

# Kvantitativno istraživanje utjecaja koronavirusa na kretanje domaćih turista

---

Varga, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:624623>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-14**



Repository / Repozitorij:

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



**Sveučilište u Zagrebu  
Ekonomski fakultet Zagreb  
Preddiplomski stručni studij**

**Kvantitativno istraživanje utjecaja koronavirusa na  
kretanje domaćih turista**

**The impact of coronavirus on the tourist movement of  
domestic tourists in Croatia**

**Ana Varga, 0067574516**

**Mentor: Izv. prof. dr.sc. Tomislav Baković**

**Zagreb, 2021. godina**

Ana Varga  
Ime i prezime studenta/ice

## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad  
(vrsta rada)  
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 rada, 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.

U Zagrebu, 28.05.2021

Student/ica:

A. Varga  
(potpis)

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. UVOD</b>  | <b>1</b>  |
| 1.1. Predmet i cilj rada  | 1         |
| 1.2. Metode istraživanja  | 1         |
| 1.3. Sadržaj i struktura rada   | 1         |
| <b>2. POJMOVNO ZNAČENJE I METODE KVANTITATIVNOG ISTRAŽIVANJA</b>                                  | <b>3</b>  |
| 2.1. Pojmovno objašnjenje kvantitativnog istraživanja   | 3         |
| 2.2. Metode kvantitativnog istraživanja   | 4         |
| <b>3. POJMOVNO ZNAČENJE I VRSTE TURISTIČKOG KRETANJA</b>  | <b>7</b>  |
| 3.1. Pojmovno objašnjenje turističkog kretanja  | 7         |
| 3.2. Motivacija i razlozi za odabir vrste turističkog kretanja                                    | 7         |
| 3.3. Vrste turističkog kretanja   | 8         |
| <b>4. COVID19 I PROMJENE U TURISTIČKOM KRETANJU</b>   | <b>10</b> |
| 4.1. Utjecaj koronavirusa na hrvatski turizam   | 10        |
| 4.2. Fizički pokazatelj turizma u Hrvatskoj 2020. godine u odnosu na prijašnje                    | 15        |
| <b>5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE COVID-19 NA TURISTIČKO KRETANJE HRVATA UNUTAR REPUBLIKE HRATSKE</b> | <b>16</b> |
| 5.1. Metodologija i uzorak istraživanja   | 16        |
| 5.1.1. Opće karakteristike  | 18        |
| 5.1.2. Turističke navike prije pojave koronavirusa  | 19        |
| 5.1.3. Turističke navike nakon pojave koronavirusa  | 21        |
| 5.2. Rezultati istraživanja   | 23        |
| 5.2.1. Grafički prikaz rezultata ankete   | 24        |
| 5.1.2. Turističke navike prije pojave koronavirusa  | 27        |
| 5.1.3. Turističke navike nakon pojave koronavirusa  | 32        |
| 5.3. Rezultati istraživanja   | 37        |
| <b>6. ZAKLJUČAK</b>   | <b>39</b> |
| <b>7. LITERATURA</b>  | <b>40</b> |
| 7.1. Stručne knjige, časopisi i internetski izvori  | 40        |
| 7.2. Popis slika  | 41        |
| 7.3. Prilozi  | 42        |

## **1. UVOD**

### **1.1. Predmet i cilj rada**

Predmet ovog rada je istraživanje o promjenama u turističkom kretanju Hrvata prvenstveno unutar granica svoje domovine u vrijeme pojave koronavirusa. S pojavom popratnih restrikcija (karantena, zatvaranja granica...) u slobodnom kretanju te strahu od zaraze, kroz razne medije prezentirano je da je došlo do smanjenje svih vrsti turističkog kretanja, kako međunarodnog tako i domaćeg. S ovim radom želimo provjeriti utjecaj pojave virusa na domaći turizam, odnosno da li se uistinu smanjilo kretanje Hrvata unutar svoje domovine. Iz toga možemo zaključiti da je cilj ovog rada potvrditi ili opovrgnuti tvrdnju medija da je došlo do smanjenja domaćeg turizma na temelju provedene ankete na reprezentativnom uzorku.

### **1.2. Metode istraživanja**

Za izradu ovog rada korištena je metoda ankete koja je online putem prosljeđena ispitanicima. Anketni upitnik izrađen je pomoću aplikacije "Google obrasci". Nakon što je dovoljan broj ispitanika ispunio anketni upitnik (njih 64), dobiveni su rezultati na temelju koji su doneseni daljnji zaključci u ovom radu. Dobiveni odgovori preračunati su u postotak, zatim grafički prikazani te поближе objašnjeni od strane autora. Odgovori zatvorenog tipa prikazni su tortnim grafikonima a odgovori otvorenog tipa pomoću stupičastih grafikona. Stručna literatura i podaci dostupni na internetskim stranicama također su poslužili kao izvori podataka pomoću koji se vršila usporedba primarnih podataka anketnog upitnika i sekundarnih podataka prijašnjih istraživanja s interneta.

### **1.3. Sadržaj i struktura rada**

Rad se sastoji od 6 cjelina. Prva cjelina je uvod u kojem se predstavlja predmet i cilj rada, metode istraživanja te struktura rada. Drugo poglavlje поближе objašnjava značenje i metode kvantitativnog istraživanja kojima se osoba može koristiti u prikupljanju podataka za donošenje zaključka. Treće poglavlje bazira se na

objašnjenju pojma turističkog kretanja te njegovim vrstama. Predstavljene su razlozi, tj. motivi koji utječu na odabir vrste kretanja jednog turista. Četvrto poglavlje prikazuje na koji način je koronavirus utjecao na turizam na međunarodnoj i nacionalnoj razini. Iz priloženih tablica možemo vidjeti razliku u turističkom prometu u odnosu na prijašnje godine. Peta cjelina je kvantitativno istraživanje utjecaja koronavirusa na kretanje domaćih turista izrađeno pomoću metode ankete. Prikazana je anketa koja se koristila u istraživanju te dobiveni rezultati prokomentirani i donesen je zaključak o istraživanju na zadanu temu. Posljednja cjelina je zaključak na čitav rad. Na kraju rada nalazi se popis literature i popis slika.

## 2. POJMOVNO ZNAČENJE I METODE KVANTITATIVNOG ISTRAŽIVANJA

### 2.1. Pojmovno objašnjenje kvantitativnog istraživanja

Kvantitativno istraživanje je istraživanje koje se provodi u društvenim znanostima s ciljem opisa stanja ili uzročno-posljedičnih odnosa između pojedinih elemenata. Polazi se od jasno definiranih i unaprijed postavljenih hipoteza koje se žele testirati raznim statističkim analizama. Osnovne značajke kvantitativnog istraživanja su pristup nacrtu istraživanja, glavni cilj istraživanja mjerenje varijabli, veličina uzorka, fokus istraživanja, dominantna istraživačka vrijednost, dominantne istraživačke teme, analiza podataka, interpretacija rezultata istraživanja. Testiranja se vrše najčešće na uzorku s pretpostavkom da se dobiveni rezultati mogu primijeniti na cjelokupnu populaciju. Ovakvo istraživanje se ne provodi u prirodnim uvjetima već izoliranjem varijabli i kontrolom vanjskih čimbenika kojima se može pristupiti isključivo empirijskim putem. Dozvoljeno je korištenje već gotovih alata za mjerenje te dobiveni rezultati su predstavljeni u obliku brojeva ili proporcija. U znanostima kvantitativna istraživanja vrlo su cijenjena i često korištena iz razloga što imaju mogućnost statističke obrade podataka te time daju konkretne odgovore na razna znanstvena pitanja. Mana kvantitativnih istraživanja je upravo potreba da svode neku pojavu ili osobu na određeni broj, što nije dovoljno opisno za drugačije vrste istraživanja.

Kvantitativna istraživanja mogu biti statička i dinamička. Statička istraživanja prikazuju trenutni odnos među pojavama ili opis pojave, npr. aritmetičku sredinu, mod, medijan, postotak i drugo. Dinamička istraživanja prikazuju odnose među pojavama u kraćim ili dužim razdobljima. Kvantitativna istraživanja imaju i više vrsta pristupa istraživanjima, posebice u društvenim znanostima. Neki od njih su:

1. Pozitivistički pristup- stvarnosti prilazi kao činjenicama koje je moguće klasificirati i brojčano izraziti njihove odnose
2. Funkcionalistički pristup- pristup je kojim se najčešće određuje funkcija neke pojave, djelatnosti, pojedinca ili institucije u odnosu na društvo kao cjelinu. Provjeravaju se odnosi na temelju uzročno-posljedičnih veza.
3. Eksperiment -uglavnom se koristi u prirodnim znanostima
4. Komparativni pristup- istražuje sličnosti i razlike među pojavama, društvima, društvenim skupinama, kulturama u istom vremenu ili različitim vremenskim

razdobljima. Taj je pristup u prednosti pred eksperimentom što proučava pojave u njihovim prirodnim uvjetima.

## **2.2. Metode kvantitativnog istraživanja**

Kvantitativna istraživanja nastoje odgovoriti na pitanje koliko?. Predmet ovih istraživanja su

predmeti i pojave koje je moguće kvantificirati – dodijeliti im brojčanu vrijednost.

Koriste se

jasne i precizne metode matematičko – statističke obrade podataka (Vukosav i Zarevski, 2011).

Najčešće metode prikupljanja podataka su:

1. metoda ispitivanja (osobno ili telefonsko)
2. metoda anketiranja
3. metoda promatranja

Metoda ispitivanja se odnosi prvenstveno na intervju koji predstavlja specijalni oblik razgovora. On se od običnog razgovora razlikuje formalno, sadržajno i psihološki. Intervju se vodi s određenim ciljem i po određenom planu, a osobe (voditelj intervjuja i ispitanik) nisu psihološki ravnopravne. Voditelji intervjuja trebaju ga unaprijed dobro pripremiti što uključuje detaljnu analizu dostupnih istraživanja i literature vezane uz temu o kojima se želi razgovarati i postavljati pitanja. Isto tako je korisno provesti testno intervjuiranje. Provedba intervjuja je pogodna u provedbi istraživanja kada se traži osobni kontakt i kada imamo vremena za njegovu provedbu. Treba imati na umu da intervju nije anoniman, pa prisutnost ispitivača može utjecati na odgovore ispitanika i na njihovu spremnost da sudjeluju u intervjuu. Stoga je prvi kontakt između ispitanika i ispitivača vrlo važan, odnosno bitno je da je prvi dojam povoljan. Razlikujemo tri osnovne vrste intervjuja. Strukturirani, polustrukturirani i nestrukturirani te dubinski intervju. Strukturirani intervjuji su standardizirani, a odgovori ispitanika bilježe se na unaprijed definiranim obrascima za prikupljanje podataka. Polustrukturirani i nestrukturirani intervjuji mogu biti i standardizirani i ne standardizirani. Ispitivač ima pripremljen podsjetnik s temama i okvirnim pitanjima, ali slijedi logiku razgovora. U dubinskom intervjuu ispitivač nastoji dobiti opširne odgovore, prilagođava se

ispitaniku i usmjerava razgovor, a ispitivač je slobodan i nesputan u svojim odgovorima. Osim intervjua koji se provodi samo s jednom osobom, postoje i skupni intervjui tj. fokus grupe. To su nestrukturirani intervjui najčešće u skupinama od 6 do 10 osoba koji se provode u umjetno stvorenim uvjetima. Prednosti fokus grupa su brzina i niži troškovi provedbe, a ispitanici se mogu osjećati sigurnije i biti potaknuti na interakciju. S druge strane, ograničenja fokus grupe proizlaze iz činjenice da se ovom tehnikom ispitivanja ne može obuhvati velik broj pitanja, a manje otvorene osobe mogu se povući. Ovakav intervju nije pogodan za osjetljiva pitanja i ne osigurava osjetljivost i tajnost odgovora (Vujević, 2006, Tkalac Verčić i dr., 2010).

