

Utjecaji u turizmu s posebnim osvrtom na Covid-19

Duras, Nenad

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:342925>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-27**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

Nenad Duras

**UTJECAJI U TURIZMU
S POSEBNIM OSVRTOM NA COVID-19**

Diplomski rad

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr.Mijo Mirković“

**UTJECAJI U TURIZMU
S POSEBNIM OSVRTOM NA COVID-19**

Student: Nenad Duras

JMBAG: 0145024394

Smjer: Turizam i razvoj

Kolegij: Turizam i transformacije

Mentor: Prof.dr.sc. Jasmina Gržinić

Pula, listopad, 2021.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, NENAD DURAS, kandidat za magistra ekonomije smjer turizam i razvoj ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno nije prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student



U Puli, 06.10., 2021. godine

IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, NENAD DURAS dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom UTJECAJI U TURIZMU S POSEBNIM OSVRTOM NA COVID-19

koristi na način da navedeno autorsko djelo, kao cjelovit tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavlja na raspolaganje javnosti), sve u skladu sa Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za uporabu autorskog djela na navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 06.10.2021. (datum)

Potpis 

Sadržaj	Stranica
1. Uvod	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	2
1.2. Izvori podataka.....	2
1.3. Prikaz sadržaja teme.....	4
2. Utjecaji na turizam	6
2.1. Utjecaji na međunarodni turizam.....	6
2.2. Utjecaj globalizacije na svjetski turizam.....	8
2.3. Utjecaj virusa Covid-19 na globalni turizam.....	10
3. Značaj turizma za Republiku Hrvatsku	12
3.1. Analiza turističkog prometa od 2015. do 2020. godine.....	12
3.2 Ostvareni prihodi od 2015. do 2020. godine.....	17
3.3 Turistički promet u 2021. godini.....	19
4. Covid-19 i utjecaji na hrvatski turizam	23
4.1. Utjecaji pandemije na turizam Hrvatske u 2020. godini.....	23
4.2. Utjecaji na masovni turizam.....	25
4.3. Održivost turističkog razvoja.....	27
5. Utjecaji pandemije na odabrane zemlje u okruženju	31
5.1. Italija.....	32
5.2. Španjolska.....	32
6. Mogućnosti oporavka turističkog tržišta	36
6.1. Mjere za prevladavanje utjecaja zdravstvene krize.....	36
6.2. Mjere Europske unije za sprječavanje pandemije Covid-19.....	39
6.3. Očekivanja od nove strategije razvoja hrvatskog turizma.....	41
6.4. Globalni utjecaji – izazovi i prilike za hrvatski turizam.....	44
6.4.1. Perspektive razvoja hrvatskog turizma.....	46
7. Zaključak	50
Literatura.....	52
Ostali izvori.....	53
Popis tablica u tekstu.....	55
Popis priloga.....	56

Sažetak

Hrvatski turizam svrstava se među ključne elemente nacionalne ekonomije i vanjskotrgovinske razmjene. Stvorio je prepoznatljiv identitet i svrstao se među turistički najrazvijenije zemlje Europe. Prepoznat je i u ostalim dijelovima svijeta, pa je Hrvatska postala turistička destinacija velikom broju turista iz najudaljenijih zemalja svijeta. Razvoj ovakvog turizma nije bio ni jednostavan niti lak jer turistička infrastruktura, koja je mogla zadovoljiti manje zahtjevne goste, trebala se mijenjati i prilagođavati gostima s novim ukusima i željama. Normalno je bilo da su se javljale različite želje i suprotni interesi, što je sve utjecalo na oblike turističke ponude. Uz pozitivne utjecaje koji su turizam doveli u krug turističkih velesila, javljali su se i određeni negativni utjecaji koji mu nisu pogodovali, a djeluju i danas. Ti se utjecaji u jednom kraćem ili dužem vremenskom periodu nastoje staviti pod kontrolu, premda to nije ni jednostavno ni lako. Globalizacijski procesi danas postaju nužnost u suvremenom gospodarskom razvoju, pa se vidi njihov učinak i na turističkom tržištu. Problem koji se javio početkom 2020. godine zahvatio je cijeli svijet sa neočekivano strašnim posljedicama. Nakon postignutih izvanrednih rezultata u dolascima, noćenjima i prihodima od turizma 2019. godine, Hrvatsku je zahvatila pandemija Covid-19 koja nije zaustavila samo turizam već je njezino djelovanje bilo puno gore i teže. Zahvaljujući znanju i spremnosti pandemija je u Hrvatskoj na vrijeme prepoznata i sa svim mjerama koje su poduzimane usporeno je njeno djelovanje, tako da su posljedice bile nešto manje negativne nego kod drugih zemalja. Vjerojatno će to imati pozitivan odjek i na turizam u 2021. godini, kada se očekuju povoljniji turistički rezultati nego 2020. godine ukoliko ne dođe do zaoštavanja mjera i ponovnog zatvaranja.

Ključne riječi: *utjecaji, globalizacija, hrvatski turizam, pandemija Covid-19, održivi turizam*

Summary

Croatian tourism is one of the key elements of the national economy and foreign trade exchange. It has created a recognizable identity and is thus ranked among the best-developed tourist countries in Europe. It is also known in other parts of the world, so that Croatia has become a tourist destination to a large number of tourists from the most remote countries of the world. To develop such tourism was neither simple nor easy, since tourism infrastructure, that could satisfy less demanding guests, has to be changed and adapted to guests with new taste and wishes. It was normal that different wishes and opposite interests emerged, all having an impact to the forms of tourist supply. Besides positive impacts that lead tourism into the circle of tourist superpowers, there were also numerous negative impacts that had adverse influence, which still have effect nowadays. In a shorter or longer period of time, there are efforts to bring those impacts under control, although this neither simple, nor easy. The globalization process to day becomes unavoidable necessity of modern economic development. There is evident presence of globalization process at the tourism market. The problem that occurred in early 2020, is something that has affected the whole world with unexpected dire consequences. After outstanding results in arrivals, overnight stays and income from tourism in 2019, Croatia, as well as the whole world, was hit by Covid-19 pandemic, which did not stop tourism itself, but its effect was much worse and severe. Thanks to knowledge and readiness pandemic has been recognized in Croatia in time and with all measures taken, the pandemic impact was slowed down so that consequences were slightly less negative than in other countries. This will probably reflect positively on tourism in 2021, where more favorable tourist results than in 2020 are expected. This, only if there is no aggravation of measures, re-closing of borders and more severe measures applied.

Key words: Impact, Globalization, Croatian tourism, Pandemic Covid-19, Sustainable tourism

1. Uvod

Hrvatski turizam svrstava se među ključne elemente nacionalne ekonomije i vanjske trgovine, a isto tako prepoznat je i na međunarodnom turističkom tržištu. Pripada visoko pozicioniranim turističkim zemljama, možda ne po broju turista, ali svakako kao vrlo tražena destinacija ne samo europskih zemalja već i udaljenih zemalja.

Turizam u svojem razvoju nailazi na niz neriješenih pitanja koja sam ne može razriješiti, već je potrebno da naiđe na podršku drugih struktura, koje svojim djelovanjem mogu pridonijeti djelomično njihovom rješavanju.

Svojim razvitkom turizam utječe i na druge gospodarske djelatnosti kao što je razvoj nedovoljno razvijenih područja, stvaranje uvjeta za razvoj drugih djelatnosti koje su u posrednoj ili neposrednoj vezi s turizmom. Preko turizma upoznaje se svijet sa svim koristima i bogatstvima koje pruža. To mogu biti, osim sunca i mora, koji su kroz dugi niz godina bili okosnica turističke ponude, brojna druga bogatstva kojima Hrvatska raspolaže. Prirodne ljepote, nacionalni parkovi, čist i od devastacije sačuvan okoliš, brojni kulturni spomenici, lječilišta, mogućnosti bavljenja sportskim aktivnostima i sl.

Razni utjecaji mogu biti poticaj širenju turističke ponude, ali isto tako mogu se javiti i negativni utjecaji koji, ukoliko se ne stave pod određenu kontrolu, mogu izazvati ogromne štete turizmu.

Globalizacijski procesi nisu zaobišli niti Hrvatsku, jer je i hrvatski turizam bio podložan brojnim promjenama koje su omogućile njegov razvoj, ali su isto tako dovele do određenih negativnih pojava s kojima se turizam danas sučeljava.

Jedna od takvih pojava je pandemija Covid-19 koja je hrvatski turizam stavila pred neočekivana iskušenja. Nije samo Hrvatska zatečena pandemijom već i ostale zemlje, pa će se u ovom radu nastojati istražiti veličina tih utjecaja i štete koje su turizmu nanesene.

1.1. Predmet i cilj istraživanja

Utjecaji u turizmu poprimali su različite oblike te imali pozitivne i negativne karakteristike. Svjetski turizam razvijao se je zahvaljujući tim utjecajima i svrstao se među gospodarski najrazvijenije djelatnosti.

Utjecaji u međunarodnom turizmu zahvatili su i Hrvatsku, pa je to kroz financijsku potporu, ulaganja stranog kapitala u najjače turističke kuće u zemlji doprinijelo njegovom brzom razvoju. Turističkom prometu Republike Hrvatske dan je u ovom radu veći značaj zato što je kroz praćeno razdoblje iskazan porast kakav nije ostvarivan u ranijim periodima. Time se nastojalo ukazati na uložene napore kako bi se turizmom neposrednim putem došlo do sredstava potrebnih za ulaganja u daljnji razvoj turizma i ostalih djelatnosti. Ovdje je, pored vlastitih napora, sigurno i globalizam odigrao određenu ulogu.

Cilj koji se želi postići u ovom istraživanju je stvaranje realne slike stanja današnjeg turizma kao i ukazivanje na utjecaje koji pozitivno ili negativno djeluju na njegov razvoj. Istražit će se utjecaji i usporedbe s turizmom na globalnoj razini, posebno utjecaji pandemije Covid-19 i posljedice na svjetski i hrvatski turizam. Dio istraživanja obuhvatit će mjere koje se provode i mogućnosti koje se koriste u prevladavanju ove krize. Uz utjecaje globalne pandemije na hrvatski turizam, a temeljem statističkih podataka Europske unije (EU), istražiti će se i utjecaj na turistički najrazvijenije zemlje Europe.

Drugi dio istraživanja fokusiran je na razvoj hrvatskog turizma u posljednjih pet godina jer je u tim godinama dostizao svoj maksimum. Dio podataka koristit će se iz ranijih godina, ali samo kao pregled razvoja hrvatskog turizma u brojkama, kako bi se moglo pratiti put kojim je turizam došao do svojih najvećih uspjeha.

1.2. Izvori podataka

Za obradu teme korišteni su podatci iz više izvora. Brojni su autori u svojim istraživanjima pisali i o temama koje se u ovom radu obrađuju, pa se temeljem uvida u ta djela dolazilo do potrebnih informacija koje su i navedene kao izvori podataka. Kao izvori podataka, koji se odnose na broj

turista, podjelu turista na strane i domaće turiste, noćenja turista isl., korišteni su podatci iz službenih izvora Državnog zavoda za statistiku, Ministarstva financija, Hrvatske turističke zajednice.

Ovdje treba napomenuti da se od mjeseca lipnja 2019. godine javlja razlika između podataka o turističkom prometu i noćenjima koje objavljuju Državni zavod za statistiku i podataka koje objavljuje Hrvatska turistička zajednica u svojim informacijama o turističkim pokazateljima. Radi se o obuhvatu podataka jer Državni zavod za statistiku objavljuje podatke o dolascima i noćenjima turista u komercijalnim objektima, a Hrvatska turistička zajednica kao izvor podataka koristi pokazatelje sustava *eVisitor*, kojima se turistički promet na području Republike Hrvatske, u skladu s važećom zakonskom regulativom, prati putem prijava i odjava turista u komercijalnim i nekomercijalnim kapacitetima.

U pokazatelje sustava *eVisitor* integriraju se i podatci sustava *eCrew* u nadležnosti Ministarstva mora, prometa i infrastrukture Republike Hrvatske, vezani uz turistički promet u segmentu nautičkog čartera. Neke informacije iz sredstava javnog informiranja korištene su samo ukoliko su bile bazirane na službenim podacima, sve radi izbjegavanja pojedinih proizvoljnih mišljenja.

Kao dopunu informacija o mjerama koje se poduzimaju ili će se poduzimati radi izlaska iz situacije stvorene pandemijom, korišteni su znanstveni radovi koji su dali doprinos području koje se izučava u radu. To se posebno odnosi na oblike postupanja u kriznim stanjima, posebno onih tijela koja su bila najviše uključena u sprječavanju širenja pandemije.

Statistički podatci, posebno u dijelu koji se odnosi na strane zemlje, objavljuvani su kao službeni podatci tih zemalja. Informacije u pojedinim člancima, u kojima su obrađivana aktualna stanja u njihovom turizmu, poslužile su kao dopuna statističkim podacima. Isto tako korišteni su i podatci objavljeni u statistici Svjetske turističke organizacije (UNWTO).

U radu su korištene metode analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda te metode komparacije, deskripcije i kompilacije.

1.3. Prikaz sadržaja teme

Tema „Utjecaji u turizmu s posebnim osvrtom na Covid-19“ podijeljena je u sedam poglavlja, s time da se glavni dio teme obrađuje od 2.do 6. poglavlja.

Prvi dio sadrži uvod u temu u kojemu su obrađeni predmet i cilj rada, izvori podataka te prikaz i sadržaj teme.

U drugom poglavlju se obrađuje značaj turizma za Hrvatsku u razdoblju od 2015. do 2021. godine, s obradom turističkog prometa po dolascima, noćenjima i potrošnji te najposjećenijih područja. U jednom kraćem obliku bit će prikazani podaci o sveukupnom turističkom prometu od 1980. do 2020. godine, ali više kao statistička informacija o tome kako se razvijao turizam u tom razdoblju. Na ovaj način nastoji se prikazati uspjeh hrvatskog turizma i ciljevi koje je postigao, ali i osjetljivost u slučaju poremećaja na svjetskom turističkom tržištu kao što se desilo sa koronavirusom.

Globalni turizam i njegovi utjecaji u ovom su poglavlju obrađeni kao jedna od najraširenijih pojava u svijetu jer se preko tog utjecaja omogućuje razvoj i onih sredina u kojima bez stranog kapitala nije moguć nikakav razvoj.

U trećem poglavlju su obrađeni i komentirani dostupni podaci o kretanju turističkog prometa 2021.godine kao godine najvećih izazova u hrvatskom turizmu i izvršiti usporedba s istim mjesecima u 2020. i 2019. godini.

U poglavlju o utjecaju bolesti Covid-19 na turizam Republike Hrvatske bit će obrađena pandemija Covid-19 i posljedice koje je ta pandemija izazvala u turizmu 2020. godine, kao i u sljedećem razdoblju. Isto će tako biti iznesene mjere koje su poduzimane da se negativan utjecaj svede na najmanju mjeru.

U ovom dijelu analizirana je i obrađena održivost turizma u novonastalim uvjetima. Potrebno je s oprezom i odgovarajućim mjerama osigurati održavanje kvalitete turističke ponude. S obzirom na to da hrvatski turizam prolazi kroz teška iskušenja i traži brze i moguće izlaze iz takve situacije, pokušat će se izvršiti kraća usporedba sa zemljama koje su naši najveći konkurenti na

području Sredozemlja. Temeljem dostupnih podataka prikazat će se mjere koje te zemlje poduzimaju za smanjivanje utjecaja pandemije.

U poglavlju o mogućim pravcima razvoja hrvatskog turizma razmatrat će se postojeće mogućnosti kako bi se, nakon pandemije, Hrvatska mogla vratiti na pozicije koje je imala u godini prije toga. Moglo bi se pretpostaviti da će u započetoj pripremi nova strategija razvoja u sebi sadržavati i bitne odrednice za razvoj turizma, čime će se opet moći izboriti za dobre pozicije na turističkom tržištu.

2. Utjecaji na turizam

U ovom poglavlju nastoji se obraditi utjecaje ne sveukupni svjetski turizam i ukazati na sve njihove prednosti i nedostatke. Ti su utjecaji od turizma stvorili značajnu komponentu ekonomskog razvoja brojnih zemalja u svijetu. Mnoge su zemlje zahvaljujući razvoju turizma stekle status poželjnih turističkih destinacije pa je u temi istaknut taj pozitivan aspekt globalizacije i njenog djelovanja. Isto tako morao se istaći i onaj negativan aspekt koji prati turizam ne samo u tim zemljama, već se takve posljedice javljaju i u drugim zemljama. Posljedice negativnog djelovanja poput masovnosti, onečišćenja i dr. stvaraju nezadovoljstvo i otpor prema takvim oblicima turizma. U temi je posebno obrađen utjecaj pandemije Covid-19 sa svim negativnim posljedicama koje je izazvala kao i oblici djelovanja na njeno smanjenje i ublažavanje.

2.1. Utjecaji na međunarodni turizam

Turistička djelatnost svrstala se među najtraženije djelatnosti, posebno u onim zemljama čiji gospodarski razvoj ne može pratiti razvijene zemlje svijeta. Sva istraživanja na tom području ukazuju na stalan rast turističkih dolazaka i noćenja, iz čega se može zaključiti da putovanja i turizam predstavljaju važnu komponentu gospodarskog rasta u svijetu posebno nedovoljno razvijenih zemalja.¹

Polazeći od toga da je turizam jedna gospodarska djelatnost koja se je godinama razvijala i s vremenom postala glavna razvojna grana u mnogim zemljama, bilo kakva nestabilnost koja je ugrožavala tu djelatnost, ugrožavala je i ekonomsku stabilnost zemlje.²

Najpoznatiji negativni utjecaj bio je terorizam kao oblik političke borbe. Manifestira se bombaškim napadima, otmicama ili rušenjem aviona i ucjenama. Prirodne katastrofe, poput potresa, tsunamija izazvanih podmorskim potresima, velikih šumskih požara, bili su također zapreka turističkim pokretima. Ratni sukobi na područjima koja su bila najčešće turističke

¹ Čavlek, N., *Tko usmjerava svjetske turističke tokove*, HAZU, razred društvenih znanosti, br. 539, 5.4.2019.

