

# Utjecaj ekonomskih i političkih čimbenika na domaću turističku potražnju Republike Hrvatske

---

Pirš, Laura

Master's thesis / Diplomski rad

2024

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:148:099133>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-30**



Repository / Repozitorij:

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



**Sveučilište u Zagrebu**

**Ekonomski fakultet**

**Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij**

**Poslovna ekonomija – smjer Financije**

**UTJECAJ EKONOMSKIH I POLITIČKIH ČIMBENIKA NA  
DOMAĆU TURISTIČKU POTRAŽNJU REPUBLIKE  
HRVATSKE**

**Diplomski rad**

**Laura Pirš**

**Zagreb, listopad, 2024.**

**Sveučilište u Zagrebu**

**Ekonomski fakultet**

**Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij**

**Poslovna ekonomija – smjer Financije**

**UTJECAJ EKONOMSKIH I POLITIČKIH ČIMBENIKA NA  
DOMAĆU TURISTIČKU POTRAŽNJU REPUBLIKE  
HRVATSKE**

**THE INFLUENCE OF ECONOMICS AND POLITICAL  
FACTORS ON THE DOMESTIC TOURIST DEMAND OF THE  
REPUBLIC OF CROATIA**

**Diplomski rad**

**Laura Pirš, 0067583907**

**Mentor: Izv. prof. dr. sc. Petra Barišić**

**Zagreb, listopad, 2024.**

## SAŽETAK

Turizam je ključna komponenta hrvatskog gospodarstva te je razumijevanje faktora koji utječu na domaću turističku potražnju od izuzetne važnosti za donošenje strateških odluka i kreiranje politika koje mogu potaknuti daljnji rast ovog sustava. Također, od presudne važnosti je za gospodarstvo Republike Hrvatske, čineći značajan dio BDP-a i pružajući brojna radna mjesta. Kao jedan od glavnih gospodarskih sustava, turizam doprinosi ne samo ekonomskom rastu već i regionalnom razvoju te promovira kulturu razmjenu, očuvanje prirode i kulturne baštine. Stagnacija turizma u Republici Hrvatskoj dogodila se u nekoliko navrata. Prva stagnacija bila je za vrijeme i nakon Domovinskog rata, a druga za vrijeme pandemije COVID-19 što je rezultiralo smanjenjem dolazaka turista te je to dovelo do smanjenja prihoda od turističke aktivnosti. Osim navedenog, stagnacija turizma je dovela do povećanja cijena te smanjenja turističke potražnje, ali i ponude. Veliku ulogu u povećanju cijena, osim stagnacije turizma, ima i uvođenje Eura kao službene valute koji je rezultirao velikom inflacijom, odnosno smanjenjem kupovne moći. Osim navedenih čimbenika koji su kroz određeno razdoblje imali velik utjecaj na turizam u Hrvatskoj. Hrvatska ima prednost u odnosu na ostale konkurente zbog velikog stupnja sigurnosti u zemlji. Razumijevanje svih navedenih čimbenika omogućuje donositeljima politika da oblikuju strategije koje će potaknuti rast domaće turističke potražnje, osiguravajući dugoročnu stabilnost i prosperitet turističkog sustava u Hrvatskoj.

Ključne riječi: turizam, ekonomski i politički čimbenici, Hrvatska, pandemija, inflacija

## **ABSTRACT**

Tourism is a key component of the Croatian economy, and understanding the factors that influence domestic tourism demand is of utmost importance for making strategic decisions and creating policies that can stimulate further growth in this sector. It is also of vital importance to the economy of the Republic of Croatia, constituting a significant portion of GDP and providing numerous jobs. As one of the main economic sectors, tourism contributes not only to economic growth but also to regional development and promotes cultural exchange, as well as the preservation of nature and cultural heritage. Tourism stagnation in the Republic of Croatia occurred on several occasions. The first stagnation was during and after the Homeland War, and the second during the COVID-19 pandemic, which resulted in a decrease in tourist arrivals, leading to a reduction in revenue from tourism activities. Besides this, tourism stagnations have led to increased prices and a decrease in both tourism demand and supply. A significant role in the price increase, besides tourism stagnation, was also played by the introduction of the Euro as the official currency, which resulted in high inflation, i.e., a decrease in purchasing power. Apart from the mentioned factors that have had a significant impact on tourism in Croatia over a certain period, Croatia has an advantage over other competitors due to the high level of safety in the country. Understanding all these factors enables policymakers to shape strategies that will stimulate the growth of domestic tourism demand, ensuring long-term stability and prosperity of the tourism sector in Croatia.

Keywords: tourism, economics and political factors, Croatia, pandemic, inflation

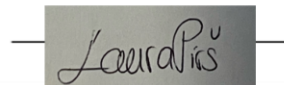
## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski rad / seminarski rad / prijava teme diplomskog 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 / prijave teme nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog izvora te da nijedan dio rada / prijave teme ne krši bilo čija autorska prava.

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

Zagreb, listopad 2024.

A rectangular box containing a handwritten signature in cursive script that reads "Laura Pils".

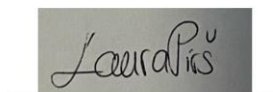
## STATEMENT ON THE ACADEMIC INTEGRITY

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.

Zagreb, October 2024.

A rectangular box containing a handwritten signature in cursive script that reads "Laura Pils".

# SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
1.1. Predmet i cilj rada .....	1
1.2. Metode provođenja istraživanja .....	2
1.3. Struktura rada .....	2
2. POJMOVNO DEFINIRANJE TURIZMA I ULOGE EKONOMSKIH I POLITIČKIH ČIMBENIKA U DOMAĆOJ TURISTIČKOJ POTRAŽNJI REPUBLIKE HRVATSKE ...	4
2.1. Osnovne odrednice i razvoj turizma u Republici Hrvatskoj .....	5
2.2. Karakteristike domaće turističke potražnje Republike Hrvatske .....	6
2.3. Povezanost fiskalne politike i turizma.....	8
3. ULOGA EKONOMSKIH ČIMBENIKA U DOMAĆOJ TURISTIČKOJ POTRAŽNJI REPUBLIKE HRVATSKE.....	11
3.1. Uloga tečaja valute .....	11
3.2. Uloga inflacije i stope nezaposlenosti .....	13
3.3. Analiza statističkih pokazatelja turizma u Republici Hrvatskoj .....	16
3.3.1. Analiza turističkih dolazaka i noćenja u Republici Hrvatskoj (2019.-2023.) .....	16
3.3.2. Analiza prihoda od turističke aktivnosti u Republici Hrvatskoj .....	20
3.4. Inozemna izravna ulaganja (FDI).....	22
4. ULOGA POLITIČKIH ČIMBENIKA U DOMAĆOJ TURISTIČKOJ POTRAŽNJI ZA REPUBLIKOM HRVATSKOM KAO TURISTIČKOM DESTINACIJOM.....	25
4.1. Turizam u vrijeme Domovinskog rata .....	25
4.2. Poslijeratno razdoblje u Republici Hrvatskoj.....	28
4.3. Uloga terorizma u domaćoj turističkoj potražnji Republike Hrvatske.....	30
4.4. Uloga pandemije COVID-19 i ograničenja kretanja.....	31
4.5. Utjecaj rata u Ukrajini na domaću turističku potražnju Republike Hrvatske.....	35
5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE UTJECAJA EKONOMSKIH I POLITIČKIH ČIMBENIKA NA DOMAĆU TURISTIČKU POTRAŽNJU REPUBLIKE HRVATSKE	37

5.1. Cilj istraživanja.....	37
5.2. Metodologija istraživanja .....	37
5.3. Rezultati istraživanja i interpretacija rezultata .....	40
5.4. Diskusija .....	49
6. ZAKLJUČAK .....	51
LITERATURA.....	52
POPIS TABLICA.....	55
POPIS GRAFIKONA .....	55
PRILOZI.....	57



## **1. UVOD**

Turizam je od iznimne važnosti za gospodarstvo Republike Hrvatske koji čini izniman udio u bruto domaćem proizvodu i omogućuje brojna radna mjesta diljem zemlje. Iako je Hrvatska poznata po svojoj kulturnoj baštini i prirodnim ljepotama koje privlače turiste iz cijelog svijeta, domaća turistička potražnja predstavlja vitalnu komponentu koja značajno doprinosi stabilnosti i održivosti turističkog sustava. Turistička potražnja Republike Hrvatske pokazuje kontinuirani rast i raznolikost u posljednjem desetljeću. Ovaj diplomski rad istražuje kako ekonomski i politički čimbenici utječu na domaću turističku potražnju Republike Hrvatske, a poseban naglasak je stavljen na izazove i prilike koje ti čimbenici donose.

Važnost turističke aktivnosti za hrvatsko gospodarstvo manifestira se u njegovom utjecaju na različite sektore, uključujući ugostiteljstvo, građevinarstvo, promet te mnoge druge. Također, turizam ima i važnu ulogu u regionalnom razvoju, promicanju kulturne razmjene te očuvanju prirodne i kulturne baštine. Domaća turistička potražnja nije imuna na ekonomske i političke faktore koji na nju utječu kao što su ekonomske krize, inflacija, nezaposlenost, rat ili pandemija. Primjeri stagnacije turističke potražnje u Hrvatskoj uključuju period Domovinskog rata i nedavnu pandemiju COVID-19 gdje je i u jednom i drugom slučaju došlo do značajnog smanjenja turističkih dolazaka i noćenja pa samim time i smanjenjem prihoda od turističke aktivnosti. Osim navedenog, stagnacija turizma je dovela do povećanja cijena te smanjenja turističke potražnje, ali i ponude. Veliku ulogu u povećanju cijena, osim stagnacije turizma, ima i uvođenje Eura kao službene valute koji je rezultirao velikom inflacijom, odnosno smanjenjem kupovne moći, a sve navedeno je ukazalo na ranjivost turističkog sustava na vanjske utjecaje. Hrvatska je u prednosti u odnosu na svoje konkurente zbog visokog stupnja sigurnosti u zemlji, a razumijevanje svih navedenih čimbenika omogućuje donositeljima politika da oblikuju strategije koje će potaknuti rast domaće turističke potražnje, osiguravajući dugoročnu stabilnost i prosperitet turističkog sustava u Hrvatskoj.

