

# Uloga odabranih izvora financiranja u razvoju turizma destinacija : primjer Požeško-slavonske županije

---

Vodinić, Ivan

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:801554>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-03**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



**Sveučilište u Zagrebu**

**Ekonomski fakultet**

**Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij**

**Poslovna ekonomija – smjer Turizam**

**ULOGA ODABRANIH IZVORA FINANCIRANJA U  
RAZVOJU TURIZMA DESTINACIJA:  
PRIMJER POŽEŠKO-SLAVONSKE ŽUPANIJE**

Diplomski rad

**Ivan Vodinelić**

**Zagreb, rujan 2023.**

**Sveučilište u Zagrebu**

**Ekonomski fakultet**

**Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij**

**Poslovna ekonomija – smjer Turizam**

**ULOGA ODABRANIH IZVORA FINANCIRANJA U  
RAZVOJU TURIZMA DESTINACIJA:  
PRIMJER POŽEŠKO-SLAVONSKE ŽUPANIJE**

**ROLE OF CHOSEN SOURCES OF FINANCING IN  
DEVELOPMENT OF TOURISM DESTINATIONS:  
THE CASE OF POŽEGA-SLAVONIA COUNTY**

Diplomski rad

**Student: Ivan Vodinelić**

**JMBAG studenta: 0067543348**

**Mentor: izv. prof. dr. sc. Vanja Krajinović**

**Zagreb, rujan 2023.**

## SAŽETAK

Pristup i odabir pojedinih izvora financiranja predstavlja jedan od ključnih zadataka pri pokretanju poduzetničkog projekta, zbog čega se ističe važnost istraživanja ovog područja. U ovom diplomskom radu, prikupljanjem sekundarnih podataka, istraženi su različiti formalni i neformalni izvori financiranja i njihova obilježja, kao i ograničenja u svrhu pružanja smjernica poduzetnicima u turizmu za odabir isplativih izvora za njihove projekte. Osim toga, u radu se analiziraju ključne pretpostavke razvoja turizma koje je potrebno uzeti u obzir kako bi se osigurao uspješan razvoj destinacije. Naglašena je i složenost utjecaja turizma na destinacije, uključujući ekonomske, društvene, kulturne, političke i ekološke aspekte kao i uloga ključnih dionika.

Empirijsko istraživanje provedeno je na uzorku od 25 smještajnih objekata s područja Požeško-slavonske županije uz pomoć strukturiranog anketnog upitnika. Analiza prikupljenih primarnih podataka upućuje na nedostatak svijesti poduzetnika o neformalnim izvorima financiranja, poput poslovnih anđela i skupnog financiranja. Također, istaknuta je potreba za većom podrškom i informacijama od strane vlasti u vezi s dostupnim financijskim potporama i EU fondovima. Utvrđeno je i da se većina poduzetnika i dalje oslanja na tradicionalne izvore financiranja poput bankarskog kredita i vlastitih sredstava.

Kao doprinos istraživanju u okviru analiziranog područja, ovaj diplomski rad pruža teorijske smjernice i praktične uvide u izvore financiranja u turizmu, s posebnim naglaskom na Požeško-slavonsku županiju. Empirijsko istraživanje daje konkretne informacije koje mogu pomoći poduzetnicima prilikom ulaska u turističke poduzetničke pothvate, istraživanje alternativnih izvora financiranja i razumijevanje ključnih pretpostavki razvoja turizma u njihovoj destinaciji.

**Ključne riječi:** izvori financiranja, projekt, ograničenja razvoja turizma, učinci turizma, dionici

## **ABSTRACT**

Access to and selection of certain funding sources is one of the key tasks when starting an entrepreneurial project, which is why the importance of research in this area is highlighted. In this master thesis, by collecting secondary data, various formal and informal sources of financing and their characteristics, as well as limitations, have been examined in order to provide guidelines to tourism entrepreneurs for choosing profitable sources for their projects. In addition, the paper deals with the key assumptions of tourism development that should be taken into account in order to ensure the successful development of a destination. Moreover, it emphasizes the complexity of the impact of tourism on destinations, including economic, social, cultural, political and ecological aspects, as well as the role of key stakeholders.

Empirical research was conducted on a sample of 25 accommodation facilities from the Požega-Slavonia County by means of a structured questionnaire. The analysis of the collected primary data points to a lack of awareness among entrepreneurs about informal sources of financing, such as business angels and crowdfunding. Furthermore, the need for greater support and information from the authorities regarding available financial support and EU funds is highlighted. It was also established that most entrepreneurs still rely on traditional sources of financing, such as bank loans and own funds.

As a contribution to research, this thesis provides theoretical guidelines and practical insights into the sources of financing in tourism, with a special emphasis on the Požega-Slavonia County. The empirical research offers specific information that can help entrepreneurs when entering into tourism business ventures, researching alternative sources of financing and understanding key assumptions of tourism development in their destination.

**Key words:** sources of financing, project, limitations of tourism development, impacts of tourism, shareholders

## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog izvora te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

---

(vlastoručni potpis studenta)

---

(mjesto i datum)

## STATEMENT ON THE ACADEMIC INTEGRITY

I hereby declare and confirm by my signature that the final thesis is the sole result of my own work based on my research and relies on the published literature, as shown in the listed notes and bibliography.

I declare that no part of the thesis has been written in an unauthorized manner, i.e., it is not transcribed from the non-cited work, and that no part of the thesis infringes any of the copyrights.

I also declare that no part of the thesis has been used for any other work in any other higher education, scientific or educational institution.

---

(personal signature of the student)

---

(place and date)

## SADRŽAJ

<b>1. UVOD.....</b>	<b>1</b>
1.1. Problem i predmet istraživanja .....	1
1.2. Ciljevi istraživanja .....	1
1.3. Struktura rada .....	2
<b>2. ANALIZA POTENCIJALNIH IZVORA FINANCIRANJA PODUZETNIČKIH PROJEKATA U TURIZMU .....</b>	<b>3</b>
2.1. Glavna obilježja izvora financiranja u turizmu .....	3
2.2. Izvori financiranja turizma.....	6
2.2.1. Formalni izvori financiranja .....	6
2.2.1.1. Krediti .....	6
2.2.1.2. Državne potpore i subvencije .....	8
2.2.1.3. EU fondovi .....	10
2.2.2. Neformalni izvori financiranja.....	12
2.2.2.1. Osobni zajam od obitelji i prijatelja.....	13
2.2.2.2. Poslovni anđeli .....	13
2.2.2.3. Skupno financiranje.....	15
2.3. Ograničenja financiranja u turizmu.....	16
2.4. Specifična obilježja poduzetničkih projekata u turizmu .....	18
2.5. Pregled odabranih poduzetničkih projekata u turizmu na prostoru Republike Hrvatske.....	21
2.5.1. Roxanich d.o.o – Hotel Roxanich Motovun .....	21
2.5.2. Rotokor d.o.o – Ulaganje u turističko naselje Plitvice Holiday Resort 4* .....	22
<b>3. OBILJEŽJA RAZVOJA TURIZMA U DESTINACIJAMA .....</b>	<b>24</b>
3.1. Pretpostavke razvoja turizma u destinacijama .....	24
3.2. Učinci razvoja turizma u destinacijama .....	26
3.2.1. Ekonomski učinci .....	27
3.2.2. Sociokulturni učinci.....	28
3.2.3. Ekološki učinci.....	30
3.3. Dionici uključeni u proces razvoja turizma.....	31
3.3.1. Dionici na nacionalnoj razini .....	32
3.3.1.1. Ministarstvo turizma i sporta .....	32
3.3.1.2. Hrvatska turistička zajednica.....	33
3.3.2. Dionici na lokalnoj razini .....	34
3.3.2.1. Regionalna i lokalna samouprava .....	34
3.3.2.2. Lokalno stanovništvo .....	35

3.3.2.3.    Turisti.....	36
4.    ANALIZA REZULTATA PRIMARNOG ISTRAŽIVANJA.....	38
4.1.    Analiza makroekonomskog okruženja Požeško-slavonske županije .....	38
4.2.    Analiza potencijala razvoja turizma na prostoru Požeško-slavonske županije .....	44
4.3.    Izvori financiranja na području Požeško-slavonske županije .....	49
4.4.    Metodologija istraživanja .....	51
4.5.    Uzorak istraživanja .....	51
4.6.    Interpretacija rezultata istraživanja.....	51
4.7.    Ograničenja istraživanja i preporuke za buduća istraživanja.....	57
5.    ZAKLJUČAK.....	58
LITERATURA .....	60
POPIS SLIKA .....	63
POPIS TABLICA .....	63



# **1. UVOD**

## **1.1. Problem i predmet istraživanja**

U ovom diplomskom radu analiziraju se osnovne smjernice vezane za dostupnost i isplativost različitih izvora financiranja na primjeru Požeško-slavonske županije. Istražuju se potencijalni izvori financiranja te njihova glavna obilježja i ograničenja. Osim toga, analiziraju se turistički poduzetnički projekti, njihova specifična obilježja i uloga u razvoju destinacija. Također, pruža se teorijski pregled pretpostavki razvoja turizma, istražuju se učinci koji proizlaze iz razvoja turizma i njihov utjecaj na destinaciju uz analizu glavni dionika uključenih u ovaj proces na lokalnoj i nacionalnoj razini.

Svako poduzeće, a posebice ono koje je na početku poduzetničkog pothvata, suočava se s mnogobrojnim izazovima u pribavljanju financijskih sredstava iz vanjskih izvora. Na odabir određenog izvora financiranja utjecat će veliki broj različitih faktora, što se posljedično može odraziti na uspjeh poslovanja. Izvore financiranja potrebno je promatrati s aspekta razvoja turizma destinacija pa je potrebno uzeti u obzir i ekonomske, društvene i ekološke faktore koji proizlaze iz njegova razvoja. U svrhu boljeg razumijevanja tih faktora, ali i boljeg poznavanja izvora financiranja, podrazumijeva se potreba za istraživanjem ove problematike.

Predmet istraživanja u diplomskom radu je financiranje turističkih poduzetničkih projekata u turizmu i razvoj turizma destinacija.

## **1.2. Ciljevi istraživanja**

Svrha ovog rada je definirati, istražiti i analizirati mogućnost, dostupnost i isplativost vanjskih izvora financiranja u razvoju turizma te ih kritički analizirati na primjeru Požeško-slavonske županije.

Cilj teorijskog istraživanja izvršenog u ovom radu je prikazati mogućnosti financiranja, koje izvore financiranja je moguće koristiti prilikom ulaska u poduzetničkih pothvat, njihova glavna obilježja te ograničenja.

Cilj empirijskog istraživanja podrazumijeva analizu osnovnih markoekonomskih i turističkih pokazatelja Požeško slavonske županije kako bi se stekao bolji uvid u trenutačnu ekonomsku

i turističku razvijenost županije. Osim toga, na temelju provedenog primarnog istraživanja, cilj je pokazati kojim se izvorima financiranja koriste ponuđači smještaja na području Županije.

### **1.3. Struktura rada**

Diplomski rad ima ukupno pet međusobno povezanih dijelova, uključujući uvod i zaključak. Svaka cjelina se sastoji od određenog broja specifičnih podcjelina.

Prvi dio ili Uvod, sastoji se od definiranja problema, predmeta i ciljeva istraživanja. U drugom dijelu, koji je naslovljen „Analiza potencijalnih izvora financiranja poduzetničkih projekata u turizmu“, prikazane su teoretske smjernice vezane uz izvore financiranja, njihovih obilježja i ograničenja. Također su definirani poduzetnički projekti te njihova glavna obilježja. Treći dio diplomskog rada, s naslovom „Obilježja razvoja turizma u destinacijama“ odnosi se na definiranje pretpostavki za razvoj turizma. Analiziraju se i učinci koji proizlaze iz razvoja turizma te njihov utjecaj kao i ključni dionici koji kao ljudski faktor sudjeluju u razvoju turizma. U četvrtom poglavlju, koje ima naslov „Analiza rezultata primarnog istraživanja“ provodi se analiza makroekonomskih i turističkih pokazatelja na području Požeško-slavonske županije i istražuju su potencijalni izvori financiranja na području Županije. Također, ovo poglavlje sadrži i rezultate provedenog istraživanja kao i njegova ograničenja i buduće preporuke. Zaključak je posljednje odnosno peto poglavlje u kojemu se na sistematiziran i sažet način iznose rezultati istraživanja kao i doprinos cjelokupnog istraživanja diplomskog rada.

## **2. ANALIZA POTENCIJALNIH IZVORA FINANCIRANJA PODUZETNIČKIH PROJEKATA U TURIZMU**

Osiguravanje financijskih sredstava, kao i izbor određenog izvora financiranja, koji će osigurati opstanak i konkurentnost na turističkom tržištu, predstavlja jedan od ključnih izazova prilikom pokretanja poduzetničkih projekata u turizmu. Sukladno tome, u ovom poglavlju diplomskog rada istražuju se i definiraju glavna obilježja izvora financiranja, njihova podjela te dostupnost, mogućnost i isplativost svakog pojedinog izvora financiranja. Također, definirana su specifična obilježja poduzetničkih projekata u turizmu te je napravljen pregled odabranih, uspješnih poduzetničkih projekata na području Republike Hrvatske.

### **2.1. Glavna obilježja izvora financiranja u turizmu**

Financiranje u turizmu sastoji se od različitih izvora prihoda i investicija koji snažno podupiru rast i razvoj te svakog zasebnog ponuđača usluga, resursa ili lokaliteta, ali i turističkog sustava u cijelosti. Nadalje, financiranje u turizmu od presudne je važnosti u kontekstu održivog razvoja turizma, unaprjeđivanja konkurentnosti između turističkih destinacija te osiguravanju i podizanju razine kvalitete ponude, što se može pozitivno odraziti na turističke potrošače u smislu podizanja razine njihova zadovoljstva te može utjecati na povećanje turističke potrošnje.<sup>1</sup>

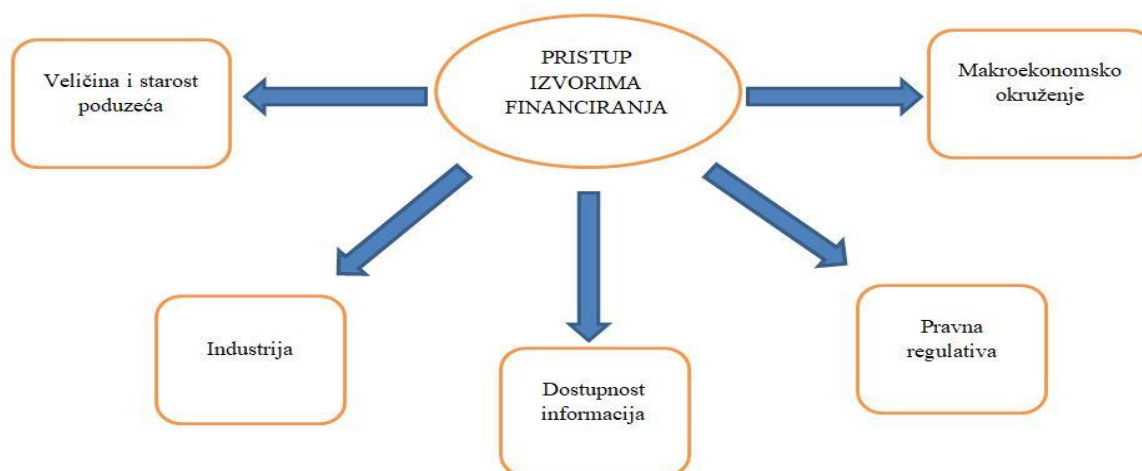
Izvori financiranja u turizmu mnogobrojni su, a prilikom njihova odabira potrebno je uzeti u obzir različite čimbenike poput odabira destinacije, oblika turizma, postojećeg stanja infrastrukture, zakonodavne smjernice od strane nacionalne vlade i međunarodnih tijela, u čiji djelokrug aktivnosti ulazi i turizam. Izvori financiranja predstavljaju novčana sredstva kojima se poduzeća služe za ostvarenje različitih ciljeva u poslovanju, pri čemu svaki izvor financiranja ima svoje prednosti i mane te je potrebno uzeti u obzir kako unutarnje čimbenike, tako i vanjske prilike i mogućnosti, što može izazvati dvojbe oko optimalnog korištenja izbora financiranja.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Gautam, B.P. (2007.), *Opportunities and Challenges of Tourism Financing*, Boca Raton, str. 17

<sup>2</sup> Liao, K-C. et al. (2018.), *An Evaluation of Coupling Coordination between Tourism and Finance*, *Sustainability*, 10(7), str. 2

**Slika 1 Čimbenici koji utječu na pristup izvorima financiranja**



Izvor: Šišar, J. (2022.), Faktori utjecaja na pristup izvorima financiranja i uspješnost mikro i malih poduzeća, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, str. 15

U praksi i u literaturi postoji čitav niz različitih podjela izvora financiranja, a najčešće se govori o podjeli prema vremenu raspoloživosti izvora, podrijetlu izvora te vlasništvu izvora.<sup>3</sup>

Prema vremenu raspoloživosti izvori mogu biti kratkoročni i dugoročni, pri čemu kratkoročno financiranje obuhvaća izvore sredstava koji su dostupni za razdoblje do jedne godine te pretežno služe za financiranje kratkotrajne imovine. Dugoročno financiranje, pak, obuhvaća izvore sredstava čija raspoloživost traje duže od pet godina te se primarno koriste za financijska ulaganja u dugotrajnu imovinu i razvoj poduzeća.<sup>4</sup>

Prema vlasništvu izvora financiranje može biti tuđe i vlastito, a glavna je razlika u tome što kod tuđih izvora financiranja postoji obaveza vraćanja korištenog novca, dok kod vlastitog izvora ta obaveza ne postoji. Tuđi izvori financiranja uključuju kredite i zajmove, dok su vlastiti izvori financiranja potraživanja od kupaca i novac vlasnika.<sup>5</sup>

Kada je riječ o podjeli prema podrijetlu izvora, financiranje može biti vanjsko (eksterno) ili unutarnje (interno). Interni su izvori financiranja često ograničeni, jer proizlaze iz samog poslovanja poduzeća, a uključuju ušteđevinu, početno ili naknadno prikupljeni kapital, zadržanu dobit te potraživanja od dužnika. S druge strane, vanjski izvori financiranja nisu

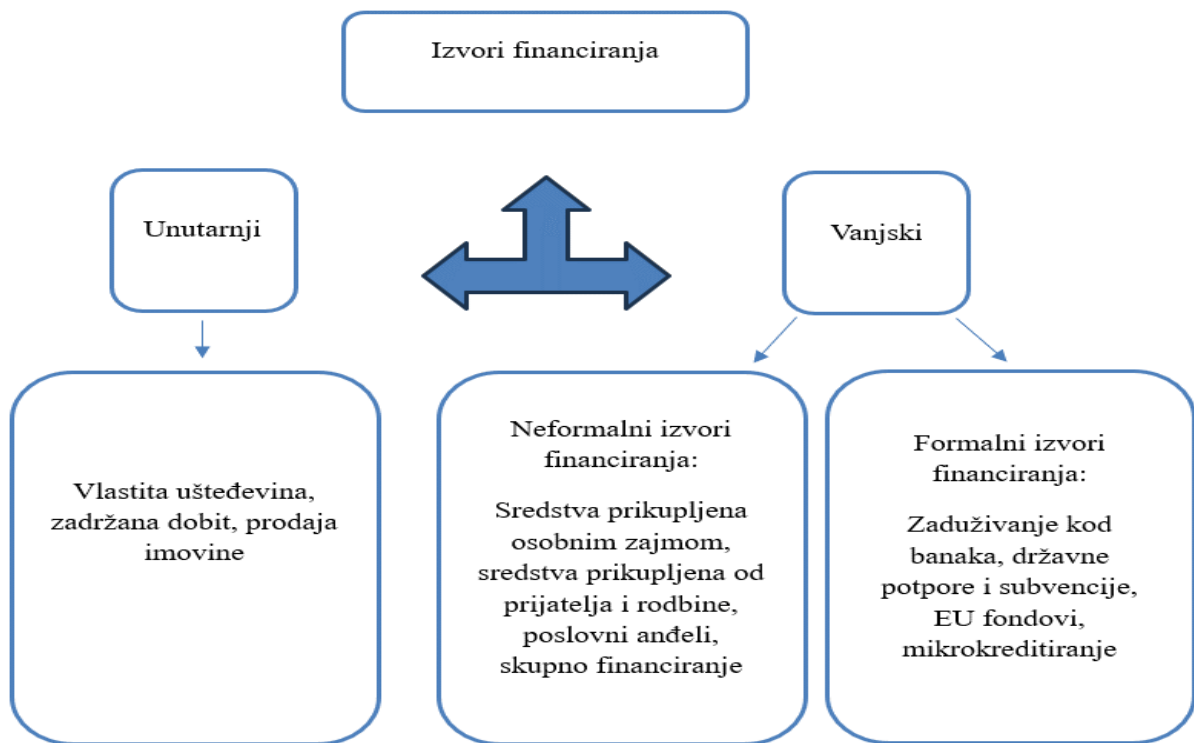
<sup>3</sup> Vukčević, M. (2006.), *Financije poduzeća*, Zagreb, Golden marketing-Tehnička knjiga, str. 151

<sup>4</sup> Ibid.

<sup>5</sup> Ibid.

uvijek najpovoljniji oblik financiranja, ali poduzetnici često nemaju druge opcije. Oni uključuju kredite, zajmove, potpore i subvencije te skupno financiranje.<sup>6</sup>

**Slika 2 Izvori financiranja prema podrijetlu izvora**



Izvor: Grgić, M., Bilas, V., Franc, S. (2010.), Poduzetništvo u međunarodnoj ekonomiji, Zagreb, Sinergija-nakladništvo, str. 222

U ovom radu koristi se podjela izvora financiranja prema podrijetlu izvora, odnosno podjela na vanjske i unutarnje izvore, s naglaskom na vanjske izvore financiranja koji se dijele na formalne i neformalne izvore financiranja.

Nadalje, izvori financiranja u ovom radu promatraju se s aspekta mikro, malih i srednjih poduzeća, jer oni čine 99,7% ukupnog broja poduzeća u Hrvatskoj s udjelom u ukupnom prihodu od 55,2% te zapošljavaju 72,9% od ukupnog broja zaposlenih.<sup>7</sup> Ovaj se sektor također suočava s puno većim problemima prilikom pribavljanja financijskih sredstava u odnosu na velika poduzeća. Neki od problema s kojima se suočavaju mikro, mala i srednja poduzeća su prekomjerni zahtjevi za osiguranje kredita, kao i postupak odobravanja, prekomjerna

<sup>6</sup> Grgić, M., Bilas, V., Franc, S. (2010.), Poduzetništvo u međunarodnoj ekonomiji, Zagreb, Sinergija-nakladništvo, str. 221

<sup>7</sup> Fina (b.d), Rezultati poslovanja poduzetnika u 2022. godini – razvrstani po veličini, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.fina.hr/-/rezultati-poslovanja-poduzetnika-u-2022.-godini-razvrstani-po-velicini>

dokumentacija, visoke naknade, visoke kamatne stope, nedostatak kvalitetnih informacija te ograničena dostupnost dugoročnih kredita.<sup>8</sup>

## **2.2. Izvori financiranja turizma**

### **2.2.1. Formalni izvori financiranja**

Formalni izvori financiranja uključuju sredstva prikupljena na financijskim tržištima i od financijskih institucija kao što su banke, ili putem državnih potpora i poticaja te EU fondova.

