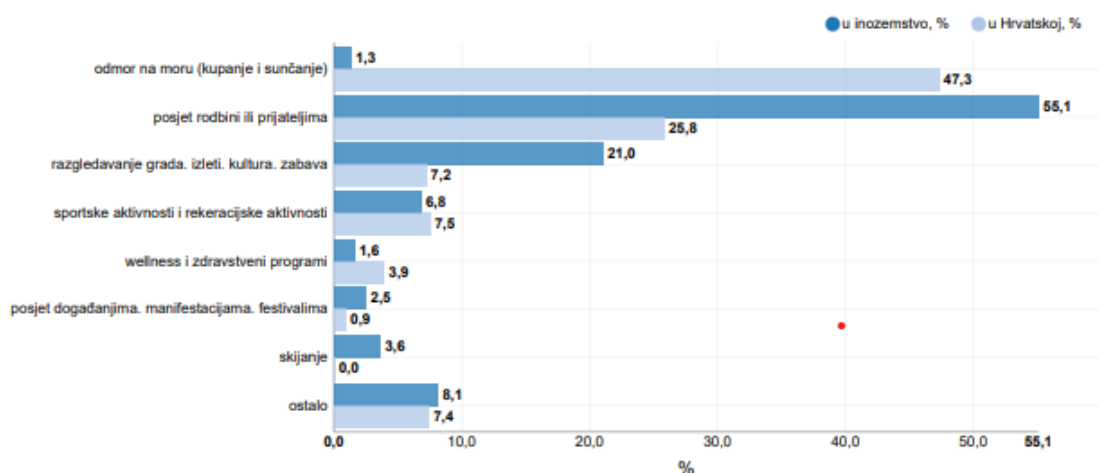


Izvor: autorica preuzela gotovo slikovno rješenje iz: Croatia Tourism Revenue (2018.)

Hrvatska osim „sunca i mora“, posjeduje vrhunske autoceste te je zbog toga dobila naziv „automobilska destinacija“ (World Tourism Organization, 2019). Turistima su poželjnija bliža

odredišta kojima mogu doći automobilom nego ona dalja mjesta u koja moraju putovati zrakoplovima što je velika prednost kao i turističke atrakcije povijesno-kulturnih baština kojih Hrvatska ima podosta u odnosu na druge države. Velika prednost je tehnološki napredak kojim se može doći do potrebnih informacija u kratko vrijeme na vrlo jednostavan i lak način. Turisti se mogu informirati o turističkoj destinaciji koju žele posjetiti i vidjeti što sve ona pruža i udovoljava li njihovim potrebama i željama. Putem recenzija drugih turista se mogu vidjeti ocjene smještaja, njihovo zadovoljstvo turističkom destinacijom, preporučena mjesta za posjetiti te na taj način mogu odlučiti hoće li posjetiti određenu destinaciju ili ne. Hrana u restoranima je vrlo kvalitetna, klima je ugodna za boravak u Hrvatskoj je zbog toplog Jadrana vrlo privlačna domaćim i stranim posjetiteljima. Da je Hrvatska ugodna za boravak zbog toplog Jadrana prikazuje slika 5 koja govori o glavnim razlozima te glavnom odredištu putovanja. 47,3% turista dolazi u Hrvatsku zbog odmora na moru (kupanje i sunčanje) koji ujedno govore da je to najveći razlog zbog kojeg ljudi dolaze u Hrvatsku. . Zatim slijedi posjet rodbini i prijateljima od 25,8% koji je nešto manji razlog zbog kojeg turisti dolaze. Razgledavanje gradova, izleti, kultura i zabava, sportske i rekreacijske aktivnosti te wellness i zdravstveni programi su u samoj sredini te na kraju skijanje i ostale aktivnosti.

Slika 5 Privatna višednevna putovanja prema glavnom razlogu i glavnom odredištu putovanja 2021.



Izvor: autorica preuzela gotovo slikovno rješenje iz: Državni zavod za statistiku(2022.)

Također, velika prednost je što se održavaju koncerti, razni događaji koji su uvijek prilagođeni starijim i mlađim populacijama. Tijekom ljetne turističke sezone u Hrvatskoj su poznata

turistička odredišta za mlade poput Zrća, Ultra, festival u gradu Umagu te ih najviše posjećuju zbog zabave. Najviše turista dolazi iz okolnih država poput Srbije, Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Makedonije i drugih obližnjih mjesta. Uz razvoj drugih vidova turizma sve veću pažnju privlači razvoj turizma za starije osobe. Ispitivanje potreba starijih osoba u turizmu, njihovih navika i želja je početak za analiziranje razvoja turizma koji se bazira na stariju populaciju koji posjeduje ogroman potencijal. Ponuda turizma za starije osobe mora zadovoljavati te potrebe i biti usmjerena na njihove potrebe. Navike današnjih starijih osoba znatno razlikuju od starijih osoba prijašnjih generacija. Mlađe populacije više žele putovati, imaju veće financijske mogućnosti, bolju povezanost do destinacija, aktivniji su. U najvećoj mjeri putuju automobilom i autobusom, preferiraju ljetnu sezonu, a glavni motiv im je druženje sa obitelji. Osnovna prepreka putovanju su najčešće financijski razlozi, nedostatak vremena te zdravstveno stanje (Butorac, 2021).

Osim navedenih atrakcija hrvatske obale i okolnih zemalja, a unatoč popularnosti iste kao oslonca Hrvatskog turizma, postoje i druge vrste turizma koje su potpora u kreiranju cjelogodišnje turističke ponude Hrvatske. Jedna vrsta turističke ponude je i seoski turizam koji je dolaskom pandemije dobila poticaj za razvitak. Kao primjer tematskog turizma u ruralnom području ističe se Božićno selo u Gornjem Dolcu (Omiš). Urbana populacija čini pretežni profil posjetitelja koje privlače tradicijski blagdanski i ruralni motivi. Razlozi dolazaka turista upućuju na božićnu estetiku i domaće životinje (Popović, Relja i Marsović, 2022). Također, Hrvatska ima veliki potencijal za razvoj medicinskog turizma kao bitnog dijela sveukupne turističke industrije u Hrvatskoj. No nedostatak napora javnog sektora i političke volje smanjuje tu mogućnost. Za razvoj medicinskog turizma potrebna je temeljna reforma zdravstvene skrbi koja zahtjeva poboljšanje zastarjele infrastrukture i podizanje kvalitete u smještajima, poboljšanje usluga poput popratnih ugostiteljskih i rekreacijskih sadržaja (Barać Miftarević, 2022). Turisti s višim obrazovanjem i višim mjesečnim prihodima upoznati su s pojmom zdravstvenog turizma u odnosu na one s nižim obrazovanjem i prihodima. S obzirom na tu vrstu turizma, ljudi najviše koriste usluge medicinskog turizma i wellness usluge, a nešto manje ljudi koriste usluge lječilišnog turizma (Mesić, 2021).

