

Utjecaj pandemije COVID-19 na sektor turizma Istarske županije

Bukovac, Edi

Undergraduate thesis / Završni 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:137:735989>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-26**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

EDI BUKOVAC

**UTJECAJ PANDEMIJE
COVID-19 NA SEKTOR
TURIZMA ISTARSKÉ
ŽUPANIJE**

Završni rad

Pula, ruján 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

**UTJECAJ PANDEMIJE
COVID-19 NA SEKTOR
TURIZMA ISTARSKÉ
ŽUPANIJE**

Završni rad

JMBAG: 0303085000

Studijski smjer: MANAGEMENT I PODUZETNIŠTVO

Predmet: UVOD U EKONOMIJU

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Mentor: izv. prof. dr. sc. Dean Sinković

Pula, rujan 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Edi Bukovac, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera Management i poduzetništvo ovime izjavljujem da je ovaj Završni 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 Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada 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, _____, _____ godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Edi Bukovac dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom Sindikati i kolektivno pregovaranje u Republici Hrvatskoj koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti 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 (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

Sadržaj

1. UVOD	1
1.1 Predmet i ciljevi istraživanja	1
1.2. Izvori rada	2
1.3. Struktura i sadržaj rada	2
2. TURIZAM	2
2.1. Oblici turizma	5
2.2. Povijest turizma u Istri	6
2.3. Turizam u Istri	7
3. TURIZAM PRIJE IZBIJANJA PANDEMIJE	10
3.1. Statistički pokazatelji Istarskog turizma	11
3.2. Prihodi od turizma	13
4. PANDEMIJA VIRUSOM COVID-19	14
4.1. Skupine država prema intenzitetu širenja virusa	14
4.2. Utjecaj pandemije na Hrvatsku	16
4.2.1. Utjecaj pandemiske krize na BDP	17
5. Turizam nakon izbijanja pandemije	19
6 .STRATEGIJE ZA OPORAVAK I RAD UZ POSLJEDICE PANDEMIJE	30
7. ZAKLJUČAK	33
SAŽETAK :	34
SUMMARY:	35
LITERATURA	36
POPIS TABLICA :	38
POPIS SLIKA :	39

1. UVOD

Utjecaj pandemije COVID-19 na sektor turizma istarske županije tema je završnog rada U nastavku se navodi predmet i ciljevi istraživanja, potom izvori rada. Nakon toga detaljnije je obrazložena struktura i sadržaj rada.

1.1 Predmet i ciljevi istraživanja

Istarski turizam kroz samu povijest tog teritorija krasio se atraktivnom povijesti te šarolikom paletom prirodnih atrakcija koje krasi poluotok na samom zapadu Republike Hrvatske. Prirodne ljepote i zanimljivu kulturu također su uočile i susjedne zemlje. Krenule su posjećivati naše područje iz godine u godinu. Istra se nametnula kao jedna od prestižnijih destinacija, te svojom ponudom privlačila turiste diljem svijeta. Istarski turizam imao je uspona i padova no uvijek je našao put prema izlasku iz kriza. Današnja kriza još nije viđena te je neočekivanih razmjera utjecala na Istru, te naposljetku umalo u potpunosti ugasila istarski turizam. Nova kriza uzrokovana je pandemijom COVID-19 virusa koji se pojavljuje u 2019. godini te pomalo podrhtava cijeli svijet. Dva mjeseca nakon pojave virusa dolazi i u naše područje gdje izaziva zaustavljanje skoro svih gospodarskih aktivnosti tako i turizma. Znajući da je Hrvatskoj turizam skoro četvrtina ukupnog BDP-a udarac koji bi se desio da se turizam u potpunosti ugasio bio bi koban za lokalno gospodarstvo. Navode se također i načini kako, te na koji način to postići da se vratimo na stare staze slave istarskog turizma. Također na primjeru hotelskog naselja iz Pule kako je COVID-19 utjecao na same brojke te koliko je veliki pad u samim brojkama on izazvao. Povodom toga u radu se detaljnije opisuje kako se Istra borila sa virusom te kakve su bile posljedice od istoga. Opisat ću na koji način se COVID-19 kriza može iskoristiti kao prednost te pomoću nje dovesti nove turiste koji su nakon duge pandemije željni putovanja te dolaska u prelijepe krajeve Istarske Županije.

1.2. Izvori rada

Za pisanje završnog rada korištena je stručna literatura odnosno knjige bazirane na problematiku turizma Istarske županije te COVID-19 krize. Korišteni su i Internetski izvori iz kojih su se mogli pronaći noviji te ažurniji podatci o pandemiji. Pandemija još nije iza nas , još smo u njenom trajanju. Tek će se napisati knjige o razmjerima i posljedicama pandemije COVID 19.

1.3. Struktura i sadržaj rada

2. TURIZAM

Sama riječ turizam ili turist u svakom od nas budi neku asocijaciju, te je od malih nogu u našem području često korištena i udomaćila se u naš rječnik. Obije riječi nastale su iz engleske izraza tour, koja ima značenje izričito za kružna putovanja. Prva izvedenica od riječi tour- tourist potiče od prije dva stoljeća u pejorativnom značenju. iako se riječ turizam i turist nalaze već preko 200 godina u rječnicima diljem svijeta znanstvenici još nisu utvrdili ni došli do općeprihvaćenih definicija. Definicija određenih pojmova ima autora koliko i najrazličitijih znanstvenih disciplina te baš radi toga turizam je prepun raznih mnogoznačnih društveno-ekonomskih funkcija koji su fokusirani na čovjeka- turista-putnika što je povijesno gledano prvo došlo do pojave turista te tek početkom njihovih aktivnosti i djela došlo do pojave turizma . Povodom toga prvo je potrebno definirati značenje riječi turist a kako bi se to moglo moramo imati na umu nekoliko kriterija koji moraju biti zadovoljeni.

Prvi od njih je Prostorna komponenta. Kako bi se osoba uopće mogla smatrati turistom ona sama prvo mora krenuti na put . Svaka takva osoba koja se uputi od jedne točke do

druge nazivamo je putnikom. Svaki putnik nije turist , kako bi postao turist smatra se da putovanje mora biti izvan uobičajene sredine. Veoma je teško definirati pod što spada uobičajena sredina. Kako bi to odredili moramo geografski odrediti granice u kojima se osoba uobičajeno kreće. Pod to spada mjesto obavljanja posla ili mjesto obrazovanja , mjesto kupnje te svih ostalih mjesta koja se posjećuju učestalo. Nakon prostorne komponente dolazimo do obilježja putovanja. Pod to smatramo da osoba napušta vlastitu sredinu na vlastitu inicijativu u slobodno vrijeme. Važno je da tijekom istog puta ne privređuje na bilo kakav način te da ne obavlja nikakvu LUKRATIVNU DJELATNOST . Putovanje je uvijek dvosmjerno te se turist uvijek vraća na mjesto svog prvobitnog boravka koje nazivamo i domicil. Sljedeća je vremenska komponenta. To bi značilo da osoba mora izbiti izvan mjesta boravka i uobičajene sredine više od 24 sata ,ali ne više od jedne godine. Za osobe koje se vrate prije 24 sata te ne noće ne određenoj destinaciji nazivaju se izletnici. Svjetska turistička organizacija ih naziva jednodnevni posjetitelji. Posljednji kriterij je svrha putovanja. Ljudi koji putuju iz razloga odmora, sporta, zdravstvenim motivom, posjetom rodbini te je putovanje kraće od godine dana prema mišljenju UNWTO-A ubrajaju se pod turiste. Pod turiste ne spadaju osobe koje su aktivno u oružanim snagama, putnici koji odlaze radi odlaska na posao ili u školu, migranti , putnici u tranzitu, nomadi , izbjeglice , putnici na dnevnim putovanjima ,osobe diplomatskog kora te putnici na privremenom radu.

Koristeći navedene odrednice, Svjetska turistička organizacija odredila je turista kao posjetitelja. Turist je osoba koja izvan svoje sredine putuje kraće od godine dana i čija je glavna okupacija putovanja nije povezana uz neke lukrativne svrhe u mjestu u koje putuje . Navedena definicija je rezultat dugogodišnjih ispitivanja i istraživanja ne samo pojedinačnih znanstvenika već i velikih organizacija te je to sam pokazatelj koliko je bilo teško definirati same turiste i turizam. Najstarija definicija koja se

pojaviła od švicarskih teoretičara turizma po imenu W.Hunziker te K. Krapf koji su 1942. godine napisali da je“ turizam skupina odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetilaca nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost“¹

Takvu definiciju prihvaća i AIEST. Ona kao takva je dugo vremena bila prihvaćena kao opće priznata definicija turizma. I u današnje vrijeme možemo je pronaći u nekim zapisima.

Obilježja te definicije mogu se očitati iz tučenja turizma kao „ spleta odnosa društvenog i ekonomskog karaktera“.Iz toga se može vidjeti i shvatiti da turizam nije samo gospodarska djelatnost te da je također jednako toliko i aktivnost iz koje čovjek može ostvariti unaprjeđenje samog sebe kao humane osobe, te odnosa sebe sa prirodom i okruženjem u kojem se nalazi . Turizam ima dvije determinante koje su osnovne u samom definiranju turizma.One su prostor izvan smog DOMICILA te i potrošnja sredstva koja smo stekli prije odlaska te izvan mjesta turističkog boravka . Prostor u kojem se nalazimo u turističkom boravku možemo nazvati i turističkom destinacijom. Uz determinante postoje i dvije glavne komponente turizma .

Dinamična komponenta- ona govori o samom putovanju na koje se moramo uputiti kako bi uopće došlo do same turističke aktivnosti.

Statistička komponenta- govori o destinaciji u kojoj se nalazimo te kako ona mora osigurati zadovoljenje turista i njegovih želja i potreba te samog turističkog doživljaja.