Metoda ankete je jedna od najčešćih tehnika prikupljanja podataka, a u društvenim istraživanjima primjenjuje se u 90% slučajeva. Podaci se prikupljaju unaprijed predviđenim i oblikovanim anketnim pitanjima koja su najčešće postavljena u pismenom obliku. Metoda ankete predstavlja istraživački postupak kojim se prikupljaju informacije o nekim karakteristikama pojedinaca i društvenih skupina (npr. demografski, ekonomski, sociološki podaci...). Ona uključuje i pismeno prikupljanje podataka o stavovima i mišljenjima na reprezentativnom uzorku ispitanika uz pomoć upitnika. Odgovori ovise o postavljenim pitanjima, a anketna pitanja moraju biti usklađena s ciljevima i svrhom istraživanja. Prilikom sastavljanje upitnika treba voditi računa o sadržaju uvodnog djela, pitanja, vrsti pitanja prema osnovnom obliku, oblikovanju pitanja, jednoznačnosti pitanja, razdvajanju višestrukih pitanja, redosljedu pitanja i dužini anketnog upitnika. Prema sadržaju pitanja, u anketnom upitniku postavljaju se pitanja o socijalnim i demografskim obilježjima ispitanika (spol, dob, obrazovanje). Zatim se postavljaju pitanja o znanju i informiranosti ispitanika s ciljem procjene upućenosti ispitanika u neko područje ili događaj. Na kraju, najučestalija pitanja su pitanja o stavovima, mišljenjima i očekivanjima ispitanika. U anketnim upitnicima prema osnovnom obliku razlikujemo pitanja zatvorenog i otvorenog tipa. Pitanja zatvorenog tipa su pitanja s ponuđenim odgovorima nabranjanja kao i pitanja s ponuđenim odgovorima intenziteta najčešće u obliku ljestvica. Prednost zatvorenih pitanja je u tome što su razumljivija, lakše ih je obraditi i manja je opasnost od pogrešaka ali najveći problem je što je ispitanik je ograničen u davanju odgovora te ih je teže sastaviti. Kod pitanja otvorenog tipa ispitanik mora sam napisati odgovor, lako ih je sastaviti, ispitanik ima veću slobodu, manje su sugestivna, ali zahtijevaju dobru pismenost ispitanika. Isto tako, kod otvorenih pitanja je veći postotak izostanka odgovora, odgovori mogu biti nedovoljno precizni, manje iskreni, a obrada dobivenih podataka je teža. (Vujević, 2006, Tkalac Verčić i dr., 2010, Lamza Posavec,

2011). Sastavljena anketa za dobivanje rezultata u ovom radu poslana je ispitanicima uz pomoć interneta te su se na temelju tih rezultata donosili zaključci u ovom radu.

Metoda promatranja je metoda prikupljanja podataka neposrednim uočavanjem događaja ili pojava u stvarnoj ili umjetno stvorenoj okolini. To je metoda koja služi usvajanju novih spoznaja, dio je cjelovitog procesa istraživanja, rezultati se bilježe i analiziraju kvantitativno ili kvalitativno. Provodi se u stvarnoj, prirodnoj okolini ili u umjetno stvorenoj situaciji dok promatrač može biti potpuno ili djelomično uključen ili isključen, a njegova uloga može biti prikriivena ili otkrivena. Prednosti ove metode su u tome što se rezultati promatranja ne ovise o volji promatranih, podaci promatranja su objektivni i precizni, a pristranost promatrača je manja. S druge strane, nedostaci ove metode su u tome što je bilježenje ograničeno na događaje u sadašnjem vremenu, a promatranje je ograničeno na činjenice, situacije i zbivanja. Nedostatak je i u tome što je teško promatrati pojave koje dugo traju, a primjena tehničkih pomagala može povećati troškove promatranja (Tkalac Verčić i dr., 2010).

### **3. POJMOVNO ZNAČENJE I VRSTE TURISTIČKOG KRETANJA**

#### **3.1. Pojmovno objašnjenje turističkog kretanja**

Postoje mnoge definicije za turističko kretanje ili turizam. Za neke turizam znači putovanje, rekreacija, godišnji odmor i sl. Za druge pak, koji rade u turizmu, ova je društvena pojava čista suprotnost, jer je vezana uz profesiju, intenzivan rad i prvenstveno zaradu. Opća definicija turizma prihvaćena u većini zemalja danas koju je dala Svjetska turistička organizacija (UNWTO, 1999) govori da turizam uključuje sve aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine, ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju. Osim takvih općih definicija postoje i one koje više opisuju kompleksnost turizma i njegove karakteristike. Primjerice, turizam je skup gospodarskih djelatnosti s obilježjima složenosti strukture, sezonalnosti poslovanja, neproizvodnosti rada te specifičnosti tržišta u težnji ostvarenja (realizacije) turističkog doživljaja stvarajući pritom brojne direktne i indirektne, primarne i sekundarne utjecaje ( Grižnić, 2019). Osnovna jedinica za mjerenje i glavni pokretač turizma je turist. Turist je osoba koja na putovanju izvan svojeg mjesta stalnog boravka ne dulje od 12 mjeseci, a motivaciju za putovanje mu daje želja za odmorom, razonodom, relaksacijom ili drugi zdravstveni, poslovni i stručni razlozi. Također pod turiste još ubrajamo i posjetitelje kružnih putovanja i izletnike koji borave do 24 sata u destinaciji. No bitno je znati da turist nije svaka osoba koja se odluči na putovanje. Primjerice, putnik je osoba koja se najčešće odlučuje putovati u drugu zemlju iz ekonomskih razloga tj. zarade.

#### **3.2. Motivacija i razlozi za odabir vrste turističkog kretanja**

Glavni pokretački turista su njihovi osobni motivi i potrebe. Prema klasifikaciji svjetske turističke organizacije (UNWTO klasifikacija; 2005/2007) motivi putovanja, odnosno turističkog kretanja, mogu se podijeliti u tri osnovne skupine:

1. **Poslovna i profesionalna putovanja** - vrsta putovanja iz profesionalnih i poslovnih razloga do odredišta izvan mjesta rada i boravka s ciljem sudjelovanja na kongresu, sastanku, stručnoj izložbi ili skupu i drugim poslovnim aktivnostima.
2. **Odmor i rekreacija** - vrsta putovanja zbog sportskog/kulturnog turizma, posjeta rodbine i prijatelja. Većinom za vrijeme praznika.
3. **Druge turističke svrhe** - vrsta putovanja većinom iz raznih zabavnih, zdravstvenih ili edukacijskih razloga.

Osim navedenih skupina motiva preduvjeti turističkog kretanja su slobodno vrijeme i financijska sredstva odnosno diskrecioni dohodak. Diskrecioni dohodak je višak financijskih sredstava koji ostanu osobi nakon podmirenja osnovnih životnih potreba. On čini platežnu moć pojedinca s kojim podmiruje turističko kretanje.

### 3.3. Vrste turističkog kretanja

Postoji mnogo vrsta turističkog kretanja/turizma ovisno o raznim ekonomskim, prirodnim, društvenim i sociološkim aspektima. U ovom radu definirat ćemo vrste s obzirom na mjesta putovanja i boravka te motivima putovanja.

Klasifikacija s obzirom na mjesto i boravak putovanja ovisi o porijeklu turista (posjetitelja) i zemlji koju se posjećuje. Prema tim kriterijima razlikujemo:

1. DOMAĆI TURIZAM - stanovnici određene zemlje putuju unutar granica svoje domovine (npr. Hrvati putuju unutar Hrvatske)
2. ULAZNI TURIZAM - stanovnici iz stranih zemalja dolaze unutar granica drugih zemalja (npr. Talijani dolaze ljetovati u Hrvatsku)
3. IZLAZNI TURIZAM - stanovnici određene zemlje putuju izvan granica svoje domovine (Hrvati odlaze na odmor u neku drugu zemlju)

Slika 1. Vrste turizma- unutarnji, nacionalni i međunarodni

## VRSTE TURIZMA - UNUTARNJI, NACIONALNI I MEĐUNARODNI



Izvor: Weber, S. – Mikačić, V.: Osnove turizma, Školska Knjiga Zagreb, Zagreb, 2000., str. 17.

Slika broj 1. nam govori da turističko kretanje možemo gledati i s aspekta tokova kretanja turista. Na temelju toga turizam možemo podijeliti na domaći, nacionalni i međunarodni. Domaći u tom slučaju obuhvaća kretanje stranih i domaćih turista unutar granica određene zemlje (ako uzmemo za primjer Hrvatsku, to znači da bi pratila kretanje Hrvata i stranih turista unutar svojih granica, tj. domaće i ulazne turiste). Nacionalni turizam prati kretanje domaćih turista unutar i izvan granica domovine (npr. kretanje Hrvata unutar Hrvatske i izvan granica domovine), a međunarodni turizam prati kretanje stranih turista unutar i izvan granica određene zemlje (npr. praćenje Talijana/Njemaca/Mađara koji dolaze u Hrvatsku i praćenje Hrvata koji odlaze izvan Hrvatske).

Vrsta turističkog kretanja također može biti određena na temelju kriterija turističkog putovanja a neki od njih su:

1. Stupanj mobilnosti turista (kružna putovanja, stacionirani, tranzitni)
2. Dobi i obiteljskom statusu (turizam treće dobi, obiteljski, omladinski, dječji)
3. Godišnjem dobu (ljetni, zimski)
4. Broju sudionika (individualni, grupni)
5. Sezonalnosti ( predsezonski, sezonski, podsezonski, izvansezonski)
6. Obilježja turističkog prostora ( primorski, planinski, seoski, gradski, jezerski...)
7. Sadržaju boravka (lovni, ribolovni, kulturni, vjerski, nautički, zdravstveni...)
8. Tržište na kojem se odvija organizacija putovanja (emitivni ili receptivni)

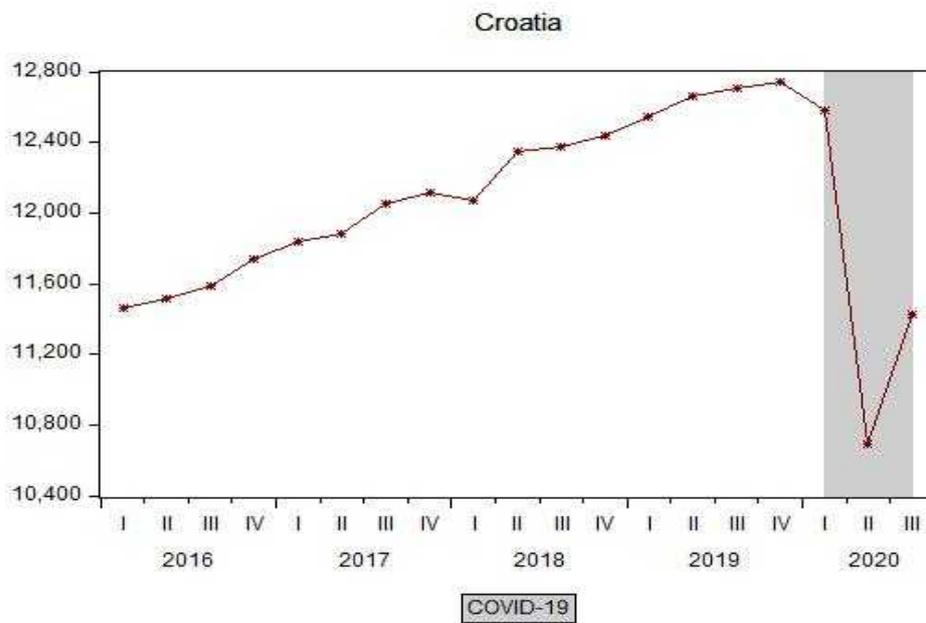
## **4. COVID19 I PROMJENE U TURISTIČKOM KRETANJU**

Krajem prosinca 2019. u gradu Wuhanu u kineskoj provinciji Hubei pojavila se bolest dišnih puteva uzrokovana tada nepoznatim virusom SARS-CoV-2 (COVID-19). U siječnju 2020. razvila se epidemija tog virusa u Kini te se proširila ostatkom svijeta. Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) 30. siječnja.2020 proglasila je međunarodnu hitnu situaciju kako bi spriječila širenje virusa u zemlje bez učinkovite zdravstvene zaštite. Usprkos tome virus se velikom brzinom proširio cijelim svijetom te je Svjetska zdravstvena organizacija 11.ožujka.2020 proglasila pandemiju (poslovni.hr,2020). U Hrvatskoj je prvi slučaj COVID-19 potvrđen 25.veljače.2020. Životi ljudi u cijelom svijetu su drastično promijenjeni od trenutka proglašenja pandemije jer su s virusom došla i nova pravila ponašanja koja su se trebala poštovati kako bi se izbjeglo daljnje širenje virusa. Zatvaranje granica, ograničenje putovanja, propisi o karanteni i provođenje epidemioloških mjera kako bi se spriječila zaraza u hrvatskoj i u svijetu, izravno su utjecali na smanjenje svih turističkih aktivnosti.