² Hitrec, T., Turkalj, K., „Politički aspekti turizma kao čimbenika mira i sigurnosti s posebnim osvrtom na Hrvatsku“, *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 7(6): 815-832, 1998.

destinacije, izbjegličke krize i sl., sve je to imalo negativan utjecaj na turistička kretanja i na zemlje koje su najveće prihode ostvarivale od turizma. Zbog toga su najtraženije turističke destinacije za turiste iz razvijenih zemalja sredinom prošlog stoljeća bile razvijene zemlje Europe ili Sjeverne Amerike.

Do promjena u kretanjima turista došlo je u 90-tim godinama prošlog stoljeća, kada dolazi do opadanja stopa rasta u navedenim regijama, a azijsko-pacifičke zemlje preuzimaju drugo mjesto na svjetskoj rang listi.³

Prema podacima UNWTO, međunarodni turistički promet povećao se je od 1950. godine, kada je ostvareno 25 milijuna inozemnih turističkih dolazaka i 2,1 milijardu USA \$ prihoda na 1,461 milijardu dolazaka turista i 1,323 milijarde eura odnosno 1,481 milijardu USA \$ prihoda u 2019. godini. Najveću korist od međunarodnog turizma imale su razvijene zemlje Europe, Sjeverne Amerike, Sjeverno-istočne i Jugo-istočne Azije. U zemljama Europe ostvareno je 744 milijuna dolazaka ili 50,1% od čega se na zemlje članice EU odnosi 539,4 milijuna ili 72,5% od ukupno ostvarenih dolazaka u Europi. Od ukupno ostvarenih prihoda 576,4 milijuna USA \$ ili 514,9 milijuna eura odnosi se na Europu od čega su zemlje članice EU ostvarile 74,4 %.⁴ Ovi podaci ukazuju na snagu turizma u svijetu i želju gotovo svih zemalja svijeta da budu dio toga.

Nije se očekivao jedan ovakav scenarij u kojem je pandemija Covid-19 zaustavila sve turističke aktivnosti na svjetskom nivou. Promjene nastale početkom 2020. godine utječu na daljnji razvoj ne samo turizma već i drugih aktivnosti. To zahtijeva od svih zemalja zajedničko djelovanje i pronalaženje najefikasnijih mjera u prevladavanju negativnog utjecaja pandemije.

³ Čavlek, N., Tko usmjerava svjetske turističke tokove, HAZU, razred društvenih znanosti, No539, 5.4.2019.

⁴ UNWTO 2020. *International tourism highlights 2020*./e-unwto.org/

2.2. Utjecaj globalizacije na svjetski turizam

Globalizaciju kao svjetski fenomen može se promatrati s različitih aspekata, ali je gotovo uvijek na prvom mjestu gospodarsko i političko djelovanje. Svijet postaje poligon multinacionalnih kompanija i velikih financijskih ustanova putem kojega se plasiraju robe, ideje i politički utjecaji. U nešto drugačijem i ograničenom obliku, globalni utjecaji na svijet javljali su se i ranije, ali razvojem tehnologije i uspostavljanjem brzih veza elektronskim putem, neograničenih internetskih mogućnosti, globalizacija je zahvatila sva područja ljudskog djelovanja.

Jedna od definicija globalizacije mogla bi se svesti na sljedeće: „Globalizacija je intenzifikacija društvenih odnosa na razini svijeta koji povezuju udaljena mjesta na takav način da, ono što se lokalno dešava, biva omeđeno udaljenim događajima i obratno, udaljeni događaji, određeni su lokalnim zbivanjima. To je proces koji vodi redukciji zemljopisnih, prostornih i vremenskih faktora kao ograničenja razvoju društva. Rezultat je povećana percepcija svijeta kao cjeline te prilagođavanje društvenih razmišljanja i akcija preko razine nacionalnih i prema razini internacionalnih i globalnih sfera“.⁵

Razvojem gospodarskih prilika u svijetu došlo je do plasiranja viška kapitala visoko razvijenih zemalja na tržišta rastućih ekonomija, što je dovelo do promjene na svjetskoj ljestvici turističkih zemalja. Nove tražene destinacije postale su Afrika, Jugoistočna i Sjeveroistočna Azija i Latinska Amerika.

Globalizacija u turizmu i njen utjecaj koristi se za objašnjenje naglog skoka u razvoju svjetskog turizma. Ona postaje globalnom snagom povezivanja svijeta u komunikacijski i ekonomski jedinstveni prostor, ali je pitanje u kojoj mjeri i do koje će granice proces globalizacije zahvatiti tu djelatnost. Turizam se danas poistovjećuje s vodećom svjetskom industrijom u kojoj dolazi do sve većih globalizacijskih utjecaja na gospodarstvo, tehnologiju, kulturu, ekologiju i politiku.

U ekonomskom smislu svjetski turizam postao je ekonomski fenomen jer se u kratkom vremenu iz ekonomski razvijenih i turistički jakih zemalja proširio na cijeli svijet. Ako je postojala moguća strategija razvoja turizma u zemljama sa gotovo nikakvim ili nedovoljnim materijalnim uvjetima, sigurno da to takvog skoka ne bi došlo bez slobodnog kapitala visoko razvijenih

⁵ Bušljeta, A., „Globalizam - ideologija globalizacije“, *Socijalna ekologija*, 19 (2), 2010.

zemalja koje su taj kapital negdje trebale plasirati. Javio se dvostrani interes: nedovoljno razvijene zemlje nastojale su izaći statusa nerazvijenih ili nedovoljno razvijenih zemalja i razvijenih zemalja koje su svoj slobodan kapital željele koristiti za daljnje bogaćenje. Potrebno je istaći da su na takav razvoj utjecali poduzetnici iz europskih i američkih zemalja sa svojim već razvijenim lancima hotela, ali i kao najpoznatiji organizatori putovanja u nova turistička područja svijeta, posebno turoperatori koji djeluju na njemačkom i britanskom tržištu.⁶ Najočiglednija veza turizma i globalizacije leži upravo u činjenici da su za rast globalne turističke privrede i masovna turistička kretanja zaslužne strane investicije koje su podjednako koristile i turistički razvijene i ostale zemlje. U ekonomskom smislu globalizacijom se ukidaju prepreke u međunarodnoj ekonomskoj razmjeni i dolazi do veće ekonomske integracije među zemljama. Dolazi do horizontalnog i vertikalnog povezivanja s ciljem proširenja tržišnog poslovanja i konkurentnosti. Kod horizontalnog povezivanja u pravilu se radi o proširenju tržišnog poslovanja i konkurentnosti na što širem turističkom području. Takvo povezivanje može se ostvariti na više načina a uglavnom se radi o raznim oblicima spajanja ili preuzimanja hotelskih poduzeća, ugovora o menadžmentu i sl.⁷

Vertikalno poslovno povezivanje u turizmu je široko zastupljeno a označava povezivanje hotelskih poduzeća sa turističkim operaterima, povezivanje hotelskih poduzeća u jednom širokom lancu hotela u svijetu, povezivanje sa zračnim prijevoznicima, agencijama i sl. Danas su poznati svjetski hotelski lanci s određenim imenom i statusom koji su svoje djelovanje proširili na cijeli svijet, a posebno na nedovoljno razvijene zemlje koje su postale plodno tlo za njihovo širenje. Dio svjetski poznatih turističkih lanaca ima svoje ispostave ili hotele visoke kategorije i na području Republike Hrvatske pretežno na jadranskom području. U hotelskoj industriji najvažniji je princip da je veličina najvažnija, pa su se u manje razvijenim područjima svijeta nalazile nove mogućnosti za širenje svog imperija.⁸

Utjecaj globalizacije na svjetski turizam ima pozitivno djelovanje jer dovodi do otvorenosti, izlaska iz izolacije i realizacije težnji nerazvijenih zemalja u približavanju razvijenijim ekonomijama svijeta. Postoje i negativni aspekti globalizacije. Činjenica je da se nerazvijene

⁶ Čavlek, N., *Tko usmjerava svjetske turističke tokove*, HAZU, razred društvenih znanosti, No 539, 5.4.2019.

⁷ Krželj - Čolović, Z., „Oblici poslovnog povezivanja malih i srednjih hotelskih poduzeća“, *Ekonomski pregled* 67(3): 227-240, 2016.

⁸ Vrtiprah, V., Pavlič, I., *Menadžerska ekonomija u hotelijerstvu*, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2005.

zemlje i zemlje u razvoju ne mogu nositi sa gospodarskim i socijalnim problemima globalizacije. Velike su razlike u gospodarskom, kulturnom i političkom razvoju, pa se proklamacije o slobodnoj trgovini, slobodnom kretanju ljudi i kapitala ne mogu u potpunosti ostvarivati. Velike multinacionalne kompanije, koje su zauzele vodeće pozicije u tim zemljama, uključivanjem u rad milijuna ljudi kao jeftinu radnu snagu, uvijek su spremne svoj kapital seliti u druge zemlje u kojima im je omogućena veća korist uz manje ulaganja.⁹

Globalizacija u turizmu omogućila je, kroz promidžbu prirodnih i kulturnih ljepota u svim krajevima svijeta, kroz jeftine avionske ili brodske veze, upoznavanje novih turističkih destinacija. Došlo je do pojave masovnog turizma, čija je osnovna karakteristika bila kratkotrajan boravak, ograničena potrošnja i onečišćenja prostora i zraka. Devastacija prostora i kulturnih znamenitosti te nemaran odnos prema prirodi izazvao je otpor kod domicilnog stanovništva.¹⁰

U mnogim zemljama pojavili su se otpori i traži se uvođenje reda i ograničenja u posjećivanju kulturnih i prirodnih znamenitosti koje takav oblik turizma ugrožava, pa je i UNESCO koji je dijelove tih kulturnih i prirodnih bogatstava stavio na listu svjetske kulturne baštine, poslao ozbiljna upozorenja o mogućem preispitivanju njihovog daljnjeg zadržavanja pod zaštitom. U grupi europskih mjesta opterećenih masovnim turizmom nalaze se Dubrovnik, Barcelona i Venecija gdje su njihovi stanovnici izrazili veliku zabrinutost i otpor zahtijevajući poduzimanje hitnih mjera za rješavanje tog problema.

2.3. Utjecaj virusa Covid-19 na globalni turizam

Pojava virusa krajem jedne i početkom druge turističke godine zaustavila je od ožujka 2020. godine dolazak turista. Veliki broj turističkih djelatnika posredno ili neposredno vezanih uz turizam prestao je raditi. U mnogim zemljama došlo je do potpunog zatvaranja ili dozvola za putovanja samo u opravdanim slučajevima, ali i tu uz predočenje potvrda o testiranjima na virus s negativnim nalazom. Vrlo često određivane su karantene ili višednevne izolacije osoba koje su

⁹ Turistički svet/vesti/najveći hotelski lanci na svetu/, turistički svet 21.08.2021.

¹⁰ Milardović, A., *Globalizacija – postmoderna utopija*, Zagreb, Osijek, Split, PANLIBER, 1999.

na bilo koji način bile u kontaktu sa zaraženim osobama. Uvelo se obvezno nošenje maski kod ulaza u bilo koje javne prostore, dezinfekcija ruku na ulazima, dezinfekcija prostorija. Zatvarani su oni objekti gdje se skupljao veći broj osoba. Tako su zatvarani ugostiteljski objekti, kafići, ograničavao se broj osoba na obiteljskim i drugim oblicima druženja. Sve su te mjere zaustavljale širenje zaraze tamo gdje su one poštovane, ili širile zarazu tamo gdje to nije bio slučaj. Činjenica je da se vrlo pažljivo kontroliralo područja gdje zaraza raste, odnosno gdje se smanjuje ili je uopće nema, pa se prema tome takva područja na svjetskim listama svrstavalo u žute, crvene ili zelene, pri čemu su zelene zone proglašavane najmanje opasnim za turističke aktivnosti.

Mora se istaknuti da je i u Hrvatskoj bilo različitih ponašanja i povremeno nepridržavanja utvrđenih mjera, pa se odlazak turista u neke dijelove zemlje nije preporučivao. Sve navedeno, ma koliko negativno utjecalo, ipak je Hrvatsku, povremeno po područjima, a ponekad i cijelu smještalo u potpuno ili djelomično u sigurne zone. To je stvaralo nesigurnost u emitivnim zemljama, jer su i one uvodile potpuno zatvaranje ili povremena otvaranja, što je stvaralo veliku nesigurnost kod potencijalnih turista iz tih zemalja. Europski centar za sprječavanje i kontrolu bolesti ECDC svaki četvrtak objavljuje podatke o koordiniranom pristupu ograničenju slobodnog kretanja kao odgovor na pandemiju Covid-19.

Najnovije informacije o mogućnosti nastavka ili proširenja pandemije Covid-19, koje gotovo svakodnevno u sredstvima javnog informiranja objavljuje Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske, unose dosta nesigurnosti. Ovisno o tome, pojedine susjedne zemlje koje spadaju u naša najbolja emitivna područja prilagođavaju svoje mjere i preporuke svojim građanima.

3. ZNAČAJ TURIZMA ZA REPUBLIKU HRVATSKU

Analizom turističkog prometa u Hrvatskoj prikazati će se njegov razvoj od prvih početaka u 19. Stoljeću do najsvježijih podataka u 2021. godini. Cilj je prikazati njegov razvoj temeljen na službenim statističkim podacima, utjecaje koji su imali pozitivno ili negativno djelovanje na njegov razvoj i dostignuća do 2019. godine. Kroz opsežniji prikaz turističkog prometa izraženog u broju turista i noćenja te kroz ekonomske efekte želi se ukazati na sve štetne posljedice koje je u tom turizmu izazvala pandemija Covid-19. Prikazom prometa u 2021. godini namjerava se istaći snaga i upornost da se efekti pandemije umanje što je i postignuto, pa se po tome hrvatski turizam dokazao kao privlačna i sigurna destinacija i u kriznim vremenima.

3.1. Analiza turističkog prometa od 2015. do 2020. godine

O razvoju turizma u Hrvatskoj pisali su brojni autori koji se nastojali prikazati turizam od njegovih početaka, njegov razvoj, prepreke u razvoju i analizu turističkih rezultata i njihov značaj za Hrvatsku danas.

Razmatranje značaja turizma za Hrvatsku trebalo bi započeti od vremena kada Hrvatska još nije imala svoju potpunu samostalnost kao danas, već je prolazila kroz različita politička uređenja. To su bila vremena kada je Hrvatska bila u podređenom položaju u odnosu na vlasti koje su se često mijenjale, uglavnom na štetu Hrvatske. Neovisno o političkom uređenju i pripadnosti, Hrvatskoj je gotovo uvijek pripadala razvijena Jadranska obala gdje se turizam najprije počeo razvijati.

Povijesno gledano, o prvim počecima turizma u Hrvatskoj može se govoriti tek s otvaranjem prvih pogodnih objekata za prijem gostiju. Sve se je to razvijalo najprije na hrvatskom dijelu Jadrana, kada je izgradnjom Ville Angiolina u Opatiji 1844. godine započeo intenzivniji razvoj turizma na Jadranu. Započelo je natjecanje u izgradnji raskošnih vila, hotela, lječilišta, sanatorija i dr. i u njima su vlasnici boravili, tijekom cijele ili barem dijela godine.¹¹

¹¹ Gržinić, J., *Uvod u turizam-povijest, razvoj, perspektive*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“ Pula, 2019.

Opatija je proglašena lječilištem, pa je od 1889. godine postala popularno zimovalište bogatih gostiju iz Austrougarske i drugih dijelova Srednje Europe. Od tada počinje, izgradnjom i stjecanjem statusa klimatskih mjesta ili primorskih ljetnih odmarališta, razvoj Lovrana, Crikvenice, Kraljevice, Dubrovnika, Raba, Lošinja i Hvara.¹²

Pravi razvoj turizma započinje pred kraj 19. stoljeća kada se izgrađuju prvi hotelski objekti i lječilišta, toplice i sanatoriji i u unutrašnjosti zemlje. Takav razvoj turizma nametnuo je potrebu za donošenjem odgovarajućih zakona i drugih mjera kako bi se izbjegla samovolja u turističkom sektoru.

Pristupa se izgradnji turističke suprastrukture kao: hotela, sportskih objekata i objekata za zabavu, kulturnih objekata, restorana, bazena, kao i turističkih informativnih centara.¹³

Pravi razvoj turizma u Hrvatskoj i u funkciji Hrvatske nastao je stjecanjem samostalnosti jer je do tada najveći dio prihoda ostvarenih turizmom odlazio u budžet tadašnje države. Trebalo je, međutim, proći puno vremena da se kroz turizam Hrvatske, devastiranim turističkim objektima vrati stari sjaj, stvori prepoznatljivi identitet u zemlji i svijetu i da se pozicionira u najvišim sferama međunarodnog turističkog tržišta.

Najprije je počeo pristizati veći val turista iz najbližih zemalja poput Njemačke, Austrije, Italije i Slovenije, a potom i iz drugih zemalja. Time su stvorene veće mogućnosti za porast kapitalnih investicija u turizam i ulazak stranog kapitala u sferu turizma. Hrvatska se određeno vrijeme nakon rata opet počinje smatrati najsigurnijom turističkom destinacijom u ovom dijelu Europe i uz umjerene cijene opet je privukla brojne turiste.¹⁴

Prije svega, interesom turista iz europskih zemalja, a zatim i turista iz ostalih dijelova svijeta, može se dati prava slika hrvatskog turizma.

U tabelarnom dijelu na stranici 63. nalaze se tablice A1 i A2, iz kojih se može vidjeti da je hrvatski turizam bio dosta snažan u godinama od 1984. do 1989. godine, kako po broju dolazaka tako i po broju noćenja turista. Domovinski rat prekinuo je taj niz, pa je tek poslije 1995. godine

¹² Petrić, L., *Osnove turizma*, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, 2007.

¹³ Gržinić, J., *Uvod u turizam-povijest, razvoj, perspektive*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“ Pula, 2019.

¹⁴ Vukonić, B., *Povijest hrvatskog turizma*, Zagreb 2005.

turizam započeo rasti. Broj dolazaka turista tek je 2007. godine premašio broj dolazaka iz 1986. godina, znači nakon 21 godine, a broj noćenja sa 71.437.000 ostvaren je tek 2015. godine čime je nakon 28 godina premašen broj noćenja iz 1987. godine.