#### **2.2.1.1. Krediti**

Kreditni dobiveni od banaka i dalje predstavljaju jedan od najčešćih izvora financiranja, a definiraju se kao određena novčana suma koju financijska institucija poput banke, koja se javlja u ulozi vjerovnika ili kreditora, daje drugoj osobi, poznatoj kao dužnik ili zajmoprimac, pri čemu se dužnik obvezuje da će kredit vratiti banci u ugovorenom roku te platiti ugovorene naknade, odnosno kamate.<sup>9</sup> Osnovni dijelovi svakog kredita uključuju glavnica, odnosno iznos odobrenog kredita koji korisnik dobiva, kamatu koja predstavlja naknadu koju korisnik kredita plaća davatelju zbog toga što primljeni iznos dobiva sada, a vraća ga u budućnosti te rok dospijeca unutar kojega korisnik mora vratiti glavnica uvećanu za ugovorenu kamatu, a koja se dogovara unaprijed. Prema roku dospijeca krediti se mogu podijeliti na kratkoročne i dugoročne, dok se prema namjeni mogu podijeliti na namjenske i nenamjenske kredite.<sup>10</sup>

Turistički su krediti namijenjeni poticanju razvoja turističkog sektora i ulaganjima u turizam. Ove se vrste kredita koriste za financiranje različitih potreba u turizmu, uključujući pripremu turističke sezone, nabavu obrtnih, trajnih i osnovnih sredstava, izvođenje građevinskih radova, adaptaciju, rekonstrukciju i modernizaciju postojećih objekata te osiguranje sredstava za redovito održavanje interijera i eksterijera. Također, turistički se krediti koriste za nabavu dodatnog sadržaja, poput bazena, opreme i uređaja te za pokrivanje tekućih troškova poput

---

<sup>8</sup> Ploh, M. (2017), Ograničenja i mogućnosti financiranja malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj. FIP – Financije i pravo, 5(1), 79-106, str. 83

<sup>9</sup> Grgić, M., Bilas, V., Franc, S. (2010.), op. cit., str. 223

<sup>10</sup> Hrvatska narodna banka (b.d.), Vrste kredita, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.hnb.hr/-/vrste-kredita>

troškova hrane, pića, plaća i režijskih troškova. Osim toga, oni pružaju mogućnost refinanciranja postojećih kredita.<sup>11</sup>

Hrvatska poštanska banka jedna je od mnogobrojnih banaka na području Republike Hrvatske koja pruža turističke kredite. Korisnik turističkog kredita mora biti fizička osoba – potrošač koji ima rješenje za bavljenje turizmom i koji ispunjava uvjete kreditiranja. Kredit je namjenski te se koristi za kupnju, izgradnju, adaptaciju, rekonstrukciju i opremanje soba, apartmana, kuća za odmor i ugostiteljskih objekata, za kupnju plovila ili druge opreme potrebne za bavljenje turizmom te za refinanciranje postojećih turističkih kredita.<sup>12</sup> Osnovni uvjeti turističkog kredita u Hrvatskoj poštanskoj banci prikazani su u Tablici 1.

**Tablica 1** Opće informacije turističkog kredita Hrvatske poštanske banke

<b>Iznos kredita</b>	Od 2.500 EUR do 250.000 EUR
<b>Rok otplate</b>	Rok otplate uz zalog na nekretnini može biti od 13 do 240 mjeseci, dok bez zalogu može biti od 13 do 120 mjeseci.
<b>Godišnja kamatna stopa</b>	4,10% fiksna (EKS 4,29% - 4,80%)
<b>Način obračuna kamate</b>	Kamata se obračunava primjenom dekurzivne metode i proporcionalnog kamatnjaka
<b>Instrumenti osiguranja</b>	Do 30.000 EUR – izjava o zaplijeni te zadužnica Od 30.001 do 250.000 EUR – hipoteka na nekretnini ili polica osiguranja nekretnine

Izvor: Hrvatska poštanska banka (b.d.), Uvjeti turističkog kredita, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.hpb.hr/hr/turisticki-kredit-uz-fiksnu-kamatnu-stopu/574>

Primjer kalkulacije turističkog kredita u iznosu od 150.000 eura prikazan je u Tablici 2.

**Tablica 2** Kreditni kalkulator Hrvatske poštanske banke

<b>Vrsta kredita</b>	Turistički kredit uz zalog na nekretnini
<b>Iznos kredita</b>	150.000 eura
<b>Rok otplate</b>	10 godina/120 mjeseci
<b>Kamatna stopa</b>	3,75%
<b>Mjesečni anuitet</b>	1.500,92 eura

Izvor: Hrvatska poštanska banka (b.d.), Uvjeti turističkog kredita, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.hpb.hr/hr/turisticki-kredit-uz-fiksnu-kamatnu-stopu/574>

Hrvatska banka za obnovu i razvitak podupire ulaganja u razvoj turističke ponude povoljnim kreditnim uvjetima. Nude kratkoročne kredite koji se mogu koristiti za sve aktivnosti vezane

<sup>11</sup> Croatia Banka (b.d), Turistički krediti, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.croatiabanka.hr/hr/poslovni-subjekti/kredit/turisticki-kredit/>

<sup>12</sup> Hrvatska poštanska banka (b.d.), Uvjeti turističkog kredita, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.hpb.hr/hr/turisticki-kredit-uz-fiksnu-kamatnu-stopu/574>

za pripremu turističke sezone, odnosno financiranja obrtnih sredstava pri nabavi hrane, pića, sitnog inventara te tekuće održavanje, dok su dugoročni krediti namijenjeni za investiranje u osnovna sredstva kao što je kupnja, izgradnja, adaptacija ili opremanje turističkih objekata. Cilj ove vrste kreditiranja je smanjenje sezonalnosti, koje se postiže povećanjem broja smještajnih kapaciteta, podizanjem kvalitete usluge te povećanjem kategorizacije.<sup>13</sup> Isto tako, kreditima je omogućeno i financiranje ulaganja privatnih iznajmljivača, pri čemu je važno istaknuti da ovi krediti nisu namijenjeni za izgradnju novih smještajnih kapaciteta ili refinanciranje postojećih kredita.<sup>14</sup> Osnovni uvjeti turističkog kredita u HBOR-u za privatne iznajmljivače prikazani su u Tablici 3.

**Tablica 3 Opće informacije turističkog kredita HBOR-a za privatne iznajmljivače**

<b>Iznos kredita</b>	Od 2.600 do 50.000 eura
<b>Namjena</b>	Podizanje razine kvalitete usluge u privatnom smještaju, kao i podizanje konkurentnosti hrvatskog turizma
<b>Rok otplate</b>	13 mjeseci, uključujući poček od 12 mjeseci
<b>Kamatna stopa</b>	3%
<b>Subvencije</b>	Ministarstvo turizma subvencionira dio ugovorene redovne kamatne stope (1% godišnje)

Izvor: Hrvatska banka za obnovu i razvitak (b.d.), Kreditiranje privatnih iznajmljivača s kamatno stopom 2%, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.hbor.hr/kreditiranje-privatnih-iznajmljivaca-uz-kamatnu-stopu-vec-od-2/>

### **2.2.1.2. Državne potpore i subvencije**

Državne potpore predstavljaju stvarni i potencijalni rashod za državu ili smanjenje njezinih prihoda. Dodjeljuju se od strane državnih tijela u različitim oblicima, a imaju potencijal narušavanja tržišne konkurencije, jer omogućavaju povoljniji položaj za određenog poduzetnika ili proizvođača određenog proizvoda ili usluge, što se odražava na trgovinu između država članica Europske unije.<sup>15</sup>

<sup>13</sup> Hrvatska banka za obnovu i razvitak (b.d.), Investicije su glavni pokretač razvoja, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.hbor.hr/tema/turizam/>

<sup>14</sup> Hrvatska banka za obnovu i razvitak (b.d.), Kreditiranje privatnih iznajmljivača s kamatno stopom 2%, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.hbor.hr/kreditiranje-privatnih-iznajmljivaca-uz-kamatnu-stopu-vec-od-2/>

<sup>15</sup> Zakon o državnim potporama, Narodne novine br. 47/14., 69/17. (2017.)



Davatelj državne potpore je središnje tijelo državne uprave, jedinica lokalne i regionalne samouprave te svaka pravna osoba koja je ovlaštena za dodjeljivanje državne potpore, dok su korisnici državne potpore svaka pravna i fizička osoba koja obavljanjem određene gospodarske djelatnosti sudjeluje u prometu proizvoda i usluga, primajući pritom državnu potporu bez obzira na njezin oblik ili namjenu. Nadalje, razlikuju se program državne potpore koji predstavlja akt na temelju kojeg se unaprijed neodređenom broju korisnika dodjeljuju državne potpore kao i potpore nevezane za poseban projekt te pojedinačnu državnu potporu za koju je karakteristično da se ne dodjeljuje na temelju programa državne potpore. Državne su potpore od iznimnog značaja, posebice za mala i srednja poduzeća koja teško dolaze do kapitala potrebnog za pokretanje ili unaprjeđenje svog poslovanja. Iz toga se može zaključiti kako državne potpore uvelike pridonose povećanju konkurentnosti na turističkom tržištu stalnim uključivanjem novih turističkih poduzeća na tržište. Bitno je za istaknuti da se i sredstva iz EU fondova također smatraju državnim sredstvima, ako tijela državne uprave zadržavaju potpuno pravo u donošenju odluke o upotrebi tih sredstava.<sup>16</sup>

Konkurentnost turističkog gospodarstva je natječaj raspisan od strane Ministarstva turizma i sporta namijenjen poduzetnicima i obrtnicima u djelatnostima restorana, turističkih agencija te plovni objekata za krstarenje. U Tablici 4 prikazane su opće informacije natječaja.

**Tablica 4 Prikaz općih informacija natječaja Konkurentnost turističkog gospodarstva**

	<b>Restorani</b>	<b>Turističke agencije</b>	<b>Plovni objekti za krstarenje</b>
<b>Uvjeti</b>	Poslovanje minimalno godinu dana uz barem jednog zaposlenika	Poslovanje minimalno godinu dana uz barem jednog zaposlenika	Poslovanje minimalno godinu dana uz barem jednog zaposlenika
<b>Iznos potpore</b>	25.000 eura	8.000 eura	20.000 eura
<b>Intenzitet potpore</b>	Do 70%	Do 70%	Do 70%

Izvor: Intermedia Projekt (b.d.), Potpore Ministarstva turizma za restorane, agencije i plovne objekte 2023, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://intermediaprojekt.hr/2023/04/08/potpore-ministarstva-turizma-za-restorane-agencije-i-plovne-objekte-2023/>

<sup>16</sup> Ministarstvo financija (b.d.), Državne potpore, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://mf.in.gov.hr/istaknute teme/koncesije-i-drzavne-potpore/drzavne-potpore/455>

Bespovratna se sredstva, u ukupnom iznosu od 22.654.455 eura, putem ovog natječaja mogu se dobiti za energetske učinkovite ugostiteljske opreme, grijanje i rasvjetu, sustave za zbrinjavanje otpada, digitalizaciju, opremu za realizaciju organiziranih putovanja, desalinizaciju morske vode te pročišćavanje otpadnih voda.<sup>17</sup>

Glavna je svrha državnih potpora osigurati blagostanje građana i održavati ravnotežu na tržištu. Stoga bi korisnici državnih potpora trebale biti one osobe koje će ih i najefikasnije iskoristiti. S druge strane, ako se potpore dodijele poduzetnicima koji nisu u odgovarajućoj mjeri konkurentni, učinkoviti ili ambiciozni te ako ne posluju u skladu s prihvaćenim poslovnim standardima, to može dovesti do narušavanja ravnoteže na tržištu bilo u domaćem ili međunarodnom kontekstu. Odnosno, to može rezultirati smanjenjem blagostanja građana, što nije u interesu ni jedne države. Važno je osigurati da državne potpore budu dodijeljene odgovorno i ciljano, kako bi se postigao pozitivan utjecaj na gospodarstvo i društvo.

### **2.2.1.3. EU fondovi**

Europska unija sagledava turistički potencijal na razini Europe, odnosno važno je da se turizam podjednako razvija u svim njezinim područjima. Osim toga, Europska je unija usmjerena na stvaranje održivog turizma fokusiranog na zaštitu i očuvanje okoliša te želi stvoriti visokokvalitetni turizam namijenjen svim demografskim skupinama. Bitno je istaknuti da praktički ne postoje fondovi i programi koji su posebno namijenjeni turizmu, već se ta sredstva kriju u mnoštvo različitih programa.<sup>18</sup> Trenutno je u provedbi financijsko razdoblje 2021. – 2027., odnosno razdoblje EU fondovi 2021. – 2027. Sredstva koja se dodjeljuju u ovom razdoblju dostupna su iz dva izvora, a to su Višegodišnji financijski okvir (VFO) te EU sljedeće generacije (NGEU). Republici Hrvatskoj za tekuće financijsko razdoblje dodijeljeno je više od 14 milijardi eura iz VFO-a te oko 11 milijardi eura iz NGEU-a.<sup>19</sup>

Europski fondovi predstavljaju financijske alate koji omogućavaju provođenje javnih politika Europske unije u zemljama članicama. Javne su politike osnova za determiniranje ciljeva čije će se ostvarenje poticati financiranjem putem EU fondova. EU fondovi također predstavljaju

---

<sup>17</sup> Intermedia Projekt (b.d.), Potpore Ministarstva turizma za restorane, agencije i plovne objekte 2023, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://intermediaprojekt.hr/2023/04/08/potpore-ministarstva-turizma-za-restorane-agencije-i-plovne-objekte-2023/>

<sup>18</sup> Belić, M., Štilinović, J. (2013.), EU Fondovi i programi za turizam, Zagreb: Nova knjiga Rast, str. 18

<sup>19</sup> Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije (b.d.), EU fondovi 2021.-2027., preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://razvoj.gov.hr/eu-fondovi-2021-2027/4851>

novčana sredstva građana Europske unije koji se dodjeljuju raznim korisnicima kao pomoć u provedbi i pokretanju projekata sukladnih glavnim ciljevima javne politike EU.

**Tablica 5 Prikaz podjele fondova**

<b>Grupa fondova i programa</b>	<b>Primjeri</b>	<b>Tko njima upravlja</b>	<b>Tko objavljuje pozive</b>
Fondovi zajedničkog strateškog okvira	Europski regionalni razvojni fond, Europski socijalni fond, Kohezijski fond, Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj	Zemlje članice	Specijalizirana tijela koje je ovlastila Europska komisija
Programi Europske unije	Calypso za turizam	Europska komisija	Opće uprave i agencijske komisije
Pomoć trećim zemljama	IPA	Hrvatska	Provedbena tijela s ovlaštenjem Europske komisije

Izvor: Belić, M., Štilinović, J. (2013.), EU Fondovi i programi za turizam, Zagreb: Nova knjiga Rast, str. 24

U Tablici 6 prikazane su opće informacije natječaja „Razvoj turističkih proizvoda prihvatljivih za okoliš, učinkovitost resursa te zelenu i digitalnu tranziciju“. Radi se o bespovratnim sredstvima namijenjenim za poduzetnike i obrtnike u turizmu, ali i privatne iznajmljivače u domaćinstvu. Potpore se dodjeljuju za investiranje u izgradnju ili adaptaciju objekata za smještaj, bazene i dodatne sadržaje, za digitalizaciju poslovanja te za razvoj turističkih proizvoda i povećanje energetske učinkovitosti. Također, svrha ovog natječaja je smanjenje učinaka prekomjernog turizma u najrazvijenijim turističkim područjima, održivi i niskougljični rast turizma visoke kvalitete u slabije razvijenim područjima te jačanje socijalne održivosti kroz povećanje zaposlenosti u lokalnim zajednicama. Isto tako, sredstva se dodjeljuju za tri skupine korisnika, a to su mikro, mala i srednja poduzeća, fizičke osobe – iznajmljivači te inovacijski klasteri.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Intermedia Projekt (b.d.), Bespovratne potpore za turizam 2022. godine, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://intermediaprojekt.hr/bespovratne-potpore-za-turizam-2022-godine/>

**Tablica 6 Prikaz osnovnih informacija natječaja: Razvoj turističkih proizvoda prihvatljivih za okoliš, učinkovitost resursa te zelenu i digitalnu tranziciju**

	<b>Mikro, mala i srednja poduzeća</b>	<b>Fizičke osobe – iznajmljivači</b>	<b>Inovacijski klasteri</b>
<b>Ukupni iznos potpore</b>	1.020.000.000,00 kuna	50.000.000,00 kuna	180.000 kuna
<b>Iznos potpore po jednom projektu</b>	Od 2.000.000 do 50.000.000 kuna	Od 100.000 do 1.500.000 kuna	-
<b>Intenzitet potpore</b>	Do 60% za Jadransku Hrvatsku, do 50% za grad Zagreb te do 70% za ostatak Hrvatske	Do 85%	-
<b>Namjena</b>	Ulaganje u objekte okoliš i opremu, razvoj turističkih proizvoda, povećanje energetske učinkovitosti	Ulaganje u objekte okoliš i opremu, razvoj turističkih proizvoda, povećanje energetske učinkovitosti	Ulaganja u aktivnosti istraživanja i inovacija u cjelokupnom lancu vrijednosti turizma

Izvor: Intermedia Projekt (b.d.), Bespovratne potpore za turizam 2022. godine, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://intermediaprojekt.hr/bespovratne-potpore-za-turizam-2022-godine/>

### 2.2.2. Neformalni izvori financiranja

Neformalni izvori financiranja podrazumijevaju sva neinstitucionalna rizična ulaganja u poduzetničke projekte, uključujući obitelj i prijatelje, a kao najčešći neformalni izvori financiranja ističu se korporativni investitori, poslovni anđeli, skupno financiranje te osobni zajam od obitelji i prijatelja. Neformalni izvori financiranja često se koriste kao instrumenti za smanjenje financijskog jaza čime se podržava rast poduzeća te su najčešći izvori financiranja vlastitog kapitala za mikro, mala i srednja poduzeća.<sup>21</sup>

<sup>21</sup> Šišar, J. (2022.), Faktori utjecaja na pristup izvorima financiranja i uspješnost mikro i malih poduzeća, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, str. 47

### **2.2.2.1. Osobni zajam od obitelji i prijatelja**

Prikupljanje financijskih sredstava od strane obitelji i prijatelja predstavlja najpovoljniji oblik financiranja, jer obično podrazumijevaju niske ili čak i negativne stope povrata na uloženo, ali mnogi poduzetnici ga svejedno izbjegavaju.

Razna istraživanja ukazuju na to da, iako je financiranje uz pomoć obitelji i prijatelja najraširenije i najpristupačnije, najčešće nije prva opcija prilikom izbora financiranja zbog straha i srama poduzetnika da neće biti u mogućnosti vratiti posuđena sredstva. Ovaj način financiranja pogodan je za incijalnu fazu poduzetničkog poduhvata, ali nikako nije primjeren za kasnije faze, posebice za financiranje rasta poduzeća. Većina novih poduzetnika kako u bilo kojem sektoru, tako i u turizmu pokreće svoje poslovanje s vrlo limitiranim izvorima financiranja, a najčešći su izvori u počecima poslovanja osobna štednja, dozvoljeno prekoračenje po računu, kreditne kartice te novac posuđen od obitelji i prijatelja.<sup>22</sup> Neke od glavnih karakteristika ovakvog oblika financiranja su da članovi obitelji uglavnom ne pružaju podršku u vidu upravljanja, savjetovanja i pomoći te da potiče altruizam. To rezultira smanjenjem agencijskih problema i omogućuje prihvaćanje nižih stopa povrata na uloženo. Ulaganje „novca ljubavi“ nije zasnovano na identificiranim prilikama iz okruženja, već na osobnom poznanstvu s poduzetnikom.<sup>23</sup>

Ovakav neformalan i neobvezujući izvor financiranja predstavlja odličnu priliku za ulazak u poduzetnički projekt u turizmu, no u većini slučajeva neće biti dostatan zbog velikih investicija u turizmu, jer obitelj i prijatelji raspoložu s ograničenom količinom slobodnih sredstava koje mogu iskoristiti za zajam. Sredstva prikupljena na ovaj način mogu se iskoristiti za adaptaciju ili rekonstrukciju apartmana i kuća za odmor, ili pak za nabavu ne preskupe opreme u svrhu stvaranja dodatnog sadržaja za potencijalne turiste.

### **2.2.2.2. Poslovni anđeli**

Poslovni se anđeli uglavnom opisuju kao imućni pojedinci koji osobno ulažu novac, vrijeme i prikupljeno znanje u privatna poduzeća koja nisu javno kotirana na burzi i koja nemaju obiteljske veze s njima te ulaze u ovakve poduhvate s ciljem ostvarivanja profita u budućnosti.

---

<sup>22</sup> Šišar, J. (2022.), op. cit., str. 56

<sup>23</sup> Ibid., str. 57

U velikom broju slučajeva, to su bivši poduzetnici i umirovljeni rukovoditelji velikih poduzeća koji žele aktivno ulagati na tržištu i na taj način ostati informirani o određenom sektoru tržišta.<sup>24</sup>

Putem poslovnih anđela mogu se prikupiti znatna novčana sredstva, jer oni investiraju u prosjeku više do 25.000,00 eura po pojedinoj investiciji, a taj iznos ide sve do 250.000,00 eura. Razlikuju se dvije vrste ulaganja poslovnih anđela: vlasnički udio i konvertibilni zajam. U vlasničkom udjelu, u zamjenu za uložena sredstva investitor uzima manjinski udio u poduzeću te dijeli rizik skupa s poduzetnikom te pomoću svog znanja i iskustva pomaže razvoju poduzeća.<sup>25</sup> S druge strane, konvertibilni zajam podrazumijeva da investitor pruža zajam poduzeću, a tek u slučaju da se uvjeti iz ugovora ne mogu ispuniti, zajam se može pretvoriti u vlasnički udio u poduzeću. Poslovni anđeli donose individualne odluke o ulaganju, što često implicira da posjeduju prethodno iskustvo u poduzetništvu ili su obavljali rukovodeće funkcije u poduzećima te aktivno sudjeluju u radu poduzeća, što rezultira smanjenjem informacijske asimetrije i na kraju smanjuje rizik. Profit ostvaruju prodajom svog udjela u poduzeću. Većina poslovnih anđela preferira ulaganje unutar granica države u kojoj imaju prebivalište, iako nisu ograničeni na granice te imaju značajnu ulogu u razvoju gospodarstva na svim njegovim razinama, od lokalne do globalne razine.<sup>26</sup>

Crane ili Croatian Business Angels Network je prva i jedina neproftina organizacija koja okuplja poslovne anđele na području Republike Hrvatske, a osnovana je 2008. godine udruživanjem različitih institucija kao što su Agencija za promicanje izvoza i ulaganja te Venture Capital asocijacije. U Republici Hrvatskoj je do sada preko agencije Crane investirano više od 20 milijuna kuna, većinom u inovativne „start up“ kompanije koje su u ranoj fazi razvoja. Ističu se kao jedna od najuspješnijih organizacija u cijeloj Europi, a njihova je misija povezivanje ambicioznih poduzetnika s inovacijskim projektima te pronalaženje zainteresiranih poduzetnika koji su voljni uložiti svoj novac, znanje, vještine i iskustvo u te projekte. Vizija agencija je postati prepoznatljiv izvor financiranja u inovativne projekte u ranim razvojnim fazama. Također, surađuju s poslovnim anđelima u Europi (EBAN) te u SAD-u.<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup> Šišar, J. (2022.), op. cit., str. 53

<sup>25</sup> Šimić Šarić, M., Krstičević, N. (2018.), Obilježja poslovnih anđela u Hrvatskoj. *Ekonomski misao i praksa*, 27(1), 249-266, str. 251

<sup>26</sup> Šimić Šarić, M., Krstičević, N. (2018.), op. cit., str. 252

<sup>27</sup> Croatian business angels & investors (b.d.), O nama, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://crane.hr/o-nama/>

Jedna od najpoznatijih investicija koja se dovodi u poveznicu s turizmom je Entrio koji predstavlja online prodaju ulaznica za različite događaje, koncerte i manifestacije. Investirali su i u Unique Travel Set, koji predstavlja jedinstveni proizvod na globalnom tržištu, a uključuje odjevne predmete prilagođene za putovanja od nekoliko dana.