### **4.1. Utjecaj koronavirusa na hrvatski turizam**

Pandemija bolesti COVID-19 u 2020. godini prekinula je niz šestogodišnjeg uzastopnog rasta dolazaka i noćenja stranih i domaćih turista u Hrvatskoj. Pojavom bolesti dogodio se značajan pad u svim turističkim aktivnostima. U Hrvatskoj turizam čini preko 10% BDP-a stoga možemo reći da je njezino gospodarstvo izrazito ovisno o učinku turizma. Prema podacima DZS-a za 2019. godinu od ukupnog broja turista samo 8% činili su domaći turisti što dokazuje koliko je razina uspješnosti turizma ovisna o dolasku stranih turista. Zbog koronavirusa mnoge zemlje proglasile su "lockdown" što je izravno utjecaj na slobodu kretanja ljudi te na pad dohotka, odnosno BDP-a. Što je dohodak stranaca ili Hrvata manji to znači i manju mogućnost da će si moći priuštiti bilo kakvu vrstu turističkog kretanja čak i u slučaju da nema nikakvih restrikcija u slobodi kretanja.

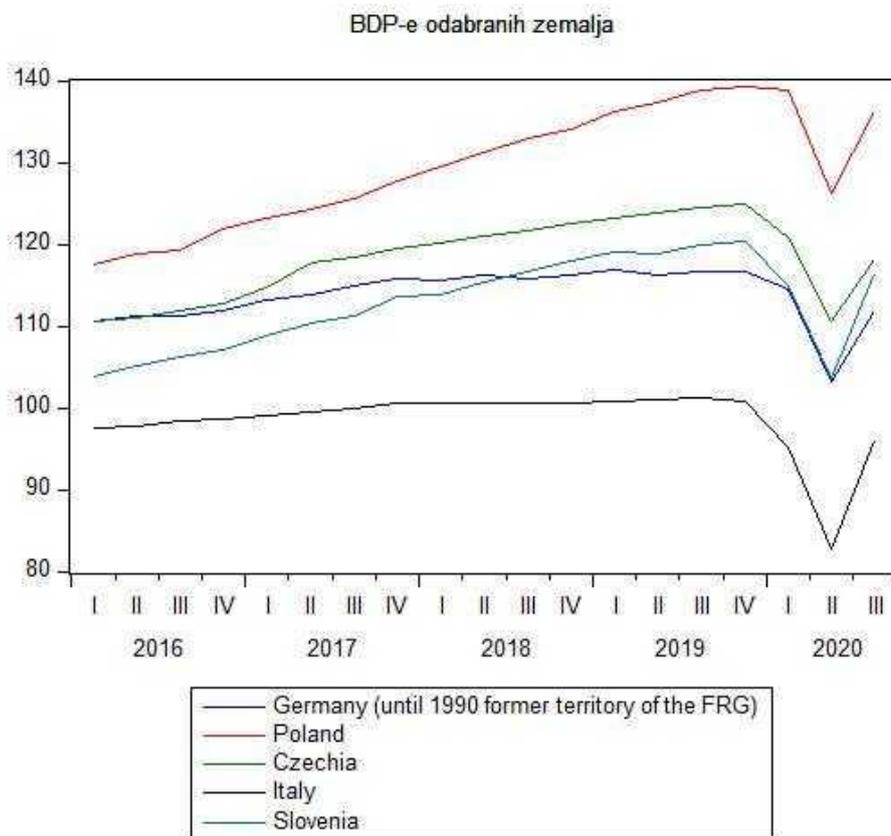
Graf 1. prikazuje kretanje BDP-a Hrvatske od I. kvartala 2016. do III. kvartala 2020. godine



Izvor: Eurostat, 2020.

Siva linija na grafu prikazuje razdoblje pandemije corona virusa odnosno od I. do III. kvartala u 2020. godini. Iz grafa možemo iščitati da je najveći pad BDP-a bio u razdoblju II. kvartala odnosno u razdoblju kada je Vlada Republike Hrvatske proglasila prvi lockdown koji je započeo 19.03.2020 i trajao sve do 19.04.2020.

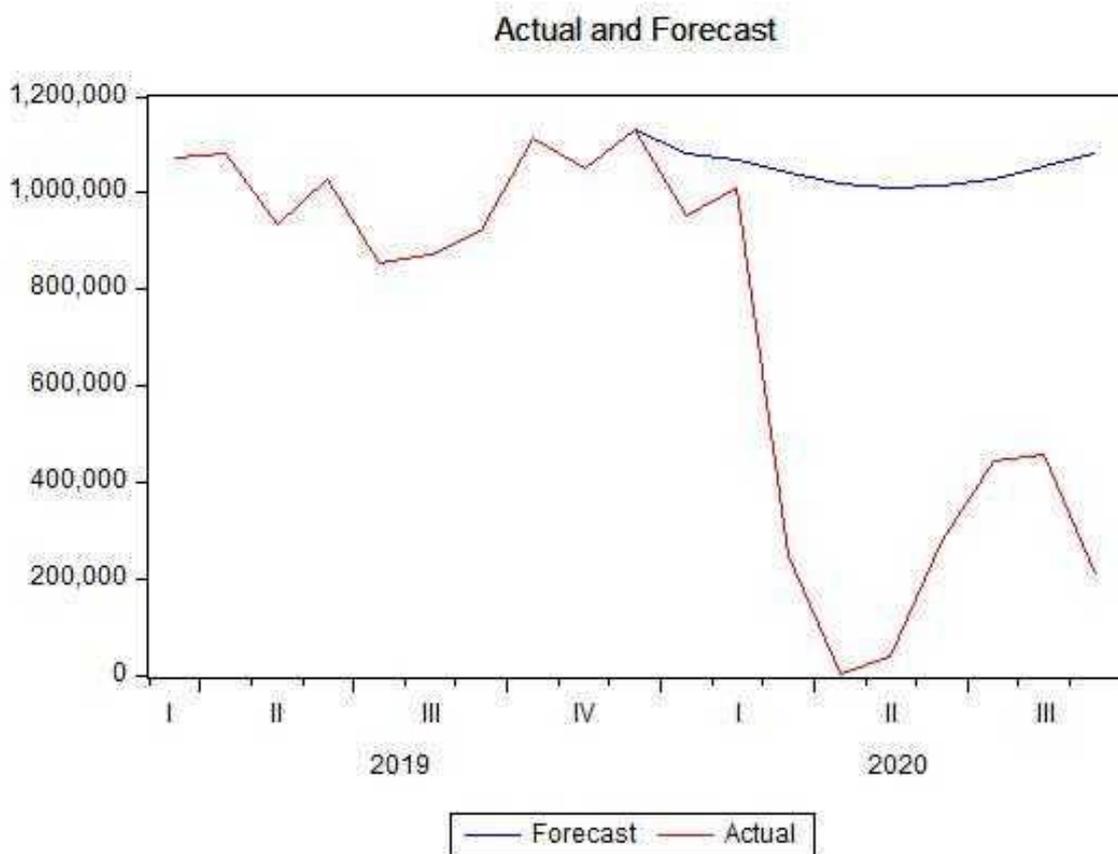
Graf 2. prikazuje kretanje BDP-a određenih zemalja u Europi od I. kvartala 2016. godine do III. kvartala 2020. godine



Izvor: Eurostat, 2020

Iz Graf 2. možemo vidjeti da je i u ostalim Europskim državama došlo do značajnog pada BDP-a te se iz tog razloga moglo i očekivat da će turistička sezona u Hrvatskoj 2020. imati značajan pad u brojkama u odnosu na prijašnje godine. Osim problema u smanjenoj platežnoj moći Hrvata i stranaca, jedan od glavnih problema zbog kojih je došlo do rekordno niskih turističkih brojki i smanjenja posjeta turističkih destinacija bio je i strah od zaraze COVID-19, nemogućnosti povratka u svoje domovine zbog propisanih mjera karantene te brojni drugi problemi uzrokovani samom pandemijom.

Graf 3. Projicirane i stvarne vrijednosti dolaska turista do 30.09.2020.

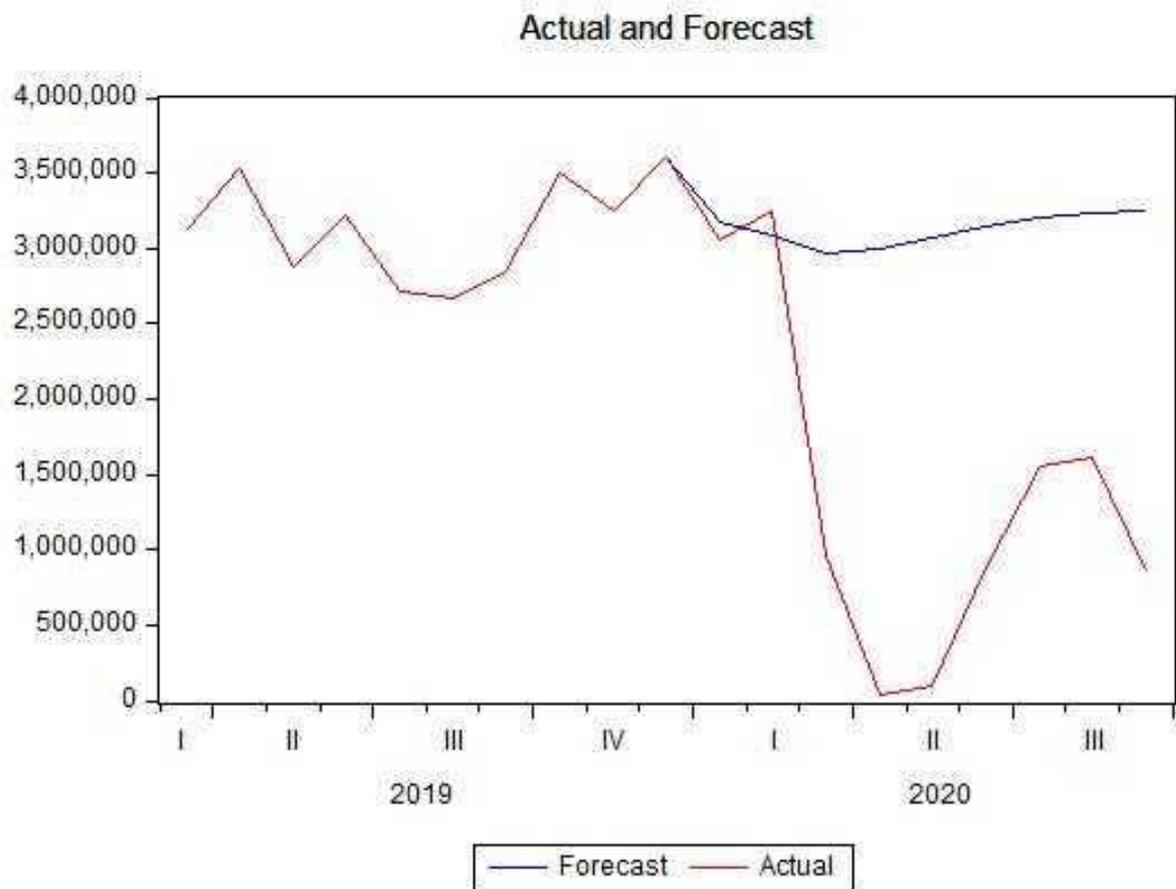


Izvor: DZS, izračun na temelju Benko, Krstanović i Sovulj (2020.)