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

Predmet ovog diplomskog rada je analizirati utjecaje ekonomskih i političkih čimbenika na domaću turističku potražnju Republike Hrvatske. Cilj rada je istražiti i razumjeti kako različiti ekonomski (inflacija, stopa nezaposlenosti, uvođenje eura) i politički čimbenici (Domovinski

rat, pandemija COVID-19, rat u Ukrajini) utječu i oblikuju domaću turističku potražnju Republike Hrvatske. Razumijevanje tih čimbenika ključno je za kreiranje učinkovitih politika koje mogu potaknuti rast turističkog sustava i osigurati njegovu dugoročnu stabilnost. Proučavajući povijesne i aktualne trendove, ovaj rad pruža uvid u moguće strategije za ublažavanje negativnih utjecaja i iskorištavanje potencijala koji domaći turizam može ponuditi.

## **1.2. Metode provođenja istraživanja**

Rad se temelji na primarnim i sekundarnim izvorima podataka. Sekundarni izvori bit će prikupljeni iz domaće i inozemne, znanstvene i stručne literature, tj. iz knjiga, znanstvenih članaka te internetskih publikacija. Primarni podaci prikupit će se korištenjem anketnog upitnika na temu utjecaja ekonomskih i političkih čimbenika na domaću turističku potražnju Republike Hrvatske. Istraživanje je provedeno na primjerenom prigodnom uzorku ispitanika, uz korištenje sljedećih istraživačkih metoda: deskripcija, analiza, klasifikacija, indukcija i dedukcija, kao i deskriptivna statistika.

## **1.3. Struktura rada**

Diplomski rad sastoji se od šest poglavlja koja zajedno čine logički povezanu cjelinu. U prvom poglavlju, koje je uvod, predstavljeni su predmet i cilj rada, korištena je metodologija istraživanja te sama struktura rada. U drugom poglavlju stavljen je naglasak na pojmovno definiranje turizma i uloge ekonomskih i političkih čimbenika u domaćoj turističkoj potražnji Republike Hrvatske, odnosno u ovom poglavlju govori se o osnovnim odrednicama i općenitom razvoju turizma u Republici Hrvatskoj, karakteristikama domaće turističke potražnje te o povezanosti fiskalne politike i turizma. Treće poglavlje obuhvaća ulogu ekonomskih čimbenika u domaćoj turističkoj potražnji Republike Hrvatske gdje je objašnjena uloga tečaja valute, prikazano je kako inflacija i stopa nezaposlenosti utječu na turizam te je objašnjeno zašto su inozemna izravna ulaganja bitna za turizam. Isto tako, u ovom poglavlju su i analizirani statistički pokazatelji turizma u Hrvatskoj, odnosno analiza turističkih dolazaka i noćenja u Republici Hrvatskoj (2019.-2023.) te analiza prihoda od turističke aktivnosti u Republici Hrvatskoj. Četvrto poglavlje daje objašnjenje uloge političkih čimbenika u domaćoj turističkoj potražnji za Republikom Hrvatskom kao turističkom destinacijom gdje je najveći naglasak na ulozi pandemije COVID-19 i ograničenju kretanja u tom razdoblju. Također, u četvrtom

poglavlju se prikazuje kakav je bio turizam za vrijeme i nakon Domovinskog rata koji je pogodio Hrvatsku i ostavio trajne posljedice, a s druge strane na koji način rat u Ukrajini utječe na turizam u Republici Hrvatskoj. Peto poglavlje odnosi se na provedeno istraživanje autorice u kojem je provedeno Empirijsko istraživanje utjecaja ekonomskih i političkih čimbenika na domaću turističku potražnju Republike Hrvatske gdje su kasnije objašnjeni ciljevi provedenog istraživanja, metodologija istraživanja, prikazani su rezultati istraživanja i interpretacija rezultata te diskusija. U zadnjem, šestom poglavlju navodi se zaključak, a kasnije slijedi literatura. Na kraju rada nalazi se popis korištene literature, tablice, grafikoni te životopis autorice.

## **2. POJMOVNO DEFINIRANJE TURIZMA I ULOGE EKONOMSKIH I POLITIČKIH ČIMBENIKA U DOMAĆOJ TURISTIČKOJ POTRAŽNJI REPUBLIKE HRVATSKE**

Turizam se može tumačiti na različite načine u odnosu na brojne čimbenike koje obuhvaća i koji na njega utječu. Najjednostavnije, turizam podrazumijeva skup pojava i odnosa koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja u određenom mjestu, ali uz uvjet da boravak posjetitelja ne prelazi u stalno prebivalište te da nije vezan za njihove privredne djelatnosti.<sup>1</sup> Na temelju pojmovnog određenja turizma može se zaključiti da je cilj turističkog putovanja relaksacija turista, odnosno postizanje mira radi odmora. Pri definiranju pojma turističkog putovanja potrebno je uzeti u obzir uvjete koji ga čine turističkim. Putovanje mora biti izvan uobičajenog mjesta stanovanja i trajati duže od 24 sata te mora biti motivirano željom za odmorom i razgledavanjem turističke destinacije.<sup>2</sup> Turizam je od iznimne važnosti za Hrvatsku i njeno gospodarstvo jer značajno doprinosi BDP-u zemlje. Prihodi od turizma čine veliki dio nacionalne ekonomije, posebno tijekom ljetnih mjeseci kada je sezona u Hrvatskoj na vrhuncu. S druge strane, turizam stvara brojna radna mjesta, direktno u turističkim sustavima kao što su ugostiteljstvo, hotelijerstvo, putničke agencije i prijevoz, kao i indirektno u sektorima poput građevinarstva, poljoprivrede i uslužnih djelatnosti. Osim ekonomskog doprinosa, vrlo je bitan i kulturno-društveni utjecaj gdje turizam može poticati očuvanje kulturne i povijesne baštine, uključujući obnovu spomenika, muzeja i tradicionalnih manifestacija.

Ekonomski i politički čimbenici imaju značajnu ulogu u oblikovanju domaće turističke potražnje u Republici Hrvatskoj. Jedan od glavnih ekonomskih utjecaja je inflacija koja uzrokuje promjenu cijena robe i usluga koje samim time utječu na troškove putovanja. Visoka inflacija može smanjiti raspoloživi dohodak koji rezultira automatskim smanjenjem kupovne moći, dok stabilne cijene potiču veću turističku potrošnju. Osim inflacije, još jedan od bitnih ekonomskih čimbenika je i stopa nezaposlenosti. Visoka stopa nezaposlenosti može smanjiti domaću turističku potražnju jer nezaposleni pojedinci imaju manju kupovnu moć i manje sklonosti trošenju na putovanjima. Nasuprot tome, niska stopa nezaposlenosti i veća zaposlenost povećavaju turističku potražnju. Osim ekonomskih čimbenika tu su još i politički čimbenici poput Domovinskog rata koji je smanjio broj dolazaka turista u razdoblju trajanja te pandemija COVID-19 koja je dovela do ograničenja kretanja stanovništva što je uzrok smanjenja dolazaka, noćenja, ali i prihoda od turističke aktivnosti.

---

<sup>1</sup> Marković S. (1970). Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb, str. 17

<sup>2</sup> Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O. (2010). Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb, str. 55

## 2.1. Osnovne odrednice i razvoj turizma u Republici Hrvatskoj

Danas turizam nije samo globalno prepoznatljiv već ima veliku važnost za mnoge zemlje širom svijeta, uključujući i Republiku Hrvatsku. Turizam u Hrvatskoj ima jednu od važnijih uloga budući da je značajan udio BDP-a upravo od njegove aktivnosti. U Hrvatskoj turistička potražnja povećava cijene turističkih proizvoda što rezultira višim prihodima od turizma, a samim time, turistički proizvod postaje izvozno orijentirana usluga čime se potiče razvoj drugih sektora što dodatno jača gospodarstvo države.

Razvoj turizma u Republici Hrvatskoj prošao je kroz različite, ali bitne faze. Prema Pirjevac i Kesar (2002.) prva faza je trajala do Prvog svjetskog rata, tj. od 1850. do 1914. godine gdje je razvoj turizma bio namijenjen lokalnom stanovništvu zbog države koja nije pridavala veliki značaj turizmu. Zbog toga se turizam u početku krenuo razvijati u kontinentalnim dijelovima Hrvatske, a tek kasnije se proširio na obalna područja. Druga faza odvijala se između Prvog i Drugog svjetskog rata, a karakterizira ju osnaživanje turističkih organizacija, sve brže razvijanje turizma, pojačano investiranje u smještajne kapacitete te poboljšavanje infrastrukture unutar države.<sup>3</sup> Treća faza trajala je od Drugog svjetskog rata do 1990. godine u kojoj su ratna zbivanja značajno unazadila razvoj turizam te je samo mali broj poslovnih objekata mogao ponovno započeti s radom nakon razarajućih ratnih događanja. Nakon rata, obnova je brzo započela, ali je trebalo mnogo vremena da se sve vrati u prethodno stanje kako bi se turizam mogao nastaviti razvijati kao i ranije. Zlatno razdoblje, odnosno četvrta faza trajala je od 1964. do 1975. godine, a karakterizira ju izgradnja velikog broja novih smještajnih kapaciteta te je to vrijeme intenzivnog razvoja turizma u novijoj hrvatskoj povijesti.<sup>4</sup>

S druge strane, Vukonić (2005.) smatra kako je problematično povijest hrvatskog turizma gledati isključivo prema ratnim zbivanjima te umjesto toga predlaže periodizaciju razvoja turizma u Hrvatskoj u šest različitih faza:<sup>5</sup>

1. **Faza** odnosi se na period koji prethodi razvoju turizma, s pojavom aktivnosti sličnih turizmu.
2. **Faza** razvoja turizma odnosi se na period krajem 19. stoljeća na prostorima današnje Republike Hrvatske. Ova faza naziva se još i fazom znatiželje jer je povezana s prvim iskazima znatiželje za turizam, otvaranjem prvog ugostiteljskog objekta u lokalnom

---

<sup>3</sup> Pirjevac B., Kesar O. (2002.) Počela turizma, Mikrorad ; Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, str. 40-60

<sup>4</sup> Ibid, str. 40-60

<sup>5</sup> Vukonić B. (2005.), Povijest hrvatskog turizma, Zagreb, Prometej, str. 21-24

vlasništvu, razvojem jedriličarstva kao i s razvojem turizma u srednjoj Dalmaciji te dolaskom stranog kapitala i izgradnjom željezničke mreže.