Tokom pandemije su bila zabranjena velika okupljanja ljudi, nije bilo koncerata, atrakcija kojih inače ima tijekom sezone, ali to nije turiste spriječilo da putuju.. Na turističkim destinacijama u selima posjetitelji su se mogli opustiti i uživati sa svojim obiteljima bez ugrožavanja sebe i drugih. Samim time što su se posjetitelji odlučili za druge aktivnosti koje uključuju njihove obitelji i prijateljem rezultiralo je niskom potrošnjom. Većina putovanja su posjeti obiteljima,

prijateljima te ne troše toliko na smještaj i hranu što rezultira niskom potrošnjom. Turisti koji idu na odmor kod svojih obitelji ograničeni su vremenom i interesom te se većina kulturnih aktivnosti ostvaruje na lokalnoj razini što je veliki nedostatak hrvatskog turizma.

Prije pandemije, turizam i putovanja činili su 1 od 4 svih radnih mjesta (333 milijuna) i 10,3% globalnog BDP-a (SAD 9,6 trilijuna dolara). U međuvremenu, potrošnja posjetitelja iznosila je 1,8 bilijuna američkih dolara u 2019. godini. (6,8% ukupnog izvoza). Istraživanje WTTC-a prikazuje: Nakon gubitka od gotovo 4,9 trilijuna američkih dolara u 2020. (pad od 54,4%), doprinos putovanja i turizma u BDP-u porastao je za 1 bilijun američkih dolara što znači porast od 21,7% u 2021. godini. Sektor turizma i putovanja u 2019. Godini pridonjeo je 10,3% globalnom BDP-u; udio koji se smanjio na 5,3% u 2020. Zbog stalnih ograničenja mobilnosti. Naredne godine udio u BDP-u se povećao na 6,1%. U 2020. izgubljeno je 62 milijuna radnih mjesta, što predstavlja pad od 18,6% što je veliki nedostatak u turizmu, ostavljajući samo 271 milijun zaposlenih u cijelom sektoru u svijetu, u usporedbi s 333 milijuna u 2019. 18,2 milijuna radnih mjesta vraćeno je 2021., što predstavlja povećanje od 6,7% na godišnjoj razini godina. Nakon pada od 47,4% u 2020., potrošnja domaćih posjetitelja porasla je za 31,4% u 2021. Nakon smanjenja od 69,7% u 2020., potrošnja međunarodnih posjetitelja porasla je za 3,8% u 2021. godini (Europski parlament, 2022).

Utjecaj globalne zdravstvene krize postaje jasan, a očekuje se da će rast europskog turizma ostati ispod razine iz 2019. do 2023. Tijekom prva četiri mjeseca ove godine Europa je zabilježila dramatičan pad od 44% u dolascima međunarodnih turista u usporedbi s istim razdobljem 2019. godine smanjenje u skladu s globalnom izvedbom. Gubitak radnih mjesta u turizmu u Europi 2020. bio je ogroman, u rasponu od 14,2 milijuna do 29,5 milijuna. I dalje dominira neizvjesnost, a trajanje pandemijskih ograničenja bit će ključno za utvrđivanje gubitaka u sektoru (Europski parlament, 2022).

3. Postpandemijski oporavak hrvatskog turizma

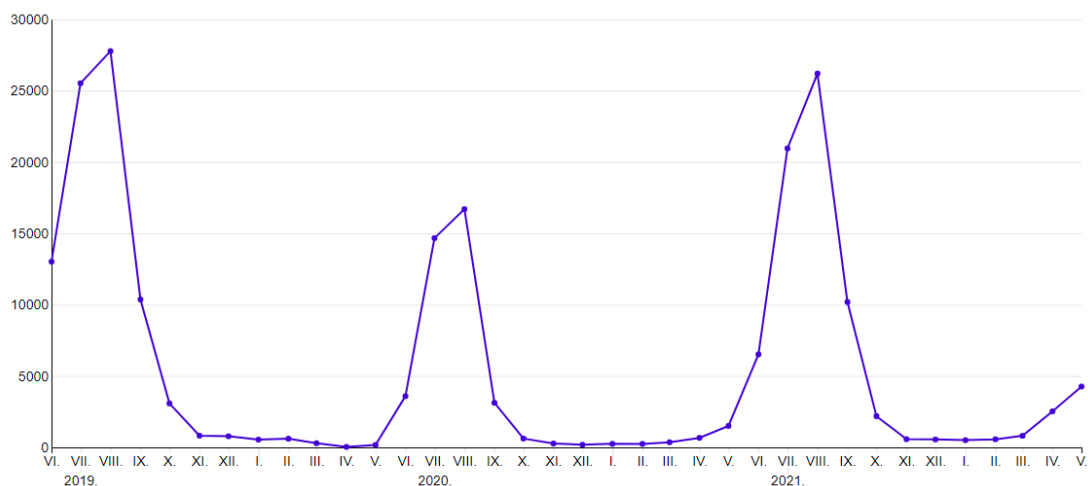
Turizam se nerijetko suočavao s raznim krizama tijekom proteklog 50-godišnjeg razdoblja intenzivnog globalnog rasta. Činjenica je da je kriza izazvana korona virusom znatno drugačija od prijašnjih kriznih iskustava. Zbog Covid-19 i njenog snažnog utjecaja na međunarodni i domaći turizam, različita tijela na lokalnim i globalnim razinama analiziraju i prate promjene kako one utječu na njega. Hrvatska tokom pandemije svjedoči zatvaranjem zemlje,

zaustavljanjem gospodarskih i društvenih aktivnosti te izoliranjem pojedinaca u humanom cilju očuvanja zdravlja. Pandemija je zahvatila cijeli svijet a ne samo Hrvatsku.

Prvi slučaj zaraze koronom zabilježen je u prosincu 2019. godine u Kini te se iz Kine proširila na cijeli svijet. Između 18. I 28.4. 2020. godine broj zaraženih i umrlih od pandemije porastao je za 36% Unutar pojedinih država najviše su stradali veliki gradovi poput Pariza, Madrida, New Yorka, Londona, Istanbula, Milana, Wuhana i drugih gradova (Klarić, 2020). U manje razvijenim zemljama i ruralnim područjima pandemija se nije toliko proširila.

Pandemija kao svjetska ugroza, pokazala je da je turizam snažno povezan i ovisan o zdravstvenim prilikama ne samo na lokalnoj, regionalnoj ili nacionalnoj, već i na međunarodnoj razini. Prema podacima od 28.4. 2020. godine u svijetu je bilo zaraženo više od tri milijuna ljudi te s obzirom na prostor u kojem se Covid-19 raširio radi se o najvećoj pandemiji u svjetskoj povijesti. Nikada se nije dogodilo da se virus toliko proširio po cijelome svijetu i poremetio svakodnevne živote ljudi. Tokom pandemije 2020. godine broj noćenja turista se vratio na isto stanje kao i prije 20 godina. Putovanja su bila ograničena, granice su bile zatvorene. Kako bi se spriječila zaraza provodile su se razne epidemiološke mjere poput karantene koja je izravno utjecala na pad noćenja i dolazaka turista. Slika 6 prikazuje kako se Nakon pandemije taj broj opet povećao za 72,1% tj. 70 milijuna noćenja (DZS, 2021). U siječnju i veljači 2021. godine bilo je manje dolazaka nego 2020. godine, ali od ožujka do prosinca ostvaren je porast noćenja i dolazaka turista u odnosu na 2020. godinu. Nije bilo više zatvorenih granica te uz mjere usmjerene na sprječavanje širenje covida turisti su putovali slobodnije i sigurnije.