Analizom prometa turista u dolascima i noćenjima obuhvaćeno je razdoblje od 2015. do 2020. godine jer su to godine u kojima se turizam širio najvećim intenzitetom. U tablici 1. izneseni su podaci o dolascima turista u navedenim godinama razgraničenim na domaće i strane.

Tablica 1. Dolazak turista 2015. - 2020. godine

Godina	Dolazak turista			Verižni indeks	Udio	
	Domaći	Strani	Ukupno		Domaći	Strani
2015.	1.660.144	12.583.179	14.243.323	109,8	11,7	88,3
2016.	1.748.590	13.714.570	15.463.160	108,6	11,3	88,7
2017.	1.837.681	15.592.899	17.430.580	112,7	10,5	89,5
2018.	2.021.709	16.644.871	18.666.580	107,1	10,8	89,2
2019.	2.212.658	17.353.488	19.566.146	104,8	11,3	88,7
2020.	1.455.849	5.545.279	7.001.128	35,8	20,8	79,2

Izvor: DZS-Statistička priopćenja o turizmu za navedene godine

Iz podataka je vidljivo da je dolazak turista svake godine bio sve brojniji i povećavao se po prosječnoj stopi od 8,6% godišnje. Udio domaćih turista u svim godinama kretao se u prosjeku oko 11% a udio stranih turista kretao se oko 89%. Činjenica je da su u 2019. godini ostvareni izuzetno dobri rezultati i u dolascima i u noćenjima stranih turista.

Namjera je bila ukazati na intenzivan porast hrvatskog turizma do 2019. godine, koji je bio posljedica stvaranja najpovoljnijih uvjeta kroz prometnu infrastrukturu, sigurnost, kvalitetne turističke usluge, brže informiranje putem internetske mreže, izbjegavanje posrednika u ugovaranju aranžmana i prihvatljivije cijene u odnosu na konkurente.

Broj dolazaka domaćih turista u 2020. godini bio je u odnosu na prethodnu godinu smanjen na 65% dolazaka, a broj stranih turista na 32% što je za Hrvatsku predstavljalo značajan udarac.

Noćenja turista također su rasla, premda nešto usporenijim intenzitetom. Odnos u dolasku stranih turista bio je 7,5 : 92,5 % i nije se mijenjao u većoj mjeri, samo je u 2019. godini. došlo do blažeg porasta udjela domaćih turista.

Tablica 2. Noćenja turista 20015. - 2020. godine

Godina	Noćenje turista			Verižni indeks	Udio	
	Domaći	Strani	Ukupno		Domaći	Strani
2015.	5.742.635	65.862.680	71.605.315	107,8	8,0	92,0
2016.	5.819.465	72.099.390	77.918.855	108,8	7,5	92,5
2017.	5.978.264	80.221.997	86.200.261	110,6	6,9	93,1
2018.	6.476.646	83.175.143	89.651.789	104,0	7,2	92,8
2019.	7.095.300	84.147.631	91.242.931	101,8	7,8	92,2
2020.	5.415.391	35.379.064	40.794.455	44,7	13,3	86,7

Izvor: DZS-Statistička priopćenja o turizmu za navedene godine

Godina 2020. nije se iz poznatih razloga mogla uključiti u prosjek jer predstavlja veliko odstupanje nastalo neočekivanim poremećajem u cijelom svijetu i na svim područjima djelovanja, a ne samo u turizmu.

Uz veliko smanjenje dolazaka, a time i noćenja turista u 2020. godini, došlo je i do promjene u odnosima između domaćih i stranih turista, kako u dolascima tako i u noćenjima (tablica 3.).

Tablica 3. Prosjek dana noćenja

Godina	Domaći	Strani
2015.	3,50	5,24
2016.	3,33	5,26
2017.	3,26	5,15
2018.	3,21	5,00
2019.	3,21	4,85
2020.	3,72	6,38

Izvor: Izradio autor prema tablicama 2.

Broj dana noćenja nije se mnogo mijenjao u obuhvaćenim godinama, jedino je u 2020. godini došlo do nešto većeg porasta. To je posljedica manjeg dolaska turista i njihove želje da nešto

duže borave u sigurnim zonama gdje je bilo organizirano dosta zanimljivih programa, posebno za mlađe generacije turista.

U tabelarnom dijelu u tablici 1a stranica 57. izneseni su i podaci o turističkom prometu po županijama u 2019. i 2020. godini, pa će u nastavku biti izneseni podaci samo za one županije u kojima je turistički promet bio izrazitiji i gdje se najviše osjetio pad turističkog prometa u 2020. godini.

Tablica 4. Dolasci turista

Županije	Dolasci turista		Index
	2019.	2020.	2020./2019.
Istarska županija	4.481.698	1.736.315	38,74
Splitsko-dalmatinska	3.657.001	1.223.590	33,46
Primorsko-goranska.	2.966.489	1.323.560	44,62
Dubrovačko-neretvanska	2.237.036	455.106	20,34
Zadarska županija	1.751.741	799.711	45,65
Grad Zagreb	1.454.019	342.472	23,55

Izvor: Izradio autor prema tablici 1a. tabelarnog dijela str.57.

Dinamika kretanja turističke aktivnosti nije se jednako odrazila na regionalnoj razini.¹⁵ Županije u kojima dominiraju gosti iz cestovnih destinacija poput Istarske, Primorsko-goranske, Zadarske, Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije manje su od ostalih županija osjetile pad turističke aktivnosti. Od svih jadranskih županija najmanji broj dolazaka iskazan je u Dubrovačko-neretvanskoj županiji i gradu Dubrovniku. Uzrok tome bili su reducirani avionski letovi i ulazak malog broja kruzera u dubrovačku luku.¹⁶

Po dolasku turista prednjačila je Istarska županija sa 22,6% ispred Splitsko-dalmatinske županije i tu prednost je zadržala sa 41,9% i u 2020. godini. Porastao je broj dolazaka i u Primorsko-goranskoj županiji, ali je broj dolazaka u Istarskoj županiji također bio za 31,2% veći. Pad prometa u Istarskoj županiji ostvario se u nešto manjoj mjeri nego u drugim županijama jer je više puta tijekom ljeta proglašavana sigurnom zonom, a utjecale su blizina europskog turističkog tržišta i dobre i bliske cestovne veze. Kod noćenja turista, također su u 2020. godini prednjačile

¹⁵ Vidi tablicu 1a Turistički promet po županijama u tabelarnom dijelu.

¹⁶ Brkljača, I., *Hrvatski turizam u doba pandemije: osvrt na 2020. i pogled na 2021.*, Ekonomski lab, 24.02.2021.

Istarska, Splitsko-dalmatinska, Primorsko-goranska županija i Zadarska županija, premda se i kod njih osjetio veliki pad.

Tablica 5. Noćenja turista

Županije	Noćenja turista		Index
	2019.	2020.	2020./2019.
Istarska županija	26.388.645	11.452.784	43,40
Splitsko-Dalmatinska	17.966.287	7.879.561	43,86
Primorsko-Goranska	15.314.671	7.824.289	51,09
Dubrovačko-Neretvanska	8.259.204	2.407.399	29,15
Zadarska	9.868.704	5.474.422	55,47
Grad Zagreb	2.638.962	780.077	29,56

Izvor: Izradio autor prema tablici 2a, stranica 60.

Kod noćenja turista također je, zbog blizine emitivnih tržišta, Istarska županija bila u prednosti. Tako je u odnosu na Splitsko-dalmatinsku županiju bilo za 46,9% više noćenja u 2019. godini i 45,4% više nego u 2020. godini, a u odnosu na Primorsko-goransku županiju za 72,3% više u 2019. godini i za 46,4% više u odnosu na 2020. godinu.

3.2. Ostvareni prihodi od 2015. do 2020. godine

Hrvatski turizam se danas svrstava među ključne elemente nacionalne ekonomije i vanjskotrgovinske razmjene i njegov značaj treba promatrati, osim kroz vlastiti ubrzani razvoj, i kroz ostvarivanje visokih prihoda. Činjenica je da je turistički sektor pretrpio velike štete u odnosu na većinu drugih gospodarskih djelatnosti, ali su ostvareni rezultati u turizmu premašili sva nadanja jer se očekivao veći pad prihoda. Zna se da je karakteristika hrvatskog turizma, iako nepovoljna, znatno izražena sezonalnost.

Tablica 6. Prihodi od turizma i udio u BDP-u Hrvatske

Godina	Prihodi od turizma	Udio u BDP u %
2015.	7,961 mlrd €	18,1
2016.	8,635 mlrd €	18,6
2017.	9,493 mlrd €	18,9
2018.	10,118 mlrd €	18,4
2019.	10,143 mlrd €	19,5
2020.	4,814 mlrd €	9,8

Izvor: Podaci NBH -Komentar platne bilance za 2016.,2017.,2018., 2019. i 2020. godinu

Od 2015. do 2019. godine prihodi od turizma bili su u stalnom porastu i činili su gotovo petinu BDP-a Hrvatske. Jeli to dobro ili nije postoje dvojbe među poznavateljima financijskih problema u Hrvatskoj. Pojedina mišljenja idu u pravcu osporavanja tolikog udjela prihoda od turizma u BDP-u. To je činjenica koja se ne može osporiti. Treba, međutim, uzeti u obzir da je turizam, prema statističkim pokazateljima, najuspješnija grana hrvatskog gospodarstva.¹⁷

U situaciji kada ostali dijelovi gospodarstva nisu dovoljno razvijeni, a time i izvoz domaćih proizvoda ne pruža dovoljnu sigurnost za veći devizni priljev, prihodi od turizma omogućavaju investiranje i oporavak ostalih gospodarskih djelatnosti. Tu se prvenstveno misli na one gospodarske grane kod kojih je dio proizvoda namijenjen izvozu. S druge strane, treba shvatiti da turizam spada u najosjetljivije djelatnosti. Ukoliko podbaci samo jedna sezona, negativno će se odraziti na cjelokupno gospodarstvo Hrvatske.¹⁸

Činjenica je da spadamo u sam europski vrh po udjelu prihoda od turizma u BDP-u. Bez toga, dok se stanje u hrvatskom gospodarstvu ne stabilizira, treba turizam iskoristiti kao razvojnu polugu ostalih oblika hrvatskog gospodarstva.

¹⁷ Rihelj, G., hrturizam.hr/ Veliki udio u BDP nije problem turizma/17.03.2020.

¹⁸ Brkljača, I., *Hrvatski turizam u doba pandemije: osvrt na 2020. i pogled na 2021.*, Ekonomski lab, 24.02.2021.

3.3. Turistički promet u 2021. godini

Turizam u Hrvatskoj ali i u globalnim razmjerima u prošloj 2020. godini doživio je jednu od najtežih godina. Sve turistički razvijene zemlje, posebno one kojima je turizam najveći oblik stjecanja prihoda posebno su to teško doživjele.

U 2021. godinu startalo se s neizvjesnošću zbog brojnih nepoznanica vezanih uz COVID-19, i to zbog mjera koje su poduzimane, ponašanja zemalja koje spadaju u naše glavne emitivne države i na kraju straha koji je prevladao u ljudima. S današnje pozicije, kada je otklonjeno mnogo početnih nepoznanica, može se s nešto većim optimizmom čekati predstojeću turističku sezonu. To ne znači da će se odmah vratiti one godine kada je turizam cvjetao, ali bi mogao dostići i preći jednu od najtežih godina u povijesti našeg turizma.

Podaci o dolascima i noćenjima turista u prvih sedam mjeseci ne mogu biti osnova za projiciranje većeg zamaha u turizmu, ali se temeljem njih može očekivati ostvarivanje većeg prometa nego 2020. godine. Dolazak turista prema podacima u tablici 7. upućuje na to da je u ožujku pa do kraja srpnja, uz niz poduzimanih mjera, započeo veći priljev turista. Tako je u odnosu na 2020. godinu broj dolazaka turista bio veći za 55%, a u odnosu na 2019. godinu ostvareno je 58,54 % dolazaka. Od sredine ožujka pa sve do konca 2020. godine poslovanje tvrtki se odvijalo u uvjetima pandemije COVID-19, koja je znatno utjecala na sva područja poslovanja.

Tablica 7. Dinamika dolazaka turista od siječnja do srpnja

Mjesec	Dolasci turista			Index	
	2019.	2020.	2021.	2020./2019.	2021./2020.
Siječanj	207.643	226.949	93.796	109,30	41,33
Veljača	264.484	287.326	111.633	108,64	38,85
Ožujak	449.620	118.236	144.855	26,30	122,51
Travanj	1.105.999	9.453	238.852	0,85	2.526,73
Svibanj	1.569.271	86.413	450.959	5,51	521,86
Lipanj	2.921.391	915.596	1.518.116	31,34	165,81
Srpanj	4.325.686	2.449.953	3.789.985	56,64	154,70
I - VII mj.	10.844.094	4.093.926	6.348.196	37,75	155,06

Izvor: HTZ Informacija o turističkim pokazateljima za svaku godinu po mjesecima

Zabrane rada ili rad u otežanim uvjetima, uz stroge epidemiološke mjere te mnoge restrikcije negativno su se odrazile na poslovanje u međunarodnom prijevozu i turizmu.

Broj noćenja počeo je rasti tek u mjesecu travnju, što je rezultat sve većeg popuštanja mjera, a taj trend se nastavio i u sljedećim mjesecima, pa se takav nastavak i očekivao do kraja glavne turističke sezone (tablica 8.).

Tablica 8. Dinamika noćenja turista od siječnja do srpnja

Mjesec	Noćenja turista			Index	
	2019.	2020.	2021.	2020./2019.	2021./2020.
Siječanj	504.434	637.748	341.172	126,43	53,50
Veljača	549.613	727.198	335.117	132,31	46,08
Ožujak	943.716	518.530	480.964	54,95	92,76
Travanj	2.975.446	391.628	845.984	13,16	216,02
Svibanj	4.916.614	524.185	1.881.225	10,66	358,89
Lipanj	13.016.832	4.863.686	7.942.113	37,36	163,29
Srpanj	25.522.680	18.596.819	25.120.363	72,86	135,08
I - VII mj.	48.429.335	26.259.794	36.946.938	54,22	140,70

Izvor: HTZ Informacije o turističkim pokazateljima za svaku godinu po mjesecima

Odnos u dolascima stranih i domaćih turista bio je, očekivano, na strani domaćih turista (tablica 9). Nisu uslijedila ograničenja ili su ona bila vrlo kratkotrajna pa su domaći turisti mogli povremeno ići na kratkotrajan odmor. Veći dolazak stranih turista uslijedio je u mjesecu lipnju i nastavio je rasti u sljedećim mjesecima.

Tablica 9. Dolasci turista od siječnja do srpnja 2021.

Mjesec	Dolazak turista			Udio u %	
	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani
Siječanj	75.432	18.364	93.796	80,42	19,58
Veljača	89.030	22.603	111.633	79,75	20,25
Ožujak	95.614	49.241	144.855	66,01	33,99
Travanj	127.465	111.387	238.852	53,37	46,63
Svibanj	138.860	312.099	450.959	30,80	69,21
Lipanj	314.767	1.203.349	1.518.116	20,70	79,30
Srpanj	422.023	3.367.962	3.789.985	11,10	88,90
I - VII	1.263.191	5.085.005	6.348.196	19,90	80,10

Izvor: Ministarstvo turizma, Turizam u brojkama, izdanja siječanj-srpanj 2021.

Noćenja domaćih i stranih turista iskazana u tablici 10. bila su podjednaka u ukupnom zbroju noćenja, ali su po mjesecima vidljive razlike.

Tablica 10. Noćenje turista od siječnja do srpnja 2021.

Mjesec	Noćenje turista			Udio u %	
	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani
Siječanj	219.372	121.800	341.172	64,30	35,70
Veljača	206.984	128.133	335.117	61,76	38,24
Ožujak	233.091	247.873	480.964	48,46	51,54
Travanj	322.776	523.208	845.984	38,16	61,85
Svibanj	379.318	1.051.937	1.881.225	20,16	79,84
Lipanj	1.323.811	6.618.302	7.942.113	37,36	163,29
Srpanj	3.362.171	21.758.192	25.120.363	13,38	86,62
Ukupno	6.047.533	24.401.912	30.449.445	19,86	80,14

Izvor: Ministarstvo turizma, Turizam u brojkama, izdanja siječanj-srpanj 2021.

U prosječnom broju dana noćenja došlo je do izjednačenja, pa su domaći turisti ostvarili 4,79 dana noćenja, a strani turisti 4,80 dana noćenja. U ranijim godinama uvijek je bio prosječan broj dana noćenja kod stranih turista preko 50% veći.

U 2021. godini, unatoč zaštitnim mjerama koje se provode u gotovo svim zemljama, a posebno u zemljama koje su za Hrvatsku glavne emitivne zemlje, usmjerenim na suzbijanje bolesti Covid-19, u usporedbi sa 2020. godinom omogućeno je slobodnije kretanje. Hrvatska je tijekom srpnja imala povećanje turističkog prometa sa svih vodećih tržišta. Na nacionalnom nivou, tijekom srpnja najveći dio u noćenjima ostvarilo je tržište Njemačke, zatim Slovenije, domaće tržište, Poljske, Češke i Austrije. Tijekom razdoblja siječanj-srpanj, Istra je u nacionalnim okvirima ostvarila najveći broj dolazaka turista sa 1.680.425 dolazaka i 10.306.209 noćenja, Slijede je Primorsko-goranska, Splitsko-dalmatinska, Zadarska, Šibensko-kninska, Dubrovačko-neretvanska te Ličko-senjska županija. Najveći udio u ukupnom turističkom prometu mjerenom noćenjima, ostvarila je Istarska županija sa 26,6%, a slijede je Splitsko-dalmatinska županija sa 19,1% te Primorsko-goranska županija sa 18,7%. O tome kakva će biti turistička godina nisu odgovorni samo epidemiolozi, već se mora povećati stupanj odgovornosti na svim razinama kako bi se osigurao status i percepcija sigurne destinacije.