¹ W.Hunziker,K. Krapf (1942. godina)

2.1. Oblici turizma

Pošto je turizam kao sama aktivnost veoma složena i kompleksna društveno/ekonomska pojava samu tu pojavu možemo raščlaniti na različite kriterije kojima možemo odrediti različite vrste turističkih aktivnosti. Kriteriji koji se najčešće primjenjuju, te njihov cilj je pobliže definirati te locirati geografsko područje u kojem se boravi. Važno je znati i njegovu potrošnju kako bi na taj način mogli vidjeti njegov utjecaj na tom teritoriju. Zbog toga organizacija po imenu UNWTO zbog svojih istraživanja te praćenja utjecaja samih turista koristi **Turističku satelitsku** bilancu te turizam dijeli na sljedeće vrste.

TABLICA 1 – Vrste turizma

DOMAĆI TURIZAM	Uključuje turistička putovanja domicilnog stanovništva u različite destinacije unutar granica vlastite zemlje (npr. putovanja državljana Hrvatske unutar same zemlje)
RECEPTIVNI TURIZAM ILI ULAZNI TURIZAM	Uključuje turiste nerezidentne koji borave u promatranj zemlji (npr. turisti iz Austrije u Hrvatskoj)
EMITIVNI TURIZAM ILI IZLAZNI TURIZAM	Uključuje turistička putovanja rezidenata u druge zemlje (npr. turistička putovanja hrvatskih državljana u destinacije u drugim zemljama)
INTERNI (UNUTARNJI) TURIZAM	To je kombinacija, ukupnost domaćeg i receptivnog turizma (prati se turistički promet npr. svih hrvatskih i stranih državljana na području hrvatske)
NACIONALNI TURIZAM	Uključuje sva turistička putovanja domicilnog stanovništva u zemlji i inozemstvu (npr. putovanja građana Hrvatske u turistička odredišta unutar vlastite zemlje i sva turistička putovanja u turističke destinacije izvan zemlje)

MEĐUNARODNI TURIZAM	Uključuje kombinaciju, ukupnost receptivnog i emitivnog turizma (na primjeru Hrvatske to bi značilo da se pod međunarodnim turizmom razumijeva sva putovanja inozemnih turista u Hrvatsku te sva putovanja hrvatskih građana u inozemstvo)
INTRAREGIONALNI TURIZAM	Podrazumijeva sva turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju iste regije (npr. turistička putovanja stanovnika jedne europske zemlje u drugu europsku zemlju ; turistička putovanja Europljana unutar Europe)
INTERREGIONALNI TURIZAM	Podrazumijeva turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju, ali izvan te regije (npr. turistička putovanja Europljana izvan Europe)

IZVOR: Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav str. 40.

Uz određene podjele turizma možemo pronaći još različitih podjela sa različitih stajališta . Veoma je važno naglasiti da kada dođe do podjele po jednom kriteriju također postoji mogućnost da određena vrsta turizma ne bude uključena u tu određenu vrstu podjela turizma . Teoretičari koriste mnoštvo različitih kriterija za podjelu turizma najčešće je to bazirano na teoretsko-analičkoj nužnosti određene podjele.

2.2. Povijest turizma u Istri

U današnje vrijeme Istra je u Hrvatskoj, Europi te i u cijelome svijetu opće poznata turistička destinacija .O Istri se šire veoma pozitivne glasine te postaje veoma značajna i vidljiva na svjetskoj turističkoj mapi svijeta.Kako bi shvatili i saznali kako je to postala moramo se vratiti u prošlost te upoznati same početke istarskog turizma. Prva pojava istarskog turizma javlja se 1945. godine dolaskom prvih putopisaca na istarski teritorij .

Pojavom turizma u Istri javljaju se i prvi časopisi o turizmu te turističke agencije , prijevoznici te i sama promocija istarskih mjesta. Najpopularnija te najposjećenija mjesta u samim počecima su Umagu, Poreču, Rapcu, Rovinju, Fažani te također i u Istarskim toplicama.

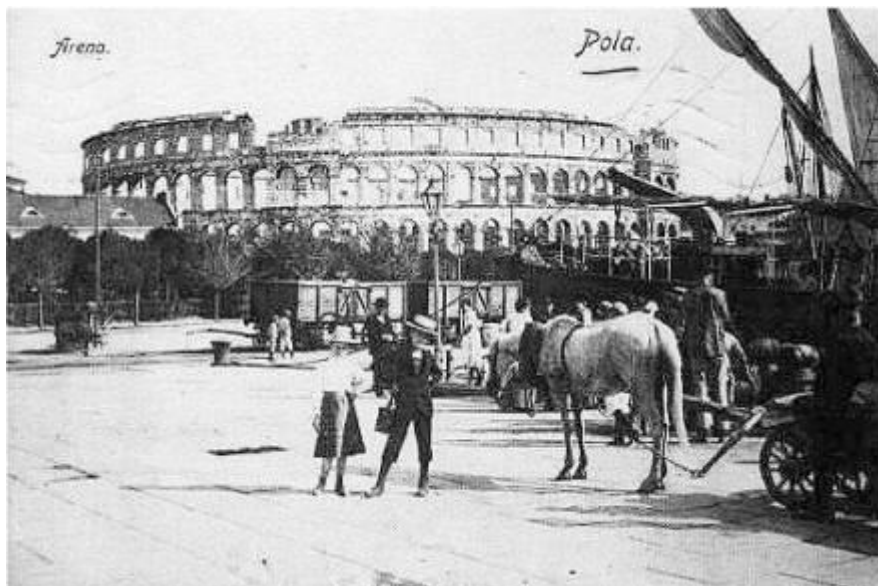
Odlazeći dalje u bližu prošlost dolazimo do turizma pod Talijanskom vlašću između dva svjetska rata te u tom periodu dolazi do borbe sa novo otkrivenim konkurentnim talijanskim turističkim destinacijama . Jednako kao i same prirodne ljepote koje su veoma zastupljene u Istri veoma je važno bilo kroz samu povijest razviti i infrastrukturu koja je je veoma važna za sam razvitak turizma kroz povijest. Neke od veoma važnih infrastrukturnih tvorevina koje su potakle razvoj turizma te i samu posjećenost i dostupnost su izgradnja Istarskog ipsilona također i zračne luke Pula te također Tunel Učka koji je omogućio brži i jednostavniji prolaz tim područjem . Veliki razvoj u području oko Poreštine od pojave samog masovnog turizma u Jugoslaviji uzrokovao je izgradnja Porečke Lagune. Veliki utjecaj za razvoj turizma u istarskom području imao je agroturizam, na taj način devedesetih godina dvadesetog stoljeća započeli su naglašavali su svoju tradiciju te tradicionalnu kuhinju te i arhitekturu te pomoću toga poticali razvoj turizma u ruralnim područjima gdje je turizam sam po sebi bio veoma slab. Uviđajući potencijal u istarskom turizmu poduzetnici kroz sam razvitak turizma učestalo ulažu u ist koji je iz svake godine u godinu sve više rastao te bio plodno tlo za investitore

2.3. Turizam u Istri

Kada govorimo o Istri kao turističkom mjestu te turističkoj „top“ destinaciji prvi razlozi koji nam padaju na pamet su neke od prirodnih te također i društvenih ljepota poput Jadranskog mora, Amfiteatra, neuništena te netaknuta priroda te plave i predivna plaže koje okružuju poluotok. Ljepote koje su nabrojane godinama privlače turiste diljem svijeta no bez dobre i razvijene infrastrukture istarski turizam ne bi mogao funkcionirati. Zbog toga se iz godine u godinu sve više ulaže u razvitak infrastrukture te samo poboljšanje kvalitete sadržaja koje se može ponuditi posjetiteljima poluotoka. Istra je već dugi niz godina jedna od najposjećenijih destinacija Europe. Opće je poznata po svom kupališnom

turizmu te se i dalje želi nametnuti i na taj način prikazati ljepote razvijenosti obale te mnoštva otočića koji okružuju samu Istarsku županiju . Uz već poznate prirodne ljepote Istra također nudi i mnoštvo kulturoloških atrakcija. Teško je odabrati koje od te dvije atrakcije nosi više posjetitelja no znamo da se Istra smatra atraktivnom i privlačnom baš zbog ta dva faktora koja se nude. Istra se nalazi na samom zapadu Republike Hrvatske te kao najzapadnija Županija sastoji se od 41. lokalnu samoupravu, 10 gradova te 31 općinu te sa općim središtem u gradu Pazinu kao glavnom

gradom Istarske Županije . Neke od opće poznatih glavnih destinacija uz obalu su Umag ,Rovinj, Poreč, Rabac , Pula, Medulin i još mnoštvo njih. Istra se ne bazira samo na gradovima uz obalu sa izlazom na more. Ima Istra raznih atraktivnih kontinentalnih destinacija kojima pridaju veliki značaj te trude se razviti ruralni te kulturni turizam. Velika prednost Istre je sama njena pozicija te utjecaj mediteranske klime koja samim svojim djelovanjem jako pridonosi kupališnom turizmu ,te prirodnim ljepotama te razvitku flore i faune te tako donosi još jednu dodanu ljepotu i atrakciju razvijenom te zaštićenom prirodom koja ju okružuje. Neke od prirodnih ljepota koje su zaštićene radi svoje jedinstvene ljepote te rijetkosti u svijetu. Kao takva destinacija prvo mjesto zauzima Nacionalni park Brijuni.Uz njega također treba spomenuti i Motovunsku šumu, Limski kanal, Park šume Zlatni rt, te mnoštvo otočića u samom okruženju. **Uz** prirodne ljepote ne smijemo zaboraviti društvene ljepote koje se kroz tisuće godina istražuju te su jedan od neizostavnih dijelova povijesti cijeloga svijeta. Jedna od najvažnijih takvih ljepota je pulski Amfiteatar kojeg posjeti mnoštvo turista svake godine. Isti ih vrati u vrijeme Rimskog carstva i u borbe gladijatora koje se održavaju u ljetnim večerima u Puli. Osim rimskog carstva i Rimljana od kojih možemo pronaći mnoštvo značajnih otkrića i ostataka na Istarskom poluotoku kroz povijest su živjeli narodi poput Grka, Kelta, Liburna , Ostroga, Longobarda , Francuza, Mlečana, Austrijanaca te Slovenaca i Talijana. Svaki od tih naroda ostavio je trag koji je utjecao na izgradnju kulture u Istri zbog koje je i ona sam prepoznatljiva u ostatku Svijeta. Pod kulturu koju su ostavili ubrajamo i razne spomenike te i građevine koje datiraju iz njihovog vremena.