Slika 6 Noćenja turista u kemercijalnim smještajnim objektima, u tisućama



Izvor: autorica preuzela gotovo slikovno rješenje iz: Državni zavod za statistiku

Tijekom oporavka hrvatskog turizma otvaranje se ogledaju u praćenju kvalitete, destinacijski menadžment, praćenje zahtjeva tržišnih segmenata, upravljanje kretanjem posjetitelja, zaštita spomenika i prirodnih područja. Turizam se može ogledati u četiri faze; Početnu, fazu rasta, maksimuma te fazu opadanja. Oporavak hrvatskog turizma naravno nije očekivan odmah odnosno da će se vratiti na prvobitnu poziciju nakon završetka epidemije. Vjerojatnost je da će se turizam postepeno oporavljati kroz različite faze dok se ne dosegne željena razina turističke aktivnosti. Faze bi po svim obilježjima mogle nalikovati fazama životnog ciklusa destinacije koje će vratiti hrvatski turizam iz faze zrelosti u fazu rasta. U toj fazi destinacije će se morati ponovno dokazati i boriti za svakog pojedinog gosta. Jedan od ciljeva turističkog razvoja jest poboljšanje kvalitete i strukture smještaja. Povećanje kvalitete smještaja u kućanstvima i kampovima te udjela hotela u ukupnom smještajnom kapacitetu kako bi se povećala atraktivnost i konkurentnost hrvatskog turizma. Turizam se brzo oporavlja nakon pandemije na što ukazuju pokazatelji dolazaka i noćenja prema vrsti smještaja (Državni zavod za statistiku, 2021). Može se reći kako će, načelno, stanovništvo/pojedinci uvijek voljeti i željeti putovati. Putovanje je postepeno postalo potreba. Sve više pojedinaca žudi za odlaskom na odmor kako bi pobjegli od posla, neke realnosti i rutine svakodnevnog života.

3.1. Utjecaj pandemije COVID-19 na Hrvatski turizam

Dok se svijet suočava s globalnom, društvenom, zdravstvenom i gospodarskom krizom s pandemijom COVID-19, putovanja i turizam su među najteže pogođenim sektorima sa zrakoplovima na zemlji, zatvorenim hotelima i ograničenjima putovanja uvedenim u većini zemalja diljem svijeta. Za preventivne mjere Hrvatska je uvela karantenu, socijalnu distancu, nošenje maski, restrikcije u kretanju i putovanjima, cijepljenje i druge mjere.

Sama pojava pandemije neposredna je posljedica krčenja šuma što znači da poljoprivreda raste te se povećavaju kontakti između ljudi. COVID-19 je s povećavanjem kontakta između ljudi uvelike utjecao na održavanje kulturnih manifestacija. Velike manifestacije i veliki festivali su bili otkazani tokom pandemije zbog zabrane okupljanja velikog broja ljudi. Također je zamrznuła domaći i inozemni kulturni turizam. Otkazani su jedni od najpoznatijih svjetskih festivala poput *Oktobefesta*, *Eurovizije*, *Glastonbury-a* i velike turneje velikih svjetskih glazbenika. Muzeji i galerije, koncerti, kina, kazališta su bili zatvoreni tijekom pandemije u cijelome svijetu. Najveći udar je doživio grad Rijeka otkazivanjem većine aktivnosti projekta *Rijeka 2020- Europska prijestolnice kulture*, koje su trebali postati važan čimbenik turizma cijele Primorsko-Goranske županije. Na žalost, zaposlenici su dobivali otkaze jer su se smanjivali prihodi javnog proračuna zbog posljedica za ublažavanje bolesti covid.

Već je ranije u radu istaknuta prednost napretka tehnologije pa je tako, primjerice, upravo u razdoblju kada se nije smjelo putovati, izlaziti iz kuće pa se cijeli svijet „preselio“ na internet. Istraživanje *The Network of European Museum Organisation (godina izvora)* o posljedicama pandemije COVID-19 govori kako je od 650 muzeja iz raznih dijelova svijeta njih više od 60% izjavilo da im se povećala prisutnost posjetitelja na internetu, društvenim mrežama. Organizirali su se prijenosi sadržaja uživo, *podcastovi* te igre za posjetitelje. Također su se održavali i virtualni koncerti na društvenim mrežama poput *Youtube-a*, *facebook-a* i *ostalih društvenih mreža te online kanala*.

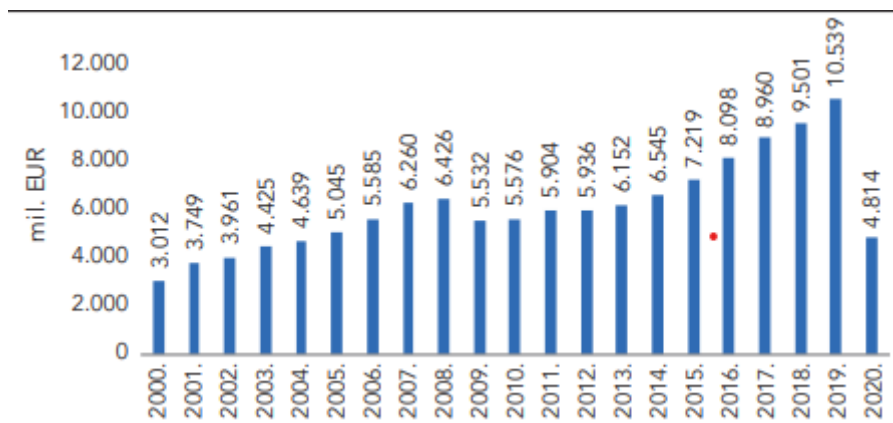
Pandemija je imala i pozitivan utjecaj ali za odnos prema okolišu. Tokom pandemije došlo je do izuzetnog oporavka okoliša, od pada emisija CO₂ i smanjenja zagađenosti zraka do pročišćenih venecijanskih kanala u kojemu plivaju labudovi i meduze što dokazuje da ukoliko se smanji korištenje fosilnih goriva da Hrvatska može imati zdrav okoliš. Također, jedan od pozitivnih utjecaja pandemije je utjecaj na ljude koji je potaknuo kreativnost i humanost, zahvalnost, podršku, humor te nove formate komuniciranja. Ljudi su zajedno pjevali i pljeskali na balkonima, policajci su plesali za lječnike, sportske zvijezde su podučavale djecu tjelesnom odgoju preko TV-a. Može se reći kako je pandemija povezala ljude na načine koje nisu očekivali. Takva kretanja u turizmu dodatno su pokrenula interes za iskrenim i emotivnim

sadržajima, bilo da je riječ o dnevnom animacijskom programu, gastronomskoj ponudi, oblikovanju smještaja ili nekim drugim elementom turističke ponude (Telišman-Košuta, 2020).