Ovdje treba skrenuti pozornost na promjene u obuhvatu broja dolazaka i noćenja turista jer DZS Hrvatske u svojim priopćenjima o kretanju turista iskazuje samo podatke o broju dolazaka i noćenja turista u komercijalnim objektima, dok HTZ koristi podatke iz sustava *eVisitor HTZ* kojima se turistički promet na području Republike Hrvatske, u skladu sa važećom zakonskom regulativom, prate dolasci i noćenja turista u svim turističkim objektima. U pokazatelje *eVisitor* integriraju se i podaci *eCrew* u Ministarstvu mora, prometa i infrastrukture Republike Hrvatske, vezani uz turistički promet u nadležnosti nautičkog čartera.

4. COVID-19 I UTJECAJI NA HRVATSKI TURIZAM

Nakon izvanredne turističke sezone u 2019. godini, očekivanja za 2020. godinu bila su puna optimizma. Pretpostavka je bila da će se nastaviti trend rasta iz 2019. godine koja je postala povijesna godina hrvatskog turizma jer je u toj godini dostignut najveći broj dolazaka i noćenja turista i stvoreni su svi preduvjeti da se takav trend nastavi. Nije se mogao zamisliti scenarij kakav je nastao samo nekoliko mjeseci kasnije.

Već u ožujku svijet je zahvatila pandemija Covid-19 koja je u tren zaustavila najveći broj gospodarskih aktivnosti u svijetu, a posebno se to odrazilo na turizam. Zaustavljene su mnoge aktivnosti. S razlogom je nastao strah i panika koji su zaustavili svaki oblik turizma jer su prekinute gotovo sve prekogranične veze, prometne veze – zračne i cestovne, i uvjetovani su prelasci granica brojnim, ali opravdanim ograničenjima.

Zbog straha od nepoznate bolesti, za koju se znalo da je virusna bolest na koju niti jedno poznato cjepivo za viruse nije djelovalo, nije se moglo drugačije djelovati, osim onim mjerama kojima se moglo spriječiti širenje virusa. Te su se mjere svodile na zabrane i ograničenje kretanja, dezinfekcije, nošenje zaštitnih maski, zabrane okupljanja ili graničenje broja prisutnih na svim vrstama okupljanja.

4.1. Utjecaji pandemije Covid-19 na turizam Hrvatske u 2020. godini

Iz turističkog prometa u prva dva vansezonska mjeseca 2020. godine nije se moglo naslutiti ono što je uslijedilo. Premda se u tim mjesecima nije nikada očekivao neki značajniji turistički promet u hrvatskom turizmu, pokazalo se da je u siječnju turistički promet u dolascima turista bio za 9,3% veći, a u veljači za 8,6% veći nego u istim mjesecima 2019. godine.

U noćenjima je također došlo do povećanja i to u siječnju za 26% a u veljači za 32% u odnosu na iste mjesece 2019. godine. To je na određeni način pokazivalo da bi 2020. godina mogla biti bolja od 2019. godine. Već u ožujku 2020.godine broj turista sveo se na 26,3%, a u travnju na 0,86% od ukupnog broja turista u istim mjesecima prethodne godine.

Ovakav pad prouzročila je neočekivana eskalacija pandemije Covid-19 koja je u vrlo kratkom vremenskom roku zahvatila gotovo cijeli svijet. Kod nas su se prvi znaci kolapsa turizma pojavili u mjesecu ožujku i od tada je pad nastavljen vrtoglavom brzinom.

Mjere koje su se počele donositi početkom ožujka 2020. godine s ciljem zaštite od, za mnoge smrtonosne bolesti, dovele su do različitih oblika ograničenja. Zbog ograničavanja kretanja zatvaranjem granica, upravo kada inače započinje i masovnije kretanje turista, turizam je za trenutak stao i u Hrvatskoj. Kako je pandemija u Hrvatskoj djelovala nešto sporijim i manjim intenzitetom, pojedine su regije, poput pojedinih jadranskih županija, bile proglašavane otvorenim, tzv. zelenim zonama te je tu turizam počeo jačati. Nije to bio intenzitet kakav su te regije doživljavale ranijih godina, ali je ipak bio veći nego u drugim turističkim zonama u okruženju.

U srpnju i kolovozu 2020. godine ostvaren je u postotku podjednaki broj dolazaka turista i bio je ostvaren sa 56,6% u odnosu na iste mjesece prošle godine. Broj ukupnih noćenja u 2020. godini ostvaren je sa 40.794.455 noćenja ili sa 44,7% u odnosu na 2019. godinu. S obzirom na početne crne prognoze, to je ipak za Hrvatsku bio veliki uspjeh, kakav turistički jače zemlje u okruženju nisu postigle. Domaći turisti ostvarili su 20,8% dolazaka a strani turisti 79,2% dolazaka, dok su kod noćenja domaći turisti ostvarili 13,3% noćenja a strani turisti 86,7% od ukupnog broja noćenja.

Po županijama se turistički promet različito kretao, tako da je najveći broj dolazaka ostvaren u Istarskoj županiji, a slijedile su je Primorsko-goranska i Splitsko-dalmatinska županija (vidi tablice 1a,1b,1c na stranicama 57-59 tabelarnog dijela). Ovdje dolazi do izražaja velika prednost koju imaju županije u jadranskom dijelu Hrvatske u odnosu na ostale. U ukupnom broju dolazaka turista oko 82% čine dolasci u jadranskim županijama, a 18% se odnosi na ostali dio zemlje. Takav odnos gotovo je stalan u posljednjih pet godina, osim u 2020. godini, kada je odnos bio 78,3% prema 21,7%.

Odnos u broju noćenja između županija uz more i ostalih županija u prosjeku se kretao između 92,6% i 7,4%, ali je u 2020. godini taj odnos bio 95,8% i 4,2%.

Najveći broj noćenja u 2020. godini je, kao i u ranijim godinama, ostvaren u Istarskoj županiji, a slijedile su Splitsko-dalmatinska i Primorsko-goranska županija, s time da su i Zadarska te Dubrovačko-neretvanska županije imale znatan broj noćenja (tablice 2a,2b,2c u prilogu). Sve je to ovisilo o uvođenju ili ukidanju zabrane kretanja, kako u Hrvatskoj, tako i u nama najbližim emitivnim zemljama. Za Istarsku i Primorsko-goransku županiju, kao najbližim destinacijama Italiji, Sloveniji, Austriji i Njemačkoj od posebnog su značaja bile dobro razvijene cestovne prometnice, pa se u ta područja moglo stići za kratko vrijeme, ali i brzo vratiti u slučaju bilo kakvih blokada i zatvaranja granica ili uvjetovanih prelazaka.

Manji broj turista iskoristile su mnoge turističke organizacije za obnovu svojih kapaciteta, i to uglavnom za rekonstrukciju postojećih objekata, njihovu modernizaciju i njihovo uređenje, pa i prilagođavanje najvišim turističkim standardima. Izgrađeni su luksuzni hoteli, preuređivani stari hoteli i pretvoreni u luksuzna i svjetski priznata i tražena mjesta za odmor. Kao primjer može se spomenuti hotel *Parentium* u Poreču koji je dva puta rušen do temelja i prilagođavan željama turista visoke platežne moći. Tako se radi i s hotelskim objektima u Puli – dovršeno je preuređenje hotela *Brioni*, a ranije je preuređen hotel *Histria*, hoteli u Medulinu, i drugim mjestima u Istri.

Pogleda li se razvoj turizma po pojedinim županijama, kao što su Istarska, Primorsko-goranska ili Splitsko-dalmatinska županija, one su danas turistički najrazvijenije regije u Hrvatskoj. Tu turizam nije počeo od nule, ali je bio na razini prosječnosti, pa je danas dospio do vrlo tražene destinacije.

4.2. Utjecaji na masovni turizam

Masovni turizam odražava situaciju kada se u istom vremenu pojavi veliki broj turista na jednom mjestu. Ovaj oblik turizma postao je fenomen kao proizvod brzih i jeftinih putovanja, niskih cijena i mogućnosti da se u što kraćem vremenu posjeti što više zanimljivih područja, doživi veći broj zabavnih manifestacija, naročito za mlađe turiste. Utjecaji masovnog turizma na sveukupni turizam mogu imati pozitivne ali i negativne posljedice. S obzirom na značajnu ulogu turizma u nacionalnom gospodarstvu zemlje, potrebno je sagledati njegov utjecaj na samo odredište.

Sve se više masovni turizam smatra „destruktivnim turizmom“ jer predstavlja novi oblik putovanja uz što manje troškova, posjećivanjem mnogo mjesta po principu „dođi, vidi i pobjegni“. Nekontrolirani masovni turizam zabrinjava jer prijeti sustavnom uništavanju lijepih mjesta, prirode, kulturnih spomenika. Ovakav oblik turizma podržavaju niskotarifne avionske kompanije koje si dozvoljavaju da uz niske cijene prevoze mnoštvo turista kojima je cilj da putuju uz minimalne troškove i posjećuju mjesta koja inače vjerojatno nikada ne bi vidjeli.

Drugi problem je u pretvaranju pojedinih gradskih područja u zone s novim skupim građevinama i stanovima, koje si prosječni građani ne mogu priuštiti. Posljedica toga je i nemilosrdno uništavanje uslužnih servisa potrebnih građanima kao što su male trgovine, zanatske radnje kako bi se stvorio prostor za barove, restorane brze prehrane i trgovine suvenirima sumnjivog porijekla. Masovni turizam dovodi do gubitka identiteta jer se, pretvaranjem prostora u brze uslužne servise, stvara prividno privlačan izgled za turiste, ali prostor gubi svoj autentični identitet.

Bez namjere šireg analiziranja masovnog turizma sa svim njegovim prednostima i nedostacima, potrebno je ipak shvatiti da u jeku pandemije Covid-19 on postaje jedno od najosjetljivijih mjesta širenja bolesti.

Pandemija Covid-19 mogla bi zadati posljednji udarac masovnom turizmu kakvog smo poznavali do sada. Već su se i prije pandemije postavljala pitanja o održivosti ovakvog oblika turizma, pokušavala su se naći rješenja za smanjenje negativnih posljedica masovnog turizma, ali je problem ostajao i dalje neriješen. Moraju se očekivati promjene na ključnim područjima kao što su masovna okupljališta mladih na višednevnim koncertima, raznim manifestacijama i predstavama gdje agresivnost masovnog turizma donosi najveće štete i najveće mogućnosti zaraze.

Na ovakvim zbivanjima teško je u cijelosti osiguravati zdravstvenu sigurnost, što je pandemija posebno intenzivirala jer ona neće tako brzo prestati i njene će se posljedice dugo osjećati. To će

u turističkoj djelatnosti, kao i u drugim odgovornim službama i institucijama nametnuti društveno odgovornije ponašanje prema prostoru, okolišu i odnosu među ljudima.¹⁹

U gradu Dubrovniku postoje prijedlozi da se ograniči ulazak u grad na najviše 8.000 turista dnevno, neovisno o broju pristiglih kruzera. Postoji mnogo prijedloga pro i kontra, ali će pandemija Covid-19 sa nepoznanicom o njezinom daljnjem širenju ili prestanku ubrzati donošenje pravih rješenja.

4.3. Održivost turističkog razvoja

Razvoj turizma svojom je ekspanzijom omogućio da se uoče sve prednosti i nedostaci koje takav razvoj sa sobom donosi. Turističke destinacije koje zbog svojih karakteristika privlače brojne turiste postaju sve osjetljivije i ugroženije zbog sve većeg broja turista koji to područje žele posjetiti, a to se, u pravilu, dešava samo u jednom malom dijelu godine. Prisutna sezonalnost, a s njome i masovnost, postale su prevelik teret za određena područja.

Posebno je istaknuta opasnost od devastacije prirodnih i kulturnih objekata kojima naša zemlja obiluje, zatim onečišćenje okoliša, pa se koncept održivog razvoja turizma temelji upravo na tome kako sve to sačuvati za buduće generacije. Koncept održivog razvoja koji će biti prepoznat u svijetu, bitan je i kao jedna od prednosti Hrvatske na turističkom tržištu. To zahtijeva prvenstveno kvalitetno i odgovorno planiranje prostora s naglaskom na kulturne vrijednosti i očuvanje neobnovljivih izvora.

Održivi turizam zahtijeva ekonomsku održivost, društvenu odgovornost i zaštitu okoliša. Kako bi se to provelo u praksi, potrebno je uspostaviti suradnju između naizgled suprotstavljenih sektora jer nisu uvijek usklađeni interesi onih koji promoviraju turizam sa što većim brojem turista i što većom zaradom i onih koji uz to žele sačuvati sve one prednosti koje te turiste privlače.

¹⁹ Tališman-Košuta, N., *Turizam nakon korone: Što će biti drugačije? Što može biti bolje?*, Institut za turizam, br.10, http://www.iztg.hr/Telišman-Košuta-N_2020.

Poznato je da čitav niz sudionika može imati ulogu u razvoju i primjeni održivog razvoja u turističkom sektoru. Čimbenici održivog razvoja su turisti kao i pružatelji turističkih usluga, poduzeća koja imaju izravan ili posredan utjecaj na održivost, javne službe i vladine organizacije, nevladine organizacije kao i lokalno stanovništvo. Za pojedince i institucije koje vode brigu o ovom drugom dijelu turizma postoji zajednički naziv „Stakeholderi“- Dionici.²⁰

Tablica 11. Dionici na području održivog razvoja u turizmu

Dionici		Glavna područja održivog razvoja turizma
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relevantna ministarstva ▪ Lokalna zajednica ▪ Svi segmenti turističke industrije ▪ Pružatelji transporta ▪ Javni sektor ▪ Neprofitne organizacije za zaštitu prirode ▪ Tijela za očuvanje kulturne baštine ▪ Turisti 	<p><i>Suradnja kao preduvjet</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Okoliš i svi oblici zagađenja ▪ Iskorištenje resursa ▪ Poslovna praksa turističkih agencija ▪ Održiva proizvodnja i potrošnja ▪ Regulative za zaštitu okoliša

Izvor: *Center for Inter-Disciplinary Research, Tourism and Food, UNWTO.*

Održivi razvoj turizma moguće je ostvariti samo suradnjom svih sudionika, od lokalnih zajednica pa sve do krajnjeg turista. Isto tako, potrebno je preuzimanje odgovornosti svakog sudionika, ali i kontrola razvoja nadležnih institucija. Smjernice i praksa upravljanja održivim razvojem turizma mogu se primijeniti na sve oblike turizma, u svim vrstama destinacija. Principi održivosti se odnose na okolišne, gospodarske i društveno-kulturne aspekte razvoja turizma.

²⁰ Sunara, Ž., Jeličić, S., Petrović, M., (2013), *Održivi turizam kao konkurentska prednost Republike Hrvatske*, Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, 4 (1): 2013.

S ciljem postizanja dugotrajne održivosti, mora se uspostaviti odgovarajuća ravnoteža te tri dimenzije:

1. Optimalno iskoristiti okolišne resurse koji su ključni element turističkog razvoja, zadržavajući bitne ekološke procese i pomažući u zaštiti prirodne baštine i bio raznolikosti.
2. Poštovati društveno-kulturnu autentičnost destinacije, očuvati izgrađeno i živo kulturno naslijeđe i tradicijske vrijednosti, te doprinositi međukulturalnom razumijevanju i toleranciji.
3. Osigurati da su gospodarske aktivnosti održive i dugoročne te da donose društvenu i gospodarsku korist svim dionicima uz pravičnu raspodjelu, između ostaloga stabilnost zaposlenja, mogućnosti zarade društvenih usluga zajednici, pomažući uklanjanju siromaštva.

Da bi se osiguralo široko sudjelovanje i konsenzus, za održivi je turizam potrebno informirano sudjelovanje svih relevantnih sudionika, ali i snažno političko vodstvo. Dostizanje održivosti turizma trajan je proces koji traži stalno praćenje učinaka, uvođenje potrebnih preventivnih i/ili korektivnih mjera kako bi se osiguralo vrijedno iskustvo turistima, visoki stupanj njihovog zadovoljstva, podižući im istovremeno svijest o održivosti turizma.²¹

Održivi turizam može se definirati kao „turizam koji u potpunosti uzima u obzir trenutne i buduće gospodarske, društvene i okolišne učinke, brine se o potrebama posjetitelja, sektora, okoliša i destinacije, a načelo održivosti mora se primijeniti na sve vrste turističkih djelatnosti“.²²

Filozofiju održivog turizma treba promovirati na svim razinama društva, integrirati i donositi konkretne i provedive projekte održivosti. U realizaciji svega toga i mali će projekti imati svoj smisao, a kroz zakonsku regulativu poboljšat će se mogućnosti razvoja drugih selektivnih oblika turizma, po uzoru na dobre primjere razvijenih zemalja. Hrvatski turizam opredijelio se za održivi razvoj što podrazumijeva razvoj novih ili postojećih, a nedovoljno iskorištenih oblika turizma. Oni se mogu nuditi podjednako tijekom cijele godine.

²¹ UNWTO - Center for Inter-Disciplinary Research, Tourism and Food.

²² Kušen, E., (2002). „Ekoturizam i održiv i razvoj turizma“, *Okoliš*, br. 111, str. 9.

Booking.com, vodeća digitalna platforma za putovanja, u svojim posljednjim istraživanjima utvrdila je da se kao posljedica pandemije veliki broj putnika sve više okreće održivim oblicima putovanja. Turisti su postali svjesni vlastitog utjecaja na okoliš i manje lokalne zajednice. Prema istraživanjima sve više turista želi izbjeći mjesta prekrcana turistima i koristiti svoje slobodno vrijeme u drugim dijelovima godine i u alternativnim destinacijama gdje takve gužve ne postoje.²³

Upravni odjel za turizam Istarske županije preko svoje web stranice i brošure – Istra *Eccoxperience* započeo je brendiranje Istre kao održive destinacije i osvješćivanje o važnosti ekologije i umrežavanja sudionika ekološke ponude u Istri. Tu su na jednom mjestu objedinjeni eko proizvođači, eko smještaj, događanja i aktivnosti, muzeji i drugi popratni sadržaji. Brošurama će se popularizirati priroda, kultura, tradicija i ljudi kao važan aspekt zelenog turizma. Kroz njih će biti upoznato lokalno stanovništvo, poduzetnici kao i turisti, jer će izdanje biti na četiri jezika – hrvatski, talijanski, engleski i njemački, o potrebi očuvanja istarskih prirodnih i kulturnih resursa, podizanje svijesti o potrebi zaštite prirode poštujući načela održivog razvoja.²⁴

Održivi razvoj spada u glavne prioritete, pa se ovakvim oblicima djelovanja želi popularizirati i osvijestiti lokalno stanovništvo, poduzetništvo, naročito poduzetništvo u turizmu i turiste na postojanje eko ponude. Time se želi doprinijeti očuvanju istarskih prirodnih i kulturnih vrijednosti, zaštite prirode i poštivanje načela održivog razvoja.