3. **Faza** obuhvaća period od početka 20. stoljeća pa sve do kraja Prvog svjetskog rata, tijekom kojeg su turbulentni političko-društveni događaji imali značajan utjecaj, uključujući i pojedinačne akcije te inicijative vezane za rast i razvoj turizma.
4. **Faza** je period između dva svjetskog rata u kojem je došlo do porasta turističkog prometa na području današnje Hrvatske. U tom periodu otvoren je velik broj novih smještajnih kapaciteta, a pravna regulativa je poboljšana kako bi se potaknuo danji razvoj turizma.
5. **Faza** obuhvaća period od završetka Drugog svjetskog rata do 1991. godine, a obilježava ju izrazito intenzivan razvoj turizma u Hrvatskoj. Ova se faza može podijeliti u dvije etape: prva, koja obuhvaća razdoblje nakon rata koje traje do 1965. godine, a poklapa se sa razdobljem industrijalizacije i promjenom gospodarskog upravljanja, zbog čega turizam nije bio u središtu pozornosti. Druga etapa, koja počinje nakon 1965. godine i traje sve do 1975. godine., poznata je kao „zlatno razdoblje“ hrvatskog turizma.
6. **Faza** predstavlja period od stjecanja hrvatske neovisnosti do kraja 20. stoljeća. Ovaj period karakterizira privatizaciju i restrukturiranje turističkog sustava. Mnoge privatizacijske afere usporile su razvoj Hrvatske u usporedbi s konkurencijom, a glavni problem u razvoju turizma bila je neodređena vizija budućeg razvoja.

## 2.2. Karakteristike domaće turističke potražnje Republike Hrvatske

„U strukturi turističkog prometa Republike Hrvatske, strani turisti imaju dominantan udio. Prema službenim podacima Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske, u 2019. godini zabilježeno je ukupno 19.566.000 turističkih dolazaka i 91.243.000 noćenja. Strani turisti su činili veći dio u turističkom prometu s 17.353.000 dolazaka i 84.148.000 noćenja, dok su domaći turisti ostvarili 2.213.000 dolazaka i 7.095.000 noćenja. Učešće domaćih turista u ukupnim dolascima iznosilo je 11,31%, a u noćenjima 7,78%. Također, prema podacima Svjetskog vijeća za putovanja i turizam, domaći turisti su u 2019. godini sudjelovali s 11% u

ukupnoj turističkoj potrošnji. Domaći turizam odnosi se na aktivnosti domaćih posjetitelja unutar njihove zemlje, bilo kao dio putovanja unutar zemlje ili kao segment putovanja.“<sup>6</sup>

Provedeno istraživanje od strane autora Lončarić, Dlačić i Perišić Prodan (2020.) imalo je za cilj analizirati domaće turiste i njihove potrošačke navike, s posebnim fokusom na karakteristike putovanja, motivaciju i ponašajne namjere. Empirijskim istraživanjem i primjermom klaster analize identificirana su tri segmenta domaćih turista: „Parovi“, „Mladi“ i „Obitelj s djecom“. Korištenjem odgovarajućih statističkih metoda dobiven je uvid u ponašanje turista te su istražene razlike među tim segmentima.<sup>7</sup> „Istraživanje je pokazalo da većina ispitanika, čak tri četvrtine (74,4 %) samostalno planira svoje putovanje, dok preostala četvrtina (25,6 %) putuje putem organiziranih turističkih aranžmana. Segment „Mladi“ češće koristi organizirana putovanja u usporedbi sa drugim segmentima, što se može objasniti time da su mnogi mladi ispitanici kao svoje posljednje putovanje naveli grupna putovanja, poput maturálnih i apsolventskih putovanja. Većina ispitanika (56,9 %) po prvi put je posjetila turističku destinaciju o kojoj su davali odgovore u anketi, dok se četvrtina redovito vraća na istu destinaciju. Obitelji s djecom češće se vraćaju na ista odredišta, što je u skladu s Moutinhovim istraživanjem (2000.), prema kojem će turisti koji putuju s obitelji vjerojatnije odabrati poznata odredišta. Glavni razlozi za putovanje su odmor i opuštanje (68,2 %), zabava (53,5 %) i želja za novim iskustvima (50,9 %), a slijede prirodne ljepote (36,3 %), kulturni sadržaji (24 %), te gastronomija (20,9 %). Ostali motivi za putovanje manje su važni.“<sup>8</sup>

„Parovi“ su specifični po tome što najčešće sami organiziraju svoja putovanja i preferiraju posjećivati nove destinacije. Obično putuju u trajanju od dva do sedam dana te najčešće biraju obiteljski smještaj, hotele ili boravak kod rodbine i prijatelja. „Obitelji s djecom“ većinom organiziraju putovanja individualno i često se vraćaju na iste destinacije kako je gore već navedeno. Oni također preferiraju obiteljski smještaj ili boravak kod rodbine i prijatelja. Također, istraživanje je pokazalo kako je odmor glavni razlog dolaska turista u Hrvatsku, a za čak 81,5% turista koji posjećuju Jadransku Hrvatsku, more je glavni motiv dolaska, dok 56,2% privlači priroda. U Kontinentalnoj Hrvatskoj, najvažniji razlog dolaska turista je priroda (31,7%).“<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> Lončarić D., Dlačić J., Perišić Prodan M. (2020.), Potrošačke navike domaćih turista u Hrvatskoj: motivacija, namjere ponašanja i sukreiranje turisticnog iskustva [e-publikacija], preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/429352>

<sup>7</sup> Ibid.

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Ibid.

### 2.3. Povezanost fiskalne politike i turizma

Glavni izvor financiranja javnih potreba u Republici Hrvatskoj je državni proračun. Prema podacima Ministarstva financija Republike Hrvatske, državni proračun predstavlja pravni dokument usklađen sa zakonom, koji usvaja Hrvatski sabor. Zakon o proračunu Republike Hrvatske (NN br. 144/21) obuhvaća državni proračun, kao i proračune lokalnih i regionalnih samouprava te korisnike koji se financiraju iz tih proračuna.<sup>10</sup> Državni proračun omogućava prikupljanje poreza i drugih prihoda, što osigurava namjensko korištenje tih sredstava za određene svrhe. Proračun, ovisno o njegovom karakteru, utječe na cjelokupni socioekonomski život jer sadrži sva ključna sredstva za financiranje društvenih potreba. Proračun se može promatrati iz pravnog, političkog, ekonomskog i socijalnog aspekta.<sup>11</sup>

U vrijeme kada je globalni ekonomski oporavak i dalje krhak, mnoge zemlje se suočavaju s izazovom fiskalne konsolidacije, što zahtijeva akcije na strani prihoda, ali i na strani rashoda; često namećući kompromise s ciljevima politike, uključujući kratkoročni i dugoročni rast i ravnopravnost.<sup>12</sup> Vlade koriste razne instrumente fiskalne politike, poput poreza i poticaja, kako bi uravnotežile stvaranje prihoda i promicale turizam. Navedene mjere uključuju poreze na hotele i smještaj, smanjene stope poreza na potrošnju te ekološke poreze. Hotelski i smještajni porezi uključuju porez na noćenje, porez na smještaj ili porez na boravak. Ekološki porezi osmišljeni su za poticanje ekološki pozitivnog ponašanja, a prihodi se često koriste za financiranje zaštite okoliša i razvoja infrastrukture u osjetljivijim područjima.<sup>13</sup> U Hrvatskoj se javna potrošnja financira u preko tri organizacijske razine, odnosno putem tri vrste proračuna, od kojih su: državni proračun, proračun izvanproračunskih fondova i proračun jedinica lokalne i regionalne samouprave. Državni proračun ostvaruje najveći dio prihoda državne vlasti, čak 85%. Slijede proračuni jedinica lokalne i regionalne samouprave s udjelom od 11%, dok izvanproračunski korisnici, poput Hrvatskih voda, Hrvatskih cesta i drugih, ostvaruju preostalih 4% ukupnih prihoda. S druge strane, najveći dio rashoda također se odnosi na državni proračun, koji čini 85% ukupnih rashoda. Drugim riječima, državni proračun ima najveći udio i u приходima i u rashodima. Jedan od ključnih poreza koji ima značajan utjecaj na hrvatsko

---

<sup>10</sup> Zakon o proračunu, Narodne novine br. 144/21. (2022.)

<sup>11</sup> Ibid.