U ovom grafu prikazane su dvije krivulje s kojima se prikazuju očekivane tj projicirane i stvarne vrijednosti dolaska turista do 30.09.2020. Crvena linija prikazuje stvarnu vrijednost (eng. actual) dolaska turista dok plava linija prikazuje projiciranu (eng. forecast) vrijednost dolaska.

Strani turisti u 2020. ostvarili su 5,5 milijuna dolazaka što je u odnosu na 2019. pad dolazaka turista za 68,0%. Domaći turisti ostvarili su 1,5 milijuna dolazaka što je pad dolazaka za 34,2% u odnosu na 2019 (DZS, 2020.) Osim toga u sljedećem grafu 4. biti će nam prikazan i pad u broju noćenja u istom razdoblju kao i u grafu 3.

Graf 4. Projicirane i stvarne vrijednosti noćenja turista do 30.09.2020



Izvor: DZS, izračun na temelju Benko, Krstanović i Sovulj (2020.)

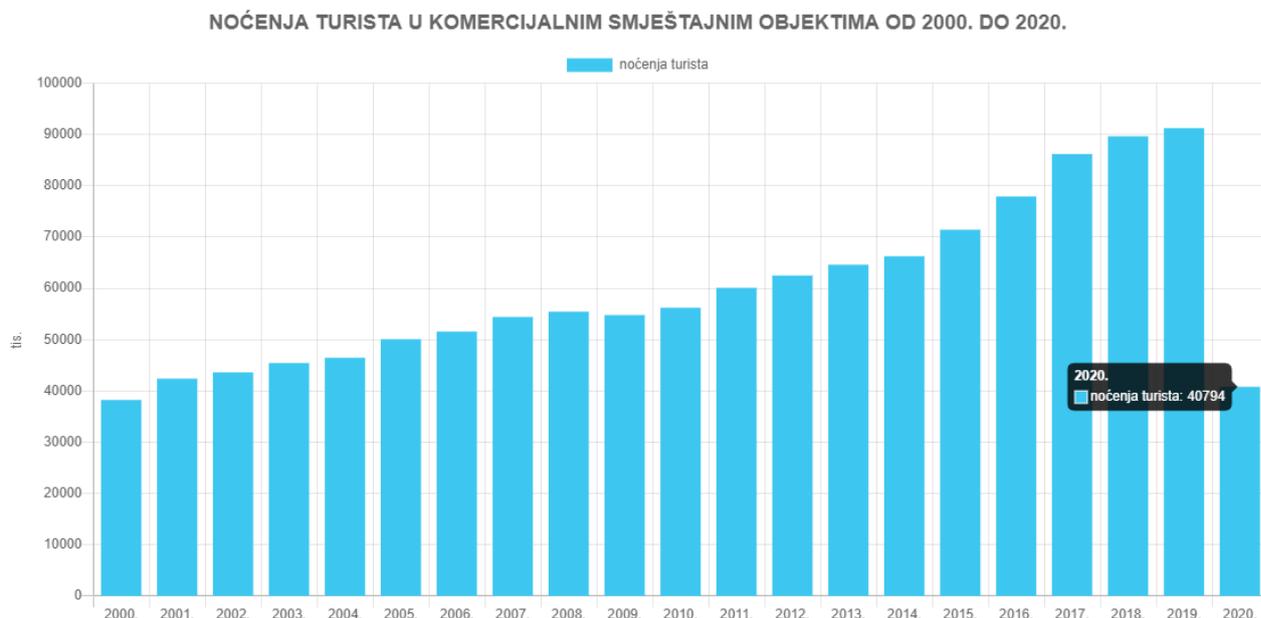
U grafu 4. plava linija prikazuje očekivanu vrijednost noćenja turista, a crvena prikazuje stvarnu vrijednost noćenja turista.

Domaći turisti ostvarili su 5,4 milijuna noćenja, što je pad noćenja za 23,7% u odnosu na 2019. Strani turisti ostvarili su 35,4 milijuna noćenja, što je za 58,0% manje noćenja u odnosu na 2019 (DZS, 2020.)

## 4.2. Fizički pokazatelj turizma u Hrvatskoj 2020. godine u odnosu na prijašnje

Ovaj odlomak pobliže će pokazati pad prometa u odnosu na prijašnje godine uslijed pojave bolesti uzrokovane koronavirusom.

Slika 2. Noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima od 2000. do 2020. godine.



Izvor: DZS, 2020.

Na slici 2. utvrđen je pad u broju noćenja turista 2020. godine u odnosu na prijašnje. Od 2000. godine turizam u Hrvatskoj je u stalnom porastu što i vidimo po broju noćenja. 2020. godini zbog pandemije prouzročene koronavirusom, broj noćenja turista vratio se na razinu od prije 20 godina. Ostvareno je 7,0 milijuna dolazaka i 40,8 milijuna noćenja turista, što je 64,2% manje dolazaka i 55,3% manje noćenja turista u odnosu na 2019.

## **5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE COVID-19 NA TURISTIČKO KRETANJE HRVATA UNUTAR REPUBLIKE HRATSKE**

U prošlom poglavlju izvedeni su pokazatelji i istraživanja koja prikazuju ponašanje turista u vrijeme koronavirusa. Nesumnjivo je da su se kretanja turista u cijelom svijetu smanjila prvenstveno zbog nemogućnosti izlaska ljudi iz vlastitih država, ali postoji mogućnost da su se neki ljudi iz tog razloga više okrenuli putovanjima unutar svojih domovina. Prema uzoru na prezentirana istraživanja u ovom radu istražiti će se da li je COVID19 doista utjecao na smanjenje turističkog kretanja unutar granica Hrvatske.

Istraživanje u ovom radu je kvantitativno istraživanje provedeno metodom ankete. Kod sastavljanja anketnih pitanja vrlo je važno da su ona jasna i da se mogu jednako protumačiti sa strane ispitanika i ispitivača kako bi rezultati bili što točniji. Anketni upitnik sastoji se od više instrumenata koji mjere određenu varijablu. Svaki instrument sastoji se od nekoliko čestica odnosno pitanja na koje ispitanici daju odgovor i na taj način izražavaju svoj stav. Na temelju postotka određenog odgovora možemo donositi zaključke o stavu uzorka. Kada se prikupe rezultati uzorka možemo donositi zaključke o stavu cijele populacije koju taj uzorak i predstavlja.

### **5.1. Metodologija i uzorak istraživanja**

#### **UZORAK**

Studenti Ekonomskog fakulteta u Zagrebu činit će reprezentativni uzorak na kojem će se provoditi ovo istraživanje. Osim što su studenti Ekonomskog fakulteta upoznati s utjecajem koronavirusa na restrikcije kretanja odnosno putovanja, isto tako su voljni i dostupni za pristupiti istraživanju u svrhu izrade završnog rada. Uzorak se sastoji od 64 ispitanika. Isto tako bitno je napomenuti da većina studenata (posebice zbog količine slobodnog vremena i mladenačkog avanturističkog duha) osobe koje se jako često okreću putovanjima kako bi prikupili razna iskustva i upoznali se sa svijetom oko sebe dok su još mladi i puni elana. Upravo to ih čini idealnim kandidatima za ovu vrstu istraživanja.

## MJERENI INSTRUMENTI

Za provedbu ovog istraživanja izrađen je anketni upitnik. Anketa sadrži dva instrumenta. Sastoji se većinom od pitanja zatvorenog tipa i šest pitanja otvorenog tipa koja omogućuju ispitanicima da odgovore u koje županije unutar Hrvatske su najviše putovali zbog posla, zabave i odmora prije i poslije pojave koronavirusa. Sva pitanja zatvorenog tipa u anketi su obavezna dok ona otvorenog tipa nisu. Na samom početku ankete nalaze se opća pitanja s koja su vezana uz karakteristike svakog ispitanika. Općih pitanja je sedam a vezana su uz dob, spol, mjesto stanovanja, stupanj obrazovanja, mjesečna primanja i najčešćih razloga za turističko kretanje.

### Instrument 1. Turističke navike prije pojave koronavirusa

Cilj prvog instrumenta je upoznati turističke navike ispitanika prije koronavirusa. Ovaj instrument ima sedam čestica. Sastoji se četiri pitanja zatvorenog tipa i tri pitanja otvorenog tipa. Rezultati ovog instrumenta bit će iskazani u postotku, te će se prema visini postotka moći protumačiti turističke navike ispitanika prije pojave koronavirusa.

### Instrument 2. Turističke navike nakon pojave koronavirusa

Cilj drugog instrumenta je utvrditi novonastale promjene u turističkim navikama ispitanika nakon pojave koronavirusa. Instrument se također sastoji od sedam čestica od kojih su četiri pitanja zatvorenog i tri pitanja otvorenog tipa. Rezultati će biti iskazani u postotku, te će se uz pomoć njih vršiti usporedba i donositi zaključci o promjenama u turističkom kretanju.

## POSTUPAK ISTRAŽIVANJA

Anketa je izrađena pomoću aplikacije Google Forms te je objavljenja u privatnoj grupi na Facebook-u pod nazivom EFZG- STRUČNI STUDIJ (SVE GODINE) koja broji 4 415 članova.

### 5.1.1. Opće karakteristike

Prvih sedam čestica ankete odnose se na opće karakteristike svakog ispitanika.

#### 1. Dob

- a) < 18
- b) 19-21
- c) 22-24
- d) 25-27
- e) 28-30
- f) > 31

#### 2. Spol

- a) M
- b) Ž

#### 3. Mjesto stanovanja : \_\_\_\_\_

#### 4. Stupanj obrazovanja

- a) OŠ
- b) SSS
- c) VŠS
- d) VSS

## **5. Mjesečna primanja**

- a) < 4000
- b) 4001-6000
- c) 6001-8000
- d) 8001-10 000
- e) > 10 000

## **6. Koji su glavni razlozi Vaših putovanja u većini slučajeva?**

- a) Zabava
- b) Posao
- c) Odmor i relaksacija

### **5.1.2. Turističke navike prije pojave koronavirusa**

Prvi instrument u istraživanju su navike u turističkom kretanju. Ovim instrumentom dobit ćemo uvid u obrazac ponašanja ispitanik prije pojave COVIDA19 vezane uz putovanja. Ispitat ćemo koliko često su putovali izvan i unutar Hrvatske, koliki im je u bio budžet, koliko noćenja su ostvarili u prosjeku te u koje županije u Hrvatskoj su najviše putovali zbog posla, razonode i odmora. Ovaj dio ankete sadrži sedam čestica. U četiri od sedam čestica ispitivači biraju odgovore na pitanja i rezultati tih čestica će biti prikazani u postotku. U tri čestice ispitivači će odgovarati individualno.

#### **1. Koliko često ste putovali prije koronavirusa izvan Hrvatske?**

- a) Skoro nikad
- b) Jednom godišnje
- c) Više puta godišnje

d) Jednom mjesečno

e) Više puta mjesečno

**2. Koliko često ste putovali prije koronavirusa unutar granica Hrvatske?**

a) Skoro nikad

b) Jednom godišnje

c) Više puta godišnje

d) Jednom mjesečno

e) Više puta mjesečno

**3. Koliki Vam je bio budžet za putovanja prije koronavirusa?**

a) < 1500 kn

b) 1501-2500

c) 2501 - 4000

d) 4001 - 6000

e) 6001 - 10 000

f) > 10 000

**4. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali iz poslovnih razloga prije koronavirusa?\_\_\_\_\_**

**5. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali iz razonode (zabave) prije koronavirusa? \_\_\_\_\_**

**6. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali zbog odmora i relaksacije prije koronavirusa?\_\_\_\_\_**

**7. Koliko ste noćenja u prosjeku ostvarili na putovanjima unutar RH prije koronavirusa?**

- a) 1-2 noćenja
- b) 3 - 5 noćenja
- c) 6 - 9 noćenja
- d) >10

### **5.1.3. Turističke navike nakon pojave koronavirusa**

Drugi instrument u istraživanju bavi se analizom turističkih navika nakon pojave koronavirusa. Instrument se sastoji od osam čestica većinom istog smisla kao i uprvom instrumentu ali s različitim vremenskim periodom. Cilj dobiti uvid u novonastale turističke navike ispitivača. U pet od osam čestica ispitivači biraju između par ponuđenih odgovora i rezultati tih čestica će biti prikazani u postotku. U tri čestice ispitivači će odgovarati individualno.