### **2.2.2.3. Skupno financiranje**

Skupno financiranje, poznato i kao crowdfunding, predstavlja neformalni izvor financiranja u kojem se potrebni kapital prikuplja uz pomoć velikog broja ljudi, tzv. mase, preko specijaliziranih internetskih platformi. Ove platforme omogućavaju prikupljanje potrebnih sredstava koja omogućavaju ulaganje u projekte, financiranje proizvoda ili usluga ili provođenje poduzetničkih pothvata. Sudionici u skupnom financiranju obično uplaćuju sredstva u relativno malim iznosima. Skupno financiranje postaje sve privlačnije novim poduzetnicima, jer im omogućuje jednostavniji i lakši način prikupljanja početnog kapitala potrebnog za ulazak u bilo kakav projekt.<sup>28</sup>

Nadalje, skupno financiranje omogućuje da se izbjegnu početna zaduživanja, kao što je slučaj s bankarskim kreditima i služi kao sredstvo promocije proizvoda ili usluge prije nego što se oni stvarno pojave na tržištu. Sudionici koji se uključuju u financiranje određenog projekta, proizvoda ili usluge obično imaju poseban poticaj za ulazak u takav oblik investicije, jer za uzvrat mogu dobiti različite nagrade kao zahvalu za njihovu donaciju. Nagrade mogu uključivati besplatan primjerak proizvoda, sudjelovanje u kreiranju djela ili čak udio u novoj tvrtki. Ovaj sustav motivira pojedince da ulaze u ovakve investicije jer im pruža priliku za sudjelovanjem u stvaranju nečeg novog s malim financijskim ulaganjem, a time i malim rizikom. U skupnom financiranju razlikuju se tri glavna aktera, a to su pokretač kampanje ili autor, pojedinci/investitori te internetska platforma koja ih povezuje. Isto tako, razlikuju se četiri vrste modela skupnog financiranja, a to su donacijski model u kojemu investitori ne očekuju povrat uloga ni beneficije, model zaduženja koji je sličan mikrokreditu, model temeljen na vlasništvu gdje se investitorima dodjeljuje udio u vlasništvu te model temeljen na nagradama koji podrazumijeva da se ulagačima dodjeljuju određene privilegije kao što su raniji pristup proizvodu.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Ninčević Pašalić, I., Pepur, S. (2022), Razvoj literaure crowdfundinga: Pregledna studija, *Ekonomska misao i praksa*, 31 (1), 141-162, str. 143

<sup>29</sup> Bago, A., Pilipović, O. (2016.), Skupno financiranje. *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku*, 10 (3-4), 23-26, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/169159>

Skupno se financiranje u Republici Hrvatskoj uglavnom temelji na dva glavna modela, a to su vlasnički model, gdje donatori postaju suvlasnici projekta, i nagradni model. Do 2017. godine u Hrvatskoj je ukupno prikupljeno oko 30 milijuna kuna putem crowdfundinga, što predstavlja značajan iznos za relativno malu državu. Postoji nekoliko crowdfunding platformi u Hrvatskoj, a najznačajnije su Croinvest, koji se temelji na nagradnom modelu te Činim pravu stvar i Croenergy, koji se fokusiraju na donacijski model financiranja.

Skupno financiranje danas predstavlja jedan od najprimamljivih oblika neformalnih izvora financiranja prvenstveno zbog svoje neobvezujuće prirode, a po prethodno navedenom primjeru može se vidjeti da je moguće prikupiti znatna novčana sredstva za pokretanje poduzetničkih projekata u turizmu, pa ovakvom izvoru financiranja svakako treba pridodati više pažnje i važnosti.

### **2.3. Ograničenja financiranja u turizmu**

Kako je već ranije napomenuto, u ovom se radu financiranje promatra na razini mikro, malih i srednjih poduzeća, jer oni u Republici Hrvatskoj čine 99,7% svih poduzeća, posebice u turizmu. Ta se poduzeća prilikom ulaska u poduzetnički pothvat te tijekom samog poslovanja suočavaju se s puno više prepreka pri pronalaženju adekvatnog izvora financiranja koji bi im omogućio rast i razvoj te opstanak na tržištu.

Tako će se i ograničenja financiranja u turizmu promatrati više s aspekta malih i srednjih poduzeća, a kao glavni nedostaci mogu se izdvojiti limitiran pristup izvorima financiranja i slabo razvijeno financijsko tržište koje bi u odgovarajućoj mjeri trebalo pomoći poslovnim subjektima za razvoj poslovanja na turističkom tržištu. U procesu se osiguravanja vanjskih, posebice formalnih izvora financiranja, također pojavljuju različite prepreke za poduzetnike, kao što su manjak informacija o potencijalnim izvorima financiranja, nepostojanje imovine koja bi služila kao osiguranje ili nedostatan vlastiti kapital. S druge se strane javlja problem što poduzetnici ne raspolažu s dovoljnom količinom znanja i iskustva te su često nedovoljno financijsko pismeni, što u velikoj mjeri ograničava njihove mogućnosti.<sup>30</sup> Nadalje, kod korištenja kredita kao izvora financiranja, financijske institucije traže visoke oblike osiguranja jer ovakav oblik kreditiranja smatraju visokorizičnim s visokim transakcijskim troškovima te

---

<sup>30</sup> Grgić, M., Bilas, V., Franc, S. (2010.), op. cit., str. 217



malim povratom pa se poduzetnici susreću s nepovoljnim kreditnim uvjetima i visokim kamatnim stopama.<sup>31</sup>

Markoeekonomsko i poslovno okruženje za turizam u Republici Hrvatskoj i dalje predstavlja značajno ograničenje za razvoj uspješnog i konkurentnog poslovanja. Problemi uključuju nestabilnost općeg i pravnog sustava kao i visoku razinu poreznih opterećenja, što rezultira nepovoljnim poslovnim uvjetima u usporedbi s glavnim turističkim konkurentskim zemljama te ograničavaju konkurentnost.<sup>32</sup> Poduzetničko okruženje u Hrvatskoj i dalje djeluje više ograničavajuće nego poticajno za poduzetničke aktivnosti, pri čemu se mogu izdvojiti politike izvršnog tijela vlasti prema regulatornom okviru, prisutnost značajnih prepreka za ulazak na tržište, utjecaj na sistem vrijednosti te nedostatna razina obrazovanja i edukacije koja bi podržala razvoj poduzetničkih kompetencija kod mladih.<sup>33</sup>

Pored barijera koje se pojavljuju u incijalnoj fazi poslovanja, kao što su visoki troškovi izgradnje određenog objekta ili nabava određene opreme, administrativne prepreke te otežan pristup vanjskim izvorima financiranja, postoje i izazovi koji se protežu kroz cjelokupno poslovanje poduzeća. Visoki stalni troškovi tijekom poslovanja, uz brojne fiskalne i parafiskalne namete, često rezultiraju gubitkom u poslovanju. U Republici Hrvatskoj i dalje prevladavaju tradicionalni izvori financiranja poput bankarskih kredita, što djeluje dosta ograničavajuće pa stoga raste potreba za jačanjem neformalnih izvora financiranja poput poslovnih anđela i sličnih mehanizama. Postoji nekoliko ključnih prepreka za investitore, kao što su dugotrajni proces dobivanja građevinske dozvole i potreba za osiguravanjem financijskih sredstava za projekt. Ističu se i problemi vezani uz zaštitu okoliša kao i vremenska ograničenja za realizaciju projekta.

Poseban izazov za financiranje u turizmu predstavlja nepostojanje odgovarajućih poslovnih planova koji bi regulirali sve aspekte na određenom području. Nerazumijevanje često proizlazi iz različitih interesa i investicija između javnog i privatnog sektora jer je privatni sektor fokusiran na ulaganja u kapacitete i sadržaje koji će im donositi profit i osigurati minimalni

---

<sup>31</sup> Ploh, M. (2017), op. cit.

<sup>32</sup> Pletikosa, D. (2015.), Stavovi stručne javnosti o utjecaju domaćih i inozemnih izravnih ulaganja na uspješnost poslovanja u hotelijerstvu. *Ekonomika misao i praksa*, 24 (2), 449-470, str. 450

<sup>33</sup> GEM (b.d.), Što čini Hrvatsku (ne) poduzetničkom zemljom?, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf>

rizik dok je javni sektor usmjeren na investicije u infrastrukturu i druge investicije koje često nisu profitabilne.<sup>34</sup>

## **2.4. Specifična obilježja poduzetničkih projekata u turizmu**

Poduzetništvo se kao pojam pojavljuje već između 12. i 15. stoljeća kada je njegova glavna svrha bila pribavljanje zlata i novca pa se može reći da su prvi poduzetnici bili trgovci i obrtnici, feudanci ili čak i gusari. Danas se poduzetništvo definira kao skup kompetencija koji uključuju inovativnost, usmjeravanje, upravljanje i nadzor, a koje su usmjerene prema postizanju određenih ekonomskih ciljeva, pri čemu je bitno istaknuti kako fokus poduzetništva nije samo na kreiranju ekonomskih učinaka, nego ga se treba promatrati kroz širu socijalnu i gospodarsku ulogu.<sup>35</sup>

Suvremeno se poduzetništvo odnosi na stvaranje novih kombinacija resursa, proizvodnju inovacija i novih proizvoda, s ciljem ostvarivanja iznadprosječnog povrata te se prepoznaje kao ključni generator ekonomskog rasta i potiče razvoj industrijskih sektora i gospodarstva u cjelini.

Ključne karakteristike suvremenog poduzetništva uključuju:<sup>36</sup>

- Upravljanje poslovanjem: To podrazumijeva precizno utvrđivanje opsega proizvodnje, pronalaženje najbolje kombinacije resursa kao i određivanje optimalne količine proizvoda ili usluga
- Prilagodba veličine poslovanja ekonomiji obujma: Ovo se odnosi na smanjenje troškova kako bi se iskoristila prednost povećanja proizvodnje i postigao ekonomski obujam
- Kombiniranje proizvodnih faktora: Cilj je postići maksimalan profit osiguravanjem da je marginalni prihod veći od marginalnog troška
- Ostvarivanje optimalne razine proizvodnje: To se postiže kada je marginalni prihod jednak marginalnom trošku.

Proces poduzetništva u turizmu izrazito je kompliciran i međusobno povezan, jer svi akteri sudjeluju u kreiranju ukupnog turističkog proizvoda, a može se definirati kao proces

---

<sup>34</sup> Bartoluci, M., Budimski, V. (2010), Upravljanje poduzetničkim projektima u turizmu Republike Hrvatske. *Acta turistica*, 22 (2), 179-200, str. 191

<sup>35</sup> Bartoluci, M. (2013.), Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Zagreb: Školska knjiga, str. 261

<sup>36</sup> Bartoluci, M (2013.), op. cit., str. 260

investiranja resursa u određenu poslovnu aktivnost zbog kreiranja turističkih proizvoda i usluga te ostvarivanja određenih ekonomskih učinaka.

Karakteristična je složena proizvodna funkcija turizma, koja proizlazi iz temeljnih obilježja turizma kao što su putovanje i boravak turista te turistička potrošnja, a koja predstavlja osnovu za razvoj različitih poduzetničkih aktivnosti.<sup>37</sup> Svaki dio kompleksnog turističkog proizvoda predstavlja određenu poduzetničku aktivnost koja može biti uspješna samo ako su svi dijelovi međusobno povezani i koordinirani sadržajem, kvalitetom i cijenom.<sup>38</sup> Poduzetništvo u turizmu obuhvaća kako i mala i srednja poduzeća, koja u Hrvatskoj predstavljaju nositelje poduzetništva u turizmu, tako i velika poduzeća isto kao i javni i privatni sektor. Poduzetništvo se može promatrati kao začetnik razvoja modernog turizma prvenstveno zbog utjecaja na kvalitetu usluga.<sup>39</sup>

Kao osnovni cilj poduzetništva u turizmu može se izdvojiti jačanje konkurentnosti i generiranje novih radnih mjesta, a bazira se na istim ekonomskim načelima kao i ostali sektori gospodarstva, ali se razlikuje prema specifičnosti resursa i složenosti turističkog proizvoda koji se valorizira na turističkom tržištu. Nadalje, poduzetništvo u turizmu utječe na postizanje nižih troškova i veće kvalitete učinaka kroz konkurentnost, ali i na sposobnost stvaranja novih, kvalitetnih turističkih proizvoda, prema čemu se može zaključiti da inovativnost predstavlja glavno obilježje poduzetništva i ključ uspjeha pri osiguranju opstanka na tržištu.<sup>40</sup>

Poduzetnički se projekti u turizmu ponajprije odnose na dugoročna ulaganja, odnosno investicije i na visoku vrijednost njihovih troškova. Ključna uloga od ideje do realizacije poduzetničkog projekta u turizmu leži u ljudskom faktoru, s obzirom na to da turizam ima karakteristiku radno intenzivne djelatnosti. Ljudski faktor, koji je u turizmu poznat i kao ljudski kapital, predstavlja ukupnost znanja i vještina koju posjeduju zaposlenici, a koja su stečena kroz obrazovanje i radno iskustvo. U malim i srednjim poduzećima u turizmu ljudski kapital često predstavlja limitirajući čimbenik razvoja zbog nedostatka stručnih znanja i iskustva u upravljanju poslovanjem. To može imati izravan utjecaj na kvalitetu i konkurentnost poduzeća, a samim time i na uspješnost poslovanja u cjelini.<sup>41</sup>

---

<sup>37</sup> Bartoluci, M (2013.), op. cit., str. 284

<sup>38</sup> Ibid., str. 285

<sup>39</sup> Ibid., str. 286

<sup>40</sup> Bartoluci, M. (2013.), op. cit., str. 287

<sup>41</sup> Bartoluci, M., Budimski, V. (2010), op. cit.

Sve navedeno naglašava važnost upravljanja poduzetničkim projektima u svim fazama, od ideje do realizacije u svrhu minimiziranja rizika i neizvjesnosti prilikom ostvarivanja projekta. Poduzetnik može samostalno upravljati projektom, bez obzira na vlasničke resurse koji se ulažu u njegovu realizaciju. No isto tako, poduzetnik može povjeriti izradu i upravljanje projekta menadžeru ili stručnoj organizaciji. Neovisno o tome na koji se način upravlja projektom, prije samog njegovog pokretanja, od iznimne je važnosti sastaviti poduzetnički projekt prema određenoj metodologiji. U tu svrhu, mogu se koristiti različite metode i alati za izradu investicijskih projekata kao što su poslovni planovi, preinvesticijske i investicijske studije te planovi promocije.<sup>42</sup>

U poduzećima čije djelatnosti uključuju pružanje usluga turistima često se koristi poslovni plan koji služi kao sustavni prikaz planiranih ciljeva i aktivnosti poduzeća, najčešće u dugoročnom razdoblju te predstavlja temeljnu okosnicu za planiranje, pokretanje, financiranje, organiziranje, upravljanje, razvijanje i kontrole poduzetničkog projekta tijekom cijelog njegovog životnog vijeka.<sup>43</sup> Osim poslovnog plana, također se koriste studije i projekti. Preinvesticijska studija koristi se na temelju prostornih planova u određenoj destinaciji kako bi se utvrdila podobnost investicijskog projekta uz procjenu prostornih mogućnosti te potrebnih resursa. Također se procjenjuje ukupna ekonomska učinkovitost projekta. Važnost izrade preinvesticijske studije ogleda se u valoriziranju svih troškova investiranja i poslovanja te se uzimaju u obzir sve koristi, kako bi se minimalizirali rizici tog projekta.<sup>44</sup>

Dosadašnje razvojne smjernice turizma u Hrvatskoj stavile su u prvi plan potrebu poticanja poduzetništva posebice u tzv. gospodarstvu malih razmjera, pri čemu se podupire ponajviše razvoj malih obiteljskih hotela i drugih smještajnih kapaciteta s lokalnim obilježjima isto kao i razvoj turizma na seoskim gospodarstvima i vinskim cestama te dvoraca kao turističkog resursa. Najveći broj poduzetničkih projekata realizira se u domeni ugostiteljstva, no mogu se ostvariti i u ostalim aktivnostima u turizmu kao što su turističke agencije, prijevoznici i sl., a najbrojniji se poduzetnički turistički projekti u Hrvatskoj mogu ostvariti na ruralnim područjima i to u svim turističkim regijama.

---

<sup>42</sup> Bartoluci, M., Budimski, V. (2010), op. cit., str. 195

<sup>43</sup> Ibid.

<sup>44</sup> Bartoluci, M., Budimski, V. (2010), op. cit., str. 196

## **2.5. Pregled odabranih poduzetničkih projekata u turizmu na prostoru Republike Hrvatske**

Dva turistička poduzetnička projekta, o kojima se govori u nastavku, odabrana su prije svega zbog uspješnosti provođenja projekata i rezultata koje su projekti ostvarili. Osim toga, oba projekta su sufinancirana programima EU fondova pa stoga predstavljaju uspješan primjer iskorištavanja bespovratnih sredstava prilikom ulaska ili unaprjeđenja turističkih poduzetničkih projekata.

### **2.5.1. Roxanich d.o.o – Hotel Roxanich Motovun**

Cilj ovog projekta bio je izgradnja novog hotela s 4 zvjezdice u Motovunu, koji će biti povezan s vinarijom istog vlasnika. Zamišljeno je da hotel pruža kombinirane usluge kao „vinski hotel“, ali bi također pružao i ostale usluge visoke kvalitete. Ovakav oblik hotela donosi novu turističku hotelsku i eno-gastronomsku ponudu u Motovunu i širem području centralne Istre. Ukupno je izgrađeno 28 soba i 4 apartmana, a glavni je fokus vezan uz proizvodnju kvalitetnih „iskrenih“ vina vinarije Roxanich koja je izgrađena na istoj lokaciji uz hotel. U pogledu kvalitetnog smještaja u Motovunu postojao je samo jedan mali hotel „Kaštel“ s 25 soba, što je bilo daleko ispod potreba ovog turistički popularnog mjesta, a i šire područje ima problem s nedostatkom smještajnih jedinica. „Vinski hotel“ predviđen je za sve goste viših platežnih mogućnosti.

Izgradnjom Hotela Roxanich utjecalo se povećanje konkurentnosti na tržištu te su stvorene pretpostavke za povećanje prodaje, tj. povećanja ukupnog prihoda Vinarije Roxanich proširenjem djelatnosti na turizam. Došlo je i do otvaranja novih radnih mjesta te do podizanja kvalitete ukupne turističke ponude Motovuna. Ukupna vrijednost projekta iznosila je 48.030.633,11 kuna, dok je sufinancirano EU sredstvima u iznosu od 9.644.124,59 kuna. Predviđeno je da će 2022. godine biti otvorena 23 nova radna mjesta te se očekivalo ukupno povećanje prihoda od prodaje u turizmu za 8.130.000,00 kuna.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja (b.d.), 150 uspješnih poduzetničkih projekata, preuzeto 31. srpnja 2023. s [https://www.mingo.hr/public/documents/MGPO\\_Brosura\\_150\\_projekata.pdf](https://www.mingo.hr/public/documents/MGPO_Brosura_150_projekata.pdf)

### **2.5.2. Rotokor d.o.o – Ulaganje u turističko naselje Plitvice Holiday Resort 4\***

Svrha ovog projekta bila je izgradnja i opremanje turističkog naselja s dodatnim sadržajima u Općini Rakovica. Prije samog projekta, poduzeće je već pružalo usluge smještaja i rekreacije u turističkom kampu te usluge pripreme i usluživanja hrane u restoranu unutar kampa. Izgradnjom novih smještajnih jedinica povećan je broj smještajnih kapaciteta na zatvorenom, a također je izgrađeno jezero te mini golf igralište, čime se znatno podigla razina atraktivnosti turističkog naselja. Provedbom ovog projekta zadovoljeni su uvjeti za kategorizaciju turističkog naselja 4\*, čime je povećan broj zvjezdica koje kompleks posjeduje.

Realizacijom ovog projekta utjecalo se na poboljšanje tržišne pozicije i povećanje konkurentnosti poduzeća uslijed povećanja broja smještajnih kapaciteta na zatvorenom, što se odražava na smanjenje sezonalnosti kao i dodatni sadržaji i aktivnosti koji potiču na dulji ostanak gostiju. Ukupna vrijednost projekta iznosila je 16.758.785,86 kuna, dok je sufinancirano EU sredstvima u iznosu od 5.925.678,84 kuna. Predviđeno je da će 2022. godine biti otvoreno 6 novih radnih mjesta te se očekivalo ukupno povećanje prihoda od prodaje u turizmu za 3.487.906,00 kuna.<sup>46</sup>

Prilikom ulaska u turistički poduzetnički projekt, svaki poduzetnik bi trebao imati dovoljno saznanja o svim izvorima financiranja kako bi na kraju mogao izabrati onaj izvor koji će mu osigurati dugoročni opstanak i konkurentnost na turističkom tržištu. Ta saznanja predstavljaju informiranost poduzetnika o mogućnosti, dostupnosti i isplativosti svih pojedinih izvora financiranja. Česte su situacije da poduzetnik zbog neznanja ili nedovoljne informiranosti pretpostavi i zanemari određeni izvor koji bi mu možda bio dostupniji i puno više isplativ od izvora kojega je u stvarnosti i odabrao. To se ponajprije odnosi na neformalne izvore financiranja kao što je skupno financiranje te na EU fondove koje poduzetnici, zbog nedovoljnog znanja te dugotrajnog i kompliciranog postupka prijave, najčešće izbjegavaju i okreću se tradicionalnim izvorima financiranja poput turističkog kredita.