Osim nabrojane materijalne baštine u Istri se može pronaći mnoštvo raznih sadržaja poput muzeja, galerija te izložbi koje su veoma atraktivne turistima pune znatiželje te same želje da upoznaju Istru. Uz sve materijalno što je nabrojeno mora se spomenuti nematerijalna baština kojom Istra obiluje u želji da se produži sama sezona te da se lokalni turizam ne bazira izričito samo na moru i prirodnim ljepotama. Pod to ubrajamo razne manifestacije, događaje, priredbe kojima obiluje Istra u doba posjećenosti turista. Ti im događaji pružaju bliži doživljaj Istre i velika sjećanja kojima se vraćaju u svoje domove te ih šire dalje. Samim time promoviraju Istru. Infrastruktura tako i SUPRASTUKTURA veoma je važna za svaku turističku destinaciju te će također određivati njezinu kvalitetu. Pod to se smatra sama povezanost do željene destinacije smještaj te i same sigurnosti na određenoj destinaciji. U zadnjih nekoliko godina uvelike se ulaže u samu povezanost Istre sa ostatkom Europe, iako je opće svima poznato da se razvija cestovni promet te se poboljšava kvaliteta cesta poveznica sa stranim zemljama. U Istri se velika važnost daje i izgradnji i poboljšanju lučke infrastrukture te također većoj povezanosti i kvaliteti zračnoga prometa. Veliku važnost možda i ponajveću moramo pridati Istarskom ipsilonu koji povezuje poluotok kako sa ostatkom Hrvatske tako i sa stranim zemljama koje su glavni turistički korisnici. Zbog geografske pozicije i same

činjenice da je Istra poluotok te da je okružena morem moramo veliku važnost dati i morskom prometu te samim lukama koje su se veoma poboljšale od ulaska Hrvatske u Europsku uniju . Od velike važnosti su sedam glavnih luka poput one u Puli, Brijunima, Poreču, Novigradu, Plominu i Umagu. Napretkom tehnologije i ulaskom u modernije doba dolazi do značajnog razvitka zračnoga prometa no ne dovoljnoga. Smatra se da bi se trebalo više razviti zračni turizam , dobiti veću povezanost sa velikim međunarodnim središtima te povećati broj linija prema istima. Neke od važnijih koje treba izdvojiti je zračna luka Pula, te manji aerodrom u Vrsaru koji su od velikog značenja za turizam. U Medulinu se nalazi manji aerodrom za sportsko letenje. Potrebno je spomenuti i željeznički promet kojemu je potrebna velika obnova. Potrebna je izgradnja dodatnih pruga i postaja.

3. TURIZAM PRIJE IZBIJANJA PANDEMIJE

Turizam u Istarskoj Županiji veoma je raznovrstan te je obilan raznim vrstama smještaja koji se nude posjetiteljima koji dođu na istarski teritorij. Razvojem turizma u Istri veoma je porastao privatni smještaj te je postao najzastupljeniji oblik smještaja. Nakon njega dolaze kampovi koji se nude diljem obale Istre koji su veoma razvijeni i poznati . Na samom dnu po količini smještaja su hoteli i turistička naselja koja većinom nude smještaj pod kategorijom od 3 zvjezdice. Tijekom „ predpandemijskog doba“ došlo je do velikog razvijanja smještaja te do bolje kategorizacije koja je potaknula razvitak i poboljšanje smještaja. U prijašnjim godinama bilježi se postepeni pad duljine boravka turista Sad je prosječni boravak sveden na 5 dana. Sve su sve popularnija kraća putovanja. U Istri tijekom prijašnjih godina prije izbijanje pandemije turizam je bilježio sve bolje brojke te je nizao rekorde koji su obećavali svijetlu budućnost.

3.1. Statistički pokazatelji Istarskog turizma

Kako bi pobliže dočarali starski turizam prije izbijanja pandemije statistički podatci su od velike važnosti te su pokazatelji kvalitete pojedine sezone. Pomoću njih se može očitati i vidjeti pad ili rast. Glavni statistički pokazatelji koji su važni za turizam su broj dolazaka te broj noćenja koji su ostvareni na istarskom teritoriju u određenom razdoblju .

TABLICA 2-Promet turističkih sezona 2010.- 2019.

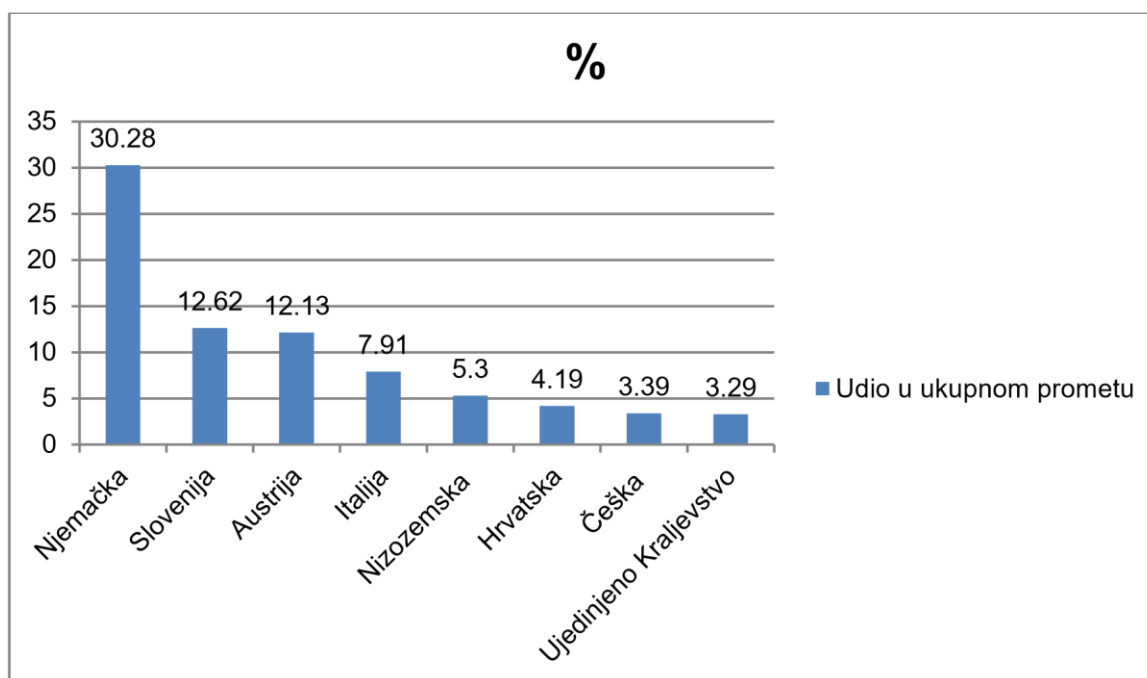
Godina	Ukupni turistički dolasci	Ukupna turistička noćenja
2010.	2 737 779	19 041 644
2011.	3 012 204	20 646 728
2012.	3 159 985	21 992 869
2013.	3 195 564	22 032 695
2014.	3 272 280	22 274 541
2015.	3 570 665	23 668 568
2016.	3 852 114	25 010 890
2017.	4 223 233	27 511 615
2018.	4 456 792	28 443 129
2019.	4 609 820	28 709 938

Izvor: Istra (2020.) Statistika – arhiva. Dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika/arhiva>

Promatrajući podatke možemo uočiti blagi rast istarskog turizma kroz godine te sve veću posjećenost ljudi te 2019. rekordne brojke posjećenosti te noćenja. U prvih nekoliko godina promatranog razdoblja Istra bilježi visoke brojke i veliki rast broja dolazaka, no u sezonama 2013. i 2014. su brojke manje no nakon toga bilježi se ponovno veliki rast u

brojevima. Vjeruje se da je manje brojke uzrokovala ekonomska kriza koja je bila aktualna u tim godinama. Broj dolazaka i broj noćenja bilježio je veliki rast tijekom godina te se najveći rast očitava na početku i nakraju promatranog razdoblja.

GRAFIKON 1 - Dominirajuća inozemna tržišta u generiranju turističkog prometa Istre 2019. godine



Izvor: Istra (2020.) Statistika – arhiva. Dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika/arhiva>

Važno je istaknuti činjenicu da je Istru u 2019. godini posjetilo najviše inozemnih posjetitelja, 95% njih je bilo inozemnih dok tek njih 5% je bilo domaćih. Najveći udio posjetitelja je iz Europskog područja a nacionalnosti možemo očitati iz grafikona 1. Iz grafikona možemo očitati dominaciju gostiju iz Njemačke koji su od samih početaka

razvoja turizma bili veoma uobičajeni posjetitelji na istarskom području te nakon njih gosti iz Slovenije, Austrije te Italije koji su također i radi svoje geografske pozicije i blizine veoma česti gosti. Neki od novijih posjetitelja koji nisu u prijašnje vrijeme bili toliko zastupljeni su na primjer gosti iz Ujedinjenog Kraljevstva . Zbog tradicionalne velike posjećenosti Njemačkih turista Hrvatska turistička agencija za turizam bazira svoje marketinške akcije na Njemačko tržište kako bi održali to tržište te kako bi i dalje veliki broj Nijemaca dolazilo u naše krajeve.