**1. Koliko često ste putovali izvan Hrvatske nakon pojave koronavirusa?**

- a) Skoro nikad
- b) Jednom godišnje
- c) Više puta godišnje
- d) Jednom mjesečno
- e) Više puta mjesečno

**2. Koliko često ste putovali unutar Hrvatske nakon pojave koronavirusa?**

- a) Skoro nikad
- b) Jednom godišnje
- c) Više puta godišnje
- d) Jednom mjesečno
- e) Više puta mjesečno

**3. Koliki Vam je bio budžet za putovanja nakon pojave koronavirusa?**

- a) < 1500 kn
- b) 1501-2500
- c) 2501 - 4000
- d) 4001 - 6000
- e) 6001 - 10 000      f) > 10 000

**4. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali iz poslovnih razloga nakon pojave koronavirusa? \_\_\_\_\_**

**5. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali zbog razonode (zabave) nakon pojave koronavirusa? \_\_\_\_\_**

**6. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali zbog odmora i relaksacije nakon pojave koronavirusa? \_\_\_\_\_**

**7. Koliko ste noćenja u prosjeku ostvarili na putovanjima unutar RH nakon pojave koronavirusa?**

- a) 1-2 noćenja
- b) 3 - 5 noćenja
- c) 6 - 9 noćenja
- d) >10

**8. Da li putujete više ili manje unutar granica RH u odnosu na vrijeme prije pojave koronavirusa?**

- a) Manje
- b) Više
- c) Isto putujem

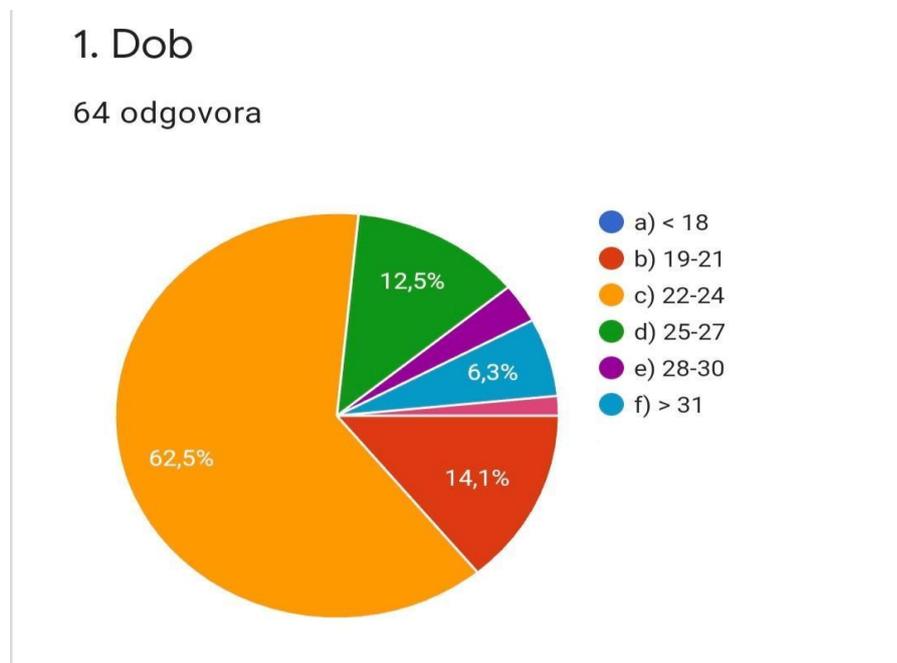
## **5.2. Rezultati istraživanja**

U ovom odlomku prikazani su rezultati ankete. U prvom dijelu odlomka grafički su prikazani rezultati istraživanja, a u drugom dijelu su rezultati prokomentirani od strane autora te uspoređeni. Na temelju usporedbe i dobivenih rezultata iznesen je zaključak u sljedećem poglavlju.

## 5.2.1. Grafički prikaz rezultata ankete

### 1. Opće karakteristike

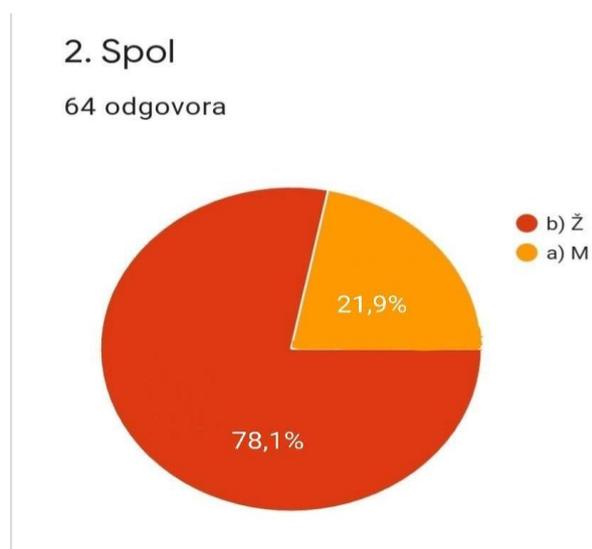
Slika 3. Dob



Izvor: izrada autora.

U prvom pitanju najveći postotak odgovora iznosu 62,5% što znači da najveći udio ispitanika je u dobi od 22 do 24 godine. U dobi od 19 do 21 godina je 14,1% ispitanika, 12,5% njih je u dobi od 25 do 27 godina. Manji dio ispitanika točnije njih 6,3% je starije od 31 godinu, a najmanje je onih koji su u dobi od 28 do 30 godina.

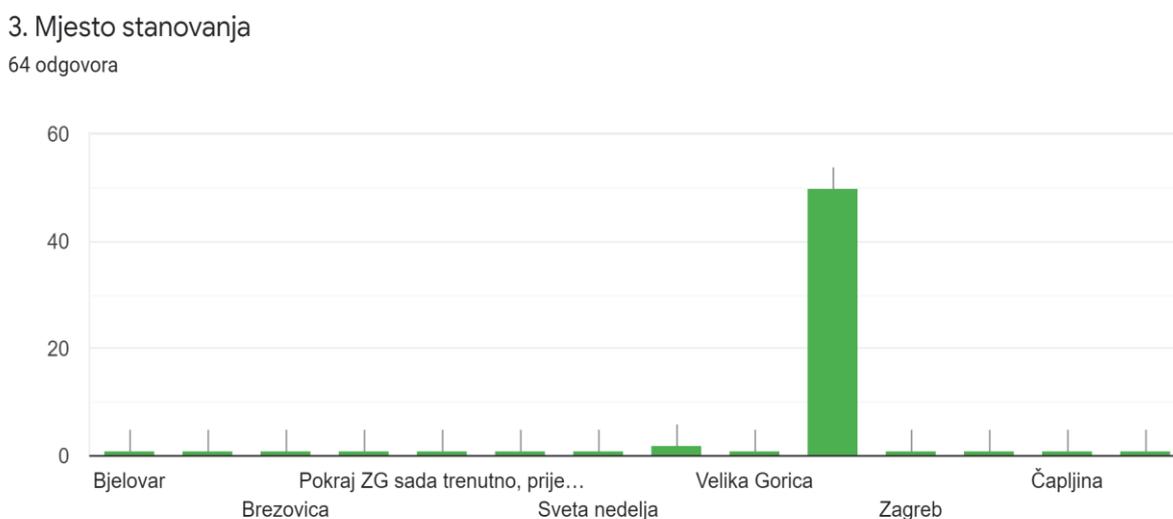
Slika 4. Spol



Izvor: izrada autora.

Iz rezultata ankete možemo zaključiti da je većinski dio ispitanika ženskog spola, i to čak njih 78,1%, dok muškarci čine svega 21,9%.

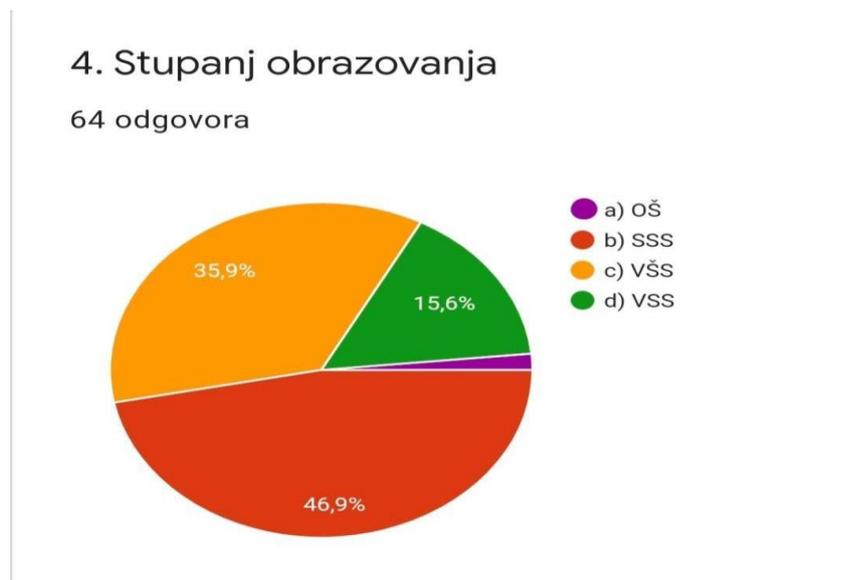
Slika 5. Mjesto stanovanja



Izvor: izrada autora.

Treće pitanje u anketi bilo je otvorenog tipa, te su ispitanici napisali koje je njihovo mjesto stanovanja. Možemo zaključiti da više od 50% ispitanika živi u Zagrebu i njegovoj okolini.

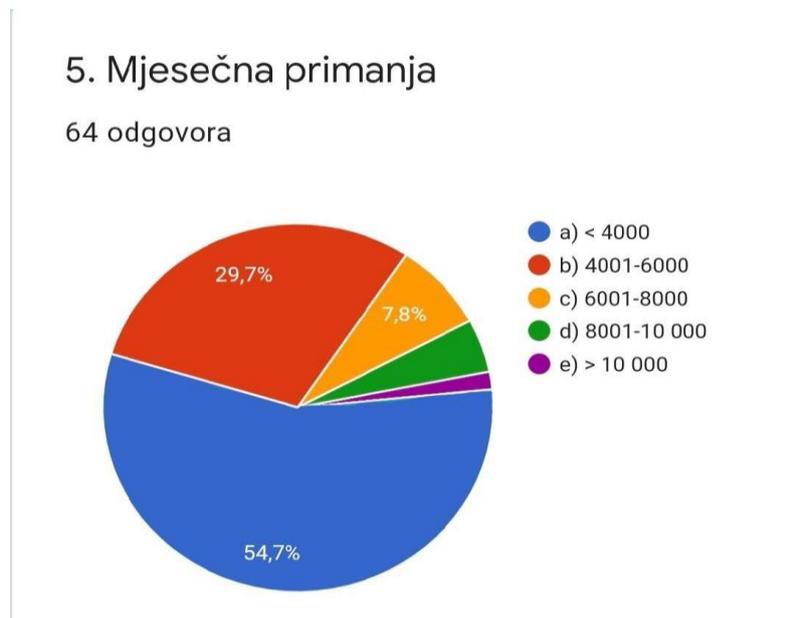
Slika 6. Stupanj obrazovanja



Izvor: izrada autora.

Na slici 6. uočavamo da malo manje od pola (46,9%) ispitanika ima srednju stručnu spremu, 35,9% ima višu stručnu spremu, 15,6% ima visoku stručnu spremu te ostatak, odnosno samo 1,6% ispitanika ima završenu samo osnovnu školu.