Proces poduzetništva u turizmu izrazito je kompleksan i međusobno povezan sustav u kojem sudjeluju brojni dionici sa svrhom kreiranja turističkog proizvoda i ostvarivanja ekonomske dobiti. Složenost ovog procesa proizlazi iz temeljnih obilježja turizma te zahtijeva koordinaciju

---

<sup>46</sup> Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja (b.d.), 150 uspješnih poduzetničkih projekata, preuzeto 31. srpnja 2023. s [https://www.mingo.hr/public/documents/MGPO\\_Brosura\\_150\\_projekata.pdf](https://www.mingo.hr/public/documents/MGPO_Brosura_150_projekata.pdf)

i integraciju svih dijelova kako bi se osigurala uspješnost. Glavni ciljevi poduzetništva u turizmu su jačanje konkurentnosti, generiranje novih radnih mjesta i stvaranje inovativnih turističkih proizvoda, pri čemu ljudski faktor igra ključnu ulogu u uspješnosti projekata.

### **3. OBILJEŽJA RAZVOJA TURIZMA U DESTINACIJAMA**

Kada se govori o razvoju turizma na određenom području, potrebno je prije svega istražiti različite pretpostavke razvoja turizma. Na temelju provedenih istraživanja, može se procijeniti postoje li odgovarajući preduvjeti za razvoj turizma u destinaciji. Nadalje, potrebno je uzeti u obzir i različite pozitivne i negativne učinke kako bi se osigurao optimalan razvoj turizma. Osim učinaka, potrebno je razmotriti ulogu i stavove različitih dionika koji sudjeluju u razvoju turizma. Stoga će se u ovom poglavlju diplomskog rada, istraživati upravo pretpostavke i učinci razvoja turizma kao i dionici koji sudjeluju u njegovom razvoju.

#### **3.1. Pretpostavke razvoja turizma u destinacijama**

Pretpostavke razvoja turizma u destinacijama predstavljaju temeljene preduvjete koji se uzimaju obzir prilikom planiranja razvoja turizma na određenom području ili određenoj destinaciji. Pretpostavke mogu varirati ovisno o specifičnostima određene destinacije, vrsti turizma koja se razvija, trenutnoj situaciji u turizmu te trendovima na globalnoj razini. No postoje određene opće pretpostavke koje predstavljaju temelj razvoja turizma i koje uvijek prve treba uzeti u obzir, a te pretpostavke mogu biti prostor, prirodni i društveni resursi, infrastruktura, održivost te turistička politika.<sup>47</sup>

Prostor predstavlja polaznu točku u svim razmišljanjima u razvoju turizma određene destinacije te ima dvojako značenje. Prvi se smisao prostora očituje u prevladavanju određene udaljenosti koju je potrebno prijeći kako bi turist mogao zadovoljiti svoju specifičnu turističku potrebu.<sup>48</sup> Drugo se značenje odnosi na atraktivnost određenog prostora na kojemu se planira razvijati turizam.<sup>49</sup>

Nadalje, prostor je temeljni resurs za razvoj turizma, a također je i sve oskudniji resurs u vidu očuvanog prostora. Planiranje prostora koji će biti korišten u turističke svrhe potrebno je provoditi s ciljem zaštite i očuvanja prostora te njegovog racionalnog korištenja. Najvažnija

---

<sup>47</sup> Kušen, E. (2010), A system of tourism attractions, *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 58 (4), 409-424, str. 412

<sup>48</sup> Kušen, E. (2001), Turizam i prostor Klasifikacija turističkih atrakcija, *Prostor*, 9 (1(21)), 1-12, str. 3

<sup>49</sup> *Ibid.*, str. 2



obilježja turističkog prostora su privlačnost, turistički potencijal prostora i turističko-tržišna vrijednost.<sup>50</sup>

Kako bi neki prostor bio dovoljno privlačan i imao određeni turistički potencijal, on mora sadržavati turističke resurse pa se može reći da se turizam primarno fokusira na najatraktivnije resurse na određenom prostoru kako bi se na optimalan način valorizirao njegov potencijal. Turistički resurs definira se kao prirodna ili antropogena dobra koja se mogu turistički valorizirati, odnosno svi oni resursi koji posjeduju određenu razinu atraktivnosti na temelju čega ih turisti i izletinci posjećuju.<sup>51</sup> Četiri temeljna svojstva atraktivnosti turističkog resursa su rekreativno, kuriozitetno, znamenito i estetsko svojstvo, a dijelimo ih na prirodne i društvene turističke resurse te pripadaju u primarnu turističku ponudu. Također, resursi su sastavni dio određenog geografskog područja, a bogatstvo istima predstavlja komparativnu prednost za destinaciju. Određena destinacija će biti privlačna onoliko koliki je stupanj privlačnosti određenog resursa zbog čega je od iznimne važnosti da se ukupna turistička ponuda destinacije temelji upravo na izvornim obilježjima i svojstvima resursa u svrhu ostvarivanja što boljih ekonomskih i neekonomskih učinaka.<sup>52</sup>

Iako se prostor i turističke resurse mogu promatrati kao privlačni čimbenici koji potiču turiste na putovanje i boravak u određenoj destinaciji, njihove egzistencijalne potrebe ipak zadovoljava sekundarna turistička ponuda, prvenstveno ugostiteljstvo. S ciljem optimalnog valoriziranja prostora i resursa, potrebno je uskladiti razinu kvalitete primarne i sekundarne turističke ponude. Ugostiteljstvo predstavlja jedan od temelja razvoja turizma, jer pruža turistima usluge smještaja, prehrane te posluživanja pića i napitaka. Kako bi došlo do razvoja turizma u destinaciji, ona mora raspolagati adekvatnim brojem kvalitetnih smještajnih kapaciteta koji omogućuju prihvat na receptivnom području.<sup>53</sup> Osim smještajnih jedinica, destinacija mora sadržavati različite restorane, barove i catering objekte kako bi turisti mogli zadovoljiti svoje osobne ljudske potrebe, ali mora sadržavati i sportske objekte, kasina, wellness i spa objekte te zabavne parkove koji predstavljaju dodatne sadržaje, a koji utječu na podizanje razine kvalitete boravka turista u destinaciji.<sup>54</sup>

---

<sup>50</sup> Čavlek, N. et al. (2011), Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb: Školska knjiga, str. 128

<sup>51</sup> Gredičak, T., Demonja, D. (2018), Strategic management of tourism and cultural resources in the development of local entrepreneurship with good practice examples in Koprivnica-križevci county, Podravina, 17 (34), 94 – 107, str. 95

<sup>52</sup> Čavlek, N. et al. (2011), op. cit., str. 129

<sup>53</sup> Galičić, V., Laškarin, M. (2016), Principi i praksa turizma i hotelijerstva, Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, str. 207

<sup>54</sup> Ibid., str. 208

Kako bi došlo do boravka turista u određenoj destinaciji, oni moraju savladati određenu prostornu udaljenost od mjesta svog stalnog boravka do destinacije koja predstavlja određeno putovanje. Stoga se kao jedna od temeljnih pretpostavki razvoja turizma ističe promet, prometna povezanost i prometna infrastruktura.

Promet omogućava turistima posjet prirodnim obilježjima određenog prostora te njegovim atrakcijama. Razvoj određene turističke destinacije u velikoj će mjeri ovisiti o stupnju razvijenosti vlastite prometne infrastrukture, prometne infrastrukture njezinih glavnih emitivnih tržišta te glavnih konkurenata na turističkom tržištu.<sup>55</sup> Važno je istaknuti i četiri dimenzije prometa, a to su vanjska prometna dostupnost, unutrašnja prometna dostupnost, prateći uslužni objekti uz prometne pravce te promet u mirovanju.<sup>56</sup>

### **3.2. Učinci razvoja turizma u destinacijama**

Turizam ima značajan učinak na gospodarstvo, društvo i kulturu receptivnih destinacija, kao i na politiku i ekologiju. Iz razvoja turizma proizlaze različite koristi za destinaciju, ali također i negativne posljedice koje se ne mogu u potpunosti izbjeći. Negativne je posljedice moguće planirati i njima upravljati, što predstavlja veliki izazov u vidu optimiziranja svih učinaka koji proizlaze iz razvoja turizma kako bi se osigurao njegov odgovoran i održiv razvoj.<sup>57</sup>

Utjecaj turizma na destinaciju determinira se brojem posjetitelja, ali i njihovim različitim obilježjima kao što su duljina boravka, odabir prijevoznog sredstva, aktivnosti tijekom putovanja i za vrijeme boravka u destinaciji i sl. Osim toga, u svrhu boljeg razumijevanja utjecaja turizma na destinaciju, potrebno je uzeti u obzir i različita obilježja same destinacije, a ona uključuju prirodne i antropogene resurse, političku i socijalnu strukturu te stupanj razvoja infrastrukture. Nadalje, svaka destinacija ima svoje granice u pogledu prihvatljivog broja turista koji je u mogućnosti prihvatiti, a to nazivamo „nosivost receptivne destinacije“ koja predstavlja maksimalan kapacitet koji destinacija može podnijeti bez narušavanja prirodnih i antropogenih resursa.

---

<sup>55</sup> Virkar, A. R., Mallya, P. D. (2018), A review of dimensions of tourism transport affecting tourist satisfaction, *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 9(1), 72-80, str. 72

<sup>56</sup> Čavlek, N. et al. (2011), op. cit., str. 199

<sup>57</sup> Archer, B., Cooper, C., Ruhanen, L. (2012), *Global Tourism*, Burlington: Elsevier Inc., str. 79

### 3.2.1. Ekonomski učinci

Ekonomski učinci turizma obuhvaćaju sve promjene nastale u gospodarstvima turistički emitivnih, tranzitnih te turističkih receptivnih prostora kao posljedica kretanja turista i njihove potrošnje, što na kraju utječe na turistički razvoj.<sup>58</sup>

Na turističku potražnju i generiranje turističke potrošnje utječu različiti faktori u okolini kako na turistički emitivnim tržištima tako i na turistički receptivnim tržištima te ti faktori imaju važnu ulogu u oblikovanju ekonomskih učinaka turizma. Na turistički emitivnim tržištima to su faktori poput općih obilježja stanovništva, turističkih potreba i motiva, raspoloživost slobodnog vremena i financijskih sredstava i utjecaj medija. Svi ti faktori imaju značajan utjecaj na odluku pojedinca o putovanju i visini turističke potrošnje.<sup>59</sup> S druge strane, na turistički receptivnim tržištima to su faktori poput geografskog obilježja turističke destinacije, uloga javnog sektora, faza životnog ciklusa destinacije, kvaliteta radne snage i osobna sigurnost. Svi navedeni faktori oblikuju turističku privlačnost odredišta i mogu potaknuti ili ograničiti ekonomske učinke turizma u destinaciji.<sup>60</sup>

Pažljivim razumijevanjem i upravljanjem ovim faktorima, destinacije mogu ostvariti razne pozitivne ekonomske učinke turizma te osigurati održivi razvoj i dugoročno blagostanje za lokalno stanovništvo i turiste.

Postoje tri pristupa utjecaja turizma na gospodarstvo u podjeli ekonomskih učinaka. Prvi pristup učinke dijeli na fizičke i financijske ekonomske učinke turizma, pri čemu se fizički učinci odnose na kvantitativne pokazatelje razvoja (npr. broj ostvarenih noćenja) dok se financijski učinci odnose na sve one učinke koji se mogu izraziti u novčanoj vrijednosti (npr. visina i struktura turističke potrošnje). Drugi pristup učinke dijeli na izravne i neizravne ekonomske učinke. Izravni učinci nastaju kao posljedica izravne turističke potrošnje (npr. rast dohotka), dok neizravni učinci nastaju kao lančana reakcija prethodno ostvarenih izravnih ekonomskih učinaka (npr. rast cijena nekretnina). Zadnji, treći pristup dijeli ekonomske učinke na pozitivne i negativne.<sup>61</sup> U Tablici 7 prikazani su pozitivni i negativni ekonomski učinci.

---

<sup>58</sup> Mayer, M., Vogt, L. (2016), Economic effects of tourism and its influencing factors, *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 8(2), 169-198, str. 172

<sup>59</sup> Ibid., str. 179

<sup>60</sup> Čavlek, N. et al. (2011), op. cit., str. 319

<sup>61</sup> Ibid., str. 320

**Tablica 7 Prikaz ekonomskih učinaka razvoja turizma na destinaciju**

<b>Pozitivni</b>	<b>Negativni</b>
Rast prihoda subjekata turističke ponude	Rast cijena proizvoda i usluga
Rast BDP-a	Rast cijena nekretnina
Rast javnih prihoda	Rast rashoda
Rast zapošljavanja	Prekomjerna gosodarska ovisnost o turizmu
Rast poduzetničke aktivnosti	Niska stopa povrata na kapitalna ulaganja
Rast životnog standarda lokalnog stanovništva	Neravnomjernost u ostvarivanju učinaka tijekom cijele godine

Izvor: Čavlek, N. et al. (2011), Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb: Školska knjiga, str. 255 - 257

Razvoj turizma sa sobom nosi mnogobrojne pozitivne ekonomske učinke. Uslijed njegova razvoja popraćenog povećanjem turističke potražnje, a time i turističke potrošnje, pozitivni se učinci prije svega odražavaju na turističku ponudu, odnosno poduzeća u vidu povećanja prihoda i unaprjeđenja kvalitete poslovanja. Isto tako, posljedično se otvaraju i mogućnosti za nove poduzetničke projekte, što utječe na rast zapošljavanja, a time i na rast životnog standarda lokalnog stanovništva te njihove kupovne moći. Pozitivni učinci odražavaju se i na državu unutar koje se razvija turizam, jer će uslijed veće potražnje i potrošnje doći do povećanja javnih prihoda koji se onda mogu namijeniti za daljnje unaprjeđenje turizma u vidu razvoja infrastrukture i promocije, a utječu i na rast BDP-a.

S druge strane, dolazi i do pojave negativnih ekonomskih učinaka razvoja turizma, jer će visoka turistička potražnja i konkurencija na tržištu dovesti do povećanja cijena proizvoda i usluga te povećanja rashoda, što se može negativno odraziti na lokalno stanovništvo. Povećanje potražnje stvara potrebu za izgradnjom dodatnih turističkih kapaciteta, što će utjecati na rast cijena nekretnina. Također, kao stalno prisutni problem turizma javlja se i sezonalnost, jer se ti učinci neće ravnomjerno rasporediti tijekom cijele godine, a taj problem postaje još izraženiji ako je gospodarstvo prekomjerno ovisno o turizmu bez dovoljne razvijenosti drugih industrija.

### **3.2.2. Sociokulturni učinci**

Učinci turizma na društvo i kulturu postaju vidljivi u zajednici kao rezultat interakcije lokalnog stanovništva s turistima, bez obzira na to je li ta interakcija izravna ili neizravna. Proučavanje

tih učinaka započelo je kasnije u odnosu na proučavanje ekonomskih učinaka turizma. Sociokulturni učinci turizma oblikuju se tijekom vremena u odnosu koji se stvara između lokalnog stanovništva i privremenih posjetitelja, a na njih utječu postojeće navike, tradicija, socijalni život, uvjerenja te sustav vrijednosti društva. Nadalje, sociokulturne učinke razvoja turizma puno je teže procijeniti i izmjeriti. Turistički razvoj destinacija predstavlja glavnu svrhu ekonomskih učinaka, a ekološke učinke možemo primjetiti u okolišu. S druge strane, sociokulturni učinci se razvijaju sporije, imaju različite utjecaje na različite destinacije i pojedince te ih je teško zaštititi od drugih utjecaja.<sup>62</sup>

U odnosu na ekonomske i ekološke učinke, sociokulturni učinci često zahtijevaju dublje istraživanje i promatranje kako bi ih se u potpunosti moglo razumjeti. Oni mogu uključivati promjene u društvenim strukturama, lokalnoj kulturi, stavovima i vrijednostima, što je izuzetno kompleksan proces koji se ne može prikazati ni izmjeriti brojkama ili statistikama. Usvajanje dugoročnog pristupa i osluškivanje lokalnih zajednica i njihovih potreba ključni su za razumijevanje sociokulturnih učinaka. Ovakav pristup omogućuje stvaranje održivog turističkog razvoja koji poštuje autentičnost i integritet destinacije, čime se osigurava pozitivan doprinos turizma lokalnom stanovništvu i kulturi. U Tablici 8 prikazani su pozitivni i negativni sociokulturni učinci.

**Tablica 8 Prikaz sociokulturnih učinaka razvoja turizma na destinaciju**

<b>Pozitivni</b>	<b>Negativni</b>
Porast opće razine obrazovanja	Nerazumijevanje i sukobi
Premošćivanje jezičnih barijera	Stvaranje stereotipnih putovanja i turista
Premošćivanje kulturnih razlika	Ksenofobija
Podizanje vrijednosti vlastite, ali i tuđe kulture	Pretjerana komercijalizacija kulture, religije i umjestnosti
Zalaže se za mir i razumijevanje	Rast prostitucije i kriminalnih aktivnosti
Zaštita naslijeđa i tradicije	Demonstracijski učinci

Izvor: Prilagođeno prema Ferreira, F., Castro, C., Gomes, A. (2021), Positive and Negative Social-Cultural, Economic and Environmental Impacts of Tourism on Residents. *Advances in Tourism, Technology and Systems*, str. 294

<sup>62</sup> Ferreira, F., Castro, C., Gomes, A. (2021), Positive and Negative Social-Cultural, Economic and Environmental Impacts of Tourism on Residents. *Advances in Tourism, Technology and Systems*, str. 294

Kao posljedica stalnog kontakta lokalnog stanovništva s turistima, razvijaju se mnogobrojni pozitivni sociokulturni učinci. Lokalno stanovništvo, pri tome, razvija sve veće razumijevanje i toleranciju prema ljudima različite etničke i kulturološke pripradnosti. S druge strane, pojavljuju se i određeni negativni sociokulturni učinci poput rasta kriminala ili sukoba te komercijalizacije kulture.

### 3.2.3. Ekološki učinci

Turizam je u velikoj mjeri ovisan o očuvanom i privlačnom okolišu, kao i o prirodnim i kulturnim resursima na kojima turizam temelji svoju privlačnost. Unatoč tome, razvoj turizma može generirati negativne ekološke učinke, posebno kada se ne upravlja njegovim razvojem na odgovarajući način. Nepravilno planiran i neodrživ turizam može dovesti do degradacije okoliša, što se na kraju može odraziti negativno na razvoj turizma.<sup>63</sup>

Odnos između turizma i okoliša složen je jer postoji međusobna ovisnost između ove dvije komponente. Turizam ovisi o očuvanom okolišu kao osnovnom resursu koji privlači turiste i omogućuje razvoj turizma. Istovremeno, okoliš bi trebao biti zaštićen pod utjecajem mjera usmjerenih na njegovo očuvanje i održavanje njegove vrijednosti kao turističkog resursa.<sup>64</sup> U Tablici 9 prikazani su pozitivni i negativni ekološki učinci.

**Tablica 9** Prikaz ekoloških učinaka razvoja turizma na destinacije

Pozitivni	Negativni
Zaštita i očuvanje prirodnih resursa	Utjecaj na floru i faunu
Veća briga o javnim površinama	Onečišćenje vode, tla i zraka otpadom i bukom
Stvaranje zaštićenih područja prirode	Utjecaj na izvore pitke vode
Razvijanje ekološke svijesti	Erozija tla
Održavanje šumskih područja	Degradacija prostora
Očuvanje i obnova biološke raznolikosti	Preopterećenje infrastrukture

Izvor: Prilagođeno prema Kružić, N. (2004.), Turizam i okoliš. *Tourism nad hospitality management*, 10 (2), str.

98

<sup>63</sup> Koncul, N. (2007), Environmental issues and tourism, *Ekonomska misao i praksa*, 16(2), 157-165, str. 159

<sup>64</sup> Čavlek, N. et al. (2011), op. cit., str. 413

Ekološki utjecaj turizma određuje se razinom razvoja turizma, brojem turista te koncentracijom turista na receptivnom području, primijenjenim planiranjem i upravljačkim tehnikama. Ako se turizam ne planira adekvatno ili je pretjerano razvijen, to može negativno utjecati na okoliš receptivnog područja.<sup>65</sup>

Ekološka obilježja igraju ključnu ulogu u promicanju turističke ponude određene turističke destinacije, no općenito se u prvom planu ističu negativni utjecaji koje razvoj turizma nosi sa sobom. Posebice se javlja problem kod masovnog oblika turizma, gdje se često ne poštuju utvrđeni kapaciteti nosivosti, pri čemu dolazi do prevelikog pritiska na prostor na kojem se turizam odvija. Dolazi do zagađenja okoliša, zagađenja izvora pitke vode te uništavanja resursa. Ključno je primijeniti odgovorni i održivi pristup u razvoju turizma, kako bi se očuvao okoliš i prirodni resursi. Upravljanje razvojem turizma treba uzeti u obzir očuvanje okoliša, smanjenje negativnih utjecaja, promicanje održivog korištenja resursa i uključivanje lokalne zajednice kako bi se osigurao dugoročan i prosperitetan razvoj turizma.

### **3.3. Dionici uključeni u proces razvoja turizma**

Turizam ima izraženi interdisciplinirani karakter koji determinira njegovu povezanost s brojnim sektorima, od ugostiteljstva do prometa, trgovine, kulture, sporta i drugih. Organizacijski sustav turizma kompleksan je jer uključuje brojne čimbenike iz javnog i privatnog sektora. Cilj je uspostaviti strukturu koja će omogućiti suradnju svih aktera u turizmu kako bi se osigurao njegov razvoj. U turizmu postoje različiti subjekti koji su raznovrsni i različiti, što turizam čini bogatim i raznolikim. Ovi subjekti formiraju hijerarhijsku strukturu koja povezuje slične subjekte okomito, ali istovremeno postoji i povezivanje raznolikih subjekata vodoravno. Kvalitetan sustav organizacije turizma zahtijeva čvrste međusobne veze između svih sudionika, jasno definirane nadležnosti te odgovornosti i stručnost svih uključenih subjekata.<sup>66</sup>

U svrhu postizanja odgovornog i održivog razvoja turizma potrebna je komunikacija, koordinacija i suradnja svih dionika prilikom donošenja odluka na svim razinama. Ti dionici mogu biti nacionalne vlade, lokalne i regionalne samouprave, turističke zajednice, privatni subjekti, lokalno stanovništvo te turisti.