²³ Rihelj, G., *Okretanje prema održivim oblicima putovanja*, prema Booking.com, hrturizam.hr, 22.04.2021.

²⁴ Rihelj, G., *Kako se brendira destinacija kroz održivi turizam*, Upoznajte Istra Ecoxperience, <https://hrturizam.hr>, Turistički newportal 29.04.2021.

5. UTJECAJI PANDEMIJE NA ODABRANE ZEMLJE U OKRUŽENJU

Pandemija Covid-19 proširila se po cijelom svijetu, pa su neke turističke zemlje u našoj blizini poput Italije, Grčke, Španjolske, Francuske, Austrije i druge proživljavale isto ono kroz što je prolazila Hrvatska, samo u mnogo težem obliku nego Hrvatska. Najteže su prošle Italija i Španjolska gdje su se mjere počele provoditi sa znatnim kašnjenjem u odnosu na druge zemlje u kojima je reakcija bila nešto brža.

Činjenica je da su posljedice pandemije Covid-19 ukazale na svu ranjivost turističkih sistema na svjetskom, nacionalnom i lokalnom nivou.

Poslije niza godina u kojima je bilježena velika ekspanzija turizma, potvrđena i na samom početku 2020. godine, uvedena su ograničenja slobode kretanja, zatvaranje granica ili su ograničeni prelasci granica uz strogu kontrolu. Nastojalo se spriječiti širenja zaraze zatvaranjem brojnih gospodarskih i drugih djelatnosti, posebno onih vezanih uz turizam.

Europske zemlje su u prvom polugodištu 2020. godine najviše osjetile smanjene mogućnosti internacionalnih putovanja, naročito one u koje su avionskim prijevozom stizali turisti iz udaljenih zemalja svijeta.

Sredinom 2020. godine došlo je do blagog popuštanja, pa je turizam krenuo. Hrvatska je postala tražena turistička destinacija. Već je istaknuto da je tome doprinijela blizina, uređene ceste, dobre željezničke veze i velika sigurnost.

U nastavku će biti dan osvrt na posljedice koje je pandemija Covid-19 izazvala u pojedinim europskim zemljama. To su one zemlje koje se na europskoj listi najrazvijenijih turističkih zemalja nalaze pri vrhu po veličini turističkog prometa i koje za Hrvatsku predstavljaju najveću konkurenciju.

5.1. Italija

U Italiji je u 2020. godini turistički promet domicilnog stanovništva dodirnuo povijesni minimum. Ostvareno je 37.527.000 dolazaka ili 16,2% i 231.197.000 noćenja ili 53,6% manje nego 2019. godina, kada je broj noćenja bio ostvaren sa 430 milijuna noćenja. Broj dolazaka stranih turista smanjen je za 70,5% i manje je za 40% u odnosu na broj domaćih turista. U posljednjih sedamdeset godina nikada u Italiji nije pad dolazaka stranih turista bio viši od 5%.²⁵

Prema podacima *Banca d'Italia* za 2020. godinu potrošnja stranaca u Italiji smanjena je sa 42,2 milijarde eura u 2019. godini na 16,4 milijarde eura u 2020. godini ili za 25,8 milijardi eura odnosno 64% manje. Prema istom izvještaju potrošnja domaćih posjetilaca smanjena je za 49,6%. Za platnu bilancu Italije mala je utjeha smanjena potrošnja talijanskih turista u inozemstvu i zadržavanje novaca kod kuće. Ta je potrošnja smanjena sa 17 milijardi eura u 2019. godini na 5 milijardi eura ili za 12 milijardi manje u 2020. godini.²⁶

U ljetnoj sezoni srpanj – rujan 2020. godine ostvareno je 63,9% dolazaka u odnosu na isto razdoblje 2019. godine. Pri tome je bilo samo 39,7% stranaca u odnosu na broj stranaca u 2019. godini, a broj domaćih turista smanjen je na 86,2% u odnosu na 2019. godinu.

Istraživanja Svjetskog vijeća za putovanja i turizam (WTTC) predviđaju da bi se doprinos sektora putovanja i turizma u ukupnom BDP-u Italije mogao povećati za 48,5% na godišnjoj razini, ukoliko mjere koje se poduzimaju na svjetskoj razini pokažu pozitivne efekte.

5.2. Španjolska

Poput Italije i Španjolski je turizam doživio kolaps. Dolazak stranih turista pao je u 2020. godini za 77,8% u odnosu na 2019. godinu kao posljedica pandemije. Sa 84 milijuna stranih turista taj je broj dolazaka smanjen na 19 milijuna stranih turista, što je svega 22,6% u odnosu na 2019. godinu. Ovo je prvi put da je broj stranih posjetilaca pao ispod granice od 20 milijuna stranih turista od 1969. godine, kada je Španjolska prepoznata kao jaka turistička destinacija sa velikim

²⁵ https://www.repubblica.it/viaggi/2021/03/16/news/eurostat_prenotazioni_in_italia

²⁶ Banca d'Italia.it/pubblicazioni/turismo internazionale, 2021.

brojem izgrađenih betonskih objekata i uništenog krajolika koji su danas pretežno napušteni. U toj godini je Španjolsku posjetilo 21,7 milijuna stranih turista.²⁷

Uz smanjivanje broja turista uslijedio je i pad prihoda od turizma, koji je sa 91,9 milijardi eura pao na 19.739 milijuna eura ili za 78,5% manje nego 2019. godine. Ovo je za Španjolsku značajan pad, jer prihod od turizma čini 11% BDP-a i osigurava 12% radnih mjesta u zemlji.²⁸

Kao i u drugim zemljama i u Španjolskoj je u prva dva mjeseca 2020. godine došlo do porasta broja turista, ali je pandemija to naglo prekinula. Došlo je do potpunog zatvaranja granica, a poslije glavne turističke sezone samo povremenog, što nije moglo pokriti sve one gubitke u broju i noćenjima turista koji su u ranijim godinama bili uobičajeni.

Ovdje su navedene samo nama najbliže zemlje koje su dobrim dijelom usmjerene na turizam, bilo da se radi o moru i suncu, planinarenju i zimskim sportovima ili izletničkom turizmu. Sve su te zemlje sa pandemijom Covid-19 mnogo izgubile i trebat će nekoliko godina da se od toga oporave i nastave graditi sve ono što je pandemijom zaustavljeno.

Hrvatskoj su na Mediteranu najveći konkurenti Španjolska i Italija. Te zemlje spadaju u sam vrh turističke konkurentnosti u Europi, a Španjolska drži prvo mjesto i u svijetu.

Premda Španjolska i Italija znatno nadmašuju Hrvatsku po broju dolazaka turista, one su u 2020. godine puno više osjetile posljedice pandemije Covid-19. Razlog tome je kašnjenje s poduzimanjem zaštitnih mjera pa je promet inozemnih turista potpuno zastao. Što se tiče Hrvatske taj je promet već u početku glavne turističke sezone 2020. godine počeo rasti. Prednost Španjolske i Italije je u tome što je kod njih vrlo razvijen domaći turizam, pa je djelomično kompenziran manji dolazak inozemnih turista.

U tablici 12 navedeni su podaci koji su uzeti kao osnova za usporedbu kretanja inozemnih turista, ostvareno deviznog priljeva i njegovog udjela u BDP.

²⁷ <https://www.elpais.com/economia/turismo>.

²⁸ Rašić, I., Turizam, www.eizg.hr/userdocsimages/sektorske_analize/ studeni 2020, br. 81.

Tablica 12. Usporedba turističkog prometa i deviznih prihoda s Italijom i Španjolskom

Redni broj	Država	Strani turisti u milijunima			Devizni prihodi u mlrd €			Udio u BDP u %	
		2019.	2020.	Indeks	2019.	2020.	Indeks	2019.	2020.
1	Hrvatska	17,5	5,5	31,40	10,14	4,81	47,42	19,5	9,8
2.	Italija	62,0	37,5	60,50	42,16	16,36	38,81	13,0	7,0
3.	Španjolska	83,5	19,0	22,80	91,2	19,7	21,60	11,0	4,0

Izvor: Izrada autora prema podacima iz teksta

Italija je u 2020. godini osjetila znatan pad deviznih prihoda od turizma jer su sa ostvarenih 39 milijardi eura u 2019. godini pali na 14 milijardi eura ili za 64,1% manje u 2020. godini. To je dovelo i do pada udjela tih prihoda u BDP Italije sa 13% u 2019. na 7% u 2020. godini.

Španjolska je poput Italije iskazala najveći pad dolazaka stranih turista. Raširena pandemija Covid-19 više nego u drugim zemljama dovela je do zatvaranja granica. Najviše se osjetio pad turista iz Njemačke koji čine najveći udio u strukturi inozemnih turista.

Posebno je izražen mali broj turista iz prekomorskih zemalja. Razlog je u gotovo potpunom zatvaranju avionskog prometa kao glavnim sredstvom prijevoza stranih turista iz tih zemalja.

Već je u ranijem tekstu naglašeno da se hrvatski turizam po broju stranih turista ne može uspoređivati sa Španjolskom i Italijom. Važno je istaći da je taj turizam u porastu i privlači sve veći broj turista iz svih europskih zemalja kao i turista sa drugih kontinenata. Strani turisti sve više dolaze do spoznaja o kvaliteti hrvatskog turizma, bogatoj i raznolikoj ponudi. To za sve zemlje Mediteran, ne samo za Španjolsku i Italiju, predstavlja izazov jer Hrvatska tek sada ulazi u pravo natjecanje na svjetskom turističkom tržištu.

Unutar zemalja Europe posljedice pandemije bile su različite. Tako je u zemljama Srednje i Južne Europe smanjenje broja turista bilo (-71%), veće nego u Istočnoj Europi (-62%), ali manje nego u Sjevernoj Europi (-75%).²⁹

²⁹ Izvješće UNWTO, (2020.)

Općenito, sve europske zemlje imale su pad dolazaka stranih turista od 51% do 85%, pri čemu se to najviše odrazilo na turizmu Crne Gore -85%, Cipru -84% i Rumunjskoj -83%. Sve su te zemlje ovisne o vanjskoj trgovini i prema tome najviše su bile izložene posljedicama izazvanim pandemijom.

6. MOGUĆNOSTI OPORAVKA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Tema će se baviti onim mjerama koje su se u praksi provodile s ciljem ublažavanja i sprječavanja širenja virusa. U nekim slučajevima bile su te mjere i kontradiktorne naročito kada je svaka zemlja donosila svoje mjere koje su bile u koliziji sa mjerama susjednih zemalja. Bile su to mjere koje su kao preventivne djelovale na ublažavanju krize i zaštiti. Pronalaženje cjepiva dovelo je do utvrđivanja zajedničkih mjera, posebno u zemljama članicama EU pa se moglo krenuti i pronalaženju puteva za nastavak normalnog funkcioniranja u razdoblju poslije pandemije.

Tako se posebno na području turističke djelatnosti krenulo s pronalaženjem novih puteva obnove, razvoja i unapređenja hrvatskog turizma. U dijelu teme bit će ukazano na dio mogućnosti koje Hrvatska posjeduje i koje se mogu iskoristiti u novoj promidžbi kako bi brzo dostigla ostvarene ciljeve prije krize i pojačale svoj imidž u svijetu.

6.1. Mjere za prevladavanje utjecaja zdravstvene krize

Svijet je do danas prevladavao mnoge krize koje su imale značajan utjecaj na gospodarski razvoj, ali nikada nisu istovremeno zahvaćale cijeli svijet. Javljale su se povremeno zahvaćajući pojedina područja, regije i imale su ograničeno i relativno kraće vrijeme djelovanja. Kako su nastajale, tako su i nestajale. Postojale su i mjere kojima se te pojave moglo zaustavljati ili su nestajale same od sebe.

Kriza Covid-19 zahvatila je cijeli svijet koji u početku nije imao mogućnosti zdravstvenim mjerama zaustaviti njezino širenje. S vremenom se to promijenilo i nađeni su mehanizmi za usporavanje širenja pandemije. Neki oblici usporavanja korišteni su iz iskustva Srednjeg vijeka kada su se došljaci smještali u karantene koje su trajale, ovisno o bolestima, i do četrdeset dana.

Mjere koje su se počele primjenjivati u prvoj fazi saznanja o bolesti, a djelomično su usporile širenje bolesti, bile su zatvaranje granica i njihov prijelaz uz određene uvjete. Zatim su se ograničavala kretanja iz mjesta u mjesto, iz županije u županiju, ali je i to s vremenom prestalo.

Ograničavala se nazočnost većeg broja ljudi na druženjima, manifestacijama, privatnim obiteljskim okupljanjima i sl. Zatvarani su ugostiteljski objekti – restorani, barovi i sl.

Uvedena je obveza dezinfekcije svih javnih prostora i dezinfekcija ruku, obveza nošenja zaštitnih maski kod ulaska u sve javne prostore, razmak među osobama, a kod osoba koje su bile u doticaju s oboljelim osobama određivana je samoizolacija.

Odmah u početku osnovani su Krizni stožeri na državnom i na županijskim nivoima. U njima su bili zdravstveni djelatnici - epidemiolozi, predstavnici policije i drugih službi koje su u slučaju potrebe mogle intervenirati.

Sve je to imalo svoju svrhu jer se moglo stalno intervenirati potrebnim i obveznim mjerama, ovisno o kretanju pandemije. Mjere Kriznog stožera osnovanog na državnom nivou bile su obvezne i za sve ostale krizne stožere, s time da su se uglavnom uvažavale i sugestije stožera na nižem nivou. Sve su te mjere imale, s manjim izuzecima, pozitivan odjek, ali pravi zamah borbi protiv pandemije nastao je s prvim pojavama efikasnih cjepiva.

Kako pandemija u Hrvatskoj ne posustaje, premda je u manjem obliku, a dosta je i otpora prema cijepljenju, određene mjere trebaju se i dalje poštivati. Procijepljenost stanovništva nije dostigla svoj cilj, a to je kolektivni imunitet, pa treba i dalje biti na oprezu. Već je naglašeno da je pandemija imala snažan odraz na gospodarski sustav zemlje, posebno na turizam. Jasno je da mu je potreban brži oporavak. Znanstvenici i istraživači Instituta za turizam Hrvatske svojim su stavovima i razmišljanjima razradili brojne varijante mogućeg oporavka, ukazujući na dosadašnje slabosti kao i na povezanost turizma sa drugim sektorima i ovisnost o njima.³⁰

Cijeli je svijet zapao u duboku krizu koju je izazvala pandemija Covid-19 i trebat će puno vremena da se iz nje izvuče. Zahvaćeni su svi slojevi društva, sve gospodarske i druge aktivnosti kojima će trebati duži oporavak. Jedna od djelatnosti koja je pretrpjela velik udar je turizam. U prvoj fazi došlo je, zbog straha i brzog širenja zaraze sa nezamislivo ružnim posljedicama do stroge izolacije. Zatvarale su se granice, uvodile vrlo stroge mjere, ograničavala su se kretanja. U mnogim zemljama, naročito onima u kojima je turizam spadao među najrazvijenije

³⁰ Krešić, D., Mikulić, J, *Scenarij faznog pristupa oporavku turističkog tržišta nakon Covid-19 pandemije*, Institut za turizam, Zagreb, Hrvatska / www.iztg.hr, Zagreb, 2020.

gospodarske djelatnosti, osjetio se velik financijski udar i trebat će dosta vremena da dođe do oporavka.

Hrvatski je turizam također snažno osjetio krizu, ali nešto blaže nego neke druge zemlje. Zbog ozbiljnog pristupa poduzimanju mjera, svim oblicima zaštite koji su se u toj situaciji mogli primijeniti, Hrvatsku su druge zemlje koje su bile naša glavna emitivna područja smatrale jednom zonom.

Kakve se mjere mogu i trebaju poduzimati u cilju prevladavanja krize i povrata na ona normalna vremena kakva su bile prije 2020. godine treba ozbiljno promisliti. Potrebno je pronaći pravu ravnotežu između turizma i ostalih sektora gospodarstva, utvrditi sve dosadašnje slabosti i prednosti i tu pronalaziti prava rješenja za oporavak. Pandemija neće prestati odjednom, već postepeno, pa će se i turizam tako otvarati. Tražit će se one destinacije gdje će sigurnost biti veća, gdje će jačati oni oblici turizma u kojima je lakše održavati socijalnu distancu, a to mogu biti OPG-ovi kuće za odmor, kampovi, nautički turizam i sl.³¹

S obzirom na to da se opet Hrvatska počinje smatrati sigurnijim područjem, započet će i veća turistička kretanja, pa trebamo biti vrlo uporni u našoj promidžbi jer i druge zemlje u okruženje računaju na svoj dio u istom emitivnom području. Kako imamo prema Jadranu dobro uređene prometnice i mogućnosti brzog stizanja na turistička odredišta, vjerujemo da će broj turista početi rasti. Potrebno je otvarati mogućnost prihvata avionskih linija iz udaljenih zemalja čijim je turistima zbog daljine najpogodniji avionski prijevoz, a interes za Hrvatsku sve je veći.

Jedna od mogućnosti bržeg oporavka hrvatskog turizma i gospodarstva u cjelini je u bržem povlačenju sredstava iz EU fondova. Hrvatskoj bi moglo iz proračuna EU i iz Fonda za razvoj biti na raspolaganju najmanje 22 milijarde eura, s time da su rokovi za njihovo korištenje vrlo kratki. Oko 70% tih sredstava treba ugovoriti najkasnije do konca 2022. godine, a preostali dio od 30% do kraja 2023. godine.³²

³¹ Čorak, S., Gjurašić. M., *Covid-19: prijetnja i prilika za HR turizam*, Institut za turizam, Zagreb 2021.

³² Herak I., „O nacrtu plana oporavka, ovo je generacijska prilika koju ne smijemo propustiti“, *Novi list*, 9.ožujka 2021.

Mogućnosti ima, a ima u našoj zemlji i stručnih osoba koje mogu pripremiti programe, samo ih treba uključiti. U to se prvenstveno mora uključiti Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo turizma, Turistički savez Hrvatske.