Slika 7. Mjesečna primanja



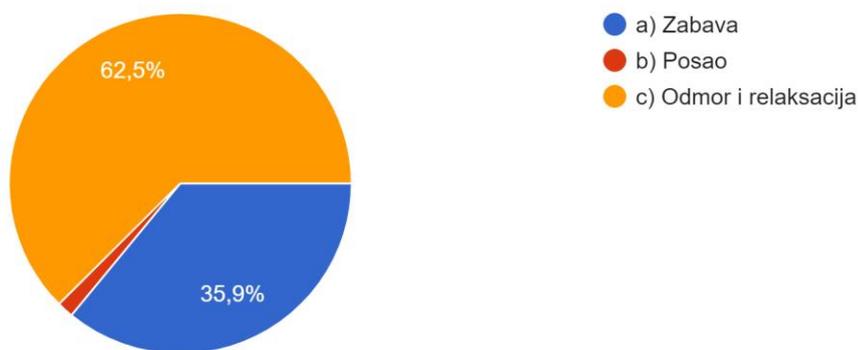
Izvor: izrada autora.

Više od polovice ispitanika (54,7%) ima mjesečna primanja manja od 4000 kn. Njih skoro trećina ( 29,7%) ima mjesečna primanja između 4001 i 6000kn, 7,8% ima primanja između 6001 i 8000 kn te ostatak ispitanika ima plaću veću od 8001 kn.

Slika 8. Glavni razlozi putovanja ispitanika

6. Koji su glavni razlozi Vaših putovanja u većini slučajeva?

64 odgovora



Izvor: izrada autora

Na slici 8. možemo vidjeti glavne motive putovanja ispitanika. Više od 98% ispitanika na putovanje se odlučuje zbog odmora, relaksacije i zabave. Posao je glavni motiv putovanja svega 1,5 % ispitanika.

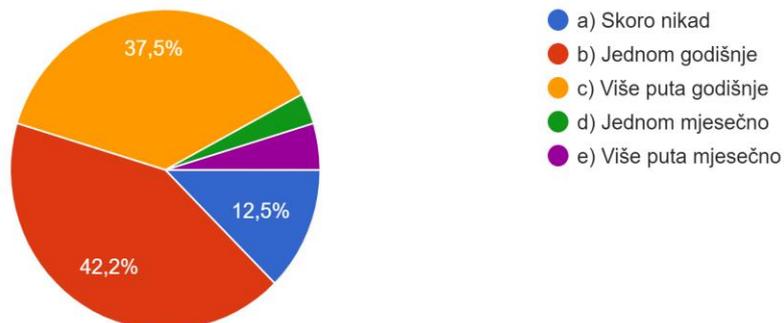
### 5.1.2. Turističke navike prije pojave koronavirusa

U ovom dijelu prikazani su rezultati prvog instrumenta u anketi koji se bavi turističkim navikama ispitanika prije pojave koronavirusa.

Slika 9. Koliko često ste putovali prije koronavirusa izvan Hrvatske?

1. Koliko često ste putovali prije koronavirusa izvan Hrvatske?

64 odgovora



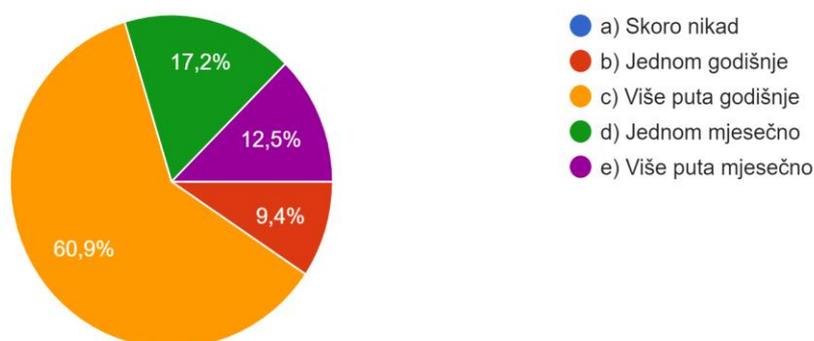
Izvor: izrada autora.

Na slici 9. vidljiva je učestalost putovanja ispitanika izvan granica Hrvatske. Njih čak 42,2% na putovanje se odlučivalo minimalno jednom godišnje. Malo više od trećine, odnosno 37,5% putovalo je više puta godišnje, a čak 12,5% ispitanika nije skoro nikad putovalo izvan granica domovine prije same pojave koronavirusa. Ostatak, tj. oko 8% ispitanika znalo je putovati jednom ili više puta mjesečno.

Slika 10. Koliko često ste putovali prije koronavirusa unutar granica Hrvatske?

2. Koliko često ste putovali prije koronavirusa unutar granica Hrvatske?

64 odgovora



Izvor: izrada autora.

Možemo uočiti da u slučaju putovanja unutar granica Hrvatske, više od polovice (60.9%) ispitanika odlučivalo se na put više puta godišnje. Jedna trećina ispitanika putovala je jednom ili više puta svaki mjesec u godini. Samo 9,4% na putovanje unutar domovine odlučivalo se jednom godišnje te nitko od ispitanika nije odgovorio da skoro nikad ne putuje unutar granica Hrvatske.

Slika 11. Koliki vam je bio budžet za putovanja prije koronavirusa?



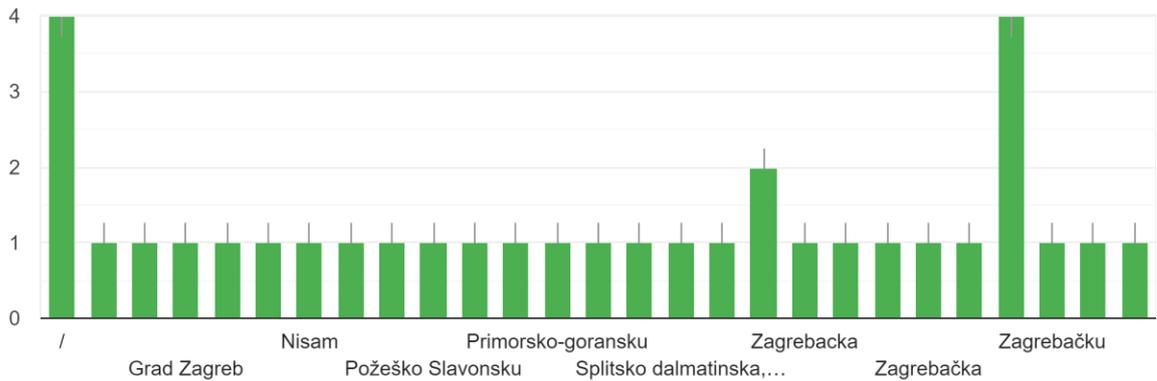
Izvor: izrada autora.

Na slici 11. vidimo da otprilike jedna trećina ispitanika (32,8%) za putovanja odvaja svotu od 1500 do 2 500 kn, dok druga malo veća trećina (35,9%) odvaja svotu od 2 500 do 4 000 kn. 14,1% ispitanika ima budžet manji od 1 500kn. Ostatak ispitanika ima na raspolaganju svotu veću od 4 000 kn.

Slika 12. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali iz poslovnih razloga prije koronavirusa

4. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali iz poslovnih razloga prije koronavirusa?

34 odgovora



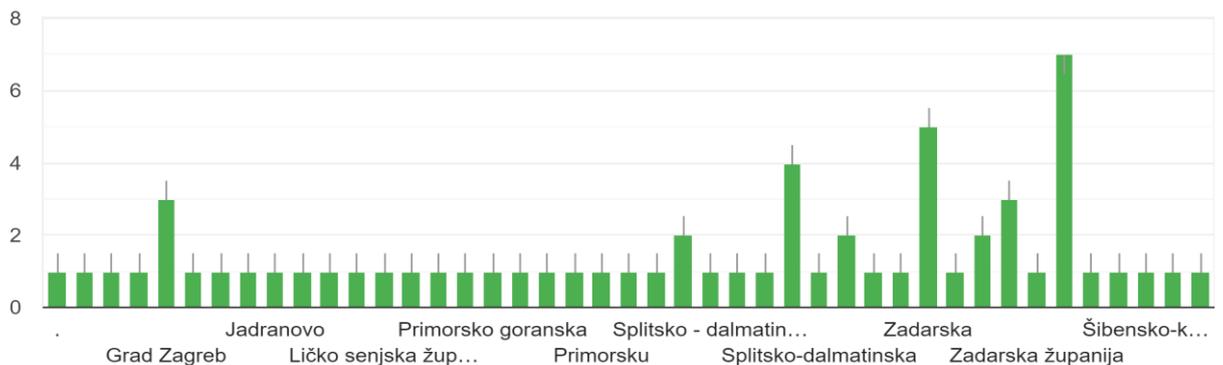
Izvor: izrada autora.

Na slici pod brojem 12. imamo prikazan graf s odgovorima na prvo pitanje otvorenog tipa s neobaveznim odgovorima iz razloga što neki od ispitanika najvjerojatnije nemaju posao uz koji moraju putovati. Najčešći odgovor za poslovna putovanja bio je Grad Zagreb i njegova okolica, tj. Zagrebačka županija.

Slika 13. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali iz razonode (zabave) prije koronavirusa?

5. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali iz razonode (zabave) prije koronavirusa?

63 odgovora

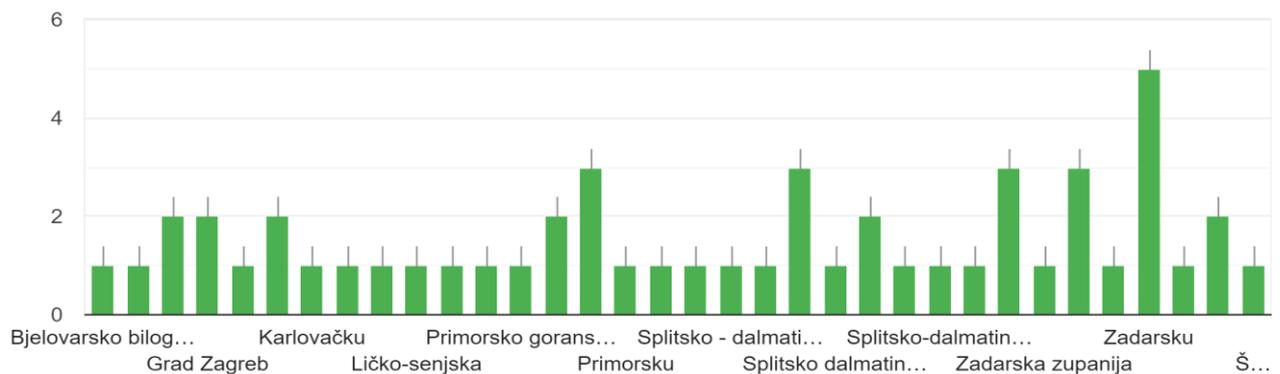


Izvor: izrada autora.

Najposjećenija županija zbog zabave prije koronavirusa definitivno je Zadarska županija. Iza nje dolazi Splitsko-dalmatinska, a treća po redu je Grad Zagreb. To možemo pripisati bogatom i razvijenom noćnom životu unutar tih županija.

Slika 14. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali zbog odmora i relaksacije prije koronavirusa?

6. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali zbog odmora i relaksacije prije koronavirusa?  
52 odgovora

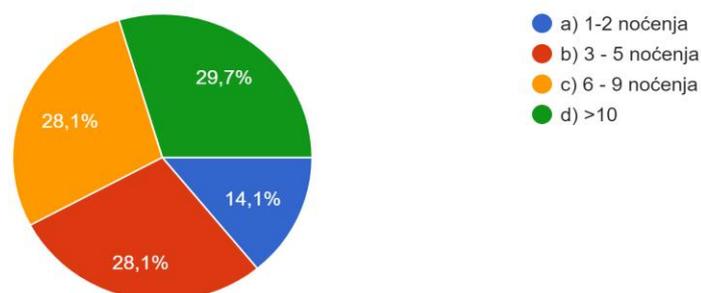


Izvor: izrada autora

Uočavamo da definitivno najposjećenije županije ispitanika za odmor su Zadarska županija te Splitsko-dalmatinska. Treće po redu u ovom slučaju je Primorsko-goranska.