---

<sup>65</sup> Kružić, N. (2004.), Turizam i okoliš. *Tourism nad hospitality management*, 10 (2), 97-100, str. 98

<sup>66</sup> Čavlek, N. et al. (2011), op. cit., str. 86

### **3.3.1. Dionici na nacionalnoj razini**

Najizraženiji oblik državnog intervencionizma u turizmu očituje se usvajanjem zakona koji se direktno i indirektno odnose na turizam i ugostiteljstvo. Također, država poduzima korake kao što su osnivanje strukovnih škola sa svrhom obrazovanja u okviru turističkog sektora, kao i osnivanje kreditnih institucija koje potiču razvoj turističke infrastrukture.<sup>67</sup>

Tijela državne uprave upravljaju turizmom u skladu s važećim zakonima i obično su odgovorna za različite aspekte turističke politike te se nazivaju nositeljima turističke politike.

Turistička politika obuhvaća skup mjera koje država svjesno provodi kako bi utjecala na razvoj i unaprjeđenje turizma. Koristeći različite instrumente, turistička politika ima za cilj poticanje dinamičnog razvoja turizma, održavanje njegove konkurentske pozicije na tržištu, zadovoljenje turističkih potreba, zaštitu turističkih resursa te postizanje ekonomskih i društvenih ciljeva kao i stvaranje povoljnih uvjeta za profitabilno poslovanje turističkih subjekata.<sup>68</sup>

U Republici Hrvatskoj glavni nositelji turističke politike su Ministarstvo turizma i sporta te Hrvatska turistička zajednica.

#### **3.3.1.1. Ministarstvo turizma i sporta**

Ministarstvo turizma i sporta ima za odgovornost raznovrsne upravne i druge zadatke koji se tiču turizma i sporta u Republici Hrvatskoj. To uključuje vođenje turističke politike zemlje i implementaciju strategije razvoja hrvatskog turizma. Ministarstvo se bavi sljedećim poslovima:<sup>69</sup>

- Poticanje investicija i razvoja turizma
- Promicanje i razvoj različitih specifičnih oblika turizma
- Podupiranje razvoja malih i srednjih poduzetnika u turizmu i ugostiteljstvu
- Unaprjeđenje kvalitete smještajnih objekata
- Poticanje održivog razvoja turizma
- Promocija hrvatskog turizma unutar zemlje i u inozemstvu

---

<sup>67</sup> Čavlek, N. et al. (2011), op. cit., str. 85

<sup>68</sup> Predrag, U. (2015), „Turistička politika i mogući pravci razvoja turizma u Srbiji”, Ekonomija: teorija i praksa, 8(1), 16-31, str. 20

<sup>69</sup> Ministarstvo turizma i sporta (2022.), Provedbeni program Ministarstva turizma i sporta za razdoblje 2021. - 2024. [e-publikacija], preuzeto 18. kolovoza 2023. s [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA\\_2020\\_MINTIS/dokumenti/201231\\_provedbeni\\_p\\_mints.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_MINTIS/dokumenti/201231_provedbeni_p_mints.pdf)



- Praćenje turističke statistike
- Uvođenje međunarodnih standarda kvalitete usluga

Također, turizam zauzima značajno mjesto među prioritetima javnih politika u okviru Strateškog cilja 1. „Konkurentno i inovativno gospodarstvo“ u prijedlogu Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine. Nacionalna razvojna strategija predstavlja ključni nacionalni strateški dokument koji definira smjernice za budući razvoj turizma. Naglasak je stavljen na prioritetne javne politike koje će doprinijeti stvaranju održivog, inovativnog i otpornog turizma. Glavni je cilj Strategije postići održivi razvoj turizma implementacijom specifičnih javnih politika, a one uključuju:<sup>70</sup>

- Poticanje investicija usmjerenih prema održivom i niskougljičnom rastu turizma
- Povećanje pozitivnog utjecaja turizma na ostale sektore poput poljoprivrede, digitalizacije, prometa, energije i okoliša
- Produženje turističke sezone i kreiranje dodatnih sadržaja
- Smanjenje administrativnih prepreka i poboljšanje pristupa javnoj infrastrukturi
- Promoviranje Hrvatske kao sigurne i zdrave destinacije s raznolikom i visokokvalitetnom turističkom ponudom
- Povećanje broja smještajnih kapaciteta visoke kvalitete

### **3.3.1.2. Hrvatska turistička zajednica**

Hrvatska turistička zajednica predstavlja nacionalnu turističku organizaciju koja je osnovana sa svrhom izgradnje i širenja prepoznatljivosti i reputacije hrvatskog turizma unutar zemlje, ali i diljem svijeta. Njene aktivnosti obuhvaćaju formuliranje i izvođenje strategije za promociju, iniciranje i realizaciju zajedničkih marketinških aktivnosti koje su od koristi svim turističkim dionicima te unaprjeđivanje ukupne kvalitete turističke ponude Hrvatske.<sup>71</sup>

Hrvatska turistička zajednica ima širok opseg zadaća koje uključuju:<sup>72</sup>

<sup>70</sup> Ministarstvo turizma i sporta (2021.), Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine [e-publikacija], preuzeto 18. kolovoza 2023. s

[https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022\\_dokumenti/220721\\_strategija\\_spuo\\_2030.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/220721_strategija_spuo_2030.pdf)

<sup>71</sup> Hrvatska turistička zajednica (b.d.), O nama, preuzeto 17. kolovoza 2023. s <https://www.htz.hr/hr-HR/opce-informacije/o-nama>

<sup>72</sup> Hrvatska turistička zajednica (2021.), Statut hrvatske turističke zajednice [e-publikacija], preuzeto 18. kolovoza 2023. s [https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-01/Statut%20Hrvatske%20turisti%C4%8Dke%20zajednice\\_NN.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-01/Statut%20Hrvatske%20turisti%C4%8Dke%20zajednice_NN.pdf)

- Stvaranje, upravljanje i jačanje prepoznatljivog identiteta hrvatskog turizma
- Provođenje marketinških strategija na nacionalnoj razini
- Donošenje strateških i operativnih marketinških planova za hrvatski turizam
- Uspostava sustava upravljanja kvalitetom
- Provođenje istraživanja turističkog tržišta
- Razvoj i pozicioniranje turističkih proizvoda
- Sudjelovanje u projektima financiranim iz EU fondova
- Razvoj specifičnih oblika turizma
- Izvještavanje o turističkim rezultatima
- Organizacija edukacija i stručnih skupova
- Osnivanje i upravljanje predstavništva u inozemstvu

### **3.3.2. Dionici na lokalnoj razini**

#### **3.3.2.1. Regionalna i lokalna samouprava**

Regionalna i lokalna samouprava, kao što su gradovi i općine te njihova upravna tijela, imaju obavezu organizirati, definirati i stvoriti temelje i uvjete za poticanje ekonomskog razvoja. To prije svega uključuje izgradnju komunalne infrastrukture i uspostavljanje poticajnih uvjeta u smislu poreznih mehanizama, sa svrhom podupiranja ekonomskog rasta, zadovoljenja općih interesa svih uključenih dionika te zaštite okoliša.

Unutar takve ekonomske strategije, županije, gradovi i općine imaju ključnu ulogu u tri glavna područja, a to su upravljanje prostorom, izgradnja komunalne infrastrukture i stvaranje financijskih okvira i drugih uvjeta za gospodarstvo.

Jedna od osnovnih i najosjetljivijih funkcija lokalne uprave je upravljanje prostornim resursima. Važno je istaknuti potrebu za očuvanjem prirodnih ljepota, posebnosti i prednosti turističke destinacije, uz istovremeno valoriziranje i naglašavanje tih posebnosti. Politika upravljanja prostorom treba osigurati zaštitu prostora i ljudi od oštećenja, degradacije i onečišćenja, dok istodobno unaprjeđuje postojeću kvalitetu. Druga je ključna odgovornost planiranje, organiziranje i poticanje izgradnje komunalne infrastrukture koja predstavlja temeljnu pretpostavku za ekonomski razvoj. Usklađivanje gospodarskog i urbanog razvoja s

kapacitetima infrastrukture znači da bi izgradnja novih gospodarskih i urbanih objekata trebala biti praćena izgradnjom potrebne komunalne infrastrukture. Treća se uloga odnosi na stvaranje financijskih okvira i stvaranja drugih uvjeta za poticanje gospodarstva, implementaciju turističkih razvojnih planova za destinaciju kroz primjenu posebnih mjera i programa podrške.<sup>73</sup>

U županijama djeluju uredi državne uprave koji obavljaju upravne i stručne poslove vezane za turizam. U ovim regionalnim tijelima obično je odjel za gospodarstvo odgovoran za poslove vezane za turizam, a među zadacima koje provode regionalne samouprave za turizam ističu se registracija i vođenje evidencije gospodarskih subjekata u turizmu te praćenje njihovih statističkih podataka.<sup>74</sup>

### **3.3.2.2. Lokalno stanovništvo**

Lokalno stanovništvo igra ključnu ulogu u napretku turizma određene destinacije zato što ima veliki interes za njen razvoj, uz saznanje da nepravilno korištenje resursa i nepovoljne upravljačke odluke mogu dovesti do uništenja vrijednosti u njihovom okruženju. Očuvanje kvalitete života lokalnog stanovništva mora biti prioritet prilikom razvoja turizma u destinaciji, jer neadekvatno upravljanje može dovesti do gubitka domicilnog stanovništva koji inače trebaju biti ključni dionici u ekonomskom napretku.

Prisutnost turista u turističkoj destinaciji može imati različite utjecaje na lokalno stanovništvo, kako i pozitivne tako i negativne. Pozitivni utjecaji uključuju ponos u vezi vlastite povijesti i tradicije, zadovoljstvo napretkom destinacije i njezinih stanovnika te povećanje samopouzdanja. S druge strane, negativni utjecaji mogu uključivati osjećaj gubitka osobnog prostora, netrpeljivost prema turistima, nelagodu zbog gužvi i buke uzrokovane turističkim aktivnostima i kretanjem. Bitno je istaknuti da se snaga tih utjecaja može znatno razlikovati i da često mogu biti mješavina pozitivnih i negativnih doživljaja.<sup>75</sup>

Stavovi stanovnika mogu biti oblikovani različitim prednostima koje donosi turistički razvoj kao što su povećanje prihoda, izgradnja infrastrukture, podrška malom poduzetništvu i promocija autohtonih resursa. No isto tako, nedostaci ovog razvoja mogu uključivati

---

<sup>73</sup> Mičetić Fabić, M. (2017.), Uloga lokalne samouprave u planiranju i promicanju održivog razvoja turističke destinacije, doktorski rad, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, str. 34

<sup>74</sup> Čavlek, N. et al. (2011), op. cit., str. 96

<sup>75</sup> Rudan, E (2012.), Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma destinacije. *Tranzicija*, 14(29), 58-67, str. 62

iseljavanje lokalnog stanovništva, prekoračenje kapaciteta prihvata, degradaciju prirodnih i kulturnih resursa te gubitak autohtonosti.

Prilikom planiranja razvoja destinacije, potrebno je prije svega na prvo mjesto staviti želje, potrebe te zahtjeve lokalnog stanovništva kako bi se osigurao održivi i kvalitetni razvoj turizma, pri čemu će se smanjiti negativan utjecaj nedostataka i negativnih stavova lokalnog stanovništva prema turizmu.

### **3.3.2.3. Turisti**

Posjetitelje, bili oni turisti ili izletnici, je potrebno promatrati kao ključne dionike u razvoju i odvijanju turizma. Turisti dolaze posjetiti atrakcije, pri čemu troše svoja financijska sredstva te imaju mogućnost promovirati atrakcije, bilo je da riječ o pozitivnom ili negativnom iskustvu.

Turisti su suštinski pokretači turizma, budući da bez njih turizam ne bi bio ni moguć. Njihov je utjecaj raznolik i obuhvaća aspekte kao što su stvaranje radnih mjesta, generiranje prihoda i širenje kulturnih utjecaja. Unatoč pozitivnim aspektima, turistički utjecaj može imati i negativne posljedice u vidu onečišćenja okoliša i oštećivanja prirodnih resursa. Različitost kultura također može dovesti do neslaganja s lokalnim stanovništvom, što može stvoriti negativan utjecaj.

Razvoj turizma u destinaciji temeljen je na ključnim pretpostavkama kao što su prostor, turistički resursi, prometna povezanost i infrastruktura te ugostiteljstvo. Prostor i atraktivnost destinacije igraju ključnu ulogu u privlačenju turista, dok turistički resursi predstavljaju glavnu osnovu za razvoj. Ugostiteljstvo pruža osnovne usluge turistima, a prometna povezanost omogućuje dolazak i kretanje turista u destinaciji. Uspješan razvoj turizma zahtijeva usklađivanje kvalitete primarne i sekundarne turističke ponude, a razumijevanje ovih pretpostavki neophodno je za uspješno planiranje i razvoj turizma u destinacijama.

Nadalje, razvoj turizma ima dubok i kompleksan utjecaj na destinacije, obuhvaćajući gospodarstvo, društvo, kulturu, politiku i ekologiju. Utjecaji koji proizlaze iz razvoja turizma donose brojne koristi, ali i negativne posljedice koje zahtijevaju pažljivo planiranje i upravljanje. Utjecaj turizma na destinaciju ovisi o brojnim faktorima, uključujući karakteristike turista i same destinacije, a sveobuhvatno razumijevanje ovih dinamika ključno je za postizanje odgovornog i optimalnog turističkog razvoja. Osim toga, postizanje odgovornog razvoja podrazumijeva usklađivanje interesa i suradnju između nacionalnih i lokalnih vlasti, turističkih

zajednica, pružatelja usluga, lokalne zajednice i turista. Turizam može donijeti brojne koristi destinacijama, ali samo odgovornim pristupom i suradnjom svih dionika moguće je osigurati pozitivan utjecaj na društvo, gospodarstvo i okoliš.

## 4. ANALIZA REZULTATA PRIMARNOG ISTRAŽIVANJA

Požeško-slavonska županija smještena je na istočnom dijelu Hrvatske, u središnjem dijelu Slavonije, između Slavonske Podravine na sjeveru i Slavonske Posavine na jugu. Podijeljena je na dvije glavne regije – Požešku kotlinu i Pakračko-lipički kraj. Ukupna površina županije iznosi 1.815,23 km<sup>2</sup>, što čini 3,21% ukupne kopnene površine Hrvatske. Prema popisu stanovništva iz 2021. godine, u Županiji živi 64.420 stanovnika. Po veličini, Požeško-slavonska županija je 15. županija u Hrvatskoj, dok je po broju stanovnika na 20. mjestu. Prosječna gustoća naseljenosti u Županiji iznosi 35,34 stanovnika po kvadratnom kilometru, a samo pet županija ima nižu gustoću naseljenosti.<sup>76</sup> Županija se administrativno sastoji od pet gradova: Kutjevo, Lipik, Pakrac, Pleternica i Požega, te pet općina: Brestovac, Čaglin, Jakšić, Kaptol i Velika. Ukupno, unutar pet gradova, nalazi se 154 naselja, dok se preostalih 123 nalazi unutar pet općina. Sjedište Požeško-slavonske županije je u gradu Požegi.<sup>77</sup>

### 4.1. Analiza makroekonomskog okruženja Požeško-slavonske županije

Temeljni pokretači gospodarskog napretka u Požeško-slavonskoj županiji su poljoprivreda i prerađivačka industrija. Najizraženiji sektori industrije uključuju metaloprerađivačku, drvnoprerađivačku i prehrambenu, dok manji dio obuhvaća tekstilnu, proizvodnju i preradu nemetalnih mineralnih proizvoda te električne opreme. Gospodarstvo Županije ima tradiciju izvoza prema tržištima diljem Europe i svijeta, s naglaskom na oko 30 različitih tržišta. Tvrtke iz prerađivačkog sektora svoje proizvode plasiraju na tržišta Italije, Njemačke i Austrije, dok poljoprivredni sektor svoje proizvode najviše izvozi u Bosnu i Hercegovinu te Srbiju. U potencijalima investiranja ističu se obilni prirodni resursi, dugotrajna tradicija poljoprivredne proizvodnje, mogućnosti razvoja ruralnog turizma te potencijal za promociju Požeško-slavonske županije kao destinacije za vinski turizam. Na području Županije nalazi se 12 poduzetničkih zona s ukupnom površinom od 400 hektara, opremljenih potrebnom infrastrukturom. Ove su zone iznimno privlačne za domaće i strane investitore zahvaljujući izuzetno povoljnim uvjetima i stalnoj podršci od strane institucija. Očituje se veliki potencijal

---

<sup>76</sup> Požeško-slavonska županija (2021.), Plan razvoja Požeško-slavonske županije za razdoblje 2021. – 2027. godine [e-publikacija], str. 7, preuzeto 17. kolovoza 2023. s <https://www.panora.hr/wp-content/uploads/2022/06/PRILOG-2.-Osnovna-analiza-PSZ-.pdf>

<sup>77</sup> Ibid., str. 8

za razvoj i snažna podrška investicijama, što je jasno vidljivo iz stalnog rasta izravnih stranih ulaganja.<sup>78</sup>

U Tablici 10 prikazani su temeljni pokazatelji kao što su površina i broj stanovnika, BDP, nezaposlenost, prihod i dobit poduzetnika i sl.

**Tablica 10 Temeljni pokazatelji razvijenosti gospodarstva**

Pokazatelj	Vrijednost
Površina, km <sup>2</sup>	1.823
Broj stanovnika (2021.)	64.420
BDP, tis. EUR (2020.)	502.515,26
BDP p/c, EUR (2020.)	7.713,97
Prosječna mjesečna neto plaća, EUR (2021.)	852
Broj nezaposlenih (2022.)	2.534
Stopa nezaposlenosti, % (2022.)	11,9%
Prihodi poduzetnika, mil. EUR (2020.)	623
Dobit poduzetnika, mil. EUR (2020.)	18,18
Inozemna izravna ulaganja , mil. EUR(1993. – 2021.)	48,9

Izvor: Prilagođeno prema HGK (2021.), Županije - razvojna raznolikost i gospodarski potencijali [e-publikacija], str. 80, preuzeto 18. kolovoza 2023. s <https://www.hgk.hr/documents/analiza-zupanija-2021-f-web61e92db81b50d.pdf>

Vrijednost bruto domaćeg proizvoda (BDP) odražava proizvodnu sposobnost određene zemlje ili regije, tj. ukupnu vrijednost dobara i usluga proizvedenih tijekom jedne godine. BDP se izračunava na temelju tržišne vrijednosti tih proizvoda i usluga, a kako bi se dobila preciznija slika trendova u vremenskom razdoblju, često se analizira u konstantnim cijenama kako bi se neutralizirao utjecaj inflacije na njegovu dinamiku. Ovom metodom dobivamo realnu stopu rasta ili pada BDP-a, što je čest i važan makroekonomski indikator.<sup>79</sup> BDP, kako Županije, tako i cijele Hrvatske, u konstantnom je porastu u promatranom razdoblju. 2020. godine BDP

<sup>78</sup> HGK (2021.), Županije - razvojna raznolikost i gospodarski potencijali [e-publikacija], str. 80, preuzeto 18. kolovoza 2023. s <https://www.hgk.hr/documents/analiza-zupanija-2021-f-web61e92db81b50d.pdf>

<sup>79</sup> Ibid., str. 11

Požeško-slavonske županije iznosio je 502.515,26 eura, što čini oko 1% ukupnog BDP-a Hrvatske. Tablica 11 prikazuje kretanje BDP-a Hrvatske i Županije u razdoblju od pet godina.

**Tablica 11 Usporedba BDP-a Hrvatske i Požeško-slavonske županije po godinama**

Godina	BDP Požeško-slavonske županije, EUR	BDP Hrvatske, EUR
2015.	448.458,32	45.282.304,32
2016.	463.365,47	47.363.354,16
2017.	477.396,88	50.009.996,12
2018	516.611,89	52.776.255,52
2019.	547.980,82	55.677.350,82
2020.	502.515,26	50.460.512,82

Izvor: Državni zavod za statistiku (2023.), Geostat na dan: 17.08.2023 [podatkovni dokument], preuzeto s <https://geostat.dzs.hr/>

Bruto domaći proizvod po stanovniku odražava razinu proizvodne razvijenosti određene zemlje ili regije te označava ukupnu vrijednost svih roba i usluga proizvedenih u nekoj zemlji ili regiji tijekom jedne godine, podijeljenu s ukupnim brojem stanovnika. Veći BDP p/c ukazuje na veću prosječnu ekonomsku aktivnost ili bogatstvo po stanovniku, dok niži BDP p/c ukazuje na manju ekonomsku aktivnost ili niže prosječno bogatstvo.<sup>80</sup>

**Tablica 12 Usporedba BDP-a p/c Hrvatske i Požeško-slavonske županije po godinama**

Godina	BDP p/c Požeško-slavonske županije, EUR	BDP p/c Hrvatske, EUR
2015.	6.093,54	10.761,02
2016.	6.448,8	11.351,47
2017.	6.837,29	12.109,39
2018	7.612,91	12.900,99
2019.	8.262,55	13.689,34
2020.	7.713,97	12.467,82

Izvor: Državni zavod za statistiku (2023.), Geostat na dan: 17.08.2023 [podatkovni dokument], preuzeto s <https://geostat.dzs.hr/>

<sup>80</sup> HGK (2021.), Županije - razvojna raznolikost i gospodarski potencijali [e-publikacija], str. 13 preuzeto 18. kolovoza 2023. s <https://www.hgk.hr/documents/analiza-zupanija-2021-f-web61e92db81b50d.pdf>



Kao i u prethodnom slučaju, iz Tablice 12 se može zaključiti kako je BDP per capita i Hrvatske i Požeško-slavonske županije u rastu za promatrano razdoblje. Izuzetak je bio 2020. godine, kada je BDP p/c u padu za 0,91% na razini Hrvatske, odnosno 0,93% na razini Županije u odnosu na 2019. godinu. BDP per capita u Požeško-slavonskoj županiji je iznosio 7.713,97 eura u 2020. godini.

Nezaposlenost predstavlja jedan od ključnih makroekonomskih indikatora, koji mjeri postotak radno sposobnog stanovništva koje nije uključeno u aktivan radni odnos. Ovaj je pokazatelj vrlo važan za analizu ekonomske aktivnosti, stupnja razvoja te kvalitete života stanovništva u određenom području.<sup>81</sup> U Tablici 13 prikazan je broj nezaposlenih te stopa registrirane nezaposlenosti na razini Hrvatske i Požeško-slavonske županije.

**Tablica 13 Prikaz broja nezaposlenih osoba u Hrvatskoj i Požeško-slavonskoj županiji**

Godina	Požeško-slavonska županija		Republika Hrvatska	
	Nezaposleni	Stopa nezaposlenosti, %	Nezaposleni	Stopa nezaposlenosti, %
<b>2016.</b>	5.109	22,8	241.860	14,4
<b>2017.</b>	4.174	19,0	193.967	11,6
<b>2018.</b>	3.445	16,5	153.542	9,2
<b>2019.</b>	2.703	12,7	128.650	7,6
<b>2020.</b>	2.756	12,9	150.824	8,9
<b>2021.</b>	2.695	12,9	136.816	8,0
<b>2022.</b>	2.534	11,9	116.127	6,7

Izvor: Državni zavod za statistiku (2023.), Geostat na dan: 17.08.2023 [podatkovni dokument], preuzeto s <https://geostat.dzs.hr/>

Prema podacima iz Tablice 13, vidljivo je kako je u promatranom razdoblju nezaposlenost, isto kao i stopa nezaposlenosti, u padu s iznimkom za 2020. godinu. Na području Županije u promatranom razdoblju od 6 godina, nezaposlenost i stopa nezaposlenosti se skoro prepolovila pa je tako u 2022. godini Županija brojala 2.534 nezaposlenih, sa stopom od 11,9%. Uz poboljšanje uvjeta zapošljavanja i poduzetničkih mogućnosti, na smanjenje stope nezaposlenosti uvelike je utjecala i snažna emigracija domaćeg stanovništva u inozemstvo. Nezaposleni u Požeško-slavonskoj županiji čine oko 2% ukupno nezaposlenih u Hrvatskoj.