<sup>12</sup> OECD (2014), "Taxation and tourism", in OECD Tourism Trends and Policies 2014, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/tour-2014-6-en>

<sup>13</sup> Ibid.



gospodarstvo i državni proračun je porez na dodanu vrijednost (PDV), koji na kraju ima izravan utjecaj na turističku ponudu i potražnju.<sup>14</sup>

Uloga fiskalnog sustava i fiskalne politike u Europskoj uniji (EU) koja obuhvaća monetarnu uniju i jedinstveno tržište, djelomično je izmijenjena. U današnjim okolnostima važno je uspostaviti fiskalne odnose koji omogućuju zemljama članicama EU očuvanje visokog stupnja političke, ustavne i ekonomske suverenosti, a da pritom ne ugroze postojanje slobodnog i fer jedinstvenog tržišta. U tom smislu, fiskalna politika treba biti formulirana i usklađena s pravnim okvirom EU, dok istovremeno služe dobrobiti hrvatskog gospodarstva.<sup>15</sup> Jedan od najjednostavnijih i najdjelotvornijih načina za izgradnju konkurentnosti je poticanje stranih kompanija da investiraju u domaću proizvodnju. To se postiže kroz poticajne mjere za investicije, inovacije i druge aktivnosti koje povećavaju konkurentnost. Osim logističke i zakonske podrške, većina ovih poticaja ima financijski karakter što znači da država mora pružiti financijsku potporu ili se odreći budućih prihoda, primjerice smanjenjem poreza. Većina tih mjera odnosi se na fiskalni sustav, koji uključuje ne samo instrumente javnih rashoda (poput transfera) i prihoda (kao što su porezne stope i olakšice), već i pravni okvir (porezno pravo) te makroekonomski dio koji pokriva pitanja fiskalne konsolidacije, poput javnog duga i deficita.<sup>16</sup>

U Hrvatskoj, jedna od značajnijih mjera bila je donošenje Zakona o fiskalizaciji gotovinskih transakcija, koji je uspostavljen 1. siječnja 2013. godine. Navedeni zakon ima za cilj smanjenje sive ekonomije i povećanje državnih prihoda. Primjenom fiskalizacije zabilježeno je povećanje prometa za 46% u prva četiri mjeseca 2013. godine u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Fiskalizacija je omogućila precizniji uvid u turističku potrošnju, ne samo u ugostiteljstvu, već i u privatnom smještaju, naplati cestarina i slično.<sup>17</sup> Još jedna stavka koja ima vrlo važnu ulogu u oporezivanju turističkih aktivnosti je Porez na dodatnu vrijednost (PDV). Hrvatska je 2013. godine uvela sniženu stopu PDV-a od 10% za usluge smještaja i restorana dok danas stopa iznosi 13%. Ova snižena stopa PDV-a namijenjena je poticanju potrošnje u turističkom sustavu, smanjenju troškova za turiste i povećanje konkurentnosti Hrvatske kao turističke destinacije. Osim poreza, Hrvatska je uvela i razne poticaje za poticanje

---

<sup>14</sup> Čavrak, V. (2011) *Gospodarstvo Hrvatske, Politička kultura*, Zagreb, str. 96

<sup>15</sup> Šimović H. (2006, siječanj), *Utjecaj fiskalnog sustava i fiskalne politike na konkurentnost gospodarstva*, (Članak broj 06-12), str. 4-5., preuzeto s [https://www.researchgate.net/publication/23754718\\_Utjecaj\\_fiskalnog\\_sustava\\_i\\_fiskalne\\_politike\\_na\\_konkurentnost\\_gospodarstva](https://www.researchgate.net/publication/23754718_Utjecaj_fiskalnog_sustava_i_fiskalne_politike_na_konkurentnost_gospodarstva)

<sup>16</sup> Ibid, str. 4-5

<sup>17</sup> OECD (2014), "Taxation and tourism", in *OECD Tourism Trends and Policies 2014*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/tour-2014-6-en>

ulaganja u turizam. Poticaji su usmjereni na povećanje ulaganja u turističku infrastrukturu, promicanje održivog razvoja turizma i poticanje domaćeg turizma. Navedene mjere fiskalne politike omogućuju Hrvatskoj da ostane konkurentna na globalnom turističkom tržištu.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> OECD (2014), "Taxation and tourism", in OECD Tourism Trends and Policies 2014, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/tour-2014-6-en>

### **3. ULOGA EKONOMSKIH ČIMBENIKA U DOMAĆOJ TURISTIČKOJ POTRAŽNJI REPUBLIKE HRVATSKE**

Turizam predstavlja ključnu gospodarsku aktivnost Republike Hrvatske te doprinosi značajnim udjelom BDP-a u zemlji, dok domaća turistička potražnja ima značajan utjecaj u održavanju stabilnosti i održivosti turističkog sustava. Turizam, izravno i neizravno ima značajan utjecaj na nacionalno i globalno gospodarstvo. Izravni utjecaji vidljivi su kroz doprinos BDP-a i zapošljavanje dok se neizravni utjecaji iskazuju kroz multiplikativni učinak na ostale gospodarske sektore koji su povezani s turizmom.<sup>19</sup> Ekonomski čimbenici imaju ključnu ulogu u oblikovanju navedene potražnje jer utječu na mogućnosti i odluke građana vezane uz turistička putovanja. Postoje razni ekonomski čimbenici koji imaju ulogu u domaćoj turističkoj potražnji Republike Hrvatske, poput inflacije, kamatnih stopa, stopa nezaposlenosti i raznih drugih.

#### **3.1. Uloga tečaja valute**

Hrvatska je 1. siječnja 2023. uvela euro kao svoju službenu valutu i pridružila se eurozoni kao 20. članica. Hrvatska je malo gospodarstvo koje je financijskim i trgovinskim vezama dobro integrirano u europodručje. Kako bi u potpunosti iskoristila prednost eura i omogućila učinkovito djelovanje prilagodbenih mehanizama unutar proširenog valutnog područja, ključno je osigurati održivu ekonomsku konvergenciju. Ekonomske politike trebale bi biti usmjerene na poticanje potencijalnog rasta i otpornosti kako bi se spriječile makroekonomske neravnoteže.<sup>20</sup> Hrvatski potencijal gospodarskog rasta još uvijek je slab za gospodarstvo koje se nastoji približiti naprednijim ekonomijama, stoga je nužno provoditi strukturne politike usmjerene na povećanje potencijalnog rasta i jačanje konkurentnosti i otpornosti gospodarstva. Prioritet bi trebao biti poboljšanje kvalitete i učinkovitosti institucionalnog i poslovnog okruženja, javne uprave i pravosudnog sustava te modernizacija infrastrukture zemlje. Također,

---

<sup>19</sup> Kovačević D. (2020.), Economic Impact of COVID-19 on the European Tourism Sector with Special View on Croatian Tourism, Modern Economy, Vol. 11 No. 10, 1652-1670. <https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=103848>

<sup>20</sup> Falagiarda M., Gartner C. (2022.), Croatia adopts the euro, preuzeto s [https://www.ecb.europa.eu/press/economic-bulletin/focus/2023/html/ecb.ebbox202208\\_02~15fd36600a.en.html](https://www.ecb.europa.eu/press/economic-bulletin/focus/2023/html/ecb.ebbox202208_02~15fd36600a.en.html)

politike bi se trebale fokusirati na podržavanje inovacija i ulaganja u nove tehnologije kako bi se diversificirali izvori gospodarskog rasta izvan turizma.<sup>21</sup>

Uvođenje eura posebno je pozitivno utjecalo na turizam zbog važnosti tog sustava i velikog udjela zemalja iz eurozone u turističkoj potražnji. Turisti iz zemalja koje koriste euro kao službenu valutu pridonose skoro 70% u ukupnim prihodima od turizma u Hrvatskoj, dok otprilike 60% svih noćenja ostvaruju posjetitelji iz europodručja. Razna istraživanja pokazuju i da je uvođenje nove valute, poput eura, imalo pozitivan učinak na tokove stranih investicija. Stoga se očekuje da će uvođenje eura potaknuti ulaganja u Hrvatsku, prvenstveno zbog uklanjanja valutnih neizvjesnosti i veće transparentnosti poslovanja.<sup>22</sup>

Euro nudi razne pogodnosti koje se odnose na pojedince, poduzeća i gospodarstva zemalja koje ga koriste. To se odnosi na sljedeće:<sup>23</sup>

1. Turisti mogu lako usporediti cijene između različitih zemalja koje koriste euro što potiče konkurenciju među poduzećima i koristi turistima kroz niže cijene i bolju ponudu usluge
2. Stabilnost cijena smanjuje neizvjesnost i olakšava planiranje troškova putovanja što je izrazito korisno za turiste koji putuju u više zemalja
3. Lakša, jeftinija i sigurnija trgovina olakšava poslovanje turističkih poduzeća unutar eurozone sa ostatkom svijeta što u konačnici može rezultirati boljom ponudom i povoljnijim cijena za turiste
4. Poboljšana ekonomska stabilnost podupire ekonomski rast i stabilnost što rezultira ulaganjem u turističku infrastrukturu i usluge te povećava kvalitetu i atraktivnost turističkih destinacija
5. Bolje integrirana i učinkovitija financijska tržišta omogućuju brži i lakši pristup kapitalu za razvoj turističkih projekata što u konačnici može povećati kvalitetu turističkih usluga i destinacija
6. Veći utjecaj eurozone u globalnoj ekonomiji može privući turiste iz cijelog svijeta zbog prepoznatljivosti i pouzdanosti eura

Uvođenje eura kao službene valute moglo bi značajno utjecati na turizam zbog veličine turističkog sustava i velike prisutnosti gotovinskih transakcija, što dodatno pojačava spomenute učinke. Iako su istraživanja o učincima uvođenja eura relativno rijetka, očekuje se da bi oni u