6.2. Mjere Europske unije za sprječavanje pandemije Covid-19

Sve su europske zemlje, kao i ostale zemlje svijeta, svaka na svoj način, poduzimale mjere za umanjene utjecaja pandemije. Mjere su bile različite i ponekad u sukobu s mjerama koje su donosile susjedne zemlje. Teško ih je bilo uskladiti, što je često dovodilo do otežavanja prelazaka granica pojedinih zemalja.

Takva neusklađenost konačno je umanjena kada je Vijeće Europe na prijedlog mnogih zemalja članica EU-e, od 1.srpnja 2021.godine donijelo mjere obvezujuće za sve zemlje članice EU-e. Tim je mjerama uveden jedinstveni način postupanja kod prelazaka granica, a osnovni cilj je bio sprječavanje širenja zaraze. Uvedena je zajednička digitalna potvrda EU-e o Covidu, obvezujuća za sve države članice EU-e, kao i druge europske države, čiji stanovnici žele preći granicu za ulazak na područja zemalja članica EU-e.³³

Potvrda sadržava sljedeće dokaze:

- Potvrda da je osoba cijepljena protiv bolesti Covid-19 (14 dana nakon 2. cijepljenja),
- Potvrda da posjeduje negativan rezultat testa na Covid-19 (ne stariji od 72 sata),
- Potvrda da je osoba preboljela Covid-19 (uzeta 72 sata prije dolaska).

Uz ove potvrde, zemlje članice EU-e mogu uvoditi i druge mjere, poput izolacija i sl., a za djecu mlađu od 12 godina nisu potrebne nikakve potvrde.

Europske zemlje izvan EU-e mogu, uz poštovanje uvedenih mjera, imati mogućnost ulaska na područje zemalja EU-e, ali i ovdje postoji određeni broj zemalja za koje su propisani posebni uvjeti koje treba poštivati.

³³ Mjere EU-e za sprječavanje pandemije Covid-19, consilium.europa.eu/coronavirus/covid-19-travel in the EU pristup 6.09.2021.

Revidiranom potvrdom, kojom se ažurira pristup putovanjima iz trećih zemalja u EU, ublažena su ograničenja za putnike iz tih zemalja. Uvjet je da su potvrde tih zemalja u skladu sa standardima i sustavima EU-e.

Za praćenje pandemije Covid-19 i njeno širenje ili smanjenje zadužen je Europski centar za sprječavanje i kontrolu bolesti ECDC (*European Centre for Disease Prevention and Control*). On svakog četvrtka objavljuje prilog preporuci Vijeća Europe o koordiniranom pristupu i ograničenju slobodnog kretanja kao odgovor na pandemiju Covid-19.

Na osnovi toga, na karti europskih zemalja, vrši se označavanje zemalja Europe određenim bojama od zelene do crvene, kao upozorenje o zemljama sigurnim ili manje sigurnim, ovisno o podacima o kretanju zaraze.³⁴

Svaka zemlja ima i vlastite mehanizme za praćenje bolesti, pa se u skladu s time propisuju i mjere koje treba poštovati na svim nivoima. U Hrvatskoj je to Republički stožer civilne zaštite, koji donosi mjere usklađene s europskim mjerama, kao i vlastite mjere ako se za to ukaže potreba. Na razini županija postoje Stožeri civilne zaštite, zaduženi za provođenje mjera Republičkog stožera a po potrebi mogu donositi i vlastite mjere, koje nisu u suprotnosti sa mjerama Republičkog stožera.³⁵

Sve ove mjere, neovisno o tome na kojem su nivou donesene, podređene su istom cilju, a to je što bolje i efikasnije sprječavanje širenja bolesti. Treba, međutim naglasiti da sve ove mjere imaju karakter prevencije i mogu se mijenjati ukoliko se za to ukaže potreba.

U ovim kriznim vremenima Europska unija i zemlje članice surađuju kako bi se suzbila pandemija i pomoglo ekonomskom oporavku nakon gospodarskog pada. U tu je svrhu dogovoreno osnivanje izvanrednog fonda za oporavak pod nazivom „*Next Generation EU*“ sa kapitalom od 750 milijardi eura.³⁶

³⁴ Ibid.

³⁵ RH-MUP-/civilna zaštita.gov.hr/ Ravnateljstvo civilne zaštite, odluke stožera CZ za sprječavanje širenja zaraze koronavirusom- istaknut mjere, rujan 2021.

³⁶ Mjere EU za sprečavanje pandemije Covid-19 consilium.europa.eu/coronavirus/covid-19-travel in the EU pristup 6.09.2021.

Europsko vijeće postiglo je i dogovor o dugoročnom proračunu EU za razdoblje 2021.-2027. godine, kojim će se poticati razvoj i podupirati građanstvo, poduzeća i gospodarstva zemalja članica u sljedećim godinama.

Višegodišnji proračun s iznosom od 1.074 milijardi eura, sredstva novoosnovanog fonda za oporavak i već ranije odobrena sredstva u iznosu od 540 milijardi eura, namijenjenih za podupiranje građanstva, poduzeća i gospodarstava iznose ukupno 2.364 milijarde eura. Europska središnja banka osigurava dodatnih 1.350 milijardi eura u okviru svojeg programa otkupa obveznica kako bi se pomoglo vladama zemalja članica tijekom krize.³⁷

Već 13. srpnja 2021. godine, 12 europskih zemalja, među kojima su Italija, Španjolska, Francuska, Austrija i Grčka, dobile su mogućnost za potpisivanje sporazuma o bespovratnim sredstvima i zajmovima, kojima će se omogućiti predfinanciranje od najviše 13%. Takva mogućnost odobrena je 28. srpnja iste godine i Hrvatskoj.³⁸

Zadatak je Hrvatske da, poštujući zadane rokove do kojih se sredstva mogu koristiti, uključi nadležne službe i pripremi potrebnu dokumentaciju radi korištenja tih sredstava.

6.3. Očekivanja od nove strategije razvoja hrvatskog turizma

Hrvatska sa svojim turizmom spada u red turističkih sila na Mediteranu. Svoj je imidž gradila godinama, a najveće je uspjehe ostvarivala posljednjih godina prije pandemije koronavirusa. Prepoznata je kao privlačna destinacija a najveći uspjeh ostvaren je u turizmu 2019. godine, kada je dostignut do tada neočekivani rast u toj djelatnosti. To je pokazalo da je prepoznata kao privlačna destinacija, ne samo u europskim zemljama već i u svijetu. Tome je doprinijelo dobro organizirano djelovanje, kvalitetna promidžba, velika ulaganja u turističku infrastrukturu, uspostavljanje avionskih linija s gotovo cijelim svijetom, izgradnja kvalitetnih pristupnih cesta, željezničkih veza, naročito sa zemljama Istočne i Zapadne Europe.

³⁷ Ibid.

³⁸ Ibid.

Uz razvijenu i čistu morsku obalu, osim kupačima, postala je vrlo privlačna i jahtašima, uz brojne prvoklasne i marine jeftinije nego u drugim zemljama Mediterana. Veliki broj kruzera sa brojnim turistima otkrio je ljepote mora i priobalja, ali s vremenom je postao i teret u mjestima pristajanja. Broj dolazaka kruzera neće se moći zaustaviti u budućnosti, ali s reduciranim brojem dolazaka i ograničenim brojem dnevnih posjeta turista moći će se izbjeći nesuglasice i otpori domicilnog stanovništva.

Sve se to zaustavilo 2020. godine. Svijet, pa tako i Hrvatska doživjeli su jednu od najgorih godina u povijesti turizma. Trebati će sačekati da se pandemija stavi u podnošljive okvire jer po predviđanjima stručnjaka ona neće tako brzo prestati. Poslije ove Covid-19 pandemije, turizam će opet krenuti. Sigurno ne odmah i ne brzo, ali će sa svojom ekspanzijom sigurno prijeći granice koje su u 2019. godini dostigle svoj vrhunac.

Možda je shvaćeno što zemlji, koja najveće nade polaže u turizam, jedna slična ili drugačija kriza može donijeti, pa će u nekoj novoj strategiji razvoja trebati o turizmu promišljati na drugi način. Uz turizam treba razvijati i graditi svoju sigurnost i u nekim drugim područjima djelovanja. Najprije treba krenuti od održivog turizma koji treba biti osnova budućeg turističkog razvoja.

Uništavanje najljepših dijelova jadranske obale i otoka, kao što je to jednom učinila Španjolska, treba izbjeći, jer ljepota naše obale u svom prirodnom obliku privlači turiste i na tome je potrebno graditi i braniti svoje prednosti. Treba svijetu prikazati sve otkrivene prirodne ljepote i one koje nisu dovoljno isticane, a mogu biti turistima vrlo interesantne: spomenike kulture, običaje, gastronomiju i sl. Isto tako treba svijet upoznati sa burnom prošlošću na našim prostorima i još uvijek sačuvanim znamenitim ostacima te prošlosti.

Nacionalnom strategijom razvoja Hrvatske utvrđeni su razvojni smjerovi i strateški ciljevi, koji trebaju pridonijeti što boljem iskorištavanju svih raspoloživih potencijala i otklanjanju svih gospodarskih i društvenih šteta prouzročenih aktualnom krizom. U toj strategiji je i turizam našao svoje mjesto, doduše samo sa naznakom osnovnih ciljeva, pa bi novom strategijom razvoja turizma to trebalo detaljnije razraditi i stvoriti jednu usku interakciju i međuovisnost s ostalim sektorima. Potrebno je poticati brži oporavak Hrvatske i stvoriti temelje održivom i inovativnom

razvoju kako bi se postigla otpornost društva i gospodarstva na eventualne buduće globalne krize.

U novoj strategiji razvoja hrvatskog turizma, polazeći od zadanih okvira Nacionalne strategije razvoja Hrvatske do 2030. godine, treba poticati ulaganja u održivi turizam, povećati učinak turizma na području poljoprivrede, prometa, energije, okoliša i sporta te digitalizacije. Kroz strategiju razvoja treba razvijati funkcionalne i održive turističke regije radi cjelovitog turističkog doživljaja, produžiti turističku sezonu ulaganjem u javnu turističku infrastrukturu i promociju. Potrebno je valorizirati, uz kulturnu i prirodnu baštinu, već spomenutu gastronomiju, svjetski priznata i nagrađivana vina, maslinovo ulje i druge proizvode koji su na svjetskim izložbama nagrađivani kao najkvalitetniji proizvodi.

Isto tako treba obuhvatiti i područja koja su bila marginalizirana, dati širi značaj ciklo turizmu, ruralnom, zdravstvenom, poslovnom, vjerskom i drugim oblicima turizma. Poslovni turizam može biti posebno interesantan jer, osim raznih oblika simpozija, kongresa, znanstvenih i poslovnih susreta, postoji interes za, u svijetu već dosta razvijen, tzv. rad na daljinu. To omogućuje brza internetska povezanost jer se velik broj poslova može rješavati na daljinu, bez klasične nazočnosti na radnom mjestu.

Za daljnje praćenje turizma, broj noćenja i prihodi države samo su jedan od bitnih pokazatelja uspješnosti turizma. Puno je važnije kroz ponudu turistima nuditi nešto novo, nešto nedoživljeno, poput pustolovnog turizma, zdravstvenog turizma, upoznavanje sa kulturom kraja, zadovoljavanje spacijalnih interesa, ruralni, avanturistički i mnogi drugi oblici turizma.³⁹

Potrebno je ulagati u nove smještajne kapacitete čijim se uređenjem ili novom izgradnjom mogu svrstati u prvu kategoriji i privlačiti one turiste koji su zbog kvalitetnijih usluga birali druge destinacije. Iz svega navedenog vidi se da mogućnosti razvoja postoje, sigurno ima i želje, samo treba ustrajati na tome da se s takvim ili boljim strateškim ciljevima krene i da se ne stane samo na lijepim željama i deklaracijama.

³⁹ Gržinić J. Bevanda, V.: "Postmoderno društvo i turizam", *Suvremeni trendovi u turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković", 2014., str. 10.

6.4. Globalni utjecaji - izazovi i prilike za hrvatski turizam

Hrvatski turizam pokazuje visoku razinu razvijenosti, pa se može utvrditi da je pronašao svoj put razvoja. To ga na nivou zemlje čini najperspektivnijom gospodarskom granom, ali istovremeno dovodi državu u nepovoljan položaj ovisnosti, jer se istovremeno ne razvijaju i druge gospodarske grane. Priroda je bila velikodušna jer je turizmu stavila na raspolaganje more, razvijenu obalu i čistu prirodu. Druge gospodarske grane mnogo su teže nalazile svoj put razvoja, pa je potrebno turizam iskoristiti kao pomoć tom razvoju.

Hrvatski je turizam prolazio kroz niz faza svoga razvoja koje su s pozitivnim ili negativnim utjecajima njegov rast usporavale ili mu davale dodatni zamah. U ovom radu su prikazani i obrađeni pojedini oblici tih utjecaja a težište obrade bila je pandemija Covid-19.

Kada je hrvatski turizam dostigao svoj maksimum, koji je u narednim godinama mogao biti i veći, desilo se ono što se najmanje očekivalo. Uvijek je u glavama nekih prognostičara bila prisutna misao „što, ako?“. To se na kraju i desilo. Došlo je do pandemije Covid-19 - kuge 21. stoljeća koju se ni u najgorim scenarijima nije moglo zamisliti, barem ne u ovako ružnom obliku. Zahvatila je cijeli svijet s teškim posljedicama i nije se zaustavila poput drugih bolesti koje su u prošlosti nastajale i nestajale. Ova traje i ne nazire se kraj.

Hrvatsku je dohvatila s manjim intenzitetom nego druge zemlje, ne zbog većeg imuniteta već zbog načina kako se je organizirala za sprječavanje širenja bolesti. Kao što je odnos prema pandemiji bio gotovo jedinstven na području cijele zemlje, tako i sada treba postaviti jedan jedinstveni stav u iskorištavanju naših prednosti i ponuditi svijetu jedan bolji, ljepši i organiziraniji turizam. To ne znači zajedničko nastupanje na turističkim sajmovima, premda i to može biti jedna varijanta, već korištenje svih prednosti elektronske komunikacije, promidžbe svih oblika ponude naših turističkih bogatstava. Turistima pružiti mogućnost brzog informiranja o svim njihovim potrebama na jednom mjestu i iz vlastitog doma.

Prije svega treba se usmjeriti prema onim zemljama koje su oduvijek bile naša najvjernija emitivna područja, kao i drugim bližim zemljama. Turistima iz udaljenih zemalja treba pružiti iste mogućnosti, premda je mala vjerojatnost da će oni dolaziti u našu zemlju pojedinačno. Oni će dolaziti u organiziranim grupama u kratkotrajne i ciljane posjete.

Za jačanje turizma i podizanje njegove kvalitete preduvjet su investicije. Osvremenjivanje hrvatskog turizma ne može se vršiti bez investiranja i izgradnje novih smještajnih objekata suvremenog tipa, namijenjenih najvišim prohtjevima turista. Investicije mogu biti iz vlastitih izvora, ali i iz drugih izvora koji ne dovode do automatskog vlasništva kreditora nad izgrađenim objektima.⁴⁰

Jedan od mogućih oblika unapređenja hrvatskog turizma, koji se već u drugim turistički razvijenim zemljama koristi u punoj mjeri, su ulaganja u takozvani „Pametni turizam“.

Inicijativa „Pametni turizam“ kroz svoju promociju digitalnih inovativnih rješenja unutar destinacija, navodi mnoge turističke subjekte na revidiranje svojih strategija.⁴¹

U turističkoj sezoni u posljednje dvije godine najveći broj turista dolazio je u vlastitoj režiji, pa su se vrlo teško snalazili u šarolikoj ponudi. Tu se je pojavila ideja koncentriranja svih oblika turističkih ponuda sa svim njihovim karakteristikama. Turistima će na taj način biti omogućen pristup svim informacijama gdje će na jednom mjestu izabrati one ponude za koje su zainteresirani. Raširena digitalna mreža omogućit će izbor, lokaciju, cijene i mogućnosti plaćanja za bilo koji oblik turizma za koji su zainteresirani.⁴²

Utjecaj globalizacije na turističko gospodarstvo bio je značajan, ali se pritom ne mogu zanemariti oni globalni utjecaji koji su naš turizam doveli u poziciju ovisnosti. Treba naglasiti da je kroz utjecaj globalizacije došlo do unapređenja hrvatskog turizma, prateći svjetske trendove, ali je istovremeno došlo i do promjene u vlasničkoj strukturi.

Glavnu ulogu u turizmu nema Republika Hrvatska već strane kompanije, koje mogu upravljati našim turizmom dok u tome vide svoj interes. Kada taj interes splasne radi povoljnijih mogućnosti plasiranja svog kapitala, kompanije će to učiniti. Prateći razvoj turizma bili smo svjedoci takvih događanja, jer je danas Hrvatska jako interesantna destinacija sa još neotkrivenim svim njenim mogućnostima, ali i u drugim dijelovima svijeta postoje velike mogućnosti za razvoj turizma i jeftinija radna snaga. Gledajući realno, veliki broj kvalificirane

⁴⁰ Miličević, K., Topalović, S., *Vrijeme je da hrvatski turizam zakorači u novi razvojni ciklus*, Novac.hr, Hina 23. veljače 2021.

⁴¹ Rihelj, G., Osnovana inicijativa ”pametni telefon” koja promovira razvoj implementaciju digitalnih inovativnih rješenja, hrturizam.hr/3.12.2020.

⁴² Ibid.

radne snage u turizmu otišao je u druge zemlje, pa su predstavnici vlasnika turističkih kompanija prisiljeni dovoditi nedovoljno educiranu radnu snagu iz zemalja u okruženju ili iz udaljenih zemalja svijeta.

Ovdje se ne postavlja pitanje zašto je do toga došlo, jer je mnogo toga poznato, ali je činjenica da se kroz „privatizaciju“ država odrekla mnogo toga što bi danas činilo njezinu prednost. Izgubljene su velike vrijednosti, što je strani kapital iskoristio.

Turizam je pokazao svu svoju snagu u borbi s pandemijom Covid-19. U tome su prije svega veliku ulogu odigrale one strukture društva, zadužene za održanje zdravlja i sigurnosti, koje su poduzimale sve mjere za uspješno smanjenje negativnih učinaka.