3.2. Prihodi od turizma

Kako bi pratili ekonomski odnosno ekonomski značaj turizma ili neke određene turističke destinacije najveća važnost bazirana je na udjelu turističkih primanja u BDP-u određene destinacije koja se promatra , odnosno vrijednost određenih prihoda koji se generiraju u određenom vremenskom periodu. Jedan od velikih pokazatelja i važan faktor za sve stanovnike Istre je i broj zaposlenih u turističkom sektoru. Tijekom 2018. godine od samoga turizma u Hrvatsku „blagajnu“ došlo je 10.096 milijuna eura što je skoro 20% ukupnog BDP-a. Najuspješnija županija po ostvarenim prihodima je Istra koja je svojom velikom posjećenošću doprinijela čak trećinu ukupnog iznosa te je sama uplatila 3.3 milijuna eura u hrvatski proračun. Na razini Istarske županije udio ljudi zaposlenih u turističkom sektoru je 22% .Smatra se kako bi ta brojka mogla biti i veća . Sam pokazatelj koliko se istarski turizam brzo razvija je taj da Istra mora uvoziti radnike iz stranih zemalja kako bi mogla zadovoljiti potrebnu radnu snagu . Zbog velikih prihoda te rasta turizma Istra je plodno tlo za domaće i strane ulagače koji vide priliku za profit u izgradnji smještajnih jedinica ili u ponudi novih inovativnih sadržaja za posjetitelje.

4..PANDEMIJA VIRUSOM COVID-19

Novootkrivena bolest korona virusom prvu put se spominje te otkriva u 19. prosinca u mjestu Wuhan te je uzrok bolesti po imenu COVID-19. Većina velikih stručnjaka te analitičara prognozira u to vrijeme veliki ekonomski pad te pandemiju koja će uzrokovati kako velike financijske probleme tako i psihološke , veliku smrtnost u svijetu te da će se način života uvelike promijeniti. Širenjem bolesti po svijetu virus uzrokuje velike krize te možda i najveću ekonomsku krizu u svijetu u barem određenim periodima karantene. U vrijeme pojave bolesti dolazi do velikih promjena , uvođenja karantena socijalnih distanci te i općeg LOCKDOWNNA koji je uvelike nanio udarac na gospodarstvo u cijelome svijetu. Neke od zemalja pokušale su se boriti protiv pandemije na drugačije načine no većinom bez uspjeha u tome. Još nikada u bližoj ni daljnjoj povijesti nije se desilo da se iz jednoga mjesta virus proširi u skoro svaki dio planete te se zaraze skoro svi kontinenti uz izuzetak Antartike. Za razliku od ostalih virusa koji u toplijim krajevima nisu imali šansu koronavirus se pojavio u većini tropskih krajeva što je također uništilo svako nadu za bolje stanje u ljetnim vremenima.

4.1. Skupine država prema intenzitetu širenja virusa

Prema intenzitetu kojim se širio koronavirus u nekim zemljama možemo izdvojiti tri skupine koje se baziraju na broju zaraženih te na broju umrlih.

U prvoj skupini možemo pronaći države koje su najgore prošle te su imale 1000 zaraženih bolesnika te 100 umrlih ljudi po na svaki milion stanovnika koji živi u toj državi. Takve države bile su na rubu katastrofe te im je zdravstveni sustav bio na tankim nitima da doživi kolaps. U ovu skupinu ubrajaju se većina najrazvijenijih država Europe osim Finske i Grčke. Od ostalih van Europe Iran , SAD, male otočne zemlje u Karibima , Kanada. Najalarmantnije stanje bilo je u Španjolskoj, Švicarskoj,

Francuskoj, Ujedinjenom kraljevstvu, SAD-u, Irskoj, državama Beneluksa, Italiji te Portugalu sa više od 2000 oboljelih te 100 umrlih po milion ljudi. Malo manje zaraženih imaju skandinavske zemlje sa izuzetkom Švedska te u susjednoj Srbiji

U drugoj skupini nalaze se države sa 100 do 1000 zaraženih i do 50 umrlih po milion stanovnika u državi , u takvim državama usprkos nastalim problemima zdravstveni sustav se izborio te prošao bez katastrofe. U ovoj skupini se nalaze Grčka i finska te neke od bivših socijalističkih država iz Europe u to ubrajamo i Hrvatsku a od država van Europe Japan, Australija , Malezija, Južna Koreja, Novi Zeland. U rasponu od 100-500 zaraženih i ispod 50 umrlih imaju države Latinke Amerike a moramo uzeti i u obzir da njihov zdravstveni sustav nije na razini onoga kakav je u Europi.

U trećoj skupini možemo pronaći one države koje su najmanje bile zahvaćene koronavirusom te su neke od njih slabije razvijeni dijelovi Azije, Srednje Amerike i Afrike te Venezuela, Kina, Tajland i Argentina. U takvim zemljama bilo je manje od 5 zaraženih te također manje od 5 smrtno stradalih stanovnika na njih milion, takav primjer se ne može pronaći u Europi. Broj zaraženih se mijenjao iz dana u dan, te neka od država može preći u drugu skupinu. Na primjeru iz Kine gdje skoro nema novih slučaja optimistično gledamo na stvari te u Kini možemo vidjeti na slici 1. da se ponašaju kao da koronavirusa nikada nije ni bilo.

Slika 1. Kineski turizam u Nacionalnom Parku u 2020. godini



Izvor: iztg.hr (autor: Jess Hardman)

Što se tiče Republike Hrvatske opće je poznato da je COVID-19 nanio veliki udarac na cjelokupnu zemlju od rasta broja nezaposlenih, do pada BDP-a te do skoro gašenja naše najvažnije grane gospodarstva turizma. Makroekonomska politika je sada od velike važnosti kako bi pokazala koje mjere uvoditi te kako se boriti sa pandemijom uz što manje posljedice na sveukupno gospodarstvo. Uvođenjem mjera moraju se postaviti i realni ciljevi koji se moraju dostići uvođenjem tih istih mjera. Industrije koje su se u normalno, ne pandemisko vrijeme bavile prijevozom putnika te usko povezne sa turizmom su osjetile najveći udarac te pad u prometu. Neka poduzeća su bili dosjetljivia te su se što je to bilo brže moguće prebacila na digitalno poslovanje te sačuvali barem nešto prometa u vrijeme pandemije. Nažalost neke od grana turizma se ne mogu prebaciti na digitalni oblik te je i sam turizam u osnovi migriranje ljudi iz jednog mjesta u drugo što je u vrijeme karantena bilo gotovo nemoguće.

4.2. Utjecaj pandemije na Hrvatsku

COVID-19 utjecao je na cijelu planetu. Uzrokovao je krizu diljem svijeta pa tako i u Hrvatskoj. U daljnjem djelu rada navedenim osnovnim makroekonomskim učincima te

mjerama koje ublažuju negativni šok moći će se iščitati kako se Hrvatska snašla u posljedicama koronavirusa.

COVID-19 te gospodarska kriza u makroekonomiji donosi neučestalu negativnu situaciju te negativan šok na agregatnu ponudu. Zbog uvođenja raznih mjera te svih pravila uvedenih zbog izbijanja pandemije uveliko je umanjilo mogućnosti obavljanja ekonomskih djelatnosti te u nekim dijelovima totalno zatvaranje te prestanak rada. Zbog pojave korona virusa hrvatski turizam te potražnja zadnjim uvelike pada te same mjere su fizički onemogućile te zabranile obavljanje turističkih djelatnosti te i samu migraciju ljudi. Pandemija je uvelike utjecala na investitore koji zbog nesigurnosti nisu dodatno ulagali u Hrvatsku. Zbog neznanja što će se dešavati sa virusom, zbog nezaposlenosti te učestalih LOCKDOWNOVA dohodak građana je pao te tako i njihova potrošnja. Najbolji pokazatelj koliko je puno utjecala pandemija na Hrvatsko gospodarstvo je pad BDP-a.

4.2.1. Utjecaj pandemiske krize na BDP

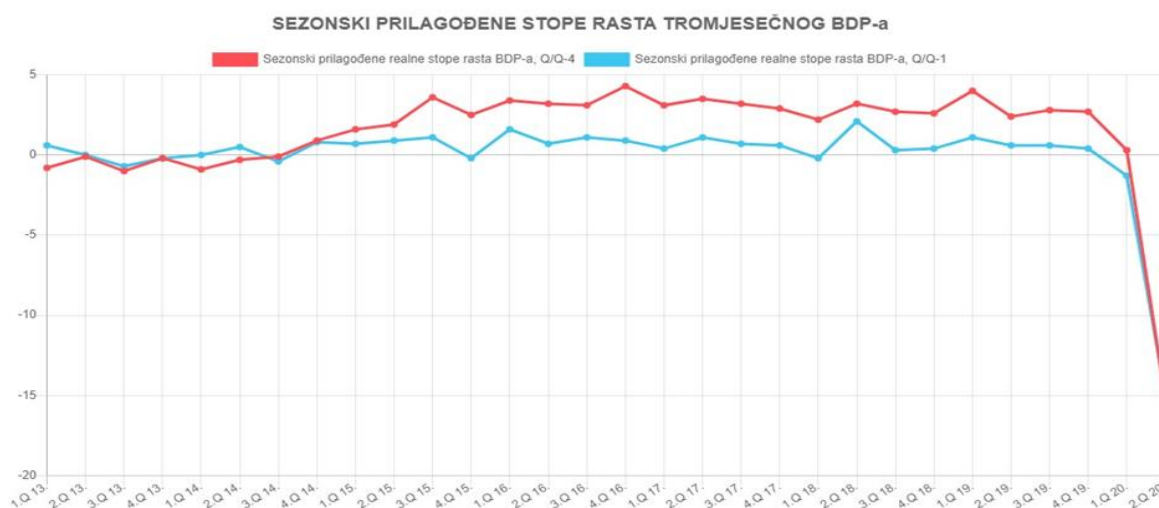
Pandemija je u mnoštvu zemlja izazvala veliki ekonomski pad te su sve zemlje bile primorane osmisliti plan opravka te minimalizirati nastalu štetu i utjecaj krize na BDP. U Hrvatskoj je došlo do velikog pada BDP-a zbog pojave pandemije od sredine ožujka. Prve procjene i pokazatelji govore da je BDP u prvom tromjesečju 2020. godine veći za 0,4% u odnosu na godinu prije odnosno 2019. godinu, a bruto dodana vrijednost za prvo tromjesečje 2020. godine veći je za 10% u odnosu na isto vrijeme prošle godine.