<sup>81</sup> Bejaković, P. (2003), Nezaposlenost. Financijska teorija i praksa, 27 (4), 659-661, str. 659

Ovi podaci, između ostaloga, mogu ukazivati na nedostatak radnih mjesta, nedostatak investicija i financijsku nesigurnost unutar poslovnog sektora.

Na teritoriju Požeško-slavonske županije početkom 2023. godine evidentirano je ukupno 2.823 poslovnih subjekata. Detaljni podaci o pravnim subjektima prema njihovom pravnom statusu prikazani su u Tablici 14.

**Tablica 14** Struktura poslovnih subjekata Požeško-slavonske županije, stanje 31. ožujka 2023.

<b>Redni broj</b>	<b>Pravni status</b>	<b>Republika Hrvatska</b>	<b>Požeško- slavonska županija</b>	<b>Udio PSŽ u RH, %</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1.</b>	<b>Registrirane pravne osobe</b>	328.128	2.823	0,86
<b>1.1.</b>	<b>Trgovačka društva</b>			
	<b>Registrirane</b>	249.654	1.608	0,64
	<b>Aktivne</b>	142.404	1.017	0,71
<b>1.2.</b>	<b>Zadruge</b>			
	<b>Registrirane</b>	3.570	53	1,48
	<b>Aktivne</b>	693	7	1,01
<b>1.3.</b>	<b>Ustanove, tijela, udruge, fondovi i organizacije</b>	74.904	1.162	1,55
	<b>Registrirane</b>			
<b>2.</b>	<b>Obrti i djelatnosti slobodnih profesija</b>	92.133	1.141	1,23

Izvor: Državni zavod za statistiku (2023.), Geostat na dan: 17.08.2023 [podatkovni dokument], preuzeto s <https://geostat.dzs.hr/>

Od ukupnog broja poslovnih subjekata, njih 1.608 registrirano je kao trgovačka društva, pri čemu je 1.017 trgovačkih društava aktivno u poslovanju. Ukupno je registrirano 53 zadruga, od kojih je njih 7 aktivno. Nadalje, evidentirano je 1.162 ustanova i 1.141 subjekata u sektorima obrta i slobodnih zanimanja. Udio poslovnih subjekata u Požeško-slavonskoj županiji u ukupnom broju poslovnih subjekata u Republici Hrvatskoj iznosi 0,86%.

Financijski rezultati poslovanja poduzetnika prikazani su podacima kao što su broj poduzetnika, broj zaposlenih, ukupan prihod i dobit. Rezultati financijskog poslovanja poduzetnika u 2020. godini pokazuju trend povećanja broja poduzetnika, uz istovremeno smanjenje broja zaposlenih u odnosu na 2019. godinu. Primjetno je i poboljšanje ukupnog rezultata poslovanja na razini županije u iznosu od 7 milijuna eura, dok se na razini države dobit smanjila. Detaljni podaci financijskih pokazatelja poslovanja poduzetnika prikazani su u Tablici 15.

**Tablica 15 Financijski pokazatelji poslovanja poduzetnika**

	<b>2019. godina</b>	<b>2020. godina</b>
<b>Republika Hrvatska</b>		
<b>Broj poduzetnika</b>	136.260	139.009
<b>Broj zaposlenih</b>	969.776	947.874
<b>Ukupan prihod, mil. EUR</b>	105.664	98.724
<b>Dobit/gubitak razdoblja, mil. EUR</b>	4.151	2.783
<b>Požeško-slavonska županija</b>		
<b>Broj poduzetnika</b>	962	979
<b>Broj zaposlenih</b>	9.028	8.567
<b>Ukupan prihod, mil. EUR</b>	623	636
<b>Dobit/gubitak razdoblja, mil. EUR</b>	18	25

Izvor: HGK (2021.), Županije - razvojna raznolikost i gospodarski potencijali [e-publikacija], str. 17, preuzeto 18. kolovoza 2023. s <https://www.hgk.hr/documents/analiza-zupanija-2021-f-web61e92db81b50d.pdf>

U gospodarstvu Požeško-slavonske županije djeluje ukupno 2007 gospodarskih subjekata. Velika trgovačka društva čine samo 0,25% ukupnog broja gospodarskih subjekata, dok su najrasprostranjeniji i najvažniji oblici malog gospodarstva obrti i mikro trgovačka društva koji čine 94.17% svih gospodarskih subjekata na području Županije. U Tablici 16 napravljen je prikaz strukture gospodarskih subjekata prema veličini.

**Tablica 16** Struktura gospodarstva Požeško-slavonske županije prema veličini gospodarskih subjekata u 2019. godini

Gospodarski subjekti	Broj
<b>1. Obrtnici</b>	1.045
<b>2. Mikrotrgovačka društva</b>	845
<b>3. Mala trgovačka društva</b>	97
<b>4. Srednja trgovačka društva</b>	15
<b>Malo gospodarstvo (2+3+4)</b>	957
<b>5. Velika trgovačka društva</b>	5
<b>Ukupno gospodarstvo (1+2+3+4+5)</b>	2007

Izvor: Požeško-slavonska županija (2021.), Plan razvoja Požeško-slavonske županije za razdoblje 2021. – 2027. godine [e-publikacija], str. 43, preuzeto 18. kolovoza 2023. s <https://www.panora.hr/wp-content/uploads/2022/06/PRILOG-2.-Osnovna-analiza-PSZ-.pdf>

#### **4.2. Analiza potencijala razvoja turizma na prostoru Požeško-slavonske županije**

Požeško-slavonska županija nudi raznolike atrakcije koje privlače pažnju kako domaćih posjetitelja, tako i stranih turista. Na prvom mjestu ističu se Park prirode Papuk, koji je pod zaštitom UNESCO-a zbog svoje bogate geološke baštine. Osim toga, Kutjevačko vinogorje predstavlja jedno od najpoznatijih hrvatskih vinogradskih područja, privlačeći ljubitelje vina. Grad Požega ponosi se Trgom Svetog Trojstva, koji se ističe kao jedan od najljepših baroknih trgova u Hrvatskoj. Također, Požega je domaćin manifestacijama kao što su Zlatne žice Slavonije, koja njeguje autentičan slavonski glazbeni izričaj.

U Lipiku se nalazi jedno od povijesno najvažnijih hrvatskih lječilišta, a čitava povijesna jezgra Lipika s kupališnim kompleksom čini zaštićenu urbanističku cjelinu nacionalnog značaja. Osim toga, Lipik je domaćin događanjima poput Ajvar festa i Sajma cvijeća.

Papučke gore dominiraju pejzažem te pružaju izvrsne mogućnosti za planinarenje i aktivnosti na otvorenom. Uz to, regija nudi niz drugih prirodnih atrakcija poput jezera, rijeka i šumovitih područja.

Ni kulturna baština nije zanemarena. Gradovi poput Požege, Lipika i Pakraca čuvaju povijesne jezgre, crkve i građevine. Brojni dvorci, poput onih u Kutjevu i Trenkovu, dodatno bi obogatili turističku ponudu uz kvalitetno uređenje.

Sakralni objekti, poput požeške katedrale i crkvi posvećenih različitim svetim osobama, pružaju uvid u duhovnu dimenziju regije. Muzeji, kao što su Dijecezanski muzej u Požegi i Gradski muzej u Pakracu, čuvaju vrijedne artefakte i priče regije.

Turistički potencijal dodatno je obogaćen događajima poput Lipik 3x3 Challengea, koji privlači svjetske sportske entuzijaste, te biciklističkim rutama koje omogućuju istraživanje prirode i krajolika.

Požeško-slavonska županija okružena je prirodnim ljepotama, bogatom kulturnom baštinom i raznolikim događanjima te pruža širok spektar iskustva za svakog posjetitelja, zbog čega posjeduje izniman potencijal da postane prepoznatljiva i poznata turistička destinacija.

Turizam u Požeško-slavonskoj županiji bilježi kontinuirani rast dolazaka i noćenja turista, privlačeći sve veći broj posjetitelja koji žele istražiti prirodne ljepote, kulturnu baštinu i raznolike događaje regije. Dolasci i noćenja turista postali su značajni pokazatelji razvoja turizma u ovoj regiji.

**Tablica 17 Dolasci i noćenja turista u Požeško-slavonskoj županiji**

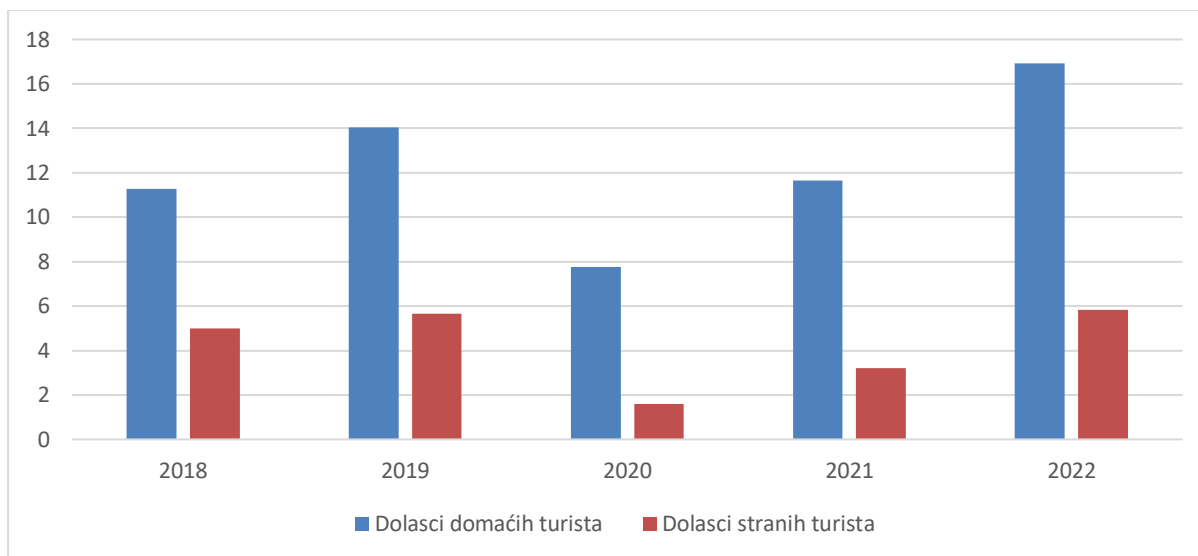
	<b>Dolasci</b>	<b>Noćenja</b>
<b>2018.</b>	16.252	36.134
<b>2019.</b>	19.706	41.486
<b>2020.</b>	9.347	21.399
<b>2021.</b>	14.858	37.669
<b>2022.</b>	22.763	61.067

Izvor: Državni zavod za statistiku (2023.), PC-Axis baze podataka na dan: 17.08.2023 [podatkovni dokument], preuzeto

[https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px\\_tableid=BS\\_TU18.px&px\\_path=&px\\_language=hr&px\\_db=Turizam&rxid=1a625f69-74b1-46eb-8ea2-39f7a67d0a58](https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_tableid=BS_TU18.px&px_path=&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=1a625f69-74b1-46eb-8ea2-39f7a67d0a58)

Iz Tablice 17 može se zaključiti kako su dolasci i noćenja u Županiji u stalnom rastu, osim u 2020. godini koja je obilježena COVID-19 zdravstvenom krizom te je imala veliki utjecaj na turistička kretanja na globalnoj razini. U 2022. godini ostvareno je 22.763 dolaska te 61.067 noćenja, što je porast od 65% u dolascima, odnosno porast od 61% u noćenjima.

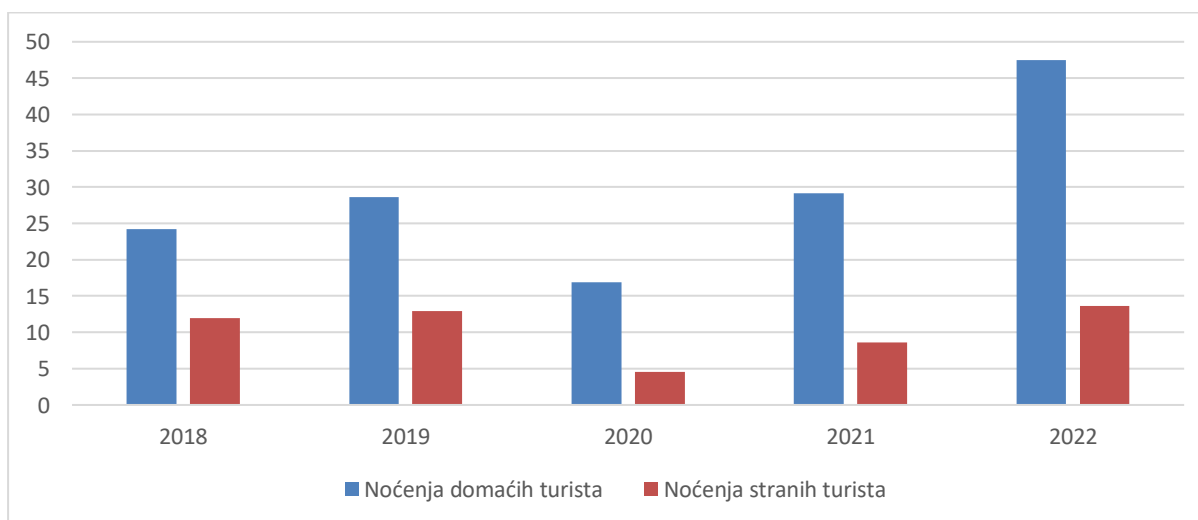
**Slika 3 Dolasci domaćih i stranih turista**



Izvor: Državni zavod za statistiku (2023.), PC-Axis baze podataka na dan: 17.08.2023 [podatkovni dokument], preuzeto s

[https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px\\_tableid=BS\\_TU18.px&px\\_path=&px\\_language=hr&px\\_db=Turizam&rxid=1a625f69-74b1-46eb-8ea2-39f7a67d0a58](https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_tableid=BS_TU18.px&px_path=&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=1a625f69-74b1-46eb-8ea2-39f7a67d0a58)

**Slika 4 Noćenja domaćih i stranih turista**



Izvor: Državni zavod za statistiku (2023.), PC-Axis baze podataka na dan: 17.08.2023 [podatkovni dokument], preuzeto s

[https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px\\_tableid=BS\\_TU18.px&px\\_path=&px\\_language=hr&px\\_db=Turizam&rxid=1a625f69-74b1-46eb-8ea2-39f7a67d0a58](https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_tableid=BS_TU18.px&px_path=&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=1a625f69-74b1-46eb-8ea2-39f7a67d0a58)

Promatrajući Slike 3 i 4, vidljivo je kako su turisti koji posjećuju Požeško-slavonsku županiju većinom domaći turisti. U 2022. godini od 22.763 ukupnih dolazaka, čak njih 16.931 otpada na domaće turiste, što čini 74% ukupnih dolazaka. Isto vrijedi i za noćenja, pa su tako domaći turisti ostvarili 77% u ukupnim noćenjima.

**Tablica 18 Dolasci i noćenja turista prema zemlji prebivališta, 2022. godina**

	<b>Dolasci</b>	<b>Noćenja</b>
<b>Austrija</b>	562	1.112
<b>Bosna i Hercegovina</b>	475	801
<b>Češka</b>	185	275
<b>Francuska</b>	149	295
<b>Njemačka</b>	961	3.220
<b>Italija</b>	414	930
<b>Slovenija</b>	553	1.223
<b>Srbija</b>	421	715
<b>SAD</b>	117	255
<b>Australija</b>	39	100
<b>Ostale zemlje</b>	1.956	4.676

IZVOR: Državni zavod za statistiku (2023.), PC-Axis baze podataka na dan: 17.08.2023 [podatkovni dokument], preuzeto

[https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px\\_tableid=BS\\_TU18.px&px\\_path=&px\\_language=hr&px\\_db=Turizam&rxid=1a625f69-74b1-46eb-8ea2-39f7a67d0a58](https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_tableid=BS_TU18.px&px_path=&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=1a625f69-74b1-46eb-8ea2-39f7a67d0a58)

Kao najvažnija emitivna turistička tržišta za Požeško-slavonsku županiju ističu se prije svega Njemačka, čiji su turisti ostvarili u 2022. godini 961 dolazak i 3.220 noćenja, što čini 23% u ukupnim noćenjima stranih turista. Osim Njemačke, značajnije dolaske i noćenja ostvarili su Slovenija, Austrija, Srbija te Bosna i Hercegovina. Kada je riječ o tržištima izvan Europe, najviše noćenja i dolazaka ostvarile su Sjedinjene Američke Države i Australija.

U Požeško-slavonskoj županiji nalazi se ukupno 122 smještajnih objekata, pri čemu prevladava privatni smještaj koji čini oko 90% svih smještajnih objekata u Županiji. Prema podacima Hrvatske turističke zajednice, Županija je 2021. godine brojala 1.180 ležaja od čega je samo njih 19 u hotelu. Nedovoljan broj i nedostatak hotela jedan je od glavnih problema s kojima se suočava Županija.

**Tablica 19** Vrsta i broj smještajnih objekata u Požeško-slavonskoj županiji

Vrsta smještajnog objekta	Broj smještajnih objekata
Apartman	44
Hotel	3
Kamp-odmorište	4
Kuća za odmor	34
Planinarski dom	1
Objekt na OPG-u	4
Prenoćište	15
Objekt za robinzonski smještaj	1
Soba za iznajmljivanje	16
<b>Ukupno</b>	<b>122</b>

Izvor: Turistička zajednica Požeško-slavonske županije (b.d.), Smještaj, preuzeto 17. kolovoza 2023. s <https://visitslavonia.hr/planiraj/smjestaj/>

Posebno je važno istaknuti da analiza snaga i slabosti, kao i identificiranje prilika i prijetnji Požeško-slavonske županije kao turističke destinacije, predstavlja temeljnu informacijsku podlogu. Ova analiza igra ključnu ulogu u oblikovanju buduće vizije i strateških ciljeva razvoja turizma na širem području. Također, omogućava precizno definiranje konkretnih projekata i inicijativa koje će služiti ostvarivanju zadanih ciljeva razvoja turizma.

Kao glavne snage razvoja turizma na području Županije ističu se bogatstvo prirodom i kulturno-povijesnim nasljeđem te sakralna baština odnosno Županija raspolaže s mnoštvo različitih resursa na temelju kojih može privlačiti turiste različitih interesa. Od slabosti se najviše ističu nedostatak prepoznatljivog turističkog identiteta koji otežava privlačenje turista te mali broj poduzetnika pri čemu bi veći broj poduzetnika potaknuo inovacije i raznolikost ponude. Kada govorimo o prilikama za razvoj turizma na području Županije, dostupnost EU fondova i interes vlade za razvoj kontinentalnog turizma su prilike koje je potrebno izdvojiti i koje bi u kombinaciji mogle rezultirati značajnim rastom turizma na području Županije, Kao glavne prijetnje, ističu se prvenstveno negativna demografska kretanja jer smanjenje lokalnog stanovništva može utjecati na turističku radnu snagu i lokalnu kulturu te pad ukupne gospodarske aktivnosti jer slabija ekonomska situacija može smanjiti sposobnost turista za putovanje i potrošnju. Detaljna SWOT analiza prikazana je u Tablici 21.



**Tablica 20 SWOT analiza razvoja turizma Požeško-slavonske županije**

<b>Snage</b>	<b>Slabosti</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Očuvanost i ljepota krajolika</li> <li>• Bogato kulturno-povijesno nasljeđe</li> <li>• Sakralna baština i svetišta</li> <li>• Potencijal termi Lipik</li> <li>• Očuvana kultura života i rada</li> <li>• Kontinuirani rast turističko prometa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak prepoznatljivog turističkog identiteta</li> <li>• Nedostatak zaokružene destinacijske ponude</li> <li>• Nedovoljan broj turističkih doživljaja</li> <li>• Niska iskorištenost smještajnih kapaciteta</li> <li>• Mali broj poduzetnika u turizmu</li> </ul>
<b>Prilike</b>	<b>Prijetnje</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sve veća segmentiranost turističke potražnje</li> <li>• Rast potražnje za turizmom posebnih interesa</li> <li>• Dostupnost EU fondova</li> <li>• Interes vlade za razvoj kontinentalnog turizma</li> <li>• Prekogranične suradnje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nastavak negativnih demografskih kretanja</li> <li>• Odumiranje sela</li> <li>• Brz razvoj konkurentskih destinacija</li> <li>• Ulaganja u financijski neisplative turističke projekte</li> <li>• Pad ukupne gospodarske aktivnosti</li> </ul>

Izvor: Turistička zajednica Požeško-slavonske županije (2019.), Marketinški plan turizma Požeško-slavonske županije 2019. – 2025. [e-publikacija], str. 28, preuzeto 18. kolovoza 2023. s <https://visitslavonia.hr/media/k12csp0c/smp-po%C5%BEE%C5%A1ko-slavonska.pdf>

### **4.3. Izvori financiranja na području Požeško-slavonske županije**

Na razini subjekata koji čine sastavni dio turističke ponude Požeško-slavonske županije, njima na raspolaganju stoje razni izvori financiranja turizma.

Kada govorimo o neformalnim izvorima financiranja oni pretežno nisu vezani za određeno mjesto, odnosno lokacija destinacije je poprilično marginalna. Skupno financiranje se provodi putem interneta, dok osobni zajam od prijatelja i obitelji isključivo ovisi o njihovom financijskom stanju i likvidnosti. Kod suradnje s privatnim investitorima ili poslovnim anđelima lokacija će imati malo veću ulogu iz razloga što je potrebno privući i uvjeriti

investitore da se isplati uložiti upravo u tu destinaciju. Iz toga razloga, svi navedeni neformalni izvori financiranja su dostupni i na području Požeško-slavonske županije.

S druge strane, na dostupnost formalnih izvora financiranja će utjecati prije svega razvijenost destinacije, ali i cijele države u gospodarskom i administrativnom smislu. Također, njihova dostupnost ovisit će o raznim programima potpora i subvencija koji se raspisuju na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini. Na području Požeško-slavonske županije nalazi se veliki broj komercijalnih banka poput Zagrebačke banke ili Hrvatske poštanske banke koje nude turističke kredite. Iako je lokacija HBOR-a u gradu Zagrebu, to ne znači da je njezin djelokrug fokusiran isključivo na to područje, već su njezine usluge dostupne i subjektima s područja Požeško-slavonske županije. Prema tome, u slučaju odabira turističkog kredita kao izvora financiranja, opcije na području Županije su mnogobrojne.