Te su mjere omogućile turizmu da uz manje štetne posljedice ostvare izuzetno dobre rezultate. Može se pretpostaviti da će turizam nastaviti trend razvoja kakav je bio prije pandemije i graditi nove oblike turizma. Treba iskoristiti sve one prednosti koje Hrvatska ima ali i ponuditi nešto novo još neotkriveno. Na taj način treba se razvijati turizam bez ograničenja i pretvoriti ga u cjelogodišnji turizam. Tada će ljetni turizam postati samo jedna ali ne i isključiva forma turizma.

Prema današnjoj situaciji može se očekivati da hrvatskom turizmu neće trebati godine za oporavak. Plaćena je velika cijena pa bi to trebale imati na umu sve državne strukture nadležne za razvoj gospodarstva u Hrvatskoj. Isto tako bi nosiocima turističkog razvoja jedna od glavnih misli trebala biti ulaganja i nadogradnja u postojeće i nove turističke kapacitete.

Premda je situacija s turizmom takva, ipak on još uvijek spada u našu najrazvijeniju gospodarsku djelatnost koja je danas u fazi izlaska iz duboke krize i pruža nadu za brzi oporavak.

6.4.1. Perspektive razvoja hrvatskog turizma

Jedno od temeljnih pitanja i problema koji se nameću je kakav turizam razvijati nakon što pandemija koronavirusa prestane ili barem smanji svoj učinak. Zna se da će u nekom vremenu do toga doći, jer pandemija, kao i svaka do sada ima svoje cikluse kao početak, punu aktivnost i kraj. Problem je u tome što te faze nemaju strogo definirane granice, pa se turizam mora unaprijed pripremati za jedan novi start.

Činjenica je da je turistički sektor najviše osjetio negativan učinak pandemije. Smanjena je aktivnost a time i prihodi što je dovelo do odgode većine planiranih investicija. U svim dosadašnjim krizama koje su se odražavale i na turizmu, pokazalo se da ih turizam može prevladati, pa to stvara određenu sigurnost da se ulaganja u turizam najbrže mogu isplatiti.

Domaće turističke kompanije trebaju se pripremiti za brže korištenje dijela sredstava koja je EU stavila Hrvatskoj na raspolaganje, imajući u vidu da su i strane kompanije spremne za ulaganja u Hrvatsku. Sredstva koja će u okviru Strategije razvoja hrvatskog gospodarstva biti turizmu na raspolaganju trebati će dijelom ulagati u sanaciju šteta koje su nastale zbog pandemije, ali najveći dio treba ulagati u nove još nedovoljno korištene resurse. Treba se usmjeriti na ona područja koja su nedovoljno iskorištena. Samim time što je Hrvatska članica EU ima određenu podršku i manji rizik u odnosu na zemlje koje nisu članice EU.

Za jačanje turizma i podizanje njegove kvalitete preduvjet su investicije. Osvremenjivanje hrvatskog turizma ne može se vršiti bez investiranja i izgradnje novih smještajnih objekata suvremenog tipa, namijenjenih najvišim prohtjevima turista. Atraktivnost i konkurentnost trebaju biti glavni ciljevi hrvatskog turizma a to se može postići samo kroz strukturu i kvalitetu smještaja. Jedan od prioriteta treba, prema tome, biti promjena u strukturi smještajnih kapaciteta. Najprije bi trebalo ulagati u modernizaciju postojećih i izgradnju novih hotelskih smještajnih kapaciteta, jer je neodrživo vođenje jedne aktivne turističke politike gdje glavnu ulogu ima privatni smještaj.

U 2019. godini u privatnom smještaju je bilo 6,5 puta više postelja nego u hotelima, pa je to jedan od razloga ubrzanog ulaganja u kvalitetne turističke objekte.

Premda kroz ulaganja u turističke objekte treba težiti kvaliteti, na može se zanemariti činjenicu da je turizam u privatnom smještaju najviše doprinio ostvarenju neočekivano dobrih rezultata.. Prema statističkim podacima Ministarstva-turizma „Turizam u brojkama za 2019.,2020. i dio 2019.“ godine turisti su puno više koristili smještaj u privatnim objektima nego u hotelima a slično je bilo i sa brojem noćenja. Od ukupnog broja noćenja u 2021. godini ostvareno je u hotelima 28% a u privatnom smještaju 42,8%. Radi veće sigurnosti turisti su u 2020. godini tražili smještaj u više izoliranim područjima pa je odnos između noćenja u hotelima i privatnom smještaju bio 16,8:53,8% u korist privatnog smještaja. Ublažavanjem krize u 2021. godini ovi su

se odnosi malo promijenili pa je došlo do blažeg pomicanja odnosa u korist hotela, ali je broj noćenja u domaćinstvu i dalje zadržao prednost jer je odnos do kraja kolovoza 2021. godine sa 19,6 : 47,8% i dalje visok.

Ovi podaci jasno ukazuju da smještajnu strukturu turističke ponude treba mijenjati. Sve sofisticiraniji zahtjevi turista nameću potrebu razvijanja novih pravaca pa razvojna strategija turizma mora tome dati prioritet. Drugi prioritet bio bi odmak od masovnog turizma i premještanje dijela turističke potražnje u druga područja zemlje.

Za razdoblje poslije pandemije najvažnije su pripreme za stjecanje prednosti, jer će se za iste klijente boriti svi naši najveći konkurenti na Mediteranu. Svi žele brži povratak na turističku scenu i zauzimanje ranije stečenih pozicija. Na taj način treba se postaviti i Hrvatska, ponuditi one brojne sadržaje koji nisu bili dostupni u punoj mjeri i za koje će turisti pokazati interes, ukoliko ih kroz promidžbu učinimo prihvatljivim. Treba osmisliti prezentacije koje će osigurati siguran dolazak i boravak turista, a sam boravak pretvoriti u želju za ponovnim povratkom.

Isto tako treba izgraditi nešto drugačiji pristup turizmu. Svakodnevni hvalospjevi o broju turista, deviznoj zaradi i sl. nameću pomisao da će država bez turizma propasti. To se sigurno neće desiti, ali okrenimo situaciju pa započnimo upravljati turizmom umjesto obratno. Treba turizam iskoristiti kao platformu koja će poslužiti za brži i jači razvoj cjelokupnog gospodarskog sustava čime će biti stvoreni uvjeti za bolji i kvalitetniji život građana.

Novi modeli u turizmu moraju otkloniti model masovnog turizma samo u kategoriji „sunce i more“ jer taj model ne može biti dugoročno održiv i konkurentan. Kriza nameće promjene potražnje koja će biti više usmjerena individualizmu, orijentaciji na nove i još nedovoljno otkrivene destinacije. Ovakvi će trendovi u budućem razdoblju biti mnogo veći a pružaju veće šanse i malim poduzetnicima u turizmu koji nemaju, poput velikih turističkih tvrtki, izdašne resurse i teže im je prebroditi krizu.

Mali poduzetnici kao jednu od mogućnosti svoga razvoja mogu naći u kategoriji gastro turizma. Ovaj oblik turističke ponude u sebi sadrži mnoge tradicionalne vrijednosti poput poštivanja kulture i tradicije, izvornost i održivost. To se u mnogim dijelovima Hrvatske već koristi, ali postoje još brojne neiskorištene mogućnosti. Najviše je na tom području poduzela Istra koja

može poslužiti kao pozitivan primjer. U praksi se pokazalo i dokazalo da postoji veliki interes kod turista da kroz gastro ture upoznaju i taj dio naše tradicije.

Ovakav se model može primijeniti i u kontinentalnom dijelu Hrvatske, još uvijek nedovoljno iskorištenom. Tu mogu doći do izražaja upravo mali poduzetnici koji svojim kvalitetnim vinima, izvrsnom domaćom hranom i drugim oblicima ponude mogu zadovoljiti i najizbirljivije goste. Ovim i drugim oblicima turističke ponude Hrvatska može doživjeti svoj turistički uspon i postati tražena turistička meta u cijelom svijetu.

Razvoj kontinentalnog turizma ima nebrojene mogućnosti. Bogatstvo kulturne baštine idealno je za ljubitelje aktivnog odmora, odmora obitelji s djecom, brojne uređene biciklističke staze, planinarenje, lov, posjeti vjerskim svetištima i sl.

Na moru organizirane sportske aktivnosti poput ronjenja, *windsurfing*-a, ribolova samo su mali dio onoga što se na tom području, osim kupanja i sunčanja, može pružiti turistima. Nakon razdoblja u kojem su turisti mogli uz velika ograničenja zadovoljiti samo manji dio svojih želja tijekom odmora, treba im ponuditi na izbor sve one vrijednosti kojima Hrvatska raspolaže.

Puno je mogućnosti koje mogu biti osnova za obogaćivanje turističke ponude potrebno je samo njihovo prepoznavanje, prezentiranje, inovativnost i snaga da se to realizira, jer osim sredstava potrebna je i želja za unapređenje razvoja u krajevima koja tim bogatstvima raspolažu.

7. Zaključak

Turizam spada u jednu od gospodarskih grana koja ima najbrži razvoj, a od posebnog je značaja za Hrvatsku u čijem sveukupnom gospodarstvu ima najveći udio. Takvim svojim statusom, uz neosporive prednosti, turizam ima i jedan veliki nedostatak. Godinama su brojni poznavatelji turističke problematike ukazivali na potrebu stavljanja turizma pod kontrolu, ne umanjujući njegov značaj, ali isto tako ne dovodeći zemlju u situaciju da postane taocem tog istog turizma.

U radu je kroz podatke o turističkom prometu potvrđeno da je naš turizam u ekspanziji, da je njegova kvaliteta neosporiva i da se svake godine sve više turista odmara u našoj zemlji. Turiste iz europskih zemalja ne privlači samo more i sunce, kao što je to nekad bilo glavna privlačna sila turista iz europskih zemalja. Hrvatska je postala interesantna i zbog drugih brojnih karakteristika koje su je dovele u red razvijenih turističkih zemalja.

Pretpostavke kako bi turizam mogao biti ugrožen zbog bilo kakvih poremećaja u svijetu ili u neposrednoj blizini, samo su se povremeno i kratkotrajno ostvarivale i utjecale negativno, posebno na zemlje kod kojih je postojala veća ovisnost o turizmu.

Pandemija Covid-19 zadesila je Hrvatsku, kao i cijeli svijet, u najtežem mogućem obliku. Zaustavljene su sve turističke aktivnosti jer je u prvi plan stavljena zaštita stanovnika od zaraze. Mjere koje su poduzimane bile su vrlo efikasne pa se udar pandemije u Hrvatskoj puno manje osjetio nego u drugim zemljama. U godini početka pandemije Hrvatska je bila jedna od rijetkih zemalja u kojoj je, premda u manjoj mjeri, turizam ipak ostvarivao određene pozitivne rezultate. Sve to uz vrlo oštre mjere, koje su i turisti iz naših najvjernijih emitivnih zemalja prihvatili i dolazili u područja proglašavana najsigurnijima.

Utjecaji na hrvatski turizam u svom negativnom djelovanju mogli su, ali samo ograničeno vrijeme, usporavati njegov rast, što se na kraju i pokazalo. Cijelo ovo ljeto, zbog mjera koje su bile vrlo efikasne, izbjegnute su veće štete i došlo je do približavanja turističkog prometa vremenima kada je taj promet dostizao svoj maksimum.

Sve varijante boja, od crvene do zelene, označavale su manju ili veću zdravstvenu sigurnost po pojedinim zonama. Našem su turističkom području dodjeljivane boje koje nisu imale značajan utjecaj na turistički promet jer su ta područja najčešće proglašavana gotovo sigurnim zonama.

Iako pandemija u Hrvatskoj ne posustaje, već ima svoje uspone i padove, ipak su njeni razmjeri manji zahvaljujući stalno prisutnim mjerama. To sigurno ne može biti kratkoročan izlaz turizma iz krize, ali može dovesti do prevladavanja dijela problema u kojima su se turistički poduzetnici, cjelokupno gospodarstvo i konačno država našli.

Obradom ove teme ostvaren je postavljeni cilj istraživanja utjecaja na turizam. Istaknuti su pozitivni i negativni utjecaji kao i mogućnosti njihovog korištenja ili otklanjanja. Utjecaji i usporedbe sa turizmom na globalnoj razini, naveli su na razmišljanje o potrebi prihvaćanja svih onih prednosti koje svijet koristi. Osnovni cilj je razvijanje održivog i kvalitetnog turizma i iskorištavanje svih onih prednosti koje Hrvatska kroz turizam može nuditi.

Literatura

a) Knjige

1. Gržinić, J., *Uvod u turizam-povijest, razvoj, perspektive*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, 2019.
2. Milardović, A., *Globalizacija – postmoderna utopija*, Zagreb, Osijek, Split, PANLIBER, 1999.
3. "Postmoderno društvo i turizam", *Suvremeni trendovi u turizmu*, Gržinić J. Bevanda, V. (ur.), Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković", 2014.
7. Petrić, L., *Osnove turizma*, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, 2007.
8. Vrtiprah, V., Pavlič, I., *Menadžerska ekonomija u hotelijerstvu*, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2005.
9. Vukonić, B., *Povijest hrvatskog turizma*, Zagreb 2005.

b) Znanstveni članci

1. Bušljeta, A., „Globalizam-ideologija globalizacije“, *Socijalna ekologija*, 19(2):127-149.
2. Čavlek, N., *Tko usmjerava svjetske turističke tokove*, HAZU, razred društvenih znanosti, br. 539, 5.4.2019. doi:10.21857/m8vqrtzgo9.
3. Hitrec, T., Turkalj, K., „Politički aspekti turizma kao čimbenika mira i sigurnosti s posebnim osvrtom na Hrvatsku“, *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 7(6): 815-832, 1998.
4. Krželj-Čolović, Z., „Oblici poslovnog povezivanja malih i srednjih hotelskih poduzeća“, *Ekonomski pregled*, 67(3): 227-240, 2016.
5. Kušen, E., (2002). „Ekoturizam i održiv i razvoj turizma“, *Okoliš*, br. 111.
6. Sunara, Ž., Jeličić, S., Petrović, M., (2013), *Održivi turizam kao konkurentska prednost Republike Hrvatske*, Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, 4 (1): 2013.

c) Internet izvori

1. Brkljača, I., *Hrvatski turizam u doba pandemije: osvrt na 2020. i pogled na 2021.*, Ekonomski lab, 24.02.2021.
2. Čorak, S., Gjurašić, M., *Covid-19: prijatna i prilika za HR turizam*, Institut za turizam, Zagreb, 2021.
3. Krešić, D., Mikulić, J., *Scenarij faznog pristupa oporavku turističkog tržišta nakon Covid-19 pandemije*, Institut za turizam, Zagreb, Hrvatska, www.iztg.hr, Zagreb, 2020.
4. Miličević, K., Topalović, S., *Vrijeme je da hrvatski turizam zakorači u novi razvojni ciklus*, Novac.hr, Hina, 23.veljače 2021.
5. Rašić, I., *Sektorske analize*, br. 81, <https://Turizam>, [www.eizg.hr/ userdocsimages](http://www.eizg.hr/userdocsimages), studeni 2020.
6. Telišman-Košuta, N., *Turizam nakon korone: Što će biti drugačije? Što može biti bolje?*, Institut za turizam, br. 10/[www.iztg.hr/radovi/2020/ Covid-19/br.10](http://www.iztg.hr/radovi/2020/Covid-19/br.10).

d) Ostali izvori

1. Herak I., „O nacrtu plana oporavka, ovo je generacijska prilika koju ne smijemo propustiti“, *Novi list*, 9.ožujka 2021.
2. RH-MUP-/civilna zaštita.gov.hr/ Ravnateljstvo civilne zaštite, odluke stožera CZ za sprječavanje širenja zaraze koronavirusom - istaknut mjere, rujna 2021.
3. Rihelj, G., Veliki udio u BDP nije problem turizma, hrturizam.hr, 17.03.2020.
4. Rihelj, G., Okretanje prema održivim oblicima putovanja, prema Booking.com, hrturizam.hr, 22.04.2021.
5. Rihelj, G., Osnovana inicijativa ”pametni telefon” koja promovira razvoj implementaciju digitalnih inovativnih rješenja, hrturizam.hr, 3.12.2020.
6. Rihelj, G., Kako se brendira destinacija kroz održivi turizam /Upoznajte Istra-ECECOXPRIENCE/hrturizam.hr7Turistički newsportal, 29.04.2021.
7. Turistički svet/vesti/najveći hotelski lanci na svetu/, turistički svet, 21.08.2021.
8. El Pais, <https://www.elpais.com/economia/turismo>. Pristup 21.06.2021.

9. Mjere EU-e za sprječavanje pandemije Covid-19, <https://consilium.europa.eu>. Pristup 21.08.2021.
10. Covid-19-travel in the EU, (COVID-19: putovanja unutar EU-a – Consilium) (europa.eu), pristup 6.09.2021.
11. La Repubblica, https://www.repubblica.it/viaggi/2021/03/16/news/eurostat_prenotazioni_in_italia 20.06.2021.
12. Banca d'Italia, [https://Banca d'Italia.it/pubblicazioni/turismo internazionale/](https://Banca d'Italia.it/pubblicazioni/turismo_internazionale/) 2021. 30.09.2021.

e) UNWTO izvori

UNWTO izvješće, 2020. [https://hrturizam.hr/globalni pregled izvješća o turizmu](https://hrturizam.hr/globalni-pregled-izvjesca-o-turizmu), pristupio 20.08.2021.

UNWTO - *Center for Inter - Disciplinary Research*, Tourism and Food.

UNWTO 2020. *International tourism highlights*, 2020, <https://www.unwto.org>, 6.09.2021.