Ograničavanje ekonomskih djelatnosti i djelovanja te zatvaranje trgovačkih centara i određenih prodavaonica uvelike je utjecalo na pad u potrošnji, porasla je prodaja u farmaceutskim objektima. Zbog uvođenja određenih epidemioloških mjera te i radi totalnog lockdowna industrija je zadobila veliki udarac jer nije mogla obavljati svoje poslove i zadatke planiranim tempom. Došlo do velikih padova u industriji diljem zemlje. Kada usporedimo brojke sa istim tromjesečjem prijašnje godine možemo uočiti da je tržište stagniralo i tome dodatno pridonose mjere za očuvanje radnih mjesta u

pandemsko vrijeme. Najveći poticaj rastu BDP-a se desio u sektoru građevinarstva , dok je najveći doprinos umanjenju obujma desio se u prerađivačkoj industriji.

Po prvim predviđanjima i prognozama očekuje se da će tromjesečni BDP biti realno manji za 15,1% u odnosu na isti period prijašnje godine te će to biti jedan od najvećih padova realnog BDP-a još od davne 1995. godine. Pad realnog BDP-a desio se u skoro svim komponentama rashodne strane osim u potrošnji opće države u kojoj se bilježili blagi rast. Najveći udar te i pad doživjela su kućanstva koja su pala za 14% što je do sada ne zabilježeni pad u povijesti Hrvatske.

GRAFIKON 2-Tromjesečni rast BDP-a

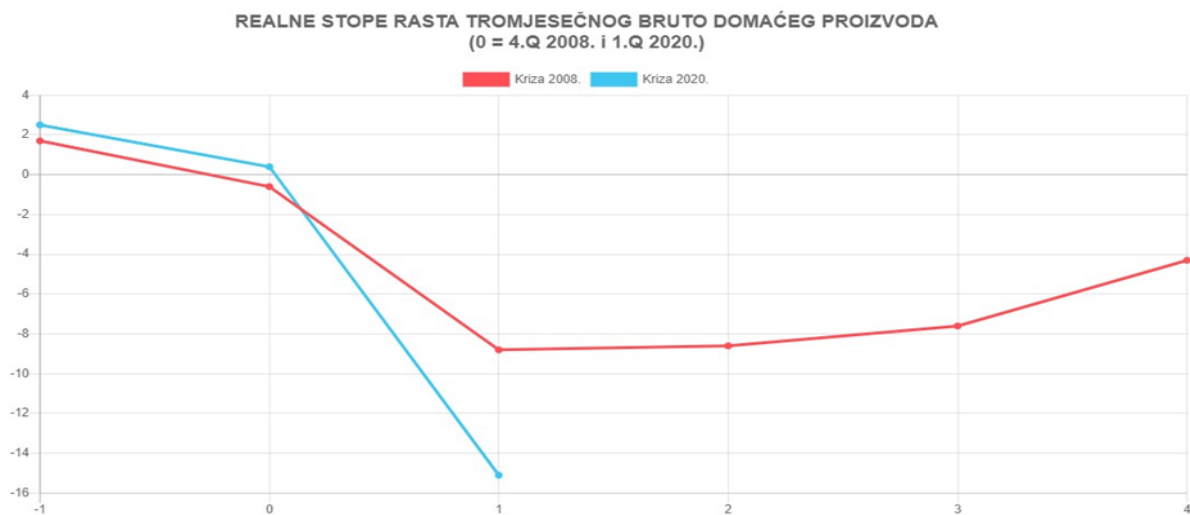


IZVOR: Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno ekonomske pokazatelje, DZS, https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/bdp_2_q.html

COVID-19 ili bolje rečeno pandemija koronavirusom uzrokovala je preokretanje čitavog gospodarstva tako i prekid poslovanja te trgovinskih tokova između Hrvatske i ostalih zemalja te pad putovanja , izvoza i prometa, i još mnoštvo usluga. Promet turista sam po sebi nije mogao preživjeti radi zabrane kretanja turista preko granica.

Kako bi bolje usporedili te vidjeli jačinu pandemije možemo je usporediti sa financijskom krizom 2008. godine . Te godine Hrvatska je imala pad BDP-a u razini od 8,8% , usporedbom sa pandemiskim padom možemo vidjeti da je pad skoro udvostručen. Po predviđanjima analitičara možemo očekivati samo još i veće padove te Hrvatsko i svjetsko gospodarstvo po sadašnjim predviđanjima neće moći izbjeći nadolazeću krizu.

GRAFIKON 3- Stope rasta BDP-a (2008-2020)



5. Turizam nakon izbijanja pandemije

Znajući i razumijevajući kakva je turistička aktivnost te njene same odrednice koju su kretanje ljudi iz jedne zemlje u drugu, te znajući da je to vjerojatno najgora moguća stvar koja se može dešavati tijekom COVID-19 pandemije cijeli Svijet tako i Hrvatska u velikoj brizi i iščekivanju čekali su sezonu 2020. Kao prvu ljetnu sezonu nakon izbijanja pandemije. Iako su sva predviđanja govorila da turizma neće biti te da će migriranje ljudi

biti zabranjeno svi su se nadali barem malom dijelu onog turizma iz rekordne 2019. godine. U to vrijeme jedino rješenje je bilo moguće u pronalasku cjepiva za izlječenje od virusa koje bi napokon sve moglo vratiti na stare staze no od otkrivanja dijeli još godina dana.

Sagledavajući sve faktore jedino što je moguće je čekanje smanjenja broja novo zaraženih u Europi kako bi došlo do popuštanja epidemioloških mjera te do ponovnog slobodnog kretanja ljudi iz zemlje u zemlju diljem Europe. U obzir se mora uzeti da tijekom pandemskog razdoblja mnoge firme i razne proizvodne aktivnosti su stale te tako i primanja ljudi su također stala te mnoštvo ljudi po čitavoj Europi upada u velike financijske krize te pitanje koje se samo po sebi nameće je to hoće li ljudi odnosno turisti imati dovoljno financijskih sredstava za dolazak u Hrvatsku u to posljepandemisko vrijeme. Mnoge države potaknute epidemiološkim mjerama te nedostatkom financijskih sredstava turista za putovanja pokušale su svoje lokalne ljude potaknuti da putuju unutar svoje zemlje te tako izbjegnu ograničenja epidemiologa te također financijski potaknu svoju državu da lakše prebrodi financijsku krizu. Hrvatska nije u najboljoj poziciji jer lokalni ljudi nemaju kulturu lokalnih putovanja unutar zemlje te promoviranje lokalnih putovanja u Hrvatskoj nije od velike koristi. Sa druge strane geografska pozicija Hrvatske u središtu okružena sa državama koje imaju tradiciju putovanja te odlaska na ljetovanja je veoma važna. Važna je zato jer gosti većinom mogu doći automobilom te je cestovni promet u Hrvatskoj na visokoj razini te smo veoma dobro povezani sa velikim zemljama. Zbog pandemije te velikih restrikcija u zračnom prometu te skoro njegovog zatvaranja zbog bržeg širenja virusa u malenim avionima Hrvatska se morala bazirati izričito na goste koji dolaze automobilima te zbog svoje pozicije to je bilo veoma ostvarivo. Teško je bilo prognozirati u to vrijeme koji će turisti doći a koji će se odlučiti suprotno no imamo određene tri skupine država po vjerojatnosti obnavljanja turističkog kretanja.

U prvu skupinu možemo ubrojiti države koje su najviše zahvaćene korona virusom poput Italije koja je kroz povijest jedna od važnijih turističkih izvora z Hrvatsku. Tu su i Ujedinjeno kraljevstvo, Francuska, Španjolska, Zemlje Beneluksa također i Švicarska. Većina od navedenih zemalja su po prognozama za 2020. godinu izgubljena. Posljedice koronavirusa su prevelike te također i broj umrlih i svi ostali faktori gospodarstvo i samo

psihološko stanje doveli su na sam rub. U slučaju bolje epidemiološke slike većina stanovnika bazirat će se na lokalni turizam. Također u ovu skupinu moramo spomenuti i udaljenije zemlje poput SAD-a, Kanade. Na Italiju otpada 6% noćenja a na sve ostale ukupno 20% tako da njihova neaktivnost i ne dolazak ne bi presudno okončala našu turističku sezonu.

U drugu skupinu ubrajamo države koje su blaže zahvaćene koronavirusom te u njihovim zdravstvenim sustavima nije došlo do tolike kataklizme, te broj umrlih na broj zaraženih je povoljan. Ova skupina se većinom sastoji od država koja su naša najvažnija tržišta te su to države poput Slovenije, Njemačke, Austrije, Češke, Poljske, Mađarske te Slovačke. Slično stanje i situacija je i u skandinavskim zemljama te također i u baltičkim zemljama te Rusiji i Ukrajini. Zbog zemalja koje su više udaljenije manje su šanse i vjerojatnosti da će u slučaju popuštanja mjera masovnije cestovnim prometom krenuti prema Hrvatskoj. Pozitivna stvar te trunka optimizma dolazi od iskazivanja želje Čeha, Austrijanaca i Slovenaca za dolaskom u naše krajeve čak i u pandemsko vrijeme. Potrebno je biti veoma oprezan u slučaju kretanja turističke sezone te masovnog dolaska treba i spriječiti ponovni veliki porast zaraženih te ponovni razvitak pandemije. Optimizam također donosi i činjenica da je naše more najbliže određenim tržištima te da vjerojatno većina neće moći odoliti želji za dolaskom u naše krajeve.

U Posljednju treću skupinu ubrajamo države koje su najmanje pogođene virusom te u kojima zaraza spriječena te obuzdana u velikoj mjeri. Mjere su u tim područjima male te se postepeno ukidaju. Ti teritoriji su većinom u Azijskom području te su to zemlje poput Kine, Japana te u manjoj mjeri Južne Koreje. Iako imaju veoma pozitivnu epidemiološku sliku te su u mogućnosti dolaska problem je geografska udaljenost te mogućnost dolaska izričito zračnim prometom koji zbog pandemije jako pati.