Turizam definiran kao skup različitih i međusobno povezanih aktivnosti ekonomskog i neekonomskog značaja koje su neposredno ili posredno vezane uz masovne turističke migracije je direktno pogođen mjerama od strane turističke ponude i potražnje (Koncul 2009). Za kreiranje tržišta u turizmu vrlo je važan susret ponude i potražnje kako bi se privuklo što više posjetitelja na neku turističku destinaciju što nam prikazuju podatci o deviznom prihodu. Hrvatski turizam je oslonjen na inozemnu potrošnju i većina hrvatskih turista ljetovalo u hrvatskoj umjesto u inozemstvu. Hrvatski turizam je najveća uslužna izvozna djelatnost te ostvaruje oko 70% izvoza usluga (Hrvatska gospodarska komora, 2020). U 2019. godini je ostvaren ukupni izvoz na razini od 19,4 posto BDP-a, te 2020. godini je ostvaren pad na razini 9,8 posto BDP-a. Deviznog prohoda u 2020. godini ostvareno je samo 4,8 milijardi eura što iznosi 54,3 posto manje nego prethodne godine te je isto tako i najniži od 2004. godine (Hrvatska gospodarska komora, 2020).

Slika 7 prikazuje devizni prihod od turizma 2000. godine kako je bio u porastu do 2008. godine te se dogodio pad 2009. godine. Tijekom godina prihod se opet povećavao te je 2019. godine ostvaren prihod u iznosu od 10.539 milijuna eura. Veliki pad deviznog prihoda dogodio se 2020. godine u iznosu 4.814 milijuna eura. Turisti su se bojali za svoje zdravlje i nisu odlazili na putovanja u mjerama u kojim su prije putovanja te samim tim prihod se smanjio. Granice su bile zatvorene te se nisu održavale manifestacije poput koncerata, filmskih festivala. Uz neodržavanje manifestacija i zatvorenih granica Hrvatska je uvela mjere poput karantena te se smjelo samo kretati u svojoj općini, kasnije se to proširilo na županije.

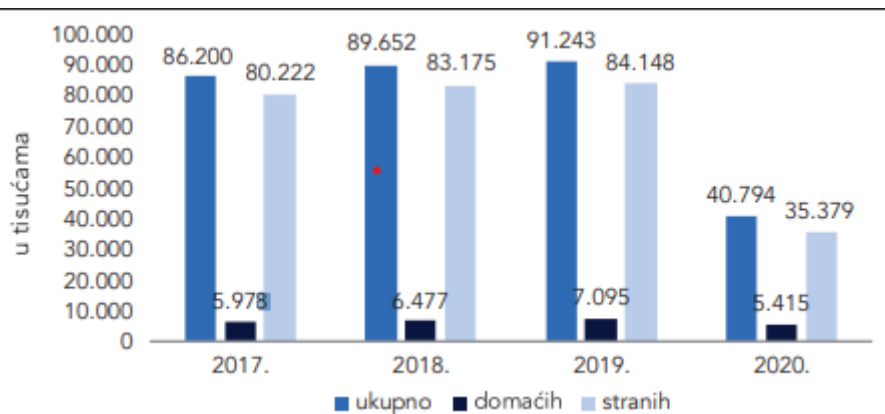
Slika 7 Devizni prihod od turizma



Izvor: autorica preuzela gotovo slikovno rješenje iz: Hrvatska narodna banka(2020)

Podatci turističkih noćenja u komercijalnom smještaju kako slika 8 prikazuje tokom pandemije u 2020. godini za turističku djelatnost prikazuju naj snažniju krizu, u komercijalnim objektima broj noćenja za domaće i strane turiste se znatno smanjio. Sa 91.243 tisuće ukupnih noćenja u komercijalnom smještaju 2019. godine na 40.794 tisuće ukupnih noćenja za strane i domaće turiste. Kako je već spomenuto donešene su mjere zatvaranja granice, karantene te kretanje samo po općinama i županijama što je ujedno i rezultiralo smanjenjem noćenja stranih i domaćih turista u komercijalnim smještajima.

Slika 8 Turistička noćenja u komercijalnom smještaju



Izvor: autorica preuzela gotovo slikovno rješenje iz: Državni zavod za statistiku (2020.)

Hrvatska je intenzivno razmatrala različita rješenja za dolazak stranih turista. Jedno od tih rješenja bio je dogovor s Slovenijom, Slovačkom, Češkom i Austrijom, oko otvaranja koridora za dolazak turista u Hrvatsku. Kasnije su i otvorene granice svim građanima Europske unije što je dodatno povećavalo broj turističkih dolazaka i noćenja. Glavninu smještajnih kapaciteta tokom pandemije činili su mali iznajmljivači jer su bili puno fleksibilnije nego veliki hotelski lanci. Unatoč nesnalaženjem i pogreškama Hrvatska je bila „relativno uspješna“ u izazovu upravljanja pandemijom (Matković, 2020).

3.2. Gospodarski pokazatelji nakon pandemije

Utjecaj pandemije na gospodarstvo u 2021. godini je bio manjeg inteziteta uspoređujući 2020. godinu. Oporavak gospodarstva i turizma se najbolje ogleda u brojkama noćenja i dolazaka u 2021. godini. U 2021. godini u komercijalnim objektima povećao se broj noćenja na 70,2 milijuna te dolazaka na 12,8 milijuna, što znači da je za 72,1% više noćenja i 82,5% više dolazaka posjetitelja u odnosu na 2020. godinu u Hrvatskoj (Turizam u brojakama, 2021). Porastu dolazaka i noćenja pomoglo je uvođenje te pridržavanje svih epidemioloških mjera koje su usmjerene na smanjenje i prestanak širenja COVID-19 i tako je poštivanje mjera utjecalo na sigurnije i slobodnije putovanje turista.

Strani turisti 2021. godine ostvarili su 62,8 milijuna noćenja i 10,6 milijuna dolazaka što rezultira 77,6% više noćenja te 91,9% više dolazaka u odnosu na prethodnu 2020. Godinu. Domaći turisti 2021. Godine ostvarili su 2,1 milijun turističkih dolazaka i 7,4 milijuna noćenja što znači da se broj noćenja i dolazaka povećao u odnosu na 2020. godinu.

Najviše dolazaka i noćenja stranih turista u 2021. godini prikazuje slika 9 ostvarili su turisti iz Njemačke, i to 2,7 milijuna dolazaka i 19,9 milijuna noćenja (25,7% od ukupno ostvarenih dolazaka stranih turista i 31,7% od ukupno ostvarenih noćenja stranih turista). Turisti iz Njemačke ostvarili su porast dolazaka za 84,9% i porast noćenja za 69,8% u 2021. u odnosu na 2020.

Slijede noćenja turista iz Poljske (10,0%), Slovenije (9,7%), Austrije (9,0%) te Češke (7,6%). Sve navedene zemlje ostvarile su porast noćenja turista u 2021. u odnosu na 2020. Noćenja koja su ostvarili turisti iz navedenih zemalja zajedno čine 68,0% od ukupno ostvarenih noćenja stranih turista. Ovi podatci nam govore da se nakon pandemije turizam počeo oporavljati te sukladno tome broj dolazaka i noćenja je rastao. U sve većem broju strani i domaći turisti su popunjavali komercijalne smještaje i polako se vraćali svojim navikama.