Popis tablica u tekstu**Stranica**

Tablica 1.	Dolazak turista 2015. - 2021.godine	14
Tablica 2.	Noćenja turista 2015. - 2021.godine	15
Tablica 3.	Prosjek dana noćenja	15
Tablica 4.	Dolasci turista 2019.-2020.	16
Tablica 5.	Noćenja turista 2019.-2020.	17
Tablica 6.	Prihodi od turizma i udio u BDP Hrvatske	18
Tablica 7.	Dolasci turista od siječnja do srpnja 2019.,2020.,2021	19
Tablica 8.	Noćenja turista od siječnja do srpnja 2019.,2020.,2021	20
Tablica 9.	Dolasci turista od siječnja do srpnja 2021	21
Tablica 10.	Noćenje turista od siječnja do srpnja 2021	21
Tablica 11.	Dionici na području održivog razvoja	28
Tablica 12.	Usporedba Hrvatska, Italija, Španjolska	34

Turistički promet po županijama – Dolasci i noćenja od 2016. do 2020. godine

Tablica 1a DOLASCI Ukupno.....	57
Tablica 1b DOLASCI-Domaći.....	58
Tablica 1c DOLASCI-Strani.....	59
Tablica 2a NOĆENJA Ukupno.....	60
Tablica 2b NOĆENJA Domaći.....	61
Tablica 2c NOĆENJA Strani.....	62
Tablica A1,A2 Dolasci i noćenja turista u komercijalnim sještajnim objektima od 1980.- 2020.....	63

Tablica 1a Turistički promet po županijama od 2016. Do 2020. godine - DOLASCI

Županije	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2017/2016	2018/2017	2019/2018	2020/2019
Zagrebačka	75.527	86.501	122.950	139.913	42.206	115	142	114	30
Krapinsko-zagorska	124.585	142.313	160.669	177.835	89.836	114	113	111	51
Sisačko-moslavačka	29.579	36.640	38.629	38.021	12.985	124	105	98	34
Karlovačka	278.965	332.991	353.264	364.517	101.861	119	106	103	28
Varaždinska	52.008	61.257	71.150	81.284	45.180	118	116	114	56
Koprivničko-križevačka	18.864	18.537	19.591	18.924	7.253	98	106	97	38
Bjelovarsko-bilogorska	20.490	22.556	24.830	24.323	10.178	110	110	98	42
Primorsko-goranska	2.598.437	2.789.179	2.909.914	2.966.489	1.323.560	107	104	102	45
Ličko-senjska	621.129	736.284	789.330	820.648	267.856	119	107	104	33
Virovitičko-podravska	12.789	14.184	18.023	16.710	6.918	111	127	93	41
Požeško-slavonska	11.654	13.284	16.252	19.706	9.347	114	122	121	47
Brodsko-posavska	26.569	28.614	34.500	36.759	15.124	108	121	107	41
Zadarska	1.362.206	1.559.419	1.664.467	1.751.741	799.711	114	107	105	46
Osječko-baranjska	89.060	92.239	99.025	107.598	42.820	104	107	109	40
Šibensko-kninska	817.755	923.233	965.203	1.009.451	400.046	113	105	105	40
Vukovarsko-srijemska	69.818	88.942	80.536	80.549	29.380	127	91	100	36
Splitsko-dalmatinska	2.737.304	3.159.851	3.474.145	3.657.001	1.223.590	115	110	105	33
Istarska	3.763.174	4.104.018	4.332.752	4.481.698	1.736.315	109	106	103	39
Dubrovačko-neretvanska	1.598.767	1.864.114	2.014.734	2.237.036	455.106	117	108	111	20
Međimurska	45.880	70.337	76.415	81.924	39.384	153	109	107	48
Grad Zagreb	1.108.600	1.286.087	1.400.201	1.454.019	342.472	116	109	104	24
Ukupno županije	15.463.160	17.430.580	18.666.580	19.566.146	7.001.128	113	107	105	36
Izvor: Prema DSZ-Dolasci turista u komercijalnim smještajnim objektima									

Tablica 1b Turistički promet po županijama 2016. do 2020. godine -DOLASCI									
Županije	Domaći turisti- dolasci					Index			
	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2017/2016	2018/2017	2019/2018	2020/2019
Zagrebačka	23.922	24.578	29.704	32.267	18.568	103	121	109	58
Krapinsko-zagorska.	66.979	73.841	83.521	90.705	57.419	110	113	109	63
Sisačko-moslavačka	16.933	18.102	20.009	18.544	8.496	107	111	93	46
Karlovačka	21.661	24.951	27.726	33.727	31.101	115	111	122	92
Varaždinska	27.774	29.150	34.015	36.752	21.340	105	117	108	58
Koprivničko-križevačka	10.966	11.142	10.738	9.736	4.879	102	96	91	50
Bjelovarsko-bilogorska	14.346	14.959	16.524	15.971	7.713	104	110	97	48
Primorsko-goranska	304.168	316.934	333.043	356.143	270.558	104	105	107	76
Ličko-senjska	35.932	38.099	42.418	49.820	48.860	106	111	117	98
Virovitičko-podravska	9.116	9.846	12.859	11.843	5.186	108	131	92	44
Požeško-slavonska	8.726	9.657	11.265	14.054	7.764	111	117	125	55
Brodsko-posavska	11.268	11.608	12.536	14.313	7.039	103	108	114	49
Zadarska	165.964	189.302	211.114	230.099	191.635	114	112	109	83
Osječko-baranjska	57.697	57.481	60.881	66.971	32.738	100	106	110	49
Šibensko-kninska	121.087	127.467	137.779	160.953	96.332	105	108	117	60
Vukovarsko-srijemska	53.318	68.855	66.688	64.678	24.980	129	97	97	39
Splitsko-dalmatinska	232.571	231.659	265.351	292.999	208.302	100	115	110	71
Istarska	222.421	228.926	267.662	303.954	174.601	103	117	114	57
Dubrovačko-neretvanska	109.231	110.296	116.108	124.198	98.591	101	105	107	79
Međimurska	23.926	36.963	38.581	41.833	24.395	154	104	108	58
Grad Zagreb	210.584	203.865	223.187	243.098	115.352	97	109	109	47
Ukupno županije	1.748.590	1.837.681	2.021.709	2.212.658	1.455.849	105	110	109	66

Izvor: Prema DSZ-Dolasci turista u komercijalnim smještajnim objektima

Tablica 1c Turistički promet po županijama 2016. do 2020. godine - DOLASCI									
Županije	Strani turisti- dolasci					Index			
	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2017/2016	2018/2017	2019/2018	2020/2019
Zagrebačka	51.605	61.923	93.246	107.646	23.638	120	151	115	22
Krapinsko-zagorska	57.606	68.472	77.148	87.130	32.417	119	113	113	37
Sisačko-moslavačka	12.646	18.538	18.620	19.477	4.489	147	100	105	23
Karlovačka	257.304	308.040	325.538	330.790	70.760	120	106	102	21
Varaždinska	24.234	32.107	37.135	44.532	23.840	132	116	120	54
Koprivničko-križevačka	7.898	7.395	8.853	9.188	2.374	94	120	104	26
Bjelovarsko-bilogorska	6.144	7.597	8.306	8.352	2.465	124	109	101	30
Primorsko-goranska	2.294.269	2.472.245	2.576.871	2.610.346	1.053.002	108	104	101	40
Ličko-senjska	585.197	698.185	746.912	770.828	218.996	119	107	103	28
Virovitičko-podravska	3.673	4.338	5.164	4.867	1.732	118	119	94	36
Požeško-slavonska	2.928	3.627	4.987	5.652	1.583	124	137	113	28
Brodsko-posavska	15.301	17.006	21.964	22.446	8.085	111	129	102	36
Zadarska	1.196.242	1.370.117	1.453.353	1.521.642	608.076	115	106	105	40
Osječko-baranjska	31.363	34.758	38.144	40.627	10.082	111	110	107	25
Šibensko-kninska	696.668	795.766	827.424	848.498	303.714	114	104	103	36
Vukovarsko-srijemska	16.500	20.087	13.848	15.871	4.400	122	69	115	28
Splitsko-dalmatinska	2.504.733	2.928.192	3.208.794	3.364.002	1.015.288	117	110	105	30
Istarska	3.540.753	3.875.092	4.065.090	4.177.744	1.561.714	109	105	103	37
Dubrovačko-neretvanska	1.489.536	1.753.818	1.898.626	2.112.838	356.515	118	108	111	17
Međimurska	21.954	33.374	37.834	40.091	14.989	152	113	106	37
Grad Zagreb	898.016	1.082.222	1.177.014	1.210.921	227.120	121	109	103	19
Ukupno županije	13.714.570	15.592.899	16.644.871	17.353.488	5.545.279	114	107	104	32

Izvor: Prema DSZ-Dolasci turista u komercijalnim smještajnim objektima

Tablica 2a Ukupan turistički promet po županijama 2016. do 2020. godine - NOĆENJA									
Županije	Ukupno turisti- noćenja					Index			
	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2017/2016	2018/2017	2019/2018	2020/2019
Zagrebačka	128.255	148.810	202.606	225.561	82.323	116	136	111	36
Krapinsko-zagorska	283.351	330.277	361.864	386.985	200.684	117	110	107	52
Sisačko-moslavačka	84.290	90.142	99.106	95.372	35.173	107	110	96	37
Karlovačka	466.432	565.298	608.366	626.231	179.963	121	108	103	29
Varaždinska	128.595	141.512	167.776	184.409	85.036	110	119	110	46
Koprivničko-križevačka	39.747	38.814	40.124	35.010	17.856	98	103	87	51
Bjelovarsko-bilogorska	67.666	69.756	79.824	77.513	34.624	103	114	97	45
Primorsko-goranska	13.902.568	14.897.443	15.284.346	15.314.671	7.824.289	107	103	100	51
Ličko-senjska	2.322.753	2.647.025	2.749.230	2.856.171	1.330.923	114	104	104	47
Virovitičko-podravaska	30.840	33.453	46.299	44.744	14.102	108	138	97	32
Požeško-slavonska	25.917	30.611	36.134	41.486	21.399	118	118	115	52
Brodsko-posavska	46.031	50.791	55.775	60.030	24.390	110	110	108	41
Zadarska	8.209.852	9.218.486	9.590.846	9.868.704	5.474.422	112	104	103	55
Osječko-baranjska	172.945	177.677	194.904	217.692	97.350	103	110	112	45
Šibensko-kninska	4.988.303	5.455.289	5.512.226	5.549.445	2.709.092	109	101	101	49
Vukovarsko-srijemska	102.201	138.470	132.042	134.308	47.335	135	95	102	35
Splitsko-dalmatinska	14.880.891	16.595.717	17.561.956	17.966.287	7.879.561	112	106	102	44
Istarska	23.128.233	25.426.476	26.178.763	26.388.645	11.452.784	110	103	101	43
Dubrovačko-neretvanska	6.827.837	7.712.310	8.051.049	8.333.783	2.407.399	113	104	104	29
Međimurska	110.039	168.146	186.736	196.922	95.673	153	111	105	49
Grad Zagreb	1.972.109	2.263.758	2.511.817	2.638.962	780.077	115	111	105	30
Ukupno županije	77.918.855	86.200.261	89.651.789	91.242.931	40.794.455	111	104	102	45

Izvor: Prema DSZ-Noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima

Županije	Domaći turisti- noćenja					Index			
	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2017/2016	2018/2017	2019/2018	2020/2019
Zagrebačka	45.312	47.688	54.222	58.734	35.894	105	114	108	61
Krapinsko-zagorska	163.625	184.881	201.592	213.970	135.598	113	109	106	63
Sisačko-moslavačka	58.330	55.234	60.435	55.282	24.848	95	109	91	45
Karlovačka	42.786	45.732	53.103	62.382	58.825	107	116	117	94
Varaždinska	81.565	80.022	90.785	98.018	44.482	98	113	108	45
Koprivničko-križevačka	23.100	22.169	22.207	18.702	11.299	96	100	84	60
Bjelovarsko-bilogorska	52.243	50.763	56.658	54.260	26.745	97	112	96	49
Primorsko-goranska	1.176.002	1.158.042	1.198.739	1.288.395	1.019.656	98	104	107	79
Ličko-senjska	115.803	122.516	129.819	153.360	162.321	106	106	118	106
Virovitičko-podravska	22.112	23.615	33.232	31.776	9.779	107	141	96	31
Požeško-slavonska	19.582	21.944	24.179	28.587	16.885	112	110	118	59
Brodsko-posavska	21.136	22.408	22.417	25.677	11.800	106	100	115	46
Zadarska	834.389	937.742	1.015.987	1.122.535	1.005.817	112	108	110	90
Osječko-baranjska	107.865	105.069	112.908	125.390	62.429	97	107	111	50
Šibensko-kninska	543.195	568.937	607.264	696.341	508.278	105	107	115	73
Vukovarsko-srijemska	75.319	108.119	104.951	102.584	37.548	144	97	98	37
Splitsko-dalmatinska	889.382	874.520	973.483	1.074.280	953.480	98	111	110	89
Istarska	741.019	723.578	834.651	934.792	597.613	98	115	112	64
Dubrovačko-neretvanska	380.927	384.204	389.016	411.627	399.139	101	101	106	97
Međimurska	52.276	78.476	80.886	86.095	53.049	150	103	106	62
Grad Zagreb	373.497	362.605	410.112	452.513	239.906	97	113	110	53
Ukupno županije	5.819.465	5.978.264	6.476.646	7.095.300	5.415.391	103	108	110	76

Izvor: Prema DSZ-Noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima

Tablica 2c Stranci Turistički promet po županijama 2016. do 2020. godine - NOĆENJA									
Županije	Strani turisti- noćenja					Index			
	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2017/2016	2018/2017	2019/2018	2020/2019
Zagrebačka	82.943	101.122	148.384	166.827	46.429	122	147	112	28
Krapinsko-zagorska	119.726	145.396	160.272	173.015	65.086	121	110	108	38
Sisačko-moslavačka	25.960	34.908	38.671	40.090	10.325	134	111	104	26
Karlovačka	423.646	519.566	555.263	563.849	121.138	123	107	102	21
Varaždinska	47.030	61.490	76.991	86.391	40.554	131	125	112	47
Koprivničko-križevačka	16.647	16.645	17.917	16.308	6.557	100	108	91	40
Bjelovarsko-bilogorska	15.423	18.993	23.166	23.253	7.879	123	122	100	34
Primorsko-goranska	12.726.566	13.739.401	14.085.607	14.026.276	6.804.633	108	103	100	49
Ličko-senjska	2.206.950	2.524.509	2.619.411	2.702.811	1.168.602	114	104	103	43
Virovitičko-podravska	8.728	9.838	13.067	12.968	4.323	113	133	99	33
Požeško-slavonska	6.335	8.667	11.955	12.899	4.514	137	138	108	35
Brodsko-posavska	24.895	28.383	33.358	34.353	12.590	114	118	103	37
Zadarska	7.375.463	8.280.744	8.574.859	8.746.169	4.468.605	112	104	102	51
Osječko-baranjska	65.080	72.608	81.996	92.302	34.921	112	113	113	38
Šibensko-kninska	4.445.108	4.886.352	4.904.962	4.853.104	2.200.814	110	100	99	45
Vukovarsko-srijemska	26.882	30.351	27.091	31.724	9.787	113	89	117	31
Splitsko-dalmatinska	13.991.509	15.721.197	16.588.473	16.892.007	6.926.081	112	106	102	41
Istarska	22.387.214	24.702.898	25.344.112	25.453.853	10.855.171	110	103	100	43
Dubrovačko-neretvanska	6.446.910	7.328.106	7.662.033	7.922.156	2.008.260	114	105	103	25
Međimurska	57.763	89.670	105.850	110.827	42.624	155	118	105	38
Grad Zagreb	1.598.612	1.901.153	2.101.705	2.186.449	540.171	119	111	104	25
Ukupno županije	72.099.390	80.221.997	83.175.143	84.147.631	35.379.064	111	104	101	42

Izvor: Prema DSZ-Noćenja stranih turista u komercijalnim smještajnim objektima

Dolasci i noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima od 1980.-2020. godine

Tablica A1					Tablica A2				
Godina	Dolasci turista	Veržni indeks	Noćenja turista	Veržni indeks	Godina	Dolasci turista	Veržni indeks	Noćenja turista	Veržni indeks
1980.	7.930.000	-	53.600.000		2001.	7.279.000	109,96	42.579.000	110,9
1981.	8.333.000	105,1	56.574.000	105,6	2002.	7.694.000	105,70	43.805.000	102,9
1982.	8.042.000	96,5	54.436.000	96,2	2003.	8.189.000	106,43	45.635.000	104,2
1983.	8.268.000	102,8	56.632.000	104,0	2004.	8.629.000	105,37	46.668.000	102,3
1984.	9.146.000	110,6	59.465.000	105,0	2005.	9.222.000	106,87	50.582.000	108,4
1985.	10.125.000	122,9	67.665.000	113,8	2006.	9.660.000	104,75	51.797.000	102,4
1986.	10.151.000	100,3	68.218.000	100,8	2007.	10.351.000	107,15	54.627.000	105,5
1987.	10.487.000	103,3	68.160.000	99,9	2008.	10.454.000	101,00	55.669.000	101,9
1988.	10.354.000	98,7	67.298.000	98,7	2009.	10.270.000	98,24	54.988.000	98,8
1989.	9.670.000	93,4	61.849.000	91,9	2010.	10.405.000	101,31	56.217.000	102,2
1990.	8.497.000	87,8	52.523.000	84,9	2011.	11.211.000	107,75	60.110.000	106,9
1991.	2.146.000	25,3	10.158.000	19,3	2012.	11.599.000	103,46	62.507.000	104,0
1992.	2.010.000	93,7	10.725.000	105,6	2013.	12.233.000	105,47	64.617.000	103,4
1993.	2.363.000	117,6	12.908.000	105,6	2014.	12.914.000	105,57	66.270.000	102,6
1994.	3.402.000	144	19.977.000	154,8	2015.	14.175.000	109,76	71.437.000	107,8
1995.	2.438.000	71,7	12.885.000	107,4	2016.	15.463.000	109,09	77.919.000	109,1
1996.	3.899.000	159,9	21.455.000	166,5	2017.	17.431.000	112,73	86.200.000	110,6
1997.	5.206.000	133,5	30.314.000	141,3	2018.	18.667.000	107,09	89.652.000	104,0
1998.	5.449.000	104,7	31.287.000	106,5	2019.	19.566.000	104,82	91.243.000	101,8
1999.	4.751.000	87,2	26.564.000	84,9	2020.	7.001.000	35,78	40.794.000	44,7
2000.	6.620.000	139,3	38.406.000	144,6					

Izvor: Prema DSZ- Dolasci i noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima od 1980.-2020. godine