Izuzev državnih potpora i subvencija koji su dostupni, ako ispunjavaju određene uvjete, svim ponuđačima usluga na nacionalnoj razini, na području Požeško-slavonske županije postoje određene regionalne potpore koje subjekti s područja turizma mogu kvalitetno iskoristiti.

Požeško-slavonske županija raspisala je 2022. godine javni poziv za podnošenje zahtjeva za dodjelu potpora poticanja ulaganja u povećanje smještajnih kapaciteta, a financijska sredstva u iznosu od 40.000 eura osigurana su u proračunu Požeško-slavonske županije. Cilj ovog programa je poticanje na bavljenje turističkom djelatnošću sa svrhom povećanja broja smještajnih kapaciteta, povećanje kategorije smještajne ponude i povećanje turističkog prometa. Maksimalan iznos potpore po korisniku iznosi 4.000 eura, odnosno za svaki novoregistrirani turistički ležaj do 332 eura, a kod povećanja kategorije smještaja iz niže u višu kategoriju iznos potpore je 66 eura po turističkom ležaju.<sup>82</sup>

Dostupan je i javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u 2023. s područja Požeško-slavonske županije iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Sredstva iz ovog natječaja namijenjena su za projekte istraživanja i strateškog planiranja, za projekte razvoja turističkog proizvoda, za projekte komunikacije i oglašavanja, za projekte destinacijskog menadžmenta te za projekte koji se realiziraju sredstvima iz EU fondova.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup> Požeško-slavonska županija (2022.), Javni poziv – smještajni kapaciteti 2022. [e-publikacija], preuzeto s <https://www.pszupanija.hr/dokumenti/category/2-javni-pozivi.html>

<sup>83</sup> Hrvatska turistička zajednica (2023.), Javni natječaj – UTZ 2023. [e-publikacija], preuzeto s <https://www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/sredstva-za-udružene-turistické-zajednice>

Na razini regionalne vlasti, ona kroz Nacionalnu razvojnu strategiju Republike Hrvatske do 2030. godine, značajno doprinosi razvoju turizma Požeško-slavonske županije. Kroz strateški cilj 1 (NRS 2030, SC1): Konkurentno i inovativno gospodarstvo te posebni cilj 1.3.: Razviti održivi, inovativan i otporan turizam, provodi razne turističke projekte u svrhu unaprjeđenja i obogaćivanja turističke ponude uz istodobno provođenje zaštite prirodne i kulturne baštine te promocije destinacije. Donesena su 3 turistička projekta od strateškog značaja, a to su Svijet graševine, Trenkova priča i Arheološki park i kaptolski tunuli. Svi navedeni turistički projekti financiraju se iz lokalnog, regionalnog i državnog proračuna te EU fondova.<sup>84</sup>

#### **4.4. Metodologija istraživanja**

Prilikom provođenja empirijskog dijela diplomskog rada, provedeno je primarno istraživanje putem strukturiranog anketnog upitnika. Anketnim upitnikom prikupljeni su podaci o dostupnosti i isplativosti pojedinih izvora financiranja na području Požeško-slavonske županije.

#### **4.5. Uzorak istraživanja**

Anketni upitnik namijenjen je svim ponuđačima smještaja na području Požeško-slavonske županije. Anketa je poslana na e-mail adresu svih 94 ponuđača usluga smještaja koji na području Županije raspolažu s ukupno 123 smještajna objekta pri čemu je ispunjeno i vraćeno 25 anketa, a ispitivanje je provedeno u razdoblju od mjesec dana od polovice srpnja do polovice kolovoza 2023. godine.

#### **4.6. Interpretacija rezultata istraživanja**

Prva dva pitanja iz anketnog upitnika se odnose na tip i veličinu smještajnog objekata. Prema analiziranim odgovorima može se zaključiti kako većina smještajnih objekata čini privatni smještaj, a u istraživanju nije sudjelovao niti jedan hotel te samo dva prenoćišta. Detaljan prikaz vrsta smještajnog objekata 25 ispitanika nalazi se u Tablici 22.

---

<sup>84</sup> Požeško-slavonska županija (2021.), Plan razvoja Požeško-slavonske županije za razdoblje 2021. – 2027. godine [e-publikacija], str. 84 preuzeto 18. kolovoza 2023. s <https://www.panora.hr/wp-content/uploads/2022/06/PRILOG-2.-Osnovna-analiza-PSZ-.pdf>

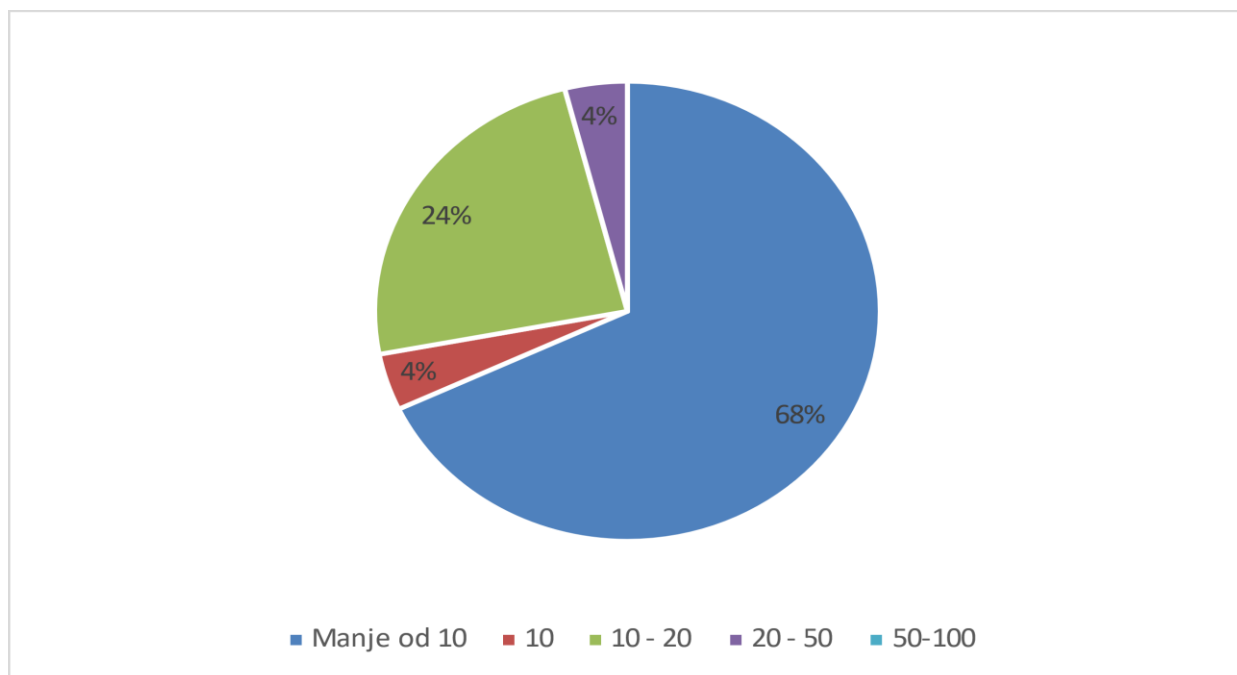
**Tablica 21** Vrsta smještajnog objekta

Vrsta smještajnog objekta	Broj
Apartman	9
Kuća za odmor	10
Soba za iznajmljivanje	4
Prenoćište	2
Hotel	0
Kamp	0

Izvor: Izradio autor na temelju provedenog istraživanja

Također, prema prikupljenim podacima, vidljivo je kako većina smještajnih objekata, njih 68%, ne raspolaže s više od 10 smještajnih kapaciteta u svome objektu. Slika 5 prikazuje veličinu smještajnih objekata ispitanika.

**Slika 5** Broj ukupno raspoloživih smještajnih kapaciteta po objektu



Izvor: Izradio autor na temelju provedenog istraživanja

Sljedeća pitanja vezana su uz vrste izvora financiranja korištenih prilikom ulaska u poduzetničke projekte, vrste izvora financiranja za unaprjeđenje i razvoj turističkih usluga, glavna ograničenja te dostatnost sadašnjih izvora financiranja za potrebe poduzeća.

Čak 76% ispitanika prilikom pokretanje poduzetničkog projekta koristilo se vlastitim sredstvima i ušteđevinama, a njih 32% se koristilo bankarskim kreditom. Od neformalnih

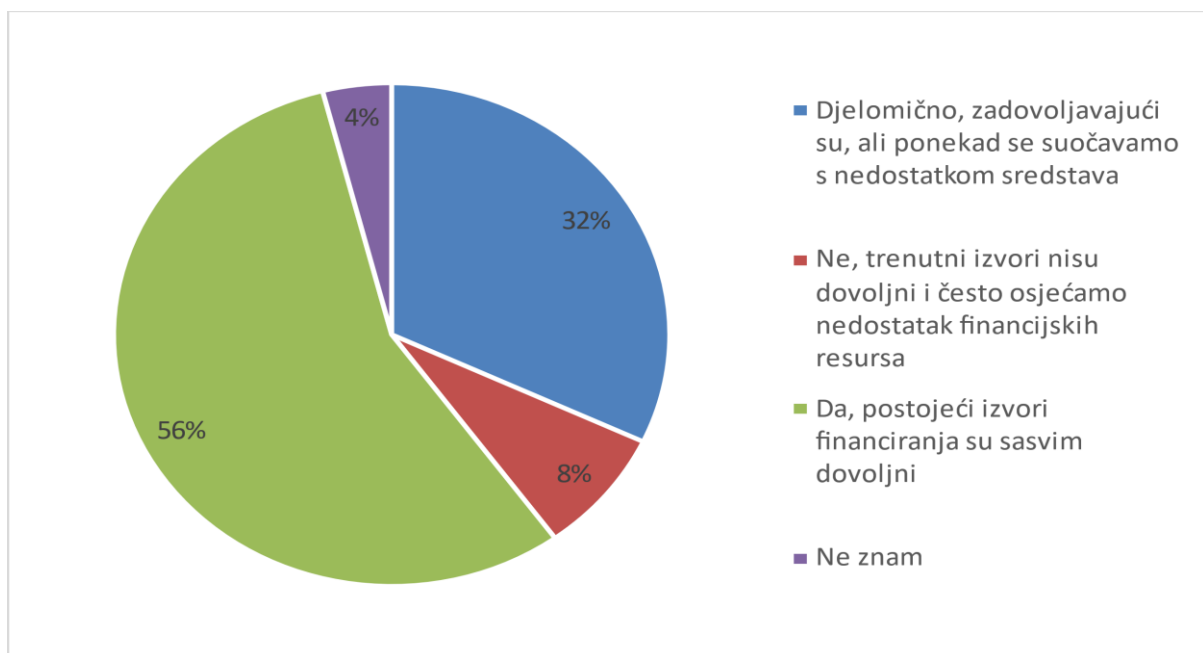
izvora financiranja jedino su korišteni zajmovi od obitelji i prijatelja, dok niti jedan ispitanik nije koristio poslovne anđele ni skupno financiranje za financiranje svojih projekata.

Što se tiče korištenja izvora financiranja za unaprjeđenje i razvoj turističkih usluga, dobit iz tekućeg poslovanja označen je kao najčešće korišteni izvor financiranja te se još mogu izdvojiti nacionalne/regionalne potpore i EU fondovi.

Kao najveće izazove prilikom financiranja ispitanici su istaknuli visoke početne troškove, nisku dostupnost javnih potpora, ograničenu podršku od strane lokalnih/regionalnih vlasti te složene administrativne postupke i birokraciju.

Nadalje, 56% ispitanika smatra kako su postojeći izvori financiranja sasvim dovoljni, njih 32% smatra da su izvori zadovoljavajući, ali se ponekad suočavaju s nedostatkom financijskih sredstava, dok njih 8% smatra kako trenutni izvori financiranja nisu dovoljni te osjećaju nedostatak financijskih sredstava.

#### Slika 6 Dostatnost postojećih izvora financiranja

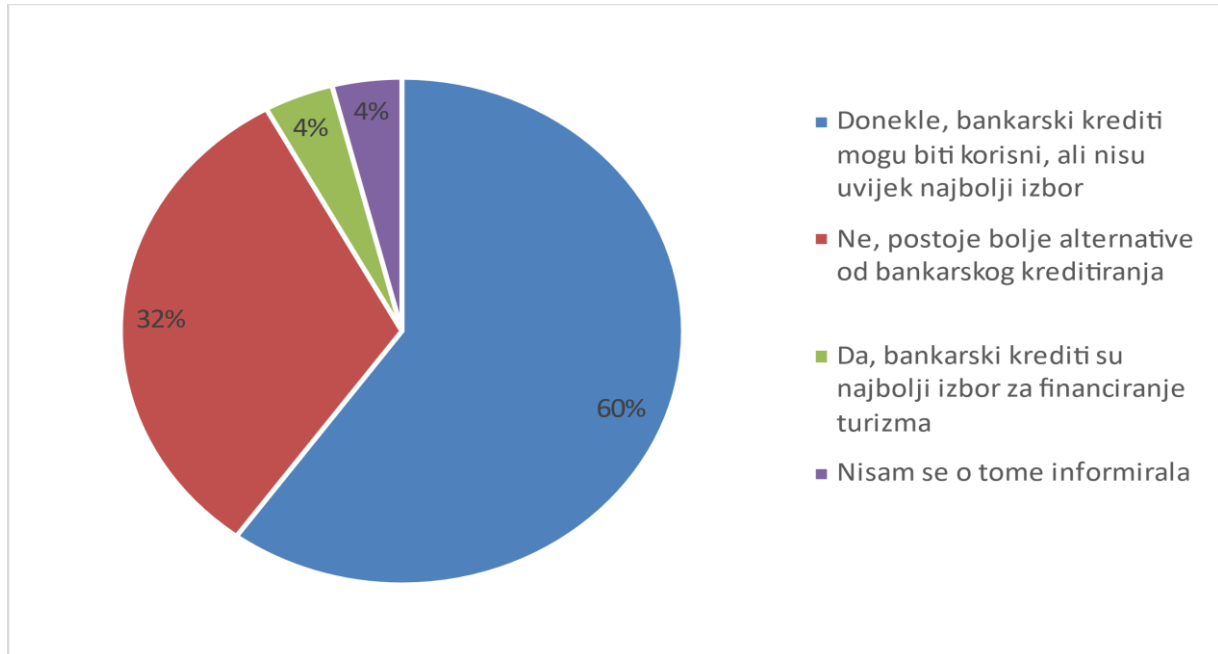


Izvor: Izradio autor na temelju provedenog istraživanja

Sljedeća pitanja odnose se na dostupnost i isplativost turističkog kredita kao mogućeg izvora financiranja. Iz zabilježenih odgovora, može se zaključiti kako kreditiranje nije najpoželjniji oblik financiranja poduzetničkih pothvata u turizmu jer čak 48% ispitanika se nije ni prijavilo za bankarski kredit, a tek njih 16% je ocijenilo postupak odobravanja kredita kao jednostavno i učinkovito iskustvo. Tek 1 ispitanik smatra kako su kamatne stope i uvjeti povoljni, dok njih

44% smatra kako kamatne stope i uvjeti nisu povoljni. Također, tek 1 ispitanik smatra da je bankarski kredit najbolji izbor za financiranje turizma, a 32% ispitanika smatra kako krediti mogu biti korisni, ali da nisu uvijek najbolji izbor.

**Slika 7 Isplativost turističkog kredita kao izvora financiranja**

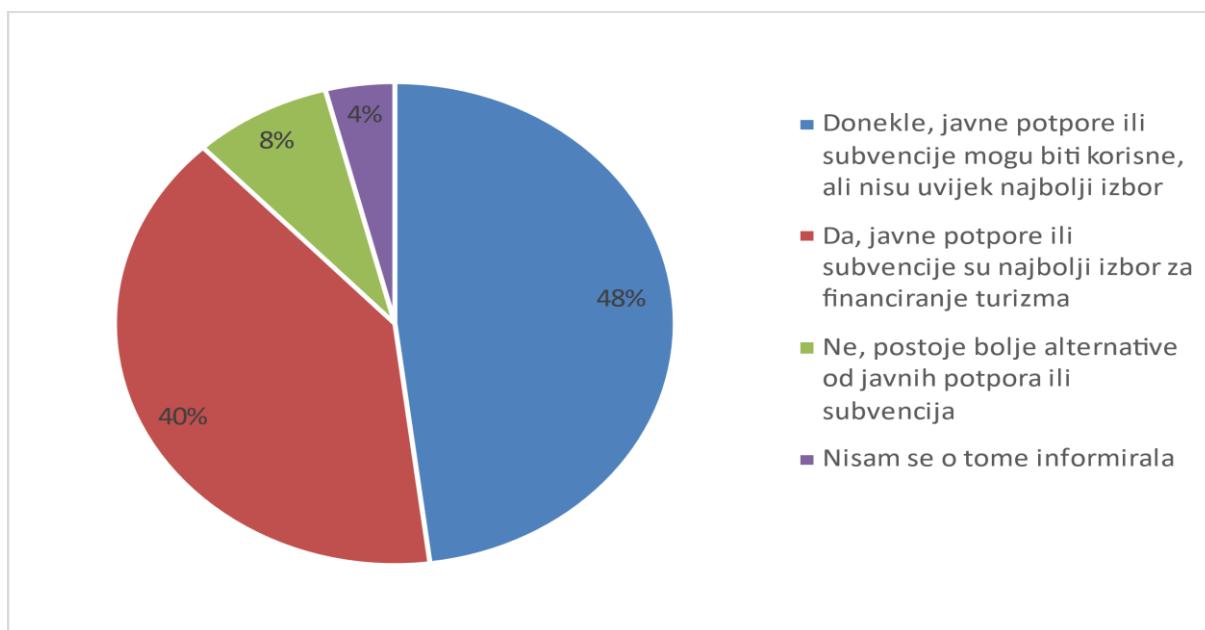


Izvor: Izradio autor na temelju provedenog istraživanja

Nakon bankarskog sektora, iduća pitanja se odnose na dostupnost i iskorištenost javnih potpora i subvencija te EU fondova.

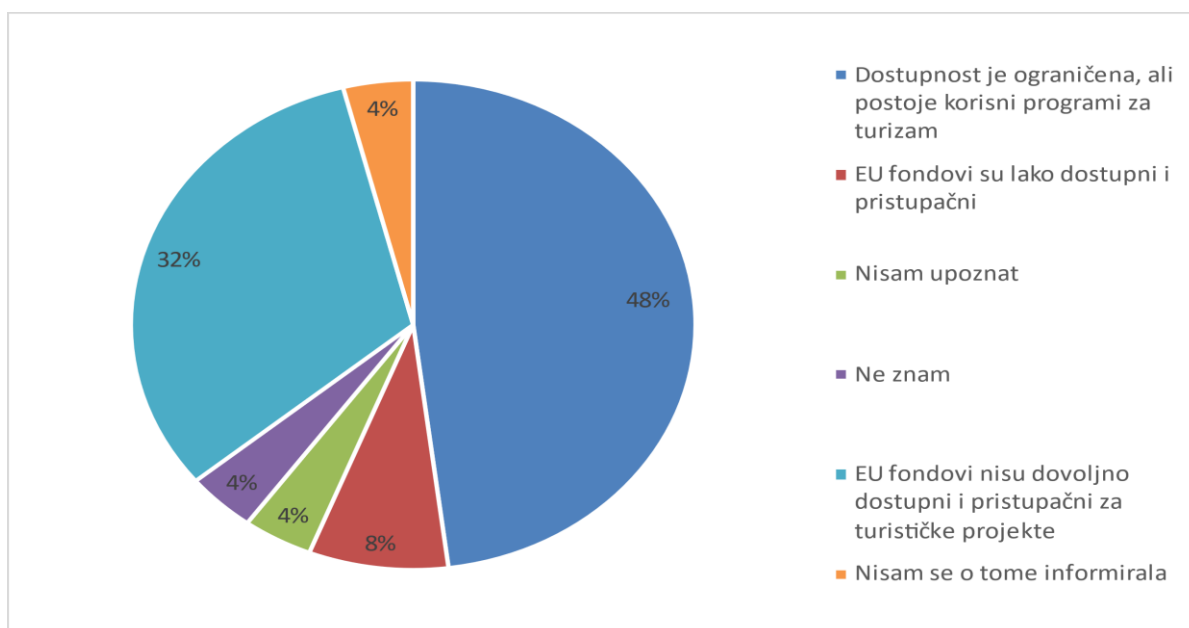
Kada je riječ o javnim potporama i subvencijama, tek 16% ispitanika smatra kako su javne potpore lako dostupne i pristupačne, no svejedno ih većina, njih 56%, smatra da im je dostupnost ograničena, ali da su dostupne korisne potpore. Osim toga, 48% ispitanika smatra kako bi informacije i podrška o javnim potporama mogle biti bolje organizirane dok njih 20% smatra kako nedostaje informacija i podrške. Također, većina ispitanika smatra da su javne potpore dobar izbor za financiranje turističkih projekata. Slika 8 prikazuje odgovore svih ispitanika.

**Slika 8 Isplativost javnih potpora i subvencija kao izvora financiranja**



Izvor: Izradio autor na temelju provedenog istraživanja

**Slika 9 Dostupnost i pristupačnost EU fondova**

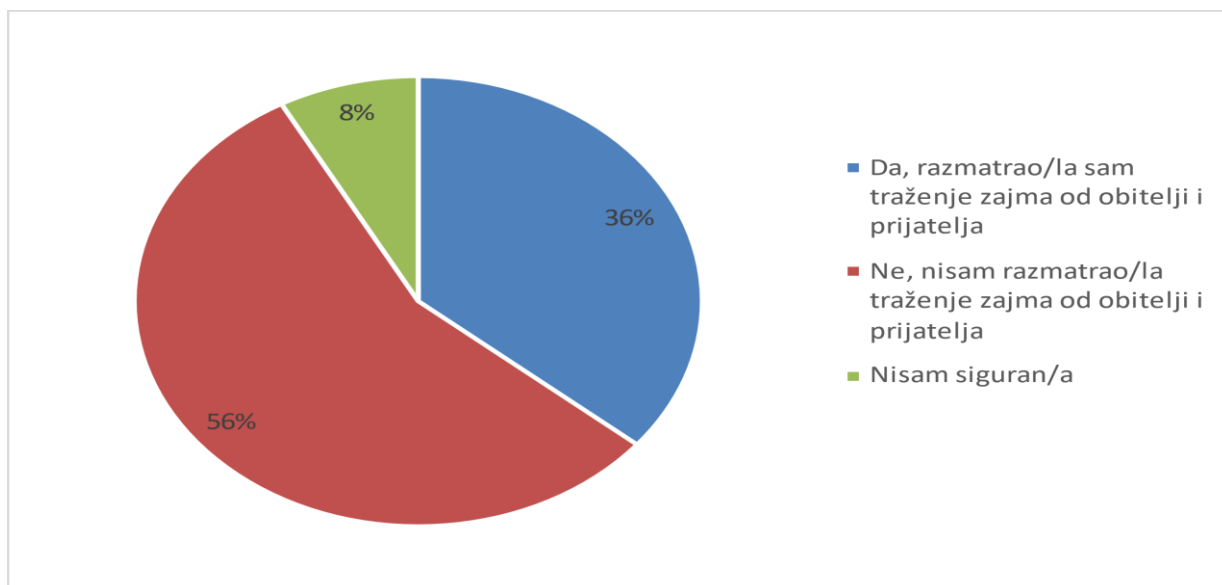


Izvor: Izradio autor na temelju provedenog istraživanja

S druge strane, većina ispitanika smatra da je dostupnost EU fondova ograničena, ali da postoje korisni programi za turizam, dok tek njih 8% smatra da su EU fondovi lako dostupni i pristupačni. Nadalje, tek 3 ispitanika ima iskustva i to pozitivnih s korištenjem EU fondova dok 88% ispitanika uopće nema nikakvog iskustva. Slika 9 prikazuje odgovore svih ispitanika.