Slika 15. Koliko ste noćenja u prosjeku ostvarili na putovanjima unutar RH prije koronavirusa?

7. Koliko ste noćenja u prosjeku ostvarili na putovanjima unutar RH prije koronavirusa?  
64 odgovora



Izvor: izrada autora.

Većina ispitanika ostvarilo je više od 10 noćenja na svojim putovanjima, dok podjednak broj njih ostvarilo je 3 do 5 i 6 do 9 noćenja na svojim putovanjima. Mali udio ispitanika, tj. njih 14,1% ostvarilo je u prosjeku 1 do 2 noćenja.

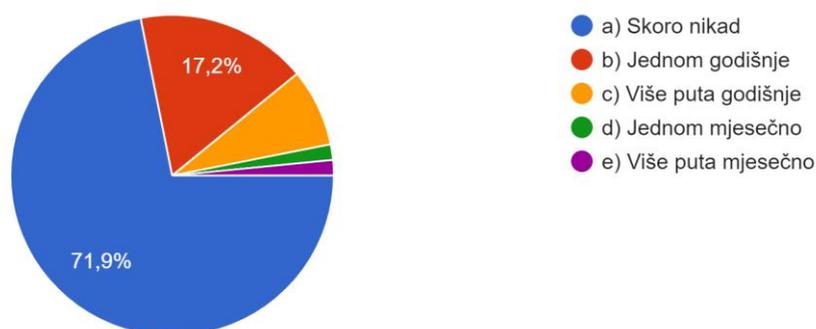
### 5.1.3. Turističke navike nakon pojave koronavirusa

U ovom dijelu analizirat ćemo rezultate drugog instrumenta u anketi koji se odnosi na razdoblje nakon pojave koronavirusa. Većina pitanja su istog tipa samo s drugačijim vremenskim razdobljem kako bi se na kraju rada bio donesem što bolji zaključak temeljen na usporedbi rezultata između ta dva instrumenta.

Slika 16. Koliko često ste putovali izvan Hrvatske nakon pojave koronavirusa?

1. Koliko često ste putovali izvan Hrvatske nakon pojave koronavirusa?

64 odgovora



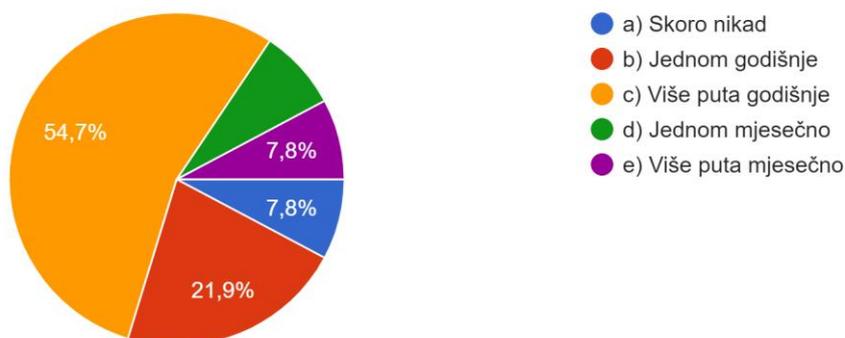
Izvor: izrada autora.

Iz slike 16. možemo iščitati da velika većina ispitanika, čak 71,9%, nakon pojave koronavirusa nije niti jednom krenulo na putovanje izvan granica domovine. Jednom godišnje na putovanje se uputilo svega 17,2% ispitanika. Otprilike 10% na put je kretalo više puta godišnje.

Slika 17. Koliko često ste putovali unutar Hrvatske nakon pojave koronavirusa?

2. Koliko često ste putovali unutar Hrvatske nakon pojave koronavirusa?

64 odgovora



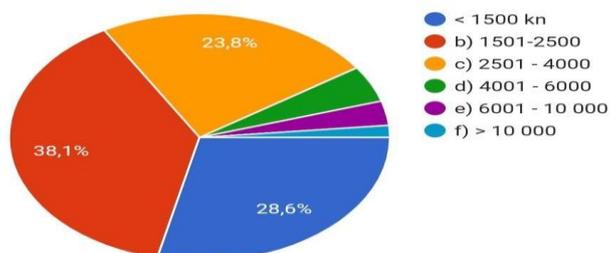
Izvor: izrada autora.

Nakon pojave virusa na putovanja unutar granica više puta godišnje odlučilo se 54,7% ispitanika, jednom godišnje kretalo je njih 21,9%. Podjednaki broj ispitanika na putovanje se odlučilo jednom i više puta mjesečno te također podjednak broj njih nije uopće putovalo.

Slika 18. Koliki vam je bio budžet za putovanja nakon pojave koronavirusa?

3. Koliki Vam je bio budžet za putovanja nakon pojave koronavirusa?

63 odgovora

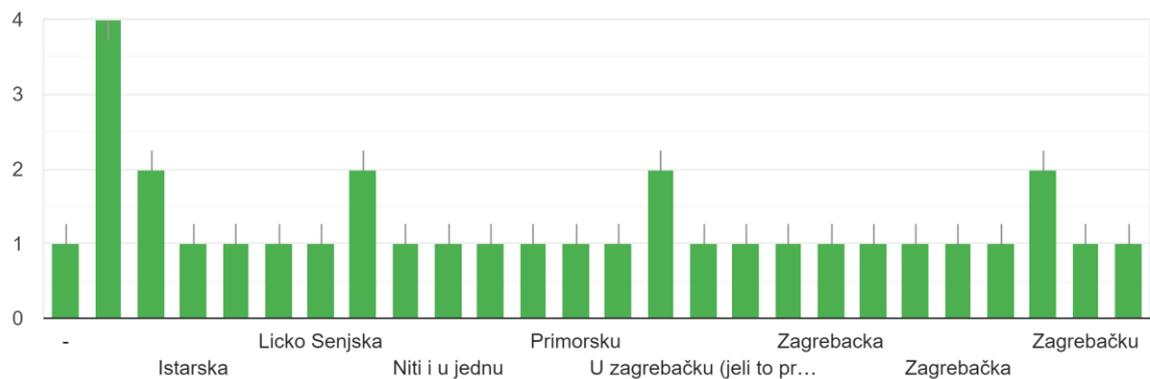


Izvor: izrada autora.

Na slici 18. uočavamo smanjenje budžeta kod ispitanika nakon pojave koronavirusa. Prosječna svota novaca koju izdvajaju za putovanje iznosi 1501 do 2500 kn ili manje od 1500 kn. Tek 23,8% ispitanika ima na raspolaganju svotu od 2501 do 4000 kn.

Slika 19. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali iz poslovnih razloga nakon pojave koronavirusa?

4. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali iz poslovnih razloga nakon pojave koronavirusa?  
33 odgovora



Izvor: izrada autora.

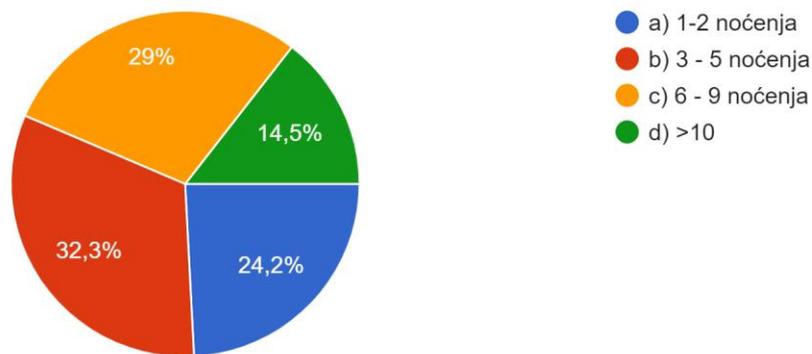
Unatoč pojavi koronavirusa, prevladavajuća županija za poslovna putovanja i dalje je ostao Grad Zagreb i Zagrebačka županija.



Na slici 21. vidimo da najposjećenija županija s ciljem odmora i relaksacije Zadarska županije, nakon nje Zagrebačka i na trećem mjestu s podjednakim brojem glasova nalaze se Primorsko-goranska i Splitsko-dalmatinska.

Slika 22. Koliko ste noćenja u prosjeku ostvarili na putovanjima unutar RH nakon pojave koronavirusa?

7. Koliko ste noćenja u prosjeku ostvarili na putovanjima unutar RH nakon pojave koronavirusa?  
62 odgovora

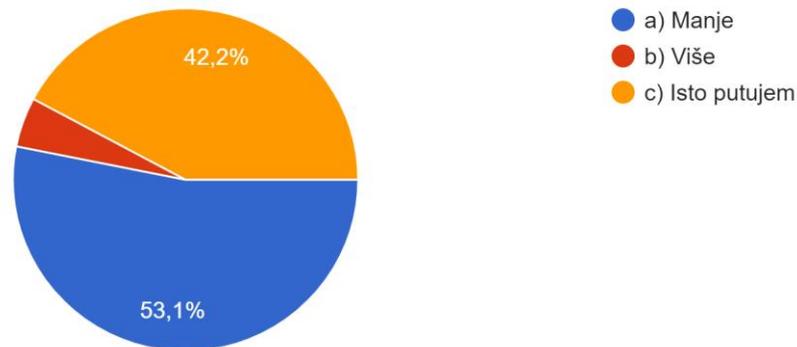


Izvor: izrada autora.

Prevladavajući prosječan broj noćenja ispitanika nakon pojave virusa iznosi 3 do 5 noćenja na jednom putovanju. Također jedna trećina ispitanika u prosjeku je imala 6 do 9 noćenja te skoro isto tolko ispitanika na putovanju je uzimalo 1 do 2 noćenja. Samo 14,5% ispitanika je nakon pojave koronavirusa uzimalo više od 10 noćenja prilikom jednog putovanja.

Slika 23. Da li putujete više ili manje unutar granica RH u odnosu na vrijeme prije pojave koronavirusa?

8. Da li putujete više ili manje unutar granica RH u odnosu na vrijeme prije pojave koronavirusa?  
64 odgovora



Izvor: izrada autora

Iz slike broj 23. možemo iščitati da više od polovine ispitanika, tj. njih 53,1% smatra da putuje manje unutar granica RH u odnosu na vrijeme prije koronavirusa. Drugi veći udio ispitanika, njih 42,2% smatra da putuje podjednako, a manji dio njih (oko 5%) putuje više unutar granica države nego prije pojave virusa.

### 5.3. Rezultati istraživanja

Prema rezultatima provedene ankete, najčešća dob ispitanika bila je između 22 i 24 godine. Većinski spol ispitanika, tj. njih 78,1% činile su žene. Isti postotak ispitanika (78,1%) stanuje u Zagrebu. Najveći broj ispitanika ima srednju stručnu spremu, točnije 46,9%, a njih 35,9% ima višu stručnu spremu. Mjesečna primanja manja od 4000 kuna ima 54,7% ispitanika, a primanja od 4001 do 6000 kuna mjesečno ima 29,7%. U 62,5% slučajeva glavni motiv putovanja ispitanika je odmor i relaksacija, a u 35,9% glavni motiv je zabava. Zbog poslovnih motiva na putovanje se odlučuje svega oko 2% ispitanika. Kada razmatramo prvi instrument, točnije turističke navike ispitanika prije pojave koronavirusa, 42,2% ispitanika na putovanje izvan granica Hrvatske kretalo je jedanput godišnje, dok njih 37,5% čak više puta godišnje. Na putovanja unutar granica domovine više puta godišnje kretalo je više od polovine ispitanika, odnosno 60,9%. 35,9%, izdvajalo je za putovanje od 2501 do 4000 kn, a

32,8% izdvajalo je svotu od 1501 do 2500 kn. Iz otvorenih pitanja o najposjećenijim županijama zbog posla, zabave i odmora saznali smo da su grad Zagreb i Zagrebačka županija najposjećenije zbog poslovnih motiva, a u slučaju zabave i odmora predvodi Zadarska županija. Što se prosječnog broja noćenja tiče prije pojave koronavirusa, odgovori ispitanika bili su praktički jednako raspodijeljeni, no ipak većina ispitanika imalo je 10 ili više noćenja tokom jednog putovanja. Drugi instrument prikazuje turističke navike nakon pojave koronavirusa. 71,9% ispitanika odgovorilo je da od trenutka pojave virusa nije putovalo izvan granica Hrvatske, a njih 17,2% na takvu vrstu putovanja krenulo je jednom godišnje. Malo više od polovice ( 54,7%) odlučivalo se na putovanja unutar granica više puta godišnje te 21,9% minimalno jedanput godišnje. Budžet od 1501 do 2500 kn imalo je 38,1% ispitanika, a 28,6% imalo je budžet do 1500 kn. I ovaj put u otvorenim pitanjima najposjećenije županije zbog poslovnih, zabavnih i relaksacijskih motiva ostali su vodeći grad Zagreb i Zagrebačka ( zbog posla) te Zadarska županija (zabava i odmor). 3 do 5 noćenja nakon pojave COVIDA19 ostvarilo je 32,3% ispitanika, a 29% njih ostvarilo je 6 do 9 noćenja. Manje od 15 % ispitanika ostvarilo je 10 ili više noćenja tokom putovanja. Vrijeme koronavirusa utjecalo je na smanjenje turističkog kretanja kod 53,1% ispitanika, no unatoč tome njih čak 46,9% tvrdi da putuje isto ili više u odnosu na prijašnje vrijeme.