TABLICA 3 - Broj zaraženih te umrlih od koronavirusa u periodu do 28. travnja 2020. te broj noćenja u zemljama s više od 1.000.000 noćenja u Republici Hrvatskoj 2019. godine

država	noćenja 2019.		broj zaraženih			broj umrlih			
	ukupno	% inoz.	ukupno	na 1 mil.	raz.8.4	ukupno	na 1 mil.	raz.8.4	% zaraž.
Njemačka	19.944.549	23,7	158.758	1.895	47,5	6.126	73	203,9	3,9
Austrija	7.056.926	8,9	15.274	1.696	19,9	549	61	101,1	3,6
Slovenija	7.503.053	8,4	1.402	674	28,5	83	40	107,5	5,9
Poljska	5.860.815	7,0	11.902	314	138,0	562	15	313,2	4,7
Italija	5.141.064	6,1	199.414	3.298	47,1	26.977	446	57,5	13,5
Češka	4.985.029	5,9	7.449	696	48,0	223	21	145,1	3,0
Ujedinjena Kraljevina	4.326.925	5,1	157.149	2.315	184,5	21.092	311	242,5	13,4
Mađarska	3.043.319	3,6	2.649	274	196,0	291	30	401,7	11,0
Nizozemska	2.882.701	3,4	38.245	2.232	95,3	4.518	264	115,0	11,8
Slovačka	2.817.452	3,3	1.384	253	138,2	20	4	900,0	1,4
Francuska	2.228.227	2,6	165.842	2.541	52,1	23.293	357	125,5	14,0

Bosna i Hercegovina	1.834.007	2,2	1.565	477	101,4	60	18	81,8	3,8
SAD	1.591.558	1,9	1.010.507	3.053	152,3	56.803	172	341,8	5,6
Švedska	1.425.862	1,7	18.926	1.874	146,0	2.274	225	284,8	12,0
Švicarska	1.116.959	1,3	29.164	3.370	29,7	1.665	192	96,8	5,7
UKUPNO INOZEMNI	84.147.631	(92,2)							
domaći turisti	7.095.300	(7,8)	2.039	497	59,0	59	14	227,8	2,9

IZVOR: <https://www.worldometers.info/coronavirus/> i Državni zavod za statistiku .

Podatci nam pokazuju da domaći turizam te noćenja domaćih turista iznosi tek 8% poticanje domaćeg turizma barem malo bi potaklo turizam te pomoglo u spašavanju situacije. Kada pandemija popusti te dođe do smirivanja situacije treba se bazirati na naša najpopularnija tržišta poput Rovinja, Pule i Medulina koji su tijekom prijašnjih prije pandemskih godina ostvarivali jako velike brojke, također veliko značenje za oporavak imaju ljudi koji učestalo ponovno dolaze na našu obalu poput nautičara te ljudi koji posjeduju svoj smještaj te također oni nam nisu od velike opasnosti po pitanju epidemioloških mjera, također njih dolazak u slučaju da dođu bez posljedica mogu potaknut ostale turiste na dolazak.

U 2021. godini dolazi ponovno do velikog razbuktavanja virusa te je brojka dosegla nebeske visine, na primjer 1.2.2021. na taj dan u svijetu je broj oboljelih koronavirusom dosegnuo 115 000 000 što je čak 40 puta više nego u isto vrijeme prijašnje godine . Broj

umrlih u svijetu je doživio veći porast od broja zaraženih no dobra stvar je ta da se počelo procjepljivati stanovništvo iako se sporo odvijalo te je cjepivo dolazilo u zemlje u jako malom broju bila je trunka optimizma za koju su se ljudi držali te se nadali da se sve pomalo vraća na stare staze. Pojava novih sojeva virusa ponovno sve vraća u strah i brigu oče li se uopće ostvariti sezona 2021.

TABLICA 4-Broj noćenja u državama s više od 1.000.000 noćenja u Hrvatskoj 2019. i 2020. godine i broj zaraženih i umrlih od koronavirusa 28.4.2020. i 1.3. 2021. godine

država	noćenja 2019.		noćenja 2020.		razl. 2020/2019. %	zaraženih na 1 mil.		umrlih na
	ukupno	% inoz.	ukupno	% inoz.		28.4.2020.	1.3.2021.	28.4.2020
Njemačka	19.944.549	23,7	11.739.390	33,2	-41,1	1.895	29.183	73
Slovenija	7.503.053	8,4	4.727.223	13,4	-37,0	674	91.540	40
Poljska	5.860.815	7,0	4.353.828	12,3	-25,7	314	45.262	15
Češka	4.985.029	5,9	3.212.204	9,1	-35,6	696	115.653	21
Austrija	7.056.926	8,9	2.097.557	5,9	-70,3	1.696	50.976	61
Italija	5.141.064	6,1	1.231.506	3,5	-76,0	3.298	48.429	446
Mađarska	3.043.319	3,6	1.167.009	3,3	-61,7	274	44.890	30
Slovačka	2.817.452	3,3	970.540	2,7	-65,6	253	56.411	4
Ujedinjena Kraljevina	4.326.925	5,1	595.914	1,7	-86,2	2.315	61.310	311

Nizozemska	2.882.701	3,4	563.923	1,6	-80,4	2.232	63.443	264
Bosna i Hercegovina	1.834.007	2,2	542.414	1,5	-70,4	477	40.089	18
Francuska	2.228.227	2,6	527.671	1,5	-76,3	2.541	57.458	357
Švicarska	1.116.959	1,3	486.431	1,4	-56,5	3.370	63.811	192
SAD	1.591.558	1,9	247.808	0,7	-84,4	3.053	88.042	172
Švedska	1.425.862	1,7	184.287	0,5	-87,1	1.874	64.817	225
UKUPNO INOZEMNI	84.147.631	(92,2)	35.379.064	(86,7)	-58,0	(394)	(14.720)	(27)
domaći turisti	7.095.300	(7,8)	5.415.391	(13,3)	-23,7	497	59.452	14

IZVOR: <https://www.worldometers.info/coronavirus/> i DZS

Diljem Europe iščekuje se popuštanje epidemioloških mjera te napokon slobodniji život te odlazak na odmor. Sa druge strane iščekuje se turiste te se nada da će 2021. godina biti barem bolja nego 2020. godina. Teško je za očekivati da će dosegnuti brojke iz 2019. , no očekuje se barem blaže popuštanje mjera te povratak turizma. Zbog i dalje lošije epidemiološke slike te velikih epidemiološkim mjera teško je za očekivati da se u normalu vrati zračni promet te će i dalje biti veoma ograničen. Logično za očekivati da će većinu noćenja 2021. godine ostvariti turisti iz nama bliskih zemalja iz kojih se može doći cestovnim prijevozom. Neke od najpopularnijih i najočekivanijih su Njemačka, Austrija, Slovenija, Češka te Poljska. Očekuje se veći broj domaćih turista koji će se odlučiti na domaći turizam zbog situacije sa cjepivima, testovima i prelascima granica.

U odnosu na 2020. godinu desit će se mnogo promjena uvjetovano na epidemiološku sliku koja se u svakoj zemlji mijenjala, jednima na bolje drugima suprotno. Za razliku od prijašnje godine možemo očekivati puno veći udio Nijemaca, Austrijanaca te osobito Talijana kojima se slika poprilično popravila za razliku od prijašnje godine, ta tri tržišta su možda od najvećeg značenja jer prijašnjih godina od njih smo imali najviše zabilježenih noćenja te i dolazaka. Po određenim podacima te i dolaskom toplijeg vremena očekuje se da će turistička sezona 2021. biti od velikog značaja te da će nas pomalo vratiti na stare staze turizma te ostvariti veoma respektabilne rezultate, no nikako se nasmijemo opustiti te zaboraviti da je korona virus i dalje prisutan te da se u svakom trenutku može epidemiološka slika pogoršat te to dovesti do zatvaranja turističke sezone.

Kako bi dočarali sezone u postpandemijsko vrijeme na određenom primjeru za isti ćemo uzeti Arena Hospitality Group koja vrši turistička djelovanja na teritoriju grada Pule u turističkom naselju Verudela.. Na sljedećoj slici možemo vidjeti glavne tj ključne pokazatelje kompanije za 2020. godinu.

SLIKA 2-. Ključni pokazatelji Arena Hospitality Group, 2020.

UKUPAN PRIHOD (kuna)

238,3M

EBITDA (kuna)

(18,3)M

EBITDAR (KUNA)

(11,9)M

Dobit nakon oporezivanja (kuna)¹

(232,3)M

Popunjenost²

25,4%

REVPAR (KUNA)

136,4

Prosječna cijena smještaja (kuna)

536,1

IZVOR: Arena Hospitality Group (2021): Godišnje izvješće i financijski izvještaji 2020., str. 7, Dostupno na: <https://www.arenahospitalitygroup.com/hr/investitori/izvjestaji>,

Prihod u AHS Grupaciji u 2020. godini umanjio se za 69,4% na 238,3 milijuna kuna. EBITDA također u gubitku te je iznosio 18,3 milijuna kuna. Prihodi od smještaja zabilježili su pad od 69,8% na iznos od 192,4 milijuna kuna, a to prvenstveno kao razlog ima pad popunjenosti koja je pala na 25,4%. U nastavku možemo vidjeti važne konsolidarne pokazatelje poslovanja AHS Grupe za dvije godine, 2019. godinu te za 2020. godinu

TABLICA 5- Konsolidirani pokazatelji poslovanja AHS Group, 2020. i usporedba s 2019.