Slika 9 Dolasci i noćenja turista po zemljama pripadnosti 2020./2021. Godine

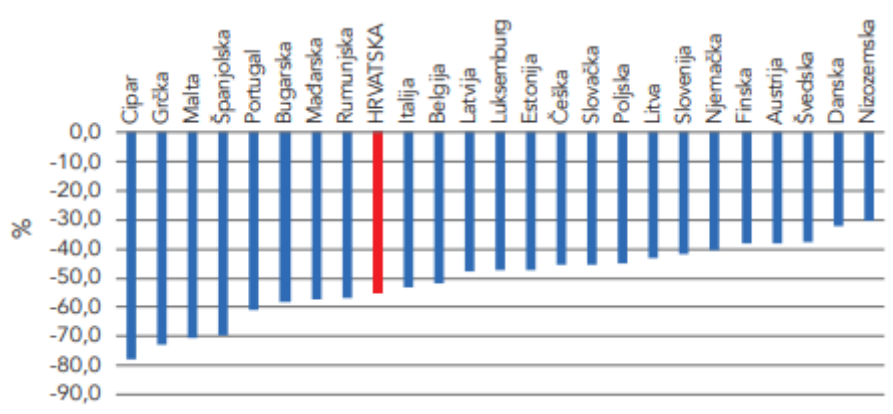
1. DOLASCI I NOĆENJA TURISTA
TOURIST ARRIVALS AND NIGHTS

	Dolasci <i>Arrivals</i>			Noćenja <i>Nights</i>					<i>Total</i>
	2020.	2021.	indeksi <i>Indices</i> <u>2021.</u> 2020.	2020.	2021.	indeksi <i>Indices</i> <u>2021.</u> 2020.	2021.		
							struktura noćenja, % <i>Structure of</i> <i>nights (%)</i>	prosječan broj noćenja po dolasku <i>Average</i> <i>number of</i> <i>nights by</i> <i>arrival</i>	
Ukupno	7 001 128	12 775 794	182,5	40 794 455	70 201 959	172,1	100,0	5,5	<i>Total</i>
Domaći turisti	1 455 849	2 134 985	146,6	5 415 391	7 354 132	135,8	10,5	3,4	<i>Domestic tourists</i>
Strani turisti	5 545 279	10 640 809	191,9	35 379 064	62 847 827	177,6	89,5	5,9	<i>Foreign tourists</i>
Od ukupno stranih turista, prema izabranim zemljama prebivališta									<i>Of the total, according</i> <i>to the selected</i> <i>countries of residence</i>
Austrija	355 457	1 025 521	288,5	2 097 557	5 682 370	270,9	9,0	5,5	<i>Austria</i>
Češka	481 458	720 913	149,7	3 212 204	4 783 597	148,9	7,6	6,6	<i>Czech Republic</i>
Italija	228 458	417 253	182,6	1 231 506	1 996 481	162,1	3,2	4,8	<i>Italy</i>
Mađarska	211 620	431 257	203,8	1 167 009	2 286 255	195,9	3,6	5,3	<i>Hungary</i>
Nizozemska	85 270	373 600	438,1	563 923	2 153 507	381,9	3,4	5,8	<i>Netherlands</i>
Njemačka	1 480 454	2 737 013	184,9	11 739 390	19 931 221	169,8	31,7	7,3	<i>Germany</i>
Poljska	642 927	957 439	148,9	4 353 828	6 287 267	144,4	10,0	6,6	<i>Poland</i>
Slovačka	145 310	327 294	225,2	970 540	2 189 144	225,6	3,5	6,7	<i>Slovakia</i>
Slovenija	769 264	994 990	129,3	4 727 223	6 127 362	129,6	9,7	6,2	<i>Slovenia</i>

Izvor: autorica preuzela gotovo slikovno rješenje iz: Državni zavod za statistiku, (2022.)

COVID-19 kriza pogodila je turistički sektor u cijelome svijetu pa i Europsku Uniju. Sve članice europske unije su ostvarile smanjenje broja turističkih noćenja. Kako prikazuje slika 10 najveći pad ostvario je Cipar (-77,7 posto), Malta (70,3 posto) a najmanji pad ostvarila je Nizozemska (-30,2 posto). Portugal i Španjolska između (61 posto) i (69,4 posto). Hrvatska je imala manji pad odnosno bolju poziciju u odnosu na konkurente zbog ranijeg otvaranja granica i provođenja mjera kako bi se ljudi bolje zaštitili, osim Italije jer je uspjela ostvariti manji pad stranih turista. Hrvatska je imala treće najniže smanjenje stranih turista među članicama EU.

Slika 10 Turistička noćenja u komercijalnom smještaju, stope promjene 2020./2019.



Izvor: autorica preuzela gotovo slikovno rješenje iz: **Eurostat** (2020.)

Nakon pada BDP-a 2020. godine od 0,8% očekuje se oporavak ekonomskih aktivnosti. Planom oporavka i otpornosti za 2021. godinu BDP u visini od 5,8% , 2022. godine 6,6% (Vlada RH, 2021). Porastom BDP-a porast će prihodi za nadogradnju turističkih aktivnosti te turizma generalno.

3.3. Ekonomske i društvene promjene

Ekonomske promjene koje prate razvoj hrvatskog turizma su vrlo kompleksni aspekt praktičnog i teorijskog turizma. Ekonomski učinci su postali primamljivi motivi nerazvijenim zemljama i zemljama u razvoju kako bi s pomoću turizma pokušale ublažiti socioekonomske probleme s kojima se inače susreću. Jedan od pozitivnih ekonomskih učinaka su rast bruto domaćeg proizvoda. Većinu izdataka posjetitelja se uračunavaju u osobnu potrošnju. U investicije spada svaki novčani izdatak sa strane poduzeća koji obavlja posao u svrhu turizma te se u uvoz uvrštava svaki novčani izdatak koji je posjetitelj potrošio na prijevoz u vlasništvu inozemnog poduzeća. U pozitivne ekonomske utjecaje spada i rast direktnog i indirektnog zapošljavanja.

Turizam u Republici Hrvatskoj jedna je od najvažnijih gospodarskih grana. U razdoblju trajanja turističke sezone, sektor turizma zapošljava najveći dio radno sposobnog stanovništva, što u konačnici utječe na životni standard stanovništva. Privlačenjem izravnih inozemnih investicija turizam dugoročno doprinosi gospodarskom rastu, a kratkoročno kroz uravnoteženje platne bilance i poticanje dodatnog zapošljavanja u usko povezanim turističkim djelatnostima. Uloga turizma u gospodarskom sustavu proizlazi iz njegovih ekonomskih funkcija, stoga su u radu opisane neke od temeljnih ekonomskih funkcija turizma i njihovo djelovanje na ostvarivanje ekonomskih ciljeva (Mandura, 2018). Nezaposlenost predstavlja jako veliki problem u današnje vrijeme te je „jedan od najznačajnijih problema s kojima se svaka država suočava, a osobito je zabrinjavajuća nezaposlenost mladih ljudi koji su značajan ljudski kapital našeg gospodarstva i društva (Bilić, Jukić, 2014). Tablica 2 pokazuje da je 2015. godine bilo 43% mladih nezaposleno (Obradić, 2017). Tako velika nezaposlenost potiče mlade da odlaze u druge države. U Europskoj uniji nezaposlenost je puno manja i iznosi oko 20%. Kao što je već spomenuto nezaposlenost loše utječe na BDP države. Svrha jest puna zaposlenost stanovništva te stvaranje

dovoljnog broja kvalitetnih radnih mjesta. To je najbolja osnova za dobru socijalnu politiku kako bi privukli što više turista u Hrvatsku.