---

<sup>21</sup> Falagiarda M., Gartner C. (2022.), Croatia adopts the euro, preuzeto s [https://www.ecb.europa.eu/press/economic-bulletin/focus/2023/html/ecb.ebbox202208\\_02~15fd36600a.en.html](https://www.ecb.europa.eu/press/economic-bulletin/focus/2023/html/ecb.ebbox202208_02~15fd36600a.en.html)

<sup>22</sup> Ministarstvo turizma i sporta (2020.), preuzeto 6. svibnja 2024. s <https://mint.gov.hr/vijesti/ministarstvo-turizma-i-sporta-pozitivni-ucinci-uvodjenja-eura-posebice-na-turizam/22040>

<sup>23</sup> European Union (b. d.), What are the benefits of the euro?, preuzeto 6. svibnja 2024. s [https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/euro/benefits\\_en](https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/euro/benefits_en)

Hrvatskoj mogli biti pozitivni zbog specifičnosti hrvatskog turizma.<sup>24</sup> Većina hrvatskih turističkih konkurenata već je u eurozoni, što povećava potencijalnu korist od uvođenja eura. Korist uključuje eliminaciju troškova konverzije, povećanje transparentnosti i lakšu usporedbu cijena, što doprinosi rastu konkurentnosti turističkog sustava. Ipak, postoje manji rizici negativnih učinaka uvođenja eura, prvenstveno vezani uz moguć porast cijena usluga. Iskustva drugih zemalja pokazuju da bi taj rast mogao biti izraženiji u turističkom sustavu, što bi moglo nepovoljno utjecati na cjenovnu konkurentnost, posebno kod turističkih odredišta koja se oslanjaju na relativno niske cijene. Međutim, takvi bi se učinci mogli ublažiti jačanjem necjenovne konkurentnosti, poput brendiranja, poboljšanja kvalitete proizvoda i uluga te poslovnog okruženja.<sup>25</sup>

### **3.2. Uloga inflacije i stope nezaposlenosti**

Inflacija je ekonomski pojam koji označava opći porast cijena dobara i usluga tijekom određenog vremenskog perioda. Kada inflacija raste, kupovna moć valute se smanjuje što u konačnici znači da se za istu količinu novca može kupiti manje dobara i usluga nego ranije. Inflacija uzrokuje različite efekte na ekonomiju, ali i na pojedince. U lipnju 2022. godine potrošačke cijene u Hrvatskoj porasle su za 12,1% u usporedbi s istim mjesecom prethodne godine, što predstavlja najviše zabilježenu stopu inflacije od kad Državni zavod za statistiku (DZS) bilježi te podatke.<sup>26</sup> Glavni uzroci ovog rasta su povećane cijene energije i hrane. Iako su energija i hrana i dalje glavni pokretači rasta cijena, zamjetno je sve veći doprinos drugih komponenti košarice potrošačkih dobara. U lipnju 2022. godine temeljna stopa inflacije, koja isključuje cijene hrane i energije, porasla je na 7,1% na godišnjoj razini. Godina 2022. bila je rekordna godina po pitanju inflacije, a turizam joj u tome nije puno pomogao budući da je rastuća potražnja u uslužnom sektoru nakon oporavka od pandemije Covid-19 dodatno pojačala pritisak na cijene, dok je povećana turistička potrošnja doprinijela rastu potražnje, što je dodatno utjecalo na inflaciju.<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup> Bukovšak M., Čudina A., Pavić N. (2017.), Uvođenje eura u Hrvatskoj: mogući učinci na međunarodnu razmjenu i ulaganja [e-publikacija], Hrvatska narodna banka preuzeto s <https://www.hnb.hr/documents/20182/2070697/p-033.pdf/b616e6d2-78cf-4b79-830a-789ab25e853d>

<sup>25</sup> Ibid.

<sup>26</sup> Ius-info (2022.), DZS: Inflacija u Hrvatskoj dosegla rekordnih 12 posto, preuzeto 28. lipnja 2024. s <https://www.iusinfo.hr/aktualno/dnevne-novosti/dzs-inflacija-u-hrvatskoj-dosegnula-rekordnih-12-posto-51514>

<sup>27</sup> Ius-info (2022.), DZS: Inflacija u Hrvatskoj dosegla rekordnih 12 posto, preuzeto 28. lipnja 2024. s <https://www.iusinfo.hr/aktualno/dnevne-novosti/dzs-inflacija-u-hrvatskoj-dosegnula-rekordnih-12-posto-51514>

Kao što je gore već navedeno, jedan od glavnih uzroka inflacije u Hrvatskoj je povećanje cijena energije koja ima izravan negativan učinak na inflaciju u Hrvatskoj. Osim izravnih učinaka izaziva i neizravne učinke vezane uz povećanje cijena ostalih dobara i usluga koje koriste energiju kao posrednik u njihovoj proizvodnji. Cijene energije izravno utječu i na cijene goriva što se odražava na troškove prijevoza autobusima, vlakovima, ali i automobilima. Kada cijene energije rastu, troškovi prijevoza se povećavaju što u konačnici može obeshrabrati turiste od putovanja. Također, još jedan od izravnih utjecaja povećanja cijena goriva je taj što može izazvati rast cijena mnogih drugih dobara i usluga. Primjerice, rast cijena energije može povećati troškove proizvodnje i distribucije hrane i pića, što na kraju rezultira većim cijenama za turiste. Prema Keček (2023.) „Porast globalnih cijena energije za 63% u 2022. rezultirao je rastom proizvođačkih cijena u sektoru električne energije, plina, pare i klimatizacije, s porastom od 48,7%; u sektoru koksa i rafiniranih petroleja s porastom od 48,4% te u sektoru vađenja ruda i kamena s porastom od 46,2%. Zbog ograničene dostupnosti tih sirovina u Hrvatskoj, svaka promjena na globalnom tržištu ima utjecaj na domaće gospodarstvo te nije moguće amortizirati takve učinke mjerama ekonomske politike. Intenzivni energetska šok koji se dogodio 2022. godine ima značajan utjecaj na inflaciju u Hrvatskoj, pri čemu učinak tog šoka na razinu ukupnih cijena u Hrvatskoj prelazi 4%. Stvarni rast potrošačkih cijena u Hrvatskoj u 2022. bio je puno veći, a cjenovni šok energenata objašnjava oko trećinu ukupne inflacije.“<sup>28</sup>

U prethodnom poglavlju navedeno je kako je Hrvatska 2023. godine promijenila postojeću valutu Kune u Euro. Bitno je napomenuti kako je Hrvatska ušla u eurozonu u razdoblju vrlo visoke stope inflacije. Sorić (2023.) navodi kako je to važno iz najmanje tri razloga. „Ekstremne vrijednosti inflacije obično udaljavaju ekonomske subjekte od racionalnih očekivanja. Koncepti kao što su ograničena racionalnost i racionalna nepažnja obično se koriste za objašnjenje ograničene sposobnosti potrošača da obrade nestabilne i često ažurirane informacije o cijenama, što prodavačima daje kratkoročnu tržišnu moć koja može dovesti do povećanja cijena. Drugo, ekstremni događaji poput nedavnog razdoblja nakon pandemije obično izazivaju pristrana inflacijska očekivanja, što u konačnici može utjecati na stvarna povećanja cijena. Treće, Vlada Republike Hrvatske odgovorila je na ekstremne inflatorne pritiske nizom od pet antiinflacijskih paketa, administrativno ograničavajući cijene osnovnih životnih namirnica, struje i plina. Ovo može biti jedan od razloga zašto jači učinak eura nije

---

<sup>28</sup> Keček D. (2023.), The Effects of Rising Energy Prices on Inflation in Croatia, University Center Varaždin, 16 (4), 1-14. <https://doi.org/10.3390/en16041583>

utvrđen za hranu, kao i zašto učinak eura uglavnom nije bio značajan za druge ECOICOP kategorije (npr. stanovanje i prijevoz).“<sup>29</sup>

Unatoč razvijenom turizmu, Hrvatska je među zemljama s najvećim problemom mladih osoba koje nisu zaposlene niti su uključene u obrazovanje ili osposobljavanje. „Stope nezaposlenosti među mladima obično su dvostruko veće od ukupne stope nezaposlenosti. Od početka tranzicijskog razdoblja, Hrvatska se suočava s izrazito visokom nezaposlenošću među mladima, a situacija se dodatno pogoršala s početkom ekonomske krize koja je snažno utjecala na mlade. Na razini EU-28, stopa nezaposlenosti mladih zabilježila je porast 8 postotnih bodova od drugog tromjesečja 2008. godine te je u prvom tromjesečju 2013. dosegla 23,9 %. Do početka 2016. godine pala je na otprilike 20 %, što znači da je svaka peta mlada osoba u radnoj snazi bila nezaposlena i aktivno tražila posao. U 2013. godini, Hrvatska je imala najvišu stopu nezaposlenosti mladih (50%), no od tada je ta stopa počela opadati.“<sup>30</sup> Turizam je jedan od najbrže rastućih sustava u gospodarstvu i stoga često središnja tema u publikacijama Europske unije. On stvara nova radna mjesta i utječe na migracijske tokove, pri čemu mnogi ljudi iz istočne Hrvatske dolaze raditi na obalu tijekom ljetne sezone. Djelatnost smještaja, hrane i usluživanja pića predstavlja jedan od glavnih pokretača europske ekonomije i turizma te je treća najveća društveno ekonomska aktivnost u Europskoj uniji.<sup>31</sup> „Zapošljavanje mladih ključno je za održiv društveni i gospodarski razvoj. Današnje tržište rada funkcionira unutar društva obilježenog rizicima, u izrazito promjenjivim i nestabilnim ekonomskim uvjetima. U takvom okruženju, s porastom stope nezaposlenosti, mladi se posebno izdvajaju kao ranjiva skupina. Prijelaz iz obrazovnog sustava na tržište rada, nedostatak profesionalnog radnog iskustva, ali i manjak prilika od strane poslodavaca čini mlade posebno sklonima dugotrajnoj nezaposlenosti. U Splitu, kao i u ostatku Hrvatske, mladi često rješavaju problem nezaposlenosti sezonskim zapošljavanjem u turizmu koji je u ovom području vodeća gospodarska aktivnost te značajno doprinosi razvoju gospodarstva i rastu BDP-a cijele države.“<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> Sorić P. (2023.), The euro and inflation in Croatia: much ado about nothing?, Public Sector Economics, Vol. 48 No. 1, 1-37. <https://doi.org/10.3326/pse.48.1.1>

<sup>30</sup> Relja R., Gutović T. (2020.), utjecaj turizma na zapošljavanje i socioekonomski položaj mladih u Splitu, preuzeto 30. lipnja 2024. s

[https://www.researchgate.net/publication/348446814\\_Utjecaj\\_turizma\\_na\\_zaposljivost\\_i\\_socioekonomski\\_poloaj\\_maldih\\_u\\_Splitu/citations](https://www.researchgate.net/publication/348446814_Utjecaj_turizma_na_zaposljivost_i_socioekonomski_poloaj_maldih_u_Splitu/citations)

<sup>31</sup> Ibid.