	Za godinu koja je završila 31 prosinca 2020.	Usporedivi podaci za godinu koja je završila 31 prosinca 2019. ¹	Za godinu koja je završila 31 prosinca 2019.	Razlika % ²
Ukupni prihodi (u milijunima kuna)	238,3	761,5	778,1	(69,4)
Prihodi od smještaja (u milijunima kuna)	192,4	624,5	637,7	(69,8)
EBITDAR (u milijunima kuna)	(11,9)	240,8	243,3	n/a
EBITDA (u milijunima kuna)	(18,3)	227,2	229,5	n/a
Dobit/(gubitak) prije oporezivanja (u milijunima kuna)	(232,3)	107,6	108,8	n/a
Broj raspoloživih soba ³	1.410.387	1.872.391	1.908.871	(26,1)
Popunjenost (%) ³	25,4	54,9	55,1	(2,960) ⁴
Prosj. cijena smještaja – ADR (kuna) ⁵	536,1	607,9	606,2	(11,6)
Prihod po sobi – RevPAR (kuna)	136,4	333,5	334,1	(59,2)

IZVOR: Arena Hospitality Group (2021): Godišnje izvješće i financijski izvještaji 2020., str. 36, Dostupno na: <https://www.arenahospitalitygroup.com/hr/investitori/izvjestaji>,
Pristupljeno: 2. svibnja 2021.

COVID-19 te i sama pandemija uzrokovana virusom uzrokovala je veliki udarac globalnom gospodarstvu tako i AHS Grupi, najveći uzrok toga je zabrana putovanja koja

uvelike najviše utječe baš na AHS Grupaciju te na slične kompanije koje se turizmom. Očekivanja grupacije za 2020. godinu i za određenu sezonu bila su minimalna no opet ostvarili su se određeni podatci te je i ostvarena turistička sezona, ne u svojim najboljim razmjerima no ipak je ostvarena. U narednoj tablici se da iščitati o kakvoj se sezoni radilo te su i detaljnije navedeni podatci za sezonu 2020.

TABLICA 6 - Ključni pokazatelji poslovanja hotela, turističkih naselja i kampova Arena Hospitality Group, 2020. i usporedba s 2019.

KLJUČNI POKAZATELJI POSLOVANJA	Za godinu koja je završila 31 prosinca 2020.	Usporedivi podaci za godinu koja je završila 31 prosinca 2019. ¹	Za godinu koja je završila 31 prosinca 2019.	Razlika % ²
Ukupni prihodi (u milijunima kuna)	158,7	503,0	519,6	(69,5)
Prihodi od smještaja (u milijunima kuna)	134,6	419,2	432,5	(68,9)
EBITDAR (u milijunima kuna)	9,4	161,9	164,4	(94,3)
EBITDA (u milijunima kuna)	3,1	152,1	154,4	(98,0)
Broj raspoloživih soba ³	1.088.673	1.551.556	1.588.036	(31,4)
Popunjenost (%) ³	25,4	49,4	49,8	(2.439,5) ⁴
Popunjenost 365 dana (%)	9,2	25,1	25,2	(1.600,0) ⁴
Prosj. cijena smještaja – ADR (kuna) ⁵	486,4	547,0	546,6	(11,0)
Prihod po sobi – RevPAR (kuna)	123,7	270,2	272,3	(54,6)
Prihod po sobi – RevPAR, 365 dana (kuna)	42,9	137,4	137,9	(68,9)
FTE ⁶	387,7	568,8	607,8	(36,2)

IZVOR: Arena Hospitality Group (2021): Godišnje izvješće i financijski izvještaji 2020., str. 38, Dostupno na: <https://www.arenahospitalitygroup.com/hr/investitori/izvjestaji>,

Nepovoljna situacija zbog COVID-19 krize te izostanak dolaska turista u naše krajeve u tradicionalno velikom brijuu utjecala je uvelike na statističke pokazatelje koji su u popriličnom padu u usporedbi sa 2019. godinom na primjer ukupni prihodi od sezone 2020. sa usporedbom sa onom iz 2019. pali su za 69.5% na 158,7 milijuna kuna. To je samo jedan od pokazatelja koliko je pandemija utjecala na samo jedno malo turističko naselje u Puli, zato stvarno trebamo biti oprezni te znati da je pandemija i dalje u tijeku te

da se u svakom trenutku može pogoršati te uzrokovati totalni izostanak turističke sezone te veliku financijsku štetu.

6 .STRATEGIJE ZA OPORAVAK I RAD UZ POSLJEDICE PANDEMIJE

Kao i poslije svake katastrofalne situacije tako i poslije krize uzrokovane zbog pandemije treba imati umijeće i znanje vratiti se ponovno na prave staze te znati izaći iz krize još i bolji i kvalitetniji nego prije. Hrvatska i Istra imale su iskustva u tom području te su se našli su sličnoj situaciji nakon Domovinskog rata koji je blokirao sve turističke aktivnosti na tom području te je trebalo neko razdoblje da se ponovno sve vrati i prvobitno stanje. Iz određenog slučaja smo dobili informacije i znanja da kriza ima i svoje dobre strane te da kriza omogućuje i daje priliku za bržu transformaciju te pruža priliku novim dionicima koji su spremni i voljni unaprijediti usluge te ponuditi nešto više od uobičajene stvari koje su se do tada nudile.

Iako imamo iskustva sa prijašnjim krizama ova sadašnja je posebna i do sada nikad doživljena, pandemija nam je oduzela granu gospodarstva koja nam je jedna ako ne i od najvažnijih a to je turizam. Mnoštvo kritičara kritizirali su način politike koji se previše bazira na turizam te su jednim djelom upravu, za naše područje turizam je od krucijalnog značenja . U tom trenutku očitava se slabost gospodarstva koje nije na pravi način razvilo svoje proizvode nego se i dalje moramo oslanjati na uvoz i izvoz u ovim kriznim pandemiskim vremenima.U turizmu se veoma rado stavlja fokus na poljoprivredne proizvode, poprilično one iz eko-uzgoja. Taj način turizma pridonosi nazivu kojem svi priželjkujemo „održivi način turizma“. Naziv se učestalo spominje no neznamo kako to sve spojiti ili implementirati u jedno. Turizam je također sam po sebi HORIZONTALNI SEKTOR čija mogućnost i ostvarivost ovisi o poljoprivredi, prijevozu, sportu, kulturi i još mnogo toga, no to u tom aspektu nije bilo toliko naglašeno. U našoj zemlji slabo se surađuje povodom implementacije toga no u ovo doba oporavka i pronalaska rješenja za novo razdoblje suradnja bi mogla biti krucijalna.

Republika Hrvatska u osmišljavanju strateškog dokumenta 2020. godine („Strategija razvoja turizma do 2021.) bazirali su se na održivom razvoju. Opredijelili su se na smanjivanje pritiska na određene točke u ljetnim mjesecima te razvoj mnogobrojnih oblika turizma koji su dostupni na našem području i u drugim dijelovima godine ne samo kroz ljetne mjesece. Takav pristup je veoma složen te mora doći do kvalitetne suradnje kako

bi do njega uopće došlo. U vrijeme oporavka otvarat će se nove prilike i šanse koje treba iskoristiti no također sa druge strane i probleme te izazov koji se većinom baziraju na destinacijski management, upravljanje kretanja posjetitelja, upravljanjem kvalitete, praćenje zahtjeva određenih tržišta , zaštitu važnih spomenika te prirodnih dobara te također i kreativniju implementaciju raznih resursa te još jako puno toga. Vidljivo je da neke od zemalja će lakše proživjeti krizu a neke od zemalja teže , no na našu sreću naša važnija tržišta poput Austrije i Njemačke se postupno procjepljivanjem i kvalitetnim epidemiološkim mjerama bore sa pandemijom i vraćaju na stare staze. Logično je da će većina zemalja svojim stanovnicima predložiti ostanak u svojim državama kroz ljetnu sezonu no također moramo se pripremiti za moguće goste kroz kasniji dio sezone te u doba jeseni. Po istraživanjima raznih agencija možemo vidjeti da ljudima za organiziranje puta treba više vremena te to vrijeme dodatno produljuje dubina krize u kojoj se njihova zemlja nalazi. Očekivani gosti su oni koji dolaze u naše marine , nautički gosti su vrlo vjerojatno prvi koji će nas posjetiti te će u sigurnosti svojih plovila uploviti u naše luke, isti slučaj je i zabilježen nakon domovinskog rata te su se i tada oni prvi vratili. Nakon nautičkog turizma doći će također do povratka poslovnog turizma no ne u velikom opsegu zbog velikih kriza neke od zemalja će još pričekati, nakon toga vjeruje se da će slijedeći vratiti sportski turizam zbog nužnosti da se ekipno trenira i natječe te se to na usporedbu sa Poslovnim sastancima ne može obavljati virtualno. Za očekivati je da će se sve svojim tempom pomalo vratiti na staro tako i hoteli i drugi oblici smještaja koji moraju biti spremni kada za to dođe vrijeme . Euromonitor International iz godine u godinu obavještava o novim trendovima te je tako u posljednje vrijeme većina bazirana na zdrav način života te je naša šansa tu da to i ponudimo, zdrave i kvalitetne uvjete u kojima borave. Također nakon pandemije uzrokovane virusom biti će od velike važnosti da se turisti osjećaju sigurno te da se posebna pažnja obrati od obavljanja usluga u ugostiteljstvu , obrade namirnice te njihovog posluživanja, te do same bazne čistoće smještaja u kojim se turist nalazi. Po tom pitanju se uvode naljepnice te obilježja koja će se stavljati na vidljiva mjesta u smještaju kako bi gost osjetio dodatnu sigurnost.

SLIKA 2- Naljepnica za COVID sigurni

smještaj



IZVOR:

<https://www.safestayincroatia.hr/hr/protokoli/smjestaj>

Zahtjevi za svime prije navedenim daje nam šansu da se pozicioniramo kao prvi izbor te da ljudima ponudimo stvari koje su im u ovom trenutku bitne. Činjenica je da Istra obiluje kampovima te da će većina ljudi pokušati izbjeći velika mjesta sa prekomjernom količinom ljudi no da će ipak željeti otputovati na neko mirno mjesto te udahnuti svježiji morski zrak, za to nema bolje opcije od naših kampova te nam je to velika prednost.