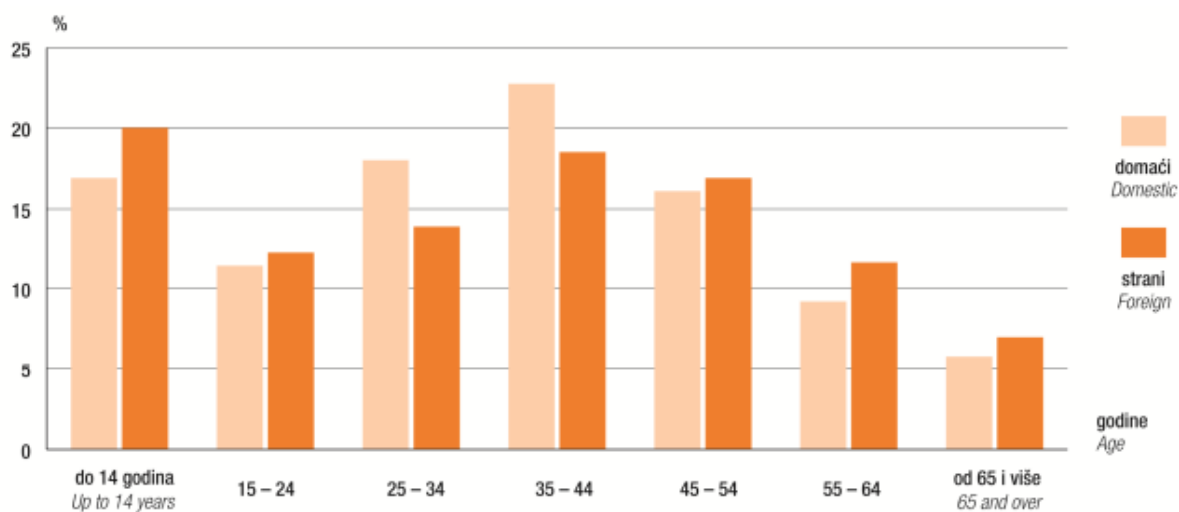
Tablica 2 Usporedba nezaposlenosti mladih EU-28

Godina	<i>Stopa nezaposlenosti mladih</i>				<i>Omjer nezaposlenosti mladih</i>			
	2012.	2013.	2014.	2015.	2012.	2013.	2014.	2015.
EU28	23,3	23,7	22,2	20,3	9,8	9,9	9,1	8,4
Hrvatska	42,1	50	45,5	43	12,7	14,9	15,3	14,3

Izvor: autorica prema: Eurostat (2021.)

Ekonomске promjene prate i društvene promjene koje se odnose na pojedinačno ponašanje, dob i spol turista, obiteljske odnose, moralne utjecaje te osobne preferencije. Mlađe populacije manje putuju jer im je jako teško pronaći posao nakon što su završili školu, fakultet jer nemaju radnog iskustva. S tim imaju manje novca na raspolaganju i putuju sa obiteljima ukoliko je to moguće. Stariji turisti su većinom umirovljeni te imaju više vremena i novca na raspolaganju. Oni putuju s turističkim agencijama gdje su ponude pristupačnije njihovim mogućnostima. Slika 11 prikazuje Podatke za 2021. godinu te prikazuju da Hrvatsku najviše posjećuju domaći i strani turisti u dobi od 35-44 godine te djeca do 14 godina što govori da najviše posjećuju turističke destinacije obitelji s djecom (DZS, 2021).

Slika 11 Struktura noćenja turista prema dobnim skupinama u 2021.



Izvor: autorica preuzela gotovo slikovno rješenje iz: Državni zavod za statistiku (2021.)

U društvene promijene također spadaju i tradicije koje su jako bitne turistima koji posjećuju neku destinaciju. Ljudi godinama putuju na ista mjesta zbog svog komfora. U većini slučajeva je to posjet obiteljima, ili s obiteljima na destinacije koje njima imaju veliku sentimentalnu važnost. Bitna stavka jest da se hrvatske kulture štite i čuvaju te se sve više pažnje daje na očuvanje okoliša i prirodnih kultura. Sve više se obazire turizam na čuvanje kulturne baštine te svoje zemlje kako bi poboljšali turističku ponudu i pridonijeli hrvatskom turizmu.

4. Prilike i opasnosti hrvatskog turizma

Prepoznavanje prilika i prijetnja, prepoznavanje trendova vrlo je važno za pretvaranje izazova u nove prilike te je vrlo važno za buduće suočavanje s novim opasnostima. Vraćanje pandemije tokom rujna do nove sezone je prva opasnost s kojom se hrvatski turizam suočio tokom 2021. i 2022. godine. Velike vrućine smanjuju mogućnost zaraze pa tijekom ljetne sezone turisti slobodno putuju na željene turističke destinacije. Dozvoljeni su koncerti, razni festivali, posjeti muzejima. Poslije sezone se opet uvode preventivne mjere kako se temperatura smanjuje. Smanjuju se i manifestacije, festivali i velika okupljanja, ponovno se uvodi karantena ako ima puno zaraženih, nošenje maski. Putovanja se smanjuju izvan turističke sezone što prikazuje smanjenje prihoda u turizmu.

Zbog pandemije vlada Republike Hrvatske donijela je odluku o zatvaranju granica i zabrani kretanja te o obustavljanju poslovnih aktivnosti zračnih prijevoznika. Većina domaćih i međunarodnih letova je otkazana. Agencije su nudile promjene termina, nove rezervacije, povrat novca. Dio zračnih agencija nije otkazivalo letove te se nudilo putnicima povrat novca samo ako su imali kartu koja je nudila opciju za povratak novca. Manje zračne agencije nudile su vaučere jer ukoliko bi osigurali povrat novca za karte za njih bi to značilo bankrot. Nakon toga Europska komisija izdala je novu obavijest da za otkazane letove putnicima mogu dati vaučere ukoliko putnici na to pristanu te da putnici imaju pravo na povrat novca dok traje pandemija.

Članstvo u Europskoj uniji je velika prilika ali i opasnost jer predstavlja mogućnost kapitalnih investiranja u gospodarstvo i turizam, ali i potrebu usvajanja europskih uredbi vezano za turizam. Za hrvatski turizam to može značiti veliko poboljšanje konkurentne pozicije na europskom turističkom tržištu kroz ostvarenje većih prihoda. Hrvatska otkad je u Europskoj uniji ima na raspolaganju europska sredstva koja će pripomoći u ostvarivanju ciljeva u turizmu.

Uvođenjem eura 2023. godine je velika prilika koja bi mogla uvelike pridonijeti hrvatskom turizmu zbog stranih turista koji najviše posjećuju hrvatske destinacije. Potrošnja će biti olakšana jer neće biti potrebna konverzija valuta te će se strani turisti moći slobodno kretati bez razmišljanja gdje će promijeniti svoj novac i hoće li imati dovoljno novca za neku aktivnost. Nacionalni plan oporavka pomoći će i oporavku od ekonomskih, zdravstvenih i društvenih posljedica pandemije te obnovi grada Zagreba. Nadalje, uz prethodno navedeno demografske promjene također spadaju u prijetnje koje utječu na socijalnu i ekonomsku situaciju. One

nastaju zbog nepovezanih omjera nataliteta i mortaliteta, koje stvaraju starenje stanovništva te za produljenje vijeka čovjekovog života zaslužena je medicina koja je uvelike napredovala. Broj osoba starijih od 65 godina kontinuirano će rasti, takva populacija ima bolju zdravstvenu njegu te veća životna očekivanja i mnogo veću potrošačku moć od mladih populacija. Zbog toga će se povećati broj posjetitelja koji su 50tih godina.