Prema prikupljenim podacima može se zaključiti kako neformalni izvori financiranja nisu najpopularniji odabir među ispitanicima. Većina ispitanika, njih 52%, nije upoznata s konceptom poslovnih anđela, a tek 2 ispitanika su razmatrala traženje potpore poslovnih anđela. Ista situacija je i kod skupnog financiranja gdje 60% ispitanika nije upoznato s tim konceptom te su 2 ispitanika razmatrala skupno financiranje kao mogući izvor. Što se tiče zajma od obitelji i prijatelja, čak 56% ispitanika nije razmatralo traženje zajma.

**Slika 10 Zajam od obitelji i prijatelja**



Izvor: Izradio autor na temelju provedenog istraživanja

Većina ispitanika kao glavne promjene ili poboljšanja u vezi s postojećim izvorima financiranja turizma na području Požeško-slavonske županije vidi u povećanju financijskih potpora i poticaja, boljoj promociji dostupnih izvora financiranja te smanjenju administrativnih prepreka i birokracije.

Na osnovi provedenog empirijskog istraživanja može se doći do zaključka kako se na području Požeško-slavonske županije većina poduzetnika korisiti vlastitim sredstvima i ušteđevinama i bankarskim kreditom. Iako se od formalnih izvora financiranja, poduzetnici najviše koriste bankarskim kreditom, vidljivo je kako im to ne bi bio prvi izbor prilikom unaprjeđenja i daljnjeg razvoja turističkih usluga. Većina poduzetnika koristila bi se nacionalnim potporama i subvencijama te EU fondovima koje ističu kao najpovoljniji oblik financiranja pothvata, no istodobno smatraju da je veoma otežan i ograničen pristup tim potporama uz nedovoljno informacija i podrške od nacionalne i lokalne vlade. Uz veću suradnju s regionalnim/lokalnim vlastima, boljom promocijom dostupnih izvora financiranja i povećanja financijskih potpora,



državne potpore i subvencije i EU fondovi predstavljaju najbolji izbor za poduzetnike prilikom pokretanja poduzetničkih pothvata. Kod neformalnih izvora financiranja također se javlja problem nedovoljne informiranosti i nedostatka znanja jer većina poduzetnika nije uopće ni upoznata s konceptom poslovnih anđela ni skupnog financiranja. Ovo su, u suštini, neobvezujući oblici financiranja koji bi prilikom odabira financiranja svakako trebali imati puno veći značaj.

#### **4.7. Ograničenja istraživanja i preporuke za buduća istraživanja**

Glavno ograničenje provedenog istraživanja je mali uzorak odnosno nizak postotak vraćenih i ispunjenih anketnih upitnika, što se u konačnici može odraziti na reprezentativnost i pristranost samih rezultata. Također, upitnik je poslan putem e-pošte što je moglo utjecati na nizak postotak vraćenih upitnika zbog neredovnog provjeravanja pošte ili ignoriranja nepoznatih adresa. Osim toga, istraživanje je provedeno za ponuđače smještaja na području Požeško-slavonske županije, što znači da rezultati možda neće biti primjenjivi u drugim regijama ili zemljama te za druge ponuđače usluga u turizmu.

Preporuka za buduća istraživanja bi prvenstveno bila pokušati dobiti veći i raznovrsniji uzorak koji će osigurati reprezentativnost rezultata koji će onda biti generalno primjenjivi na cjelokupnu populaciju te je potrebno razmotriti i druge kanale putem kojih se anketni upitnik može proslijediti.

Istraživanje se, također, može proširiti na sve ponuđače turističkih usluga, a ne samo na one koji nude usluge smještaja. Moguće je uključiti i veći broj različitih izvora financiranja. Provedenim istraživanjem utvrđeno je kako su javne potpore i subvencije te EU fondovi najisplativiji izvori financiranja pa je moguće provesti istraživanja konkretno za te izvore financiranja. Postoji i mogućnost traženja financijskih izvještaja poduzeća kako bi se dobio bolji uvid u financijske pokazatelje.

## 5. ZAKLJUČAK

Turizam kroz svoj interdisciplinirani karakter predstavlja veliki potencijal za razvoj određenog područja uvažavajući pritom sve socijalne i ekološke norme kako bi svi dionici uključeni u proces bili zadovoljni te kako bi se postigao odgovorni i održivi razvoj. Zbog mnogobrojnih ekonomskih koristi koje proizlaze iz razvoja turizma, javlja se sve veći broj poduzetnika upravo u ovome sektoru. Kako kod pokretanja bilo kojeg poduzetničkog pothvata, pa tako i onoga u turizmu, poduzetnici nailaze na razne prepreke pri čemu je najvažnija osigurati dovoljne i isplative izvore financiranja koji će im osigurati dugoročni opstanak na tržištu. Osim toga, razumijevanje ključnih pretpostavki razvoja turizma, kao što su prostor, turistički resursi, infrastruktura i ugostiteljstvo igra veoma važnu ulogu za uspješan razvoj turističkih destinacija. Nadalje, važno je istaknuti da razvoj turizma ima specifičan i kompleksan utjecaj na destinacije te zahtijeva odgovoran pristup i suradnju između različitih dionika kako bi se postigao pozitivan utjecaj na društvo, gospodarstvo i okoliš. Iz tog razloga, provode se brojna istraživanja upravo na temu pristupa poduzetnika različitim izvorima financiranja.

Svrha ovog diplomskog rada je definirati glavne odrednice izvora financiranja kao što su njihova obilježja i ograničenja, odrediti glavna obilježja poduzetničkih projekata u turizmu, utvrditi glavne pretpostavke razvoja turizma te istražiti glavne učinke koje proizlaze iz njegova razvoja kao i ključne dionike koji su uključeni u taj proces. Osim analiziranja stručne i znanstvene literature, napravljeno je i empirijsko istraživanje na uzorku ponuđača smještaja na području Požeško-slavonske županije. Svrha empirijskog istraživanja je utvrditi koje izvore financiranja koriste trenutni ponuđači usluge smještaja na području Županije te utvrditi dostupnost i isplativost ostalih izvora financiranja. Podaci prikupljeni u empirijskom istraživanju ukazuju na nedostatak svijesti o neformalnim izvorima financiranja poput poslovnih anđela i skupnog financiranja te preferenciju tradicionalnih izvora kao što su vlastita sredstva i bankarski krediti. Isto tako, istaknuta je potreba za većom podrškom i informacijama od strane nacionalnih i lokalnih vlasti u vezi s dostupnim financijskim potporama i subvencijama te boljom promocijom EU fondova koji su istaknuti kao najisplativiji izvori financiranja.

Doprinos ovog diplomskog rada je pružanje uvida u teoretske smjernice izvora financiranja, njihovu dostupnost i isplativost kao instrumenta razvoja turizma destinacija. Osim toga,

doprinos se očituje i u provedenom primarnom istraživanju koje može poslužiti poduzetnicima na području Požeško-slavonske županije prilikom ulaska u turističke poduzetničke pothvate.

# LITERATURA

## Knjige i znanstveni članci

1. Archer, B., Cooper, C., Ruhanen, L. (2012), Global Tourism, Burlington: Elsevier Inc.
2. Bago, A., Pilipović, O. (2016.), Skupno financiranje. Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, 10 (3-4), 23-26, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/169159>
3. Bartoluci, M. (2013.), Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Zagreb: Školska knjiga
4. Bartoluci, M., Budimski, V. (2010). Upravljanje poduzetničkim projektima u turizmu Republike Hrvatske. Acta turistica, 22 (2), 179-200, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/70625>
5. Bejaković, P. (2003), Nezaposlenost. Financijska teorija i praksa, 27 (4), preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/5778>
6. Belić, M., Štilinović, J. (2013.), EU Fondovi i programi za turizam, Zagreb: Nova knjiga Rast
7. Čavlek, N. et al. (2011), Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb: Školska knjiga
8. Ferreira, F., Castro, C., Gomes, A. (2021), Positive and Negative Social-Cultural, Economic and Environmental Impacts of Tourism on Residents. Advances in Tourism, Technology and Systems
9. Galičić, V., Laškarin, M. (2016), Principi i praksa turizma i hotelijerstva, Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, preuzeto s <https://repository.ftm.uniri.hr/islandora/object/ftm%3A1743>
10. Gautam, B.P. (2007.), Opportunities and Challenges of Tourism Financing, Boca Raton, preuzeto s [https://books.google.hr/books?id=RBRLarWett0C&printsec=frontcover&hl=hr&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.hr/books?id=RBRLarWett0C&printsec=frontcover&hl=hr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
11. Gredičak, T., Demonja, D. (2018), Strategic management of tourism and cultural resources in the development of local entrepreneurship with good practice examples in Koprivnica-križevci county, Podravina, 17 (34), 94 – 107, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/221631>
12. Grgić, M., Bilas, V., Franc, S. (2010.), Poduzetništvo u međunarodnoj ekonomiji, Zagreb, Sinergija-nakladništvo
13. Koncul, N. (2007), Environmental issues and tourism. Ekonomska misao i praksa, 16(2), 157-165, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/21280>
14. Kružić, N. (2004.), Turizam i okoliš. Tourism nad hospitality management, 10 (2), 97-100, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/clanak/267949>
15. Kušen, E. (2001), Turizam i prostor Klasifikacija turističkih atrakcija, Prostor, 9 (1(21)), 1-12, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/10801>
16. Kušen, E. (2010), A system of tourism attractions, Tourism: An International Interdisciplinary Journal, 58 (4), 409-424, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/63597>

17. Liao, K-C. et al. (2018.), An Evaluation of Coupling Coordination between Tourism and Finance, Sustainability, 10(7), preuzeto s <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/7/2320>
18. Mayer, M., Vogt, L. (2016), Economic effects of tourism and its influencing factors, Zeitschrift für Tourismuswissenschaft, 8(2), 169-198, preuzeto s <https://ideas.repec.org/a/bpj/touw/wis/v8y2016i2p169-198n1.html>
19. Mičetić Fabić, M. (2017.), Uloga lokalne samouprave u planiranju i promicanju održivog razvoja turističke destinacije, doktorski rad, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka
20. Ninčević Pašalić, I., Pepur, S. (2022), Razvoj literaturne crowdfundinga: Pregledna studija, Ekonomska misao i praksa, 31 (1), 141-162, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/403503>
21. Pletikosa, D. (2015.), Stavovi stručne javnosti o utjecaju domaćih i inozemnih izravnih ulaganja na uspješnost poslovanja u hotelijerstvu. Ekonomska misao i praksa, 24 (2), 449-470, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/149648>
22. Ploh, M. (2017), Ograničenja i mogućnosti financiranja malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj. FIP – Financije i pravo, 5(1), 79-106, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/185842>
23. Predrag, U. (2015), „Turistička politika i mogući pravci razvoja turizma u Srbiji”, Ekonomija: teorija i praksa, 8(1), 16-31, preuzeto s <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/2217-5458/2015/2217-54581501016U.pdf>
24. Rudan, E (2012.), Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma destinacije. Tranzicija, 14(29), 58-67, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/86070>
25. Šimić Šarić M., Krstičević N. (2018.), Obilježja poslovnih anđela u Hrvatskoj. Ekonomska misao i praksa, 27(1), 249-266, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/202282>
26. Šišar, J. (2022.), Faktori utjecaja na pristup izvorima financiranja i uspješnost mikro i malih poduzeća, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek
27. Virkar, A. R., Mallya, P. D. (2018), A review of dimensions of tourism transport affecting tourist satisfaction, Indian Journal of Commerce and Management Studies, 9(1), 72-80, preuzeto s <https://ideas.repec.org/a/aii/ijcmss/v09y2018i1p72-80.html>
28. Vukčević, M. (2006.), Financije poduzeća, Zagreb, Golden marketing-Tehnička knjiga

## Ostali izvori

1. Croatia Banka (b.d), Turistički krediti, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.croatiabanka.hr/hr/poslovni-subjekti/kreditit/turisticki-kreditit/>
2. Croatian business angels & investors (b.d.), O nama, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://crane.hr/o-nama/>
3. Državni zavod za statistiku (2023.), Geostat na dan: 17.08.2023 [podatkovni dokument], preuzeto s <https://geostat.dzs.hr/>

4. Državni zavod za statistiku (2023.), PC-Axis baze podataka na dan: 17.08.2023 [podatkovni dokument], preuzeto s <https://web.dzs.hr/Hrv/DBHomepages/Turizam/Turizam.htm>
5. Fina (b.d.), Rezultati poslovanja poduzetnika u 2022. godini – razvrstani po veličini, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.fina.hr/>
6. GEM (b.d.), Što čini Hrvatsku (ne) poduzetničkom zemljom?, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf>
7. HGK (2021.), Županije - razvojna raznolikost i gospodarski potencijali [e-publikacija], preuzeto 18. kolovoza 2023. s <https://www.hgk.hr/documents/analiza-zupanija-2021-f-web61e92db81b50d.pdf>
8. Hrvatska banka za obnovu i razvitak (b.d.), Investicije su glavni pokretač razvoja, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.hbor.hr/tema/turizam/>
9. Hrvatska narodna banka (b.d.), Vrste kredita, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.hnb.hr/-/vrste-kredita>
10. Hrvatska poštanska banka (b.d.), Uvjeti turističkog kredita, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://www.hpb.hr/hr/turisticki-kredit-uz-fiksnu-kamatnu-stopu/574>
11. Hrvatska turistička zajednica (2021.), Statut hrvatske turističke zajednice [e-publikacija], preuzeto 18. kolovoza 2023. s [https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-01/Statut%20Hrvatske%20turisti%C4%8Dke%20zajednice\\_NN.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-01/Statut%20Hrvatske%20turisti%C4%8Dke%20zajednice_NN.pdf)
12. Hrvatska turistička zajednica (b.d.), O nama, preuzeto 17. kolovoza 2023. s <https://www.htz.hr/hr-HR/opce-informacije/o-nama>
13. Intermedia Projekt (b.d.), Potpore Ministarstva turizma za restorane, agencije i plovne objekte 2023, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://intermediaprojekt.hr/2023/04/08/potpore-ministarstva-turizma-za-restorane-agencije-i-plovne-objekte-2023/>
14. Ministarstvo financija (b.d.), Državne potpore, preuzeto 31. srpnja 2023. s <https://mfin.gov.hr/istaknute-teme/koncesije-i-drzavne-potpore/drzavne-potpore/455>
15. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja (b.d.), 150 uspješnih poduzetničkih projekata, preuzeto 31. srpnja 2023. s [https://www.mingo.hr/public/documents/MGPO\\_Brosura\\_150\\_projekata.pdf](https://www.mingo.hr/public/documents/MGPO_Brosura_150_projekata.pdf)
16. Ministarstvo turizma i sporta (2022.), Provedbeni program Ministarstva turizma i sporta za razdoblje 2021. -2024. [e-publikacija], preuzeto 18. kolovoza 2023. s [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA\\_2020\\_MINTIS/dokumenti/201231\\_provedbeni\\_p\\_mints.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_MINTIS/dokumenti/201231_provedbeni_p_mints.pdf)
17. Turistička zajednica Požeško-slavonske županije (2019.), Marketinški plan turizma Požeško-slavonske županije 2019. – 2025. [e-publikacija], preuzeto 18. kolovoza 2023. s <https://visitslavonia.hr/media/k12csp0c/smp-po%C5%BEE%C5%A1ko-slavonska.pdf>
18. Turistička zajednica Požeško-slavonske županije (b.d.), Smještaj, preuzeto 17. kolovoza 2023. s <https://visitslavonia.hr/planiraj/smjestaj/>
19. Zakon o državnim potporama, Narodne novine br. 47/14., 69/17. (2017.

## POPIS SLIKA

Slika 1 Čimbenici koji utječu na pristup izvorima financiranja .....	4
Slika 2 Izvori financiranja prema podrijetlu izvora.....	5
Slika 3 Dolasci domaćih i stranih turista .....	46
Slika 4 Noćenja domaćih i stranih turista .....	46
Slika 5 Broj ukupno raspoloživih smještajnih kapaciteta po objektu .....	52
Slika 6 Dostatnost postojećih izvora financiranja .....	53
Slika 7 Isplativost turističkog kredita kao izvora financiranja .....	54
Slika 8 Isplativost javnih potpora i subvencija kao izvora financiranja .....	55
Slika 9 Dostupnost i pristupačnost EU fondova.....	55
Slika 10 Zajam od obitelji i prijatelja .....	56

## POPIS TABLICA

Tablica 1 Opće informacije turističkog kredita Hrvatske poštanske banke .....	7
Tablica 2 Kreditni kalkulator Hrvatske poštanske banke .....	7
Tablica 3 Opće informacije turističkog kredita HBOR-a za privatne iznajmljivače .....	8
Tablica 4 Prikaz općih informacija natječaja Konkurentnost turističkog gospodarstva .....	9
Tablica 5 Prikaz podjele fondova .....	11
Tablica 6 Prikaz osnovnih informacija natječaja: Razvoj turističkih proizvoda prihvatljivih za okoliš, učinkovitost resursa te zelenu i digitalnu tranziciju .....	12
Tablica 7 Prikaz ekonomskih učinaka razvoja turizma na destinaciju .....	28
Tablica 8 Prikaz sociokulturnih učinaka razvoja turizma na destinaciju .....	29
Tablica 9 Prikaz ekoloških učinaka razvoja turizma na destinacije .....	30
Tablica 10 Temeljni pokazatelji razvijenosti gospodarstva .....	39
Tablica 11 Usporedba BDP-a Hrvatske i Požeško-slavonske županije po godinama .....	40
Tablica 12 Usporedba BDP-a p/c Hrvatske i Požeško-slavonske županije po godinama .....	40
Tablica 13 Prikaz broja nezaposlenih osoba u Hrvatskoj i Požeško-slavonskoj županiji.....	41
Tablica 14 Struktura poslovnih subjekata Požeško-slavonske županije, stanje 31. ožujka 2023.....	42
Tablica 15 Financijski pokazatelji poslovanja poduzetnika.....	43
Tablica 16 Struktura gospodarstva Požeško-slavonske županije prema veličini gospodarskih subjekata u 2019. godini .....	44
Tablica 17 Dolasci i noćenja turista u Požeško-slavonskoj županiji.....	45
Tablica 18 Dolasci i noćenja turista prema zemlji prebivališta, 2022. godina.....	47
Tablica 19 Vrsta i broj smještajnih objekata u Požeško-slavonskoj županiji .....	48
Tablica 20 SWOT analiza razvoja turizma Požeško-slavonske županije .....	49
Tablica 21 Vrsta smještajnog objekta.....	52



## Ivan Vodinelić

**Kućna :** Vučjak 43, 34000, Požega, Hrvatska

**E-adresa:** [ivodinelic1@gmail.com](mailto:ivodinelic1@gmail.com) **Telefonski broj:** (+385) 919495969

**Datum rođenja:** 06/08/1996 **Državljanstvo:** hrvatsko

### RADNO ISKUSTVO

---

[ 01/07/2014 – 01/08/2014 ]

#### **Asistent u računovodstvu**

*Adonis d.o.o*

**Mjesto:** Požega

**Zemlja:** Hrvatska

[ 01/07/2015 – 01/08/2015 ]

#### **Asistent u računovodstvu**

*Adonis d.o.o*

**Mjesto:** Požega

**Zemlja:** Hrvatska

[ 01/07/2017 – 01/08/2017 ]

#### **Pomoćnik za promociju i obavješćivanje**

*Croatian Villa Holidays*

**Mjesto:** London

**Zemlja:** Ujedinjena Kraljevina

[ 01/06/2018 – 01/10/2018 ]

#### **Rad u hotelu, agenciji za čišćenje te rad na parkingu**

*Work&Travel*

**Mjesto:** Ocean City, Maryland

**Zemlja:** Sjedinjene Države

[ 01/01/2019 – 01/02/2019 ]

#### **Skladišni radnik**

*Comtel d.o.o*

**Mjesto:** Zagreb

**Zemlja:** Hrvatska

[ 01/06/2019 – 01/10/2019 ]

#### **Asistent u marketingu**

*Publicis d.o.o*

**Mjesto:** Zagreb

**Zemlja:** Hrvatska

[ 01/01/2020 – 01/03/2020 ]

#### **Pomoćnik u trgovini**

*Konzum*

**Mjesto:** Zagreb

**Zemlja:** Hrvatska



[ 01/08/2020 – 01/09/2020 ] **Skladišni radnik**

*Školska knjiga*

Mjesto: Požega

Zemlja: Hrvatska

[ 01/02/2021 – 01/05/2021 ] **Skladišni radnik**

*Nutrimedica*

Mjesto: Zagreb

Zemlja: Hrvatska

[ 01/06/2021 – 01/10/2021 ] **Poslovi dostave i održavanja**

*ORADA j.d.o.o*

Mjesto: Pag

Zemlja: Hrvatska

[ 01/09/2022 – 01/09/2023 ] **Recepcionar**

*Boutique hotel B&B Casablanca*

Mjesto: Zagreb

Zemlja: Hrvatska

## OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

[ 01/09/2012 – 01/09/2016 ] **SSS - Gimnazija**

*Gimnazija Požega* <https://www.gimpoz.hr/>

Mjesto: Požega

Zemlja: Hrvatska

[ 01/10/2016 – 01/10/2023 ] **Magistar ekonomije**

*Ekonomski fakultet u Zagrebu* <https://www.efzg.unizg.hr/>

Mjesto: Zagreb

Zemlja: Hrvatska

## JEZIČNE VJEŠTINE

Materinski jezik/jezici: Hrvatski

Drugi jezici:

**Engleski**

SLUŠANJE B2 ČITANJE B2 PISANJE B2

GOVORNA PRODUKCIJA B2 GOVORNA INTERAKCIJA B2

Razine: A1 i A2: temeljni korisnik; B1 i B2: samostalni korisnik; C1 i C2: iskusni korisnik

## DIGITALNE VJEŠTINE

Informacije i komunikacija (pretraživanje internet baze podataka) | Vozačka dozvola "B" kategorija | Rad na računalu | Microsoft Office ( Word, Excel, PowerPoint, Access, Outlook, itd.)