<sup>32</sup> Ibid.

### 3.3. Analiza statističkih pokazatelja turizma u Republici Hrvatskoj

U idućem dijelu rada, analiziran je i prikazan ukupan broj dolazaka i noćenja turista u Republici Hrvatskoj kao jedan od ključnih pokazatelja razvoja turizma i povezanosti sa fiskalnom politikom, odnosno ostvarivanje prihoda od turističke aktivnosti.

#### 3.3.1. Analiza turističkih dolazaka i noćenja u Republici Hrvatskoj (2019.-2023.)

Prema statističkim podacima za razdoblje od 2019. do 2023., objavljenima na službenoj stranici Državnog zavoda za statistiku, vidljiv je rast broja turista u svim godinama osim u 2020. godini kada je proglašena pandemija COVID-19 koja je rezultirala ograničenjima u državi. Navedeno je prikazano u Tablici 1.

Tablica 1. Ukupan broj dolazaka i noćenja domaćih turista u Republici Hrvatskoj (2019.-2023.)

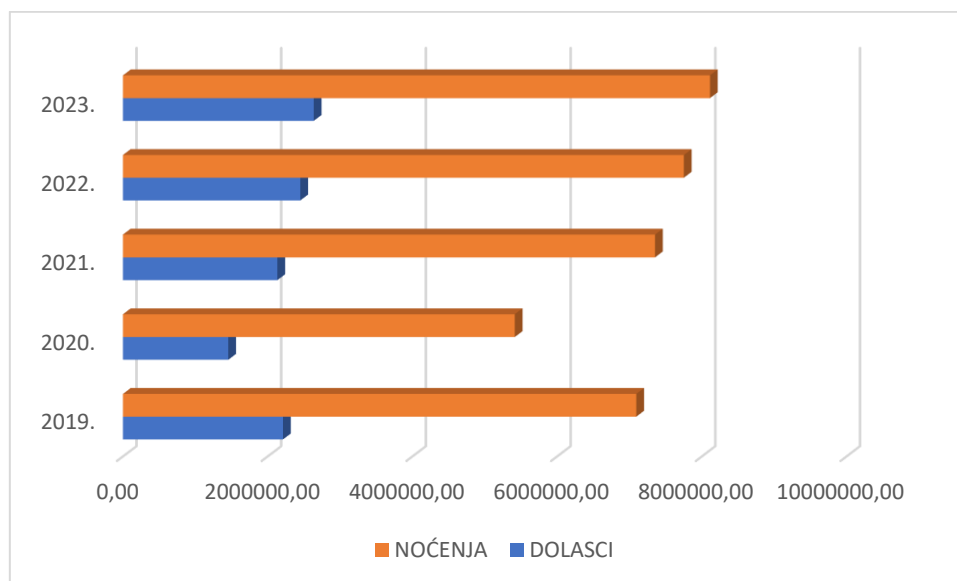
DOLASCI					NOĆENJA				
2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.
2 212 658	1 455 849	2 134 985	2 451 209	2 638 062	7 095 300	5 415 391	7 354 132	7 752 665	8 113 228

Izvor: izrada autorice prema službenoj stranici Državnog zavoda za statistiku, dostupno: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/dolasci-i-nocenja-turista/> (preuzeto 3. srpnja 2024.)

Kao što je prethodno već navedeno, iz Tablice 1. vidljiv je značajan broj smanjenja dolazaka i noćenja domaćih turista u 2020. godini u odnosu na prethodnu 2019. godinu, ali i na sve sljedeće. Dolasci su se smanjili za otprilike 50%. S ublažavanjem pandemijskih restrikcija, 2021. godine ponovno dolazi do rasta broja dolazaka i noćenja u odnosu na 2020. godinu. Također, iz Tablice 1 uočljivo je kako je 2023. godina bila rekordna i po broju dolazaka i po broju noćenja turista. Vidljivo je kako je i 2021. godina bila slabija u odnosu na 2019. a to se također može povezati sa pandemijom. Usporedba broja dolazaka i noćenja domaćih turista za promatrano razdoblje prikazana je Grafikonom 1.



Grafikon 1. Ukupan broj dolazaka i noćenja domaćih turista u Republici Hrvatskoj (2019.-2023.)



Izvor: obrada autorice prema službenoj stranici Državnog zavoda za statistiku, dostupno: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/dolasci-i-nocenja-turista/> (preuzeto 3. srpnja 2024.)

Iz Grafikona 1. vidljiv je broj dolazaka i noćenja domaćih turista u Hrvatskoj koji je drastično pao u 2020. godini, kao posljedica restrikcija povezanih sa pandemijom. Broj dolazaka turista u 2023. godini u odnosu na 2019. godinu povećao se za 19,23%, dok je broj noćenja u navedenom periodu veći za 14,35%. Kada se uspoređi rekordna 2023. godina s najslabijom 2020. godinom, broj dolazaka domaćih turista u 2023. veći je za velikih 81,2%, a broj noćenja povećao se za 50%.

Tablica 2. Ukupan broj dolazaka domaćih turista po županijama (2019-2023.)

DOLASCI					
ŽUPANIJA	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.
Zagrebačka županija	32267	18568	29726	40552	42690
Krapinsko-zagorska županija	90705	57419	96995	94306	94658
Sisačko-moslavačka županija	18544	8496	7000	10441	11356
Karlovačka županija	33727	31101	49505	45308	44515
Varaždinska županija	36752	21340	34120	40489	46452
Koprivničko-križevačka županija	9736	4879	7093	9580	10600
Bjelovarsko-bilogorska županija	15971	7713	11440	15494	20089
Primorsko-goranska županija	356143	270558	389020	416943	438915
Ličko-senjska županija	49820	48860	65380	63135	67627
Virovitičko-podravska županija	11843	5186	7551	10903	11034
Požeško-slavonska županija	14054	7764	11654	16931	17874
Brodsko-posavska županija	14313	7039	11354	13469	14772

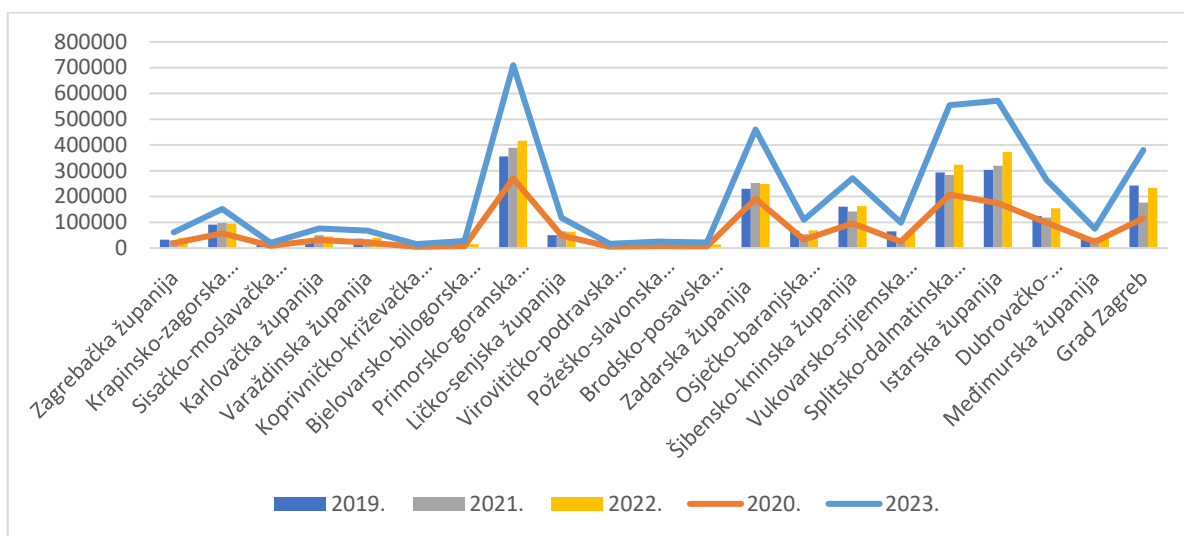
Zadarska županija	230099	191635	252264	248822	268438
Osječko-baranjska županija	66971	32738	53876	68175	76348
Šibensko-kninska županija	160953	96332	141990	162938	174578
Vukovarsko-srijemska županija	64678	24980	27244	59669	73417
Splitsko-dalmatinska županija	292999	208302	283956	323902	345579
Istarska županija	303954	174601	319471	372962	396875
Dubrovačko-neretvanska županija	124198	98591	118740	154722	166438
Međimurska županija	41833	24395	40096	48202	50846
Grad Zagreb	243089	115352	176510	234266	264961

Izvor: obrada autorice prema službenoj stranici Državnog zavoda za statistiku, dostupno: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/dolasci-i-nocenja-turista/> (preuzeto 3. srpnja 2024.)