Turizam mladih je veliki potencijal rasta hrvatskog turizma. Danas mladi turisti promišljaju, preispituju i informiraju turističke destinacije u koje imaju namjeru putovati. Najčešće se odvija putem Internet stranica, mobilnih aplikacija jer su mladi naviknuti na novu tehnologiju i lakše se prilagođavaju novom razdoblju. Mlađe populacije su više sklone promjenama te ukoliko čuju neku informaciju od svojih bližnjih, prijatelja veća je vjerojatnost da će ih poslušati. Današnje ponude moraju biti karakteristične, kreativne i pristupačne te će na taj način privući više turista u Hrvatsku. Kako bi Hrvatska privukla više turista uz kreativne i pristupačne ponude svoj turizam također može proširiti i izvan ljetne sezone.

Neke strukturne slabosti sprječavaju turizam od postizanja punog potencijala. Širenje Međunarodnog turizma je prilika za Hrvatsku ali ograničena ponuda usluga, visoka sezona i niska prosječna potrošnja sprječavaju postizanje tog potencijala. Također javne institucije mogu poticati konkurentnosti hrvatske turističke industrije jer turistička potražnja te upravljanje samim turizmom postaje sve zahtjevnije. U poboljšanju suradnje između privatnog i javnog sektora i lokalnog stanovništva u ponudi turističkih usluga javne ustanove na lokalnoj i središnjoj razini imaju znatnu ulogu. Upravljanjem i koordinacijom ljudskih i financijskih sredstava javne ustanove mogu poboljšati daljnji razvoj hrvatskog turizma (Orsini i Ostojić, 2018).

Hrvatski turizam može biti u raznim oblicima turizma kao npr. sportski turizam koji nije dovoljno razvijen. Hrvatska je pogodna za organizaciju brojnih natjecanja i sportskih kampova. Pandemija nam govori da bi turisti mogli biti zainteresirani za aktivnosti na otvorenom te pandemija pruža nove prilike za postizanje i jačanje prepoznatljivosti Hrvatske. Prilika se nalazi u građenju slike Hrvatske koja će kao zdrava, zelena i zanimljiva destinacija, oslanjajući se na zdravstveno vježbanje putem rekreacije i sporta pružiti turistima zadovoljstvo i doživljaj te će se poželjeti vratiti (Čorak, 2020).

5. Zaključak

Na kraju se može zaključiti kako hrvatski turizam utječe na gospodarstvo hrvatske jer je turizam glavni izvor prihoda koji doprinosi rastu BDP-a te rasta i razvoja zemlje. On potiče izgradnju novih turističkih kapaciteta, širenje te obnavljanje turističkih destinacija i atrakcija. Također bi se povećala i zaposlenost u turizmu te bi zaposleni stekli dobre radne uvjete popraćenu odgovarajućom naknadom za rad. Turističke destinacije su orijentirane na sezonu, jadranska i primorska hrvatska imaju najviše rezultate noćenja, potrošnje i posjeta stranih i domaćih turista tijekom ljeta. Rast broja noćenja i dolazaka ukazuje na razvijenost turističkih smještaja, atrakcija te ostalih popularnih sadržaja kojim Hrvatska raspolaže. Obnova te razvijanje turističkih destinacija upućuju na dodatno privlačenje turista tokom ljetne sezone a i izvan. Hrvatska dominira proizvodom „sunce i more“, odličnim autocestama, seoskim turizmom koji je danas sve više popularan. Također Hrvatska je u velikoj prednosti u odnosu na Mediteran zbog razvijenosti jadranskog područja te se zaključuje da ona ima najviše stranih posjetitelja. Najviše turista dolazi iz Njemačke, Austrije i Slovenije te da Hrvatsku najviše posjećuju osobe u dobi od 35-44 godine i djeca do 14 godina što znači da Jadran posjećuju najviše obitelji s djecom. Hrvatski turizam suočio se s mnogim izazovima. Jedan od najvećih izazova je to što se turizam većinom bazira na sezoni te što je manje razvijen ruralni turizam. Najveća posjećenost ostvaruje se u Jadranu te se toliko ne iskorištavaju druge ljepote Hrvatske. Također, uvođenjem eura će biti olakšana potrošnja stranim turistima jer neće biti konverzije valuta što je velika prilika za hrvatski turizam. Tokom pandemije 2019. godine hrvatski turizam se susreo s mnogim prijetnjama poput karantene, zabrane kretanja, padom turističkih noćenja i dolazaka. Velike prednosti su to što je tehnologija uvelike napredovala te se neke manifestacije poput posjeta muzejima, koncerti održavaju online putem društvenih mreža. Prateći novu tehnologiju starije populacije nisu toliko u toku te im se teže prilagoditi promjenama te s time predstavlja prijetnju za hrvatski turizam jer iz dana u dan sve se prenosi preko društvenih stranica, *bookinga* i sličnih aplikacija za turističke destinacije.

Popis literature

Blažević, I. (1987.) Povijest turizma Istre i Kvarnera, Otokar Kersovani, Opatija Dostupno na: <http://library.foi.hr/lib/knjiga.php?sqlx=8836&sqlid=20&B=20&H=> Pristupljeno (15. Srpnja 2022.)

Butorac, A. (2021.) Potrebe starijih osoba u turizmu I njihov potencijal Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/405998> (Pristupljeno 15. Srpnja 2022.)

Barač Milftarević, S. (2022.) Medicinski turizam u Hrvatskoj: gdje smo sada? Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/394155> (Pristupljeno 15. Srpnja 2022.)

Čorak S. (2011.): Izazovi upravljanja turizmom, Institut za turizam, Zagreb

Čorak, S. (2020.) Vrijeme je za aktivnost na otvorenome! Dostupno na: http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/2021_e-knjiga_COVID-19_-_prijetnja-i-prilika-za-HR-turizam.pdf (Pristupljeno 17. Rujna 2022.)

Državni zavod za statistiku (2019.), Dolasci i noćenja turista u 2019. Dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200228_DZS_turizam2019.pdf (pristupljeno 10.srpnja 2022.)

Državni zavod za statistiku (2021.), Dolasci i noćenja turista u 2021. Dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/4-3-2_Dolasci%20i%20nocenja%20turista%20u%202021.pdf (pristupljeno 10.srpnja 2022.)

Državni zavod za statistiku (2022). DOLASCI I NOĆENJA TURISTA U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU U SRPNJU 2022. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29494> (pristupljeno 16.9.2022.)

Državni zavod za statistiku (2019) Ministarstvo turizma Turistički promet 2019 https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_c-dokumenti//190918_statmint_VII.pdf (pristupljeno 10.srpnja.2022.)

Ekonomski institut Zagreb (2022.) Sektorske analize Turizam 2020. https://www.eizg.hr/userdocsimages//publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA_turizam_2020.pdf (pristupljeno 10. srpnja 2022.)