## 6. ZAKLJUČAK

Ovim radom obrađena je tema utjecaja koronavirusa na kretanje domaćih turista. Provedeno je kvantitativno istraživanje koje se provodi u društvenim znanostima s ciljem opisa stanja ili uzročno-posljedičnih odnosa između pojedinih elemenata. S pomoću ankete utvrđena je razlika u turističkom kretanju domaćih turista u vrijeme prije i poslije pojave koronavirusa. Turističko kretanje je aktivnost proizašla iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine, ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju. Iza svakog oblika turističkog kretanja postoji motiv ili potreba koji je osobu nagnuo na putovanje. Tri osnovne skupine motiva su poslovni, relaksacijski (odmor) i ostali (zabavni, zdrastveni, edukacijski). Osim motiva koji pokreću turiste, postoje i mnoge vrste turističkog kretanja koje definiraju brojni čimbenici kao što su na primjer stupanj mobilnosti turista, dob i obiteljski status, broj sudionika, godišnje doba, itd. S obzirom na mjesto putovanja i boravka razlikujemo domaći, ulazni i izlazni turizam. Domaći se odnosi na putovanja domaćih turista unutar granica svoje domovine, ulazni na dolazak stranih turista unutar granica drugih država, a izlazni se odnosi na putovanje domaćih turista izvan granica svoje domovine. Početkom 2020. godine svijetom se proširila bolest dišnih puteva uzrokovana tada nepoznatim virusom SARS-CoV-2 (COVID-19). Ograničenja putovanja, zatvaranje granica, propisi o karanteni i provođenje epidemioloških mjera u Republici Hrvatskoj i svijetu, kako bi se spriječilo širenje zaraze, izravno su utjecali na pad dolazaka i noćenja turista. Pandemija je prekinula niz šestogodišnjeg uzastopnog rasta dolazaka i noćenja stranih i domaćih turista u Hrvatskoj, odnosno pojavom bolesti dogodio se značajan pad u svim turističkim aktivnostima. Tu pretpostavku smo u ovom radu i potvrdili pomoću provedene ankete. Utvrđeno je da je virus jako utjecao na smanjenje izlaznog turizma, odnosno na putovanje domaćih turista izvan granica domovine. Osim na izlazni, utjecao je i na smanjenje domaćeg turizma ali u znatno manjoj količini od izlaznog. Prosječan budžet za putovanja u odnosu na razdoblje prije i poslije pojave koronavirusa se smanjio za skoro 1000 kn što je imalo i uzročno-posljedičnu vezu sa smanjenjem broja noćenja tokom jednog putovanja. Vodeće županije u koje su turisti najviše putovali prije i poslije koronavirusa iz spomenutih glavnih motiva (posao/odmor/zabava) su ostale iste. Unatoč očekivanim rezultatima smanjenja turističkog kretanja i prije provedbe ankete, skoro polovica ispitanika tvrdi da putuje isto ili više u odnosu na razdoblje prije pojave bolesti.

## 7. LITERATURA

### 7.1. Stručne knjige, časopisi i internetski izvori

1. Enciklopedija hr., definicija turizma. Dostupno na: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763> (15.08.2021)
2. Konkurentnost turističke destinacije i vrste turizma; prijedlog prijevoda UNWTO-ovih definicija. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA\\_2018\\_c-dokumenti/180926\\_unwto\\_definicije.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180926_unwto_definicije.pdf) (15.08.2021)
3. Covid-19 related travel restrictions a global review for tourism (UNWTO). Dostupno na: <http://www.iztsg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/OSTALO/TravelRestrictions---28-April.pdf> (15.08.2020)
4. Institut za turizam, Hrvoje Mataković: COVID-19 kriza, provedba sigurnosnih mjera i turizam. Dostupno na: [http://www.iztsg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Matakovi%C4%87-H\\_2020.pdf](http://www.iztsg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Matakovi%C4%87-H_2020.pdf) (15.08.2020)
5. Institut za turizam, Neda Telišman-Košuta: Turizam nakon doba korone: Što će biti drugačije? Što može biti bolje? Dostupno na: [http://www.iztsg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Teli%C5%A1man-Ko%C5%A1uta-N\\_2020.pdf](http://www.iztsg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Teli%C5%A1man-Ko%C5%A1uta-N_2020.pdf) (15.08.2020)
6. LIDER (2020), Turizam u 2020. pao na razinu iz 1990. godine, izgubljeno 2000 milijardi dolara! Dostupno na: <https://lider.media/poslovna-scena/svijet/turizam-u-2020-pao-na-razinu-iz-1990-godine-izgubljeno-2-000-milijardi-dolara-134598> (15.08.2020)
7. EKONOMSKI LAB, Hrvatski turizam u doba pandemije: osvrt na 2020. i pogled na 2021., Ivica Brkljača (24/02/2021). Dostupno na: <https://arhivanalitika.hr/blog/hrvatski-turizam-u-doba-pandemije-osvrt-na-2020-i-pogled-na-2021/> (16.08.2020)
8. Institut za turizam, Zoran Klarić: Širenje koronavirusa u svijetu i hrvatski turizam. Dostupno na: [http://www.iztsg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Klari%C4%87-Z\\_2020.pdf](http://www.iztsg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Klari%C4%87-Z_2020.pdf) (16.08.2020)
9. KORONAVIRUS.hr (2021) Privremena zabrana i ograničenje prelaska preko graničnih prijelaza RH. Dostupno na: <https://www.koronavirus.hr/privremena-zabrana-i-ogranicenje-prelaska-preko-granicnih-prijelaza-rh/733> (16.08.2021)

10. DZS (2021), Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje. Dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci\\_i\\_nocenja\\_2020.html](https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja_2020.html) (16.08.2020)
11. Grižinić J. (2019), UVOD U TURIZAM - povijest, razvoj, perspektive Dostupno na: <https://repositorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A3111/datastream/FILE0/view> (16.08.2020)
12. Weber, S., Mikačić, V. Osnove turizma. Zagreb : Školska knjiga, 2002
13. Lamza Posavec, V. (2011) Kvantitativne metode istraživanja: anketa i analiza sadržaja. Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.
14. Vukosav, J., Zarevski, P. (2011) Metodologija znanstvenih istraživanja. Zagreb: Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske, Policijska akademija.
15. Vujević, M. (2006) Uvođenje u znanstveni rad u području društvenih znanosti. Zagreb: Školska knjiga.
16. Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N. (2010) Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: Kako osmisлити, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje, Zagreb: M.E.P. d.o.o.

## 7.2. Popis slika

Slika 1. Vrste turizma- unutarnji, nacionalni i međunarodni, Izvor: Weber, S. – Mikačić, V.:

Osnove turizma, Školska Knjiga Zagreb, Zagreb, 2000., str. 17., autor skenirao iz udžbenika.

Slika 2. Noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima od 2000. do 2020. godine.

Dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci\\_i\\_nocenja\\_2020.html](https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja_2020.html)

Slika 3. Dob, izrada autora.

Slika 4. Spol, izrada autora.

Slika 5. Mjesto stanovanja, izrada autora.

Slika 6. Stupanj obrazovanja, izrada autora.

Slika 7. Mjesečna primanja, izrada autora.

Slika 8. Glavni razlozi putovanja ispitanika, izrada autora.

Slika 9. Koliko često ste putovali prije koronavirusa izvan Hrvatske?, izrada autora.

Slika 10. Koliko često ste putovali prije koronavirusa unutar granica Hrvatske?, izrada autora.

Slika 11. Koliki vam je bio budžet za putovanja prije koronavirusa?, izrada autora.

Slika 12. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali iz poslovnih razloga prije koronavirusa?, izrada autora.

Slika 13. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali iz razonode (zabave) prije koronavirusa?, izrada autora.

Slika 14. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali zbog odmora i relaksacije prije koronavirusa?, izrada autora.

Slika 15. Koliko ste noćenja u prosjeku ostvarili na putovanjima unutar RH prije koronavirusa?, izrada autora.

Slika 16. Koliko često ste putovali izvan Hrvatske nakon pojave koronavirusa?, izrada autora.

Slika 17. Koliko često ste putovali unutar Hrvatske nakon pojave koronavirusa?, izrada autora.

Slika 18. Koliki vam je bio budžet za putovanja nakon pojave koronavirusa?, izrada autora.

Slika 19. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali iz poslovnih razloga nakon pojave koronavirusa?, izrada autora

Slika 20. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali zbog razonode (zabave) nakon pojave koronavirusa?, izrada autora

Slika 21. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali zbog odmora i relaksacije nakon pojave koronavirusa?, izrada autora.

Slika 22. Koliko ste noćenja u prosjeku ostvarili na putovanjima unutar RH nakon pojave koronavirusa?, izrada autora.

Slika 23. Da li putujete više ili manje unutar granica RH u odnosu na vrijeme prije pojave koronavirusa?, izrada autora

### **7.3. Prilozi**

U prilogima se nalaze anketni upitnici.

Prilog 1. Dob

Prilog 2. Spol

Prilog 3. Mjesto stanovanja

Prilog 4. Stupanj obrazovanja

Prilog 5. Mjesečna primanja

Prilog 6. Koji su glavni razlozi Vaših putovanja u većini slučajeva?

Prilog 7. Koliko često ste putovali prije koronavirusa izvan Hrvatske?

Prilog 8. Koliko često ste putovali prije koronavirusa unutar granica Hrvatske?

Prilog 9. Koliki Vam je bio budžet za putovanja prije koronavirusa?

Prilog 10. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali iz poslovnih razloga prije koronavirusa?

Prilog 11. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali iz razonode (zabave) prije koronavirusa?

Prilog 12. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali zbog odmora i relaksacije prije koronavirusa?

Prilog 13. Koliko ste noćenja u prosjeku ostvarili na putovanjima unutar RH prije koronavirusa?

Prilog 14. Koliko često ste putovali izvan Hrvatske nakon pojave koronavirusa?

Prilog 15. Koliko često ste putovali unutar Hrvatske nakon pojave koronavirusa?

Prilog 16. Koliki Vam je bio budžet za putovanja nakon pojave koronavirusa?

Prilog 17. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali iz poslovnih razloga nakon pojave koronavirusa?

Prilog 18. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali zbog razonode (zabave) nakon pojave koronavirusa?

Prilog 19. U koju županiju unutar RH ste najviše putovali zbog odmora i relaksacije nakon pojave koronavirusa?

Prilog 20. Koliko ste noćenja u prosjeku ostvarili na putovanjima unutar RH nakon pojave koronavirusa?

Prilog 21. Da li putujete više ili manje unutar granica RH u odnosu na vrijeme prije pojave koronavirusa?