Iz Tablice 2 vidljivo je kako je Primorsko-goranska županija destinacija s najviše ostvarenih dolazaka domaćih turista u 2023., i to 438.915 dolazaka. Nakon Primorsko-goranske županije najviše dolazaka domaćih turista u 2023. ostvarile su Istarska županija 396.875 dolazaka te Splitsko-dalmatinska županija s 345.579 dolazaka. Navedene županije su ostvarile porast dolazaka turista u odnosu na 2022. godinu. Iz Tablice 2 se može zaključiti kako je odnos obalnog i kontinentalnog turizma u Hrvatskoj neuravnotežen, s izrazitom dominacijom obalnog turizma. Čak 70% svih dolazaka domaćih turista bilo je prema obali, a samo 30% se odnosilo na kontinentalni dio Hrvatske.

Grad Zagreb kao dio kontinentalne Hrvatske je ostvario najveći broj dolazaka turista 2023. godine s ukupno 264.961 dolazaka. Slijedi ga Krapinsko-zagorska županija sa 94.658 dolazaka domaćih turista. Nije iznenađujuće što je Grad Zagreb županija kontinentalne Hrvatske koja je zauzela prvo mjesto u dolasku domaćih turista u 2023. godini. Zagreb Nudi širok raspon smještajnih kapaciteta, dobro je povezan s ostatkom Hrvatske i Europe preko Zračne luke Franjo Tuđman. Također, nudi i brojne povijesne i kulturne znamenitosti kao i razne manifestacije, poput Adventa, Zagreb Film Festivala i sl.

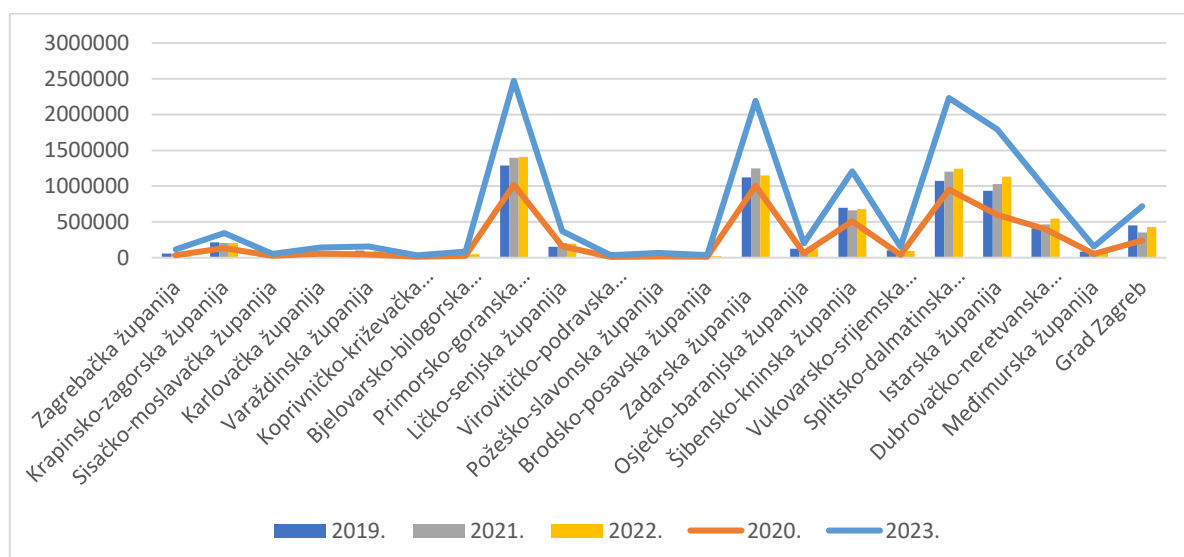
Grafikon 2. Ukupan broj dolazaka domaćih turista po županijama (2019-2023.)



Izvor: obrada autorice prema službenoj stranici Državnog zavoda za statistiku, dostupno: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/dolasci-i-nocenja-turista/> (preuzeto 3. srpnja 2024.)

Iz Grafikona 2. vidljivo je smanjenje domaćih turista 2020. godine u odnosu na prethodnu 2019. godinu što nije začuđujuće s obzirom na pandemiju COVID-19 koja je pogodila Hrvatsku kao i ostatak svijeta. Domaći turisti ostvarili su 7,6% više dolazaka u 2023. godini u odnosu na 2022. godinu.

Grafikon 3. Ukupan broj noćenja domaćih turista po županijama (2019-2023.)



Izvor: obrada autorice prema službenoj stranici Državnog zavoda za statistiku, dostupno: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/dolasci-i-nocenja-turista/> (preuzeto 3. srpnja 2024.)

Grafikon 3 prikazuje kako je Primorsko-goranska županija destinacija s najviše ostvarenih noćenja domaćih turista u 2023. godini, i to s 1.451.762 noćenja. Nakon Primorsko-goranske županije najviše noćenja domaćih turista u 2023. godini ostvarile su Splitsko-dalmatinska županija s 1.276.423 noćenja te Istarska županija s 1.194.356 noćenja. Podaci nisu iznenađujući s obzirom da te tri županije prednjače i sa brojem dolazaka u navedenoj godini. Prema Državnom zavodu za statistiku, domaći turisti su tijekom 2020. godine najviše noćenja ostvarili u Gradu Zagrebu, Crikvenici, Zadru, Biogradu na Moru, Vodicama, Malom Lošinjju, Rovinju i Dubrovniku, što predstavlja 24,4% od ukupnog broja noćenja domaćih turista. Pregledom statističkih podataka, svake godine domaći turisti otprilike ostvare isti broj noćenja u istim gradovima.

### **3.3.2. Analiza prihoda od turističke aktivnosti u Republici Hrvatskoj**

Fiskalna politika prvenstveno nastoji sprovesti mjere za suzbijanje inflacije, koje podrazumijevaju smanjenje javnih rashoda i povećanje prihoda ili zadržavanje njihove trenutne razine.<sup>33</sup> Bitno je napomenuti da su ove mjere prvenstveno usmjerene na smanjenje transfernih rashoda kako bi se smanjio dohodak privatnog sektora namijenjen potrošnji, uz istovremeno povećanje poreznih i drugih obveza. Stoga se može zaključiti da su fiskalni instrumenti poput doprinosa, poreza i financijskih planova u kontekstu turizma u Republici Hrvatskoj aktivno primjenjivani kao djelotvoran mehanizam za održavanje gospodarstva zemlje.<sup>34</sup>

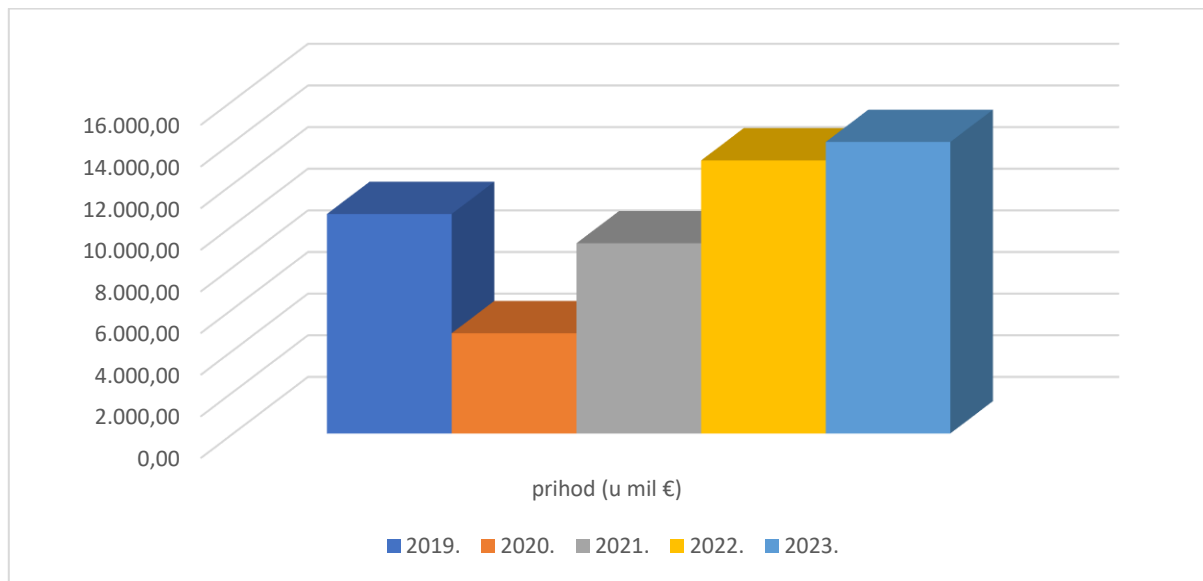
Pregledom i analizom stručne literature prikazane su mnoge usporedne analize ključnih pokazatelja turizma u okviru fiskalne politike. Osim usporednog broja dolazaka i noćenja, koji su ključni pokazatelji razvoja turizma u Hrvatskoj, analizirani su i prihodi od turističke aktivnosti kao najvažniji pokazatelj u kontekstu fiskalne politike. Treba naglasiti da prihodi od turizma služe kao glavni pokazatelj razvoja neke zemlje kao turističke destinacije i imaju ključnu ulogu u oblikovanju fiskalne politike. Prema izvješću objavljenom od strane Ministarstva turizma i sporta, u nastavku rada grafikonom 4. analizirani su prihodi od turističke aktivnosti kao jedni od najvažnijih pokazatelja u kontekstu fiskalne politike u razdoblju od 2019. do 2023. godine.