Glavinić, R. (2020). Kulturni turizam grada Šibenika: Tvrđave u sklopu razvoja turizma grada Šibenika (Polytechnic of Sibenik).

Gušić, A. (2016). TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ (Polytechnic in Pozega. Social department). (pristupljeno srpnja 2022.)

HGK (2020.): Hrvatsko gospodarstvo

<https://hgk.hr/documents/hrvatsko-gospodarstvo-2020-web6107a81e2f243.pdf> (pristupljeno 15. srpnja 2022)

Hrvatski jezični portal (n.d.). Posjetitelj. Dostupno na: <http://www.crosto.hr/hr/podrucja-mjerenja/ekonomski-pokazatelji/>

https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=eVphXBY%253D (pristupljeno: 16.9.2022.)

Hrvatski opservatorij održivog razvoja turizma CROSTO (2022.) Dostupno na:

<http://www.crosto.hr/hr/podrucja-mjerenja/ekonomski-pokazatelji/> (Pristupljeno 18. Rujna 2022.)

Klarić, Z. (2020) Institut za turizam Širenje koronavirusa u svijetu i hrvatski turizam

Dostupno na: http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Klarić-Z_2020.pdf

(Pristupljeno 18.rujna.2022.)

Kodrman, Opačić, Marković Vukadin (2020) Institut za turizam COVID-19 (2021.): Prijetnja i prilika za HR turizam http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/2021_e-knjiga_COVID-19_-_prijetnja-i-prilika-za-HR-turizam.pdf (pristupljeno 30. srpnja 2022.)

Lukić I., Lukić A (2022) Institut za turizam: Small is beautiful (and safe): utjecaj pandemije COVID-19 na kulturni turizam

http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Vodanović-Lukić-I_Lukić-A_2020.pdf (pristupljeno 15. srpnja 2022.)

Jelovič, M. (2017) Postojeće stanje hrvatske turističke ponude <https://zir.nsk.hr/islandora/object/pfst:342/preview> (Pristupljeno 15. Srpnja 2022.)

Križanić, D. (2017). Izazovi razvoja suvremenog turizma u Hrvatskoj (Doctoral dissertation, University of Pula. Faculty of economics and tourism" Dr. Mijo Mirković"). Dostupno na:

<https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A1558/datastream/PDF/view>

(pristupljeno 15. srpnja. 2022)

- Matković, H. (2020.) COVID-19 kriza, provedba sigurnosnih mjera i turizam Dostupno na: http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/2021_e-knjiga_COVID-19_-_prijetnja-i-prilika-za-HR-turizam.pdf (Pristupljeno 16. Rujna 2022.)
- Ministarstvo turizma (2013.): Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf> Prijedlog strategije razvoja turizma RH do 2020. G Vlada RH (pristupljeno 10.srpnja.2022.)
- Mesić, Ž., Hercigonja, D., Hadelan, L., & Tomić Maksan, M. (2021). Zdravstveni turizam u Hrvatskoj–obilježja potražnje korisnika zdravstveno turističkih usluga. *Agroeconomia Croatica*, 11(1), 42-50. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/391522> (pristupljeno 10.srpnja 2022.)
- Orsini, K., Ostojić, V. (2018) Croatia's Tourism Industry: Beyond the Sun and Sea Dostupno na: https://economy-finance.ec.europa.eu/publications/croatias-tourism-industry-beyond-sun-and-sea_en (pristupljeno 17.rujna 2022)
- Popović, T, Relja, R., Marsović, A. (2022.) Mogućnosti razvoja tematskog turizma u ruralnim područjima: studija slučaja Božićnog sela Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/406532> (Pristupljeno 17. Rujna 2022.)
- Telišman-Košuta, N. (2020.) Turizam nakon doba korone: Što će biti drugačije? Što može biti bolje? Dostupno na http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/2021_e-knjiga_COVID-19_-_prijetnja-i-prilika-za-HR-turizam.pdf (Pristupljeno 16. Rujna 2022.)
- Verteš, B. (2017) Ekonomski utjecaji turizma. Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unipu:2031/preview> (pristupljeno 10.srpnja.2022.)
- Vidak, N., & Sindik, J. (2015). Pravci razvoja suvremenog turizma–pretpostavke za održivi turizam u Hrvatskoj. *Radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru*, (9), 295-302.
- Vlada RH (2021.-2026.) Nacionalni plan oporavka i otpornosti https://mint.gov.hr/UserDocsImages/NPOO/Plan_OiO_turizam_srpanj2021.pdf (Pristupljeno 10.kolovoza 2022.)
- Vlada RH (2016.) Croatia records 8,3% more tourists in 2015 Dostupno na: <https://vlada.gov.hr/news/croatia-records-8-3-more-tourists-in-2015/18212> (Pristupljeno 16. Rujna 2022.)

Vuleta, L. (2020) Uloga i značenje turizma za gospodarstvo Republike Hrvatske i suvremeni izazovi Dostupno na: <https://repozitorij.efos.hr/islandora/object/efos%3A4084/datastream/PDF/view> Pristupljeno (10. Srpnja 2020.)

World Tourism Organization (UNWTO) (2019). International Tourism Highlights, 2019 Edition. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> (Pristupljeno 10. kolovoza 2022.)

World Tourism Organization (UNWTO) (2008.) Glossary of tourism terms Dostupno na: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (Pristupljeno: 16. Rujna 2022.)

World Tourism Organization (UNWTO) (2008). Glossary of tourism terms <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> Pristupljeno (10. srpnja)

Žaja, J. (2019) Ministarstvo turizma: Turizam u brojkama 2019. https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf (pristupljeno 10.srpnja.2022.)

Žaja, J. (2020) Ministarstvo turizma: Turizam u brojkama 2020. https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf (pristupljeno 10.srpnja.2022.)

Žaja, J. (2021) Ministarstvo turizma: Turizam u brojkama 2021. https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-08/HTZ%20TUB%20HR_%202021.pdf (pristupljeno 10.srpnja.2022.)

Popis slika

Slika 1 Noćenja turista (000).....	5
Slika 2 Noćenja turista 1980.-2015. (u 000)	7
Slika 3 Indeks rasta broja noćenja u Splitu, Dubrovniku i Šibeniku u usporedbi s Jadranskom Hrvatskom od 2011. do 2018. Godine	10
Slika 4 Prihod od turizma; USD, Hrvatska	14
Slika 5 Privatna višednevna putovanja prema glavnom razlogu i glavnom odredištu putovanja 2021.	15
Slika 6 Noćenja turista u kemercijalnim smještajnim objektima, u tisućama.....	18
Slika 7 Devizni prihod od turizma	21
Slika 8 Turistička noćenja u komercijalnom smještaju.....	22
Slika 9 Dolasci i noćenja turista po zemljama pripadnosti 2020./2021. Godine	24
Slika 10 Turistička noćenja u komercijalnom smještaju, stope promjene 2020./2019.	25
Slika 11 Struktura noćenja turista prema dobnim skupinama u 2021.....	28

Popis tablica

Tablica 1 Prednosti i nedostaci hrvatskog turizma	13
Tablica 2 Usporedba nezaposlenosti mladih EU-28	27