Tržište kroz nekoliko posljednjih desetljeća pokazuje veliku zainteresiranost za našu obalu te je vrlo vjerojatno moguće da će to napraviti i opet nakon što nam pandemija to dopusti te se trebamo kvalitetno repositionirati. U pandemijsko vrijeme zaključili smo da se mnoge stvari mogu obaviti virtualnim putem te su većina uobičajenih aktivnosti prešla na virtualne, tako također virtualnim marketingom bi trebali puno lakše pogoditi ciljano tržište od ostalih oblika marketinga. Do sada u promociji destinacije smo se više bazirali na pitanjima poput što bi goste moglo dodatno zanimati o destinaciji i slično. Udanašnje vrijeme se moramo bazirati na tome da pokažemo gostima da ćemo im ponuditi sve što je njima potrebno te također ispuniti sve njihove želje. Za povratak željenih gostiju ovoga puta bit će potrebno puno više nego što je to bilo potrebno prije pandemije. U ovome trenutku mi nismo jedina zemlja koja se vraća na tržište nego smo samo jedna od mnoštva njih. Dobrom komunikacijom sa turistima te nuđenjem kvalitetne priče te izdvajanjem iz hrpe ponuda na način da promičemo domaću gastronomiju te nešto o

čemu prijašnjim posjetima nisu čuli moramo privući njihovu pažnju da baš radi toga dodu u naše krajeve te da nas odaberu od mnoštva ponuda trenutno na tržištu

7. ZAKLJUČAK

Istarska županija kao turističko središte je moguće najvažnija točka hrvatskog turizma te kao takva izaziva poštovanje te štovanje njezinih ljepota kulture te povijesnih ostataka koji je krasi kroz cijeli poluotok . Zbog tih čimbenika Istra akumulira velike prihode za cjelokupno Hrvatsko gospodarstvo te ima vjerna tržišta poput Njemačkog, Austrijskog, Slovenskog, Talijanskog koji kroz godine vjerno biraju Istru kao svoju glavnu destinaciju za dolazak. Dolaskom pandemije istarski turizam se zaledio te i naša vjerna tržišta koja su oduvijek dolazila to više nisu mogla zbog epidemioloških mjera. Doba pandemije dalo nam je do prikaza što se dešava ukidanjem ljetnog turizma te nam je pokazala slabost istoga te prostor za razvoj istoga na način da se jake turističke točke umanje intenzitet te da se pokuša promovirati ostatak teritorija koji također nudi mnoštvo sadržaja te gastronomskih tako i kulturoloških sadržaja. Popuštanjem pandemije otvara se ponovni „lov“ na turiste te se treba iskoristiti prilika za privlačenje turista kao nikada do sad. Nakon tako velike krize svaka od turističkih zemalja poput nas sada su na mjestu gdje moraju dati sve i ispuniti svaku želju turista kako bi ga privukli u svoju turističku destinaciju. Nema mjesta za kompromise u „post korona“ vremenu. Na koji način da privučemo goste najbolji odgovor na to možemo pronaći samo očitavanjem njihovih želja a to je nakon pandemiske krize , želja za zdravim životom. Kako bi im ponudili zdrav život na odmoru moramo se fokusirati na svaki dio ponude te ga dovesti do savršenstva kako bi gosti to osjetili te bili zadovoljni što su odabrali naše područje za odmor. Također nakon pandemije virusom standard čistoće mora biti na vrhuncu te nema mjesta pogreškama te također na taj način možemo promovirati svoje smještaje te privući goste na način da im nudimo popularnim nazivom „ COVID safe“ destinaciju. Uzimajući u obzir da u sezoni nakon pandemije možemo uočiti vraćanje naših stalnih i vjernih gostiju možemo se nadati svjetlijoj budućnosti no također iz ove krize možemo izvući pouku te priliku da razvijemo naš turizam te da nudimo još više i kvalitetnije sadržaje nego što je to bilo do sada.

SAŽETAK :

Istra je jedna od najvažnijih te vodećih turističkih destinacija ne samo u Republici Hrvatskoj nego i u cijelome svijetu. Kao takva mora nametnuti standarde ponude te pružiti gostima neponovljivo iskustvo te istaknuti svoje kulturološke te prirodne ljepote. Za Hrvatsku Istra je veoma važna za gospodarstvo te pridonosi respektabilan udio u ukupnom BDP-u. Kroz povijest Istra je bila destinacija koja se često posjećivala te je kroz vrijeme stekla svoje stalne goste koji su vjerni te svake godine posjećuju Hrvatsku obalu u sve većem broju .To se vidjelo 2019. godine kad su se ostvarile rekordne brojke.

Iste 2019. pojavljuje se virus COVID-19 te izaziva globalnu pandemiju te dovodi cjelokupno svjetsko gospodarstvo u krizu tako i našu zemlju. Najveći utjecaj pandemije u našem području mogao se vidjeti u području turizma gdje zbog nemogućnosti migracije ljudi ta aktivnost se nije mogla odvijati .

Popuštanjem pandemije te blagim povratkom u normalu došao je trenutak gdje se mora smisliti plan za povratak turizma te privlačenje starih te mogućnost i prilika da se kriza iskoristi u dobru svrhu te da se privuku novi gosti.Nudimo „COVID FREE“ destinaciju te da na taj način vratimo Istru na turističku mapu svijeta.

Ključne riječi: Istra, Turizam , Pandemija COVID-19, Povratak turizma

SUMMARY:

Istria is one of the most important and leading tourist destinations not only in Croatia but in the whole world. As such it should impose standards of offer, provide guests with a unique experience and highlight its cultural and natural beauties. Istria is very important for the whole Croatia because of the contribution it makes to the economy and in total GDP. Throughout history, Istria has been a destination that was often visited and over the time has also gained its regular guests who are faithful and visit the Croatian coast in increasing numbers every year. This fact was seen in 2019 when record numbers were achieved.

In the same 2019, COVID-19 virus appeared and caused a global pandemic which brought the entire world economy into crisis, as well as our country. The greatest impact of the pandemic in our area could have been seen in the area of tourism where due to the impossibility of human migration this activity could not take place.

With the easing of the pandemic and a slight return to normal, the moment has come where a plan should be devised to return tourism to its old state. The crisis should be used in good way to make a improvement and develop Istria as a "COVID FREE" destination. This should be the way of returning Istria to the tourist map of the world.

Keywords: Istria, Turism, COVID-19 pandemic, Returning of Tourism

LITERATURA

Knjige:

1. Nevenka Čavlek, Mato Bartoluci, Darko Prebežac, Oliver Kesar i suradnici; Turizam - *Ekonomске osnove i organizacijski sustavi*, Zagreb, 2011.
2. Mato Batoluci; Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Zagreb 2013.
3. Ante Dulčić ; *Upravljanje razvojem turizma*, Zagreb 2001.
4. Jasmina Gržinić, Vanja Bevanda *Suvremeni trendovi u turizmu*, Pula, 2014.
5. Znanstvena edicija Instituta za turizam; Hrvatski turizam, plavo bijelo zeleno. Zagreb 2006

Internet stranice:

1. Covid info (2021) Dostupno na: <https://www.safestayincroatia.hr/hr/protokoli/smjestaj> (pristupljeno: 15.7.2021)
2. Travel advisor.eu, Dostupno na: <https://travel-advisor.eu/> (pristupljeno: 31.7.2021)
3. Arena Hospitality Group.com, Dostupno na: <https://www.arenahospitalitygroup.com/hr/> (pristupljeno: 15.7.2021)
4. Radovi instituta za turizam(2020) Dostupno na: <http://www.iztg.hr/hr/utjecaj-pandemije-covid-19-bolestina-turizam>(pristupljeno: 10.7.2021)
5. Ekonomski institut Zagreb (2019.) Turizam. Dostupno na: https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorskehttps://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_2019.pdf(pristupljeno: 10.7.2021)
6. Državni zavod za statistiku. Dostupno na: <https://www.worldometers.info/coronavirus/> (pristupljeno 10.7.2021)

7. Istarska turistička zajednica (2021) Dostupno na: <https://www.istra.hr/hr>
(pristupljeno 10.7.2021)
8. Institut za turizam (2018.) Tomas ljetu 2017. Dostupno na:
<http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2018/TOMAS-Ljeto-prezentacija->
(pristupljeno: 15.7.2021)
9. Hrvatska turistička zajednica (2019.) Turizam u brojkama 2018. Dostupno
na:
<https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-> (pristupljeno: 15.7.2021)

POPIS TABLICA :

Tablice:

TABLICA 1 – Vrste turizma.....	5
TABLICA 2-Promet turističkih sezona 2010. 2019.....	10
TABLICA 3 - Broj zaraženih te umrlih od koronavirusa u periodu do 28. travnja 2020. te broj noćenja u zemljama s više od 1.000.000 noćenja u Republici Hrvatskoj 2019. godine	20
TABLICA 4-Broj noćenja u državama s više od 1.000.000 noćenja u Hrvatskoj 2019. I 2020. godine i broj zaraženih i umrlih od koronavirusa 28.4.2020. i 1.3. 2021. godine.....	22
TABLICA 5- Konsolidirani pokazatelji poslovanja AHS Group, 2020. i usporedba s 2019.....	25
TABLICA 6 - Ključni pokazatelji poslovanja hotela, turističkih naselja i kampova Arena Hospitality Group, 2020. i usporedba s 2019.....	26

POPIS SLIKA :

SLIKA 1. Kineski turizam u Nacionalnom Parku u 2020. godini.....	14
SLIKA 2- Naljepnica za COVID sigurni smještaj.....	29

POPIS GRAFIKONA:

GRAFIKON 1 - Dominirajuća inozemna tržišta u generiranju turističkog prometa Istre 2019. godine.....	11
GRAFIKON 2-Tromjesečni rast BDP- a.....	16
GRAFIKON 3 Stope rasta BDP-a (2008-2020)	17