---

<sup>33</sup> Kumalić, J. (2001). Fiskalna politika i hrvatski turizam. Naše more 48(5-6)/2001. preuzeto 5. srpnja 2024. s <https://hrcak.srce.hr/file/307096>

<sup>34</sup> Kumalić, J. (2001). Fiskalna politika i hrvatski turizam. Naše more 48(5-6)/2001. preuzeto 5. srpnja 2024. s <https://hrcak.srce.hr/file/307096>

Grafikon 4. Prihodi od turističke aktivnosti (u mil EUR) u razdoblju od 2019. do 2023. godine



Izvor: obrada autorice prema službenoj stranici Ministarstva turizma i sporta, dostupno: <https://mint.gov.hr/istaknute-teme-turizam/11> (preuzeto 4. srpnja 2024.)

Grafikon 4. prikazuje da su prihodi od turističke aktivnosti bili najviši u 2023. godini te su iznosili ukupno 14,6 milijardi eura što ukazuje na rast od 11,4% u odnosu na isto razdoblje 2022. godine u kojoj je ostvareno 13 milijardi i 113 milijuna eura. Prihodi od turizma u 2019. godini iznosili su 10 milijardi i 539 milijuna eura, što je bila rekordna godina prije pandemije. Najmanje ostvarenih prihoda od turističke aktivnosti bilo je u pandemijskoj 2020. godini s ukupno 4 milijarde i 813 milijuna eura što je pad od oko 55% u odnosu na 2019. godinu.

Postpandemijska 2021. godina ostvarila je duplo bolje rezultate u odnosu na prethodnu 2020. godinu s ukupno 9 milijardi i 134 milijuna eura, što predstavlja značajan porast u odnosu na 2020. godinu, ali još uvijek ispod razine 2019. godine te se može zaključiti kako se turizam, ali i cjelokupno gospodarstvo u 2021. godini i dalje oporavljalo od pandemije. Iako su prihodi od turizma bili smanjeni u postpandemijskoj 2021. godini, njihov udio u BDP-u i dalje je najveći u Europskoj uniji, što pokazuje koliko je Hrvatska ovisna o turizmu. Navedeni podaci prikazuju dinamične promjene u turističkim prihodima Hrvatske s izrazitim padom tijekom pandemije i snažnim oporavkom nakon nje, koji je kulminirao rekordnim prihodima u 2023. godini.

### 3.4. Inozemna izravna ulaganja (FDI)

Inozemna izravna ulaganja (FDI) predstavljaju ulaganje u objekte u stranoj zemlji za različite svrhe poput proizvodnje, distribucije, marketinga, istraživanja i razvoja te razne druge. Vrlo važan element FDI-a je kontrola jer čak ni 100% vlasništvo ne garantira potpunu kontrolu.<sup>35</sup> Kada strani investitori donesu odluku gdje će investirati, prikupljaju sve potrebne informacije o političkom okviru kao što su: politička, ekonomska i socijalna stabilnost; politika privatizacije; međunarodni ugovori o FDI; trgovinska politika; porezna politika i dr. Ekonomske determinante ovise o vrsti FDI-a, odnosno ovise o motivima investitora. Drugim riječima, razlikujemo FDI koji je usmjeren na traženje tržišta, FDI usmjeren na traženje resursa (imovine) i FDI usmjeren na učinkovitost.<sup>36</sup> Odnosno, izravna strana ulaganja obuhvaćaju vlasnički kapital, reinvestirane zarade i obvezničke odnose između domaćih i stranih vlasnika. Takva ulaganja nastaju kada strani vlasnik stekne minimalno 10% udjela u temeljnom kapitalu trgovačkog društva, neovisno o tome ulaže li rezident u inozemstvu ili nerezident u hrvatske rezidente.

Republika Hrvatska značajno ovisi o turizmu, koji osigurava oko 15% ukupnog BDP-a zemlje i ima ključnu ulogu u hrvatskom gospodarstvu te je samim time neophodno osigurati njegov kontinuirani ekonomski razvoj što uključuje unapređenje i proširenje temeljne infrastrukture. Jedan od načina za daljnji razvoj turističkog sustava svakako je intenzivnije privlačenje inozemnih izravnih ulaganja (FDI). Od 1993. godine priljev inozemnih izravnih ulaganja u Hrvatsku bio je pod utjecajem raznih faktora.<sup>37</sup> Početak razdoblja obilježen je ratom u Republici Hrvatskoj, a kasnije i Kosovskim ratom. Uključivanje u proces europskih integracija rezultiralo je porastom priljeva FDI-a. Iako je Hrvatska privukla značajnu razinu FDI-a u razdoblju prije financijske krize, to nije rezultiralo značajnim utjecajem na rast zaposlenosti, rast izvoza i stjecanje novih tehnologija. Razlog tome leži u dominaciji tzv. „brownfield FDI“ i nedostatnoj razini tzv. „Greenfield FDI“. Od 1993. do 2011. godine većina FDI-a usmjerena je prema financijskom posredovanju. Sustav hotela i restorana privukao je samo 2,3% ukupnih FDI-a. U razdoblju od 2001. do 2011. godine u turizam je uloženo 21.207,20 milijuna eura inozemnih izravnih ulaganja, pri čemu su investicije uglavnom bile usmjerene na obnovu postojećih

---

<sup>35</sup> Štoković I. (2005.), The role of the FDI in Croatia's tourism sector, preuzeto 6. svibnja 2024. s [https://www.econstor.eu/bitstream/10419/117863/1/ERSA2005\\_790.pdf](https://www.econstor.eu/bitstream/10419/117863/1/ERSA2005_790.pdf)

<sup>36</sup> Ibid.

<sup>37</sup> Perić J., Nikšić Radić J. (2015.), Tourism Productivity and Tourism FDI in Croatia, Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol. 6 No. 5 S2, 425-431. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n5s2p425>

kapaciteta na najatraktivnijim lokacijama.<sup>38</sup> Nakon razdoblja rasta između 2005. i 2008. godine, izravna strana ulaganja u Hrvatsku naglo su pala zbog globalne gospodarske krize pri čemu je sustav turizma pretrpio posebne gubitke. „Od tada se tokovi izravnih stranih ulaganja bore da se vrate na razinu prije krize. Prema izvješću UNCTAD-a o svjetskim ulaganjima za 2023. godinu, ukupni priljev izravnih stranih ulaganja iznosio je 3,67 milijardi USD u 2022. godini, što predstavlja pad od 17% u odnosu na godinu ranije. Iste godine, ukupna izravna strana ulaganja iznosila su 38,3 milijarde USD, oko 53,9% BDP-a zemlje. Glavne zemlje ulagačice su Nizozemska (16%), Austrija (14%), Njemačka (11%), Luksemburg (10%), Italija (9%) i Mađarska (7%). Sektori koji primaju najviše izravnih stranih ulaganja su financijske usluge (25%), proizvodnja (17%), nekretnine (16%), trgovina na veliko i malo (14%), ICT (7%) i turizam (4%). Prema preliminarnim podacima Narodne banke, kumulativni neto priljev izravnih stranih ulaganja u četiri tromjesečja do kraja rujna 2023. iznosio je 2,72 milijarde eura, što je jednako 3,7% hrvatskog BDP-a.“<sup>39</sup> Hrvatska ima niz prednosti za privlačenje stranih ulagača, ali se i dalje suočava s raznim izazovima kako bi postala konkurentnija i privukla više stranih ulaganja. Jedna od prednosti za ulaganje u Hrvatsku je povoljan geografski položaj uz Jadransko more koje omogućava snažan turistički sustav dok s druge strane jedna od slabih strana je što Hrvatska jako ovisi o turizmu te se broj stanovnika konstantno smanjuje zbog iseljavanja kvalificiranih ljudi.<sup>40</sup>

Hrvatska je privukla značajna inozemna izravna ulaganja u turizam, što odražava njezinu specijalizaciju u ovom sustavu. Tijekom razdoblja od 2001. do 2011. godine, u turizam su ulagane značajne investicije s napomenom da je značajan dio tih investicija bio usmjeren na rekonstrukciju postojećih kapaciteta na atraktivnim lokacijama.<sup>41</sup> Između 2017. i 2021. godine, otprilike 27% greenfield FDI-a bilo je usmjereno na građevinske aktivnosti, pretežno u nekretnine i turizam. Distribucija FDI-a je neujednačena diljem Hrvatske, pri čemu su jadranske i sjeverozapadne regije, posebno Zagreb, Istra, Primorsko-goranska i Splitsko-dalmatinska županija, privukle najviše investicija. Nasuprot tome, istočna Hrvatska je privukla manje FDI-a, što odražava manju gustoću poslovanja u usporedbi s drugim regijama. Utjecaj FDI-a na stvaranje radnih mjesta znatno varira po regijama.<sup>42</sup> Na primjer, jedan milijun USD greenfield

---

<sup>38</sup> Ibid.

<sup>39</sup> Perić J., Nikšić Radić J. (2015.), Tourism Productivity and Tourism FDI in Croatia,

Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol. 6 No. 5 S2, 425-431. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n5s2p425>

<sup>40</sup> Lloyds bank (2024.), Foreign direct investment (FDI) in Croatia, preuzeto 01. srpnja 2024. s <https://www.lloydsbanktrade.com/en/market-potential/croatia/investment>

<sup>41</sup> OECD (2023.), FDI Qualities Review of Croatia: Advancing the Strategic Framework for Investment Promotion and Facilitation, OECD Publishing, Pariz, <https://doi.org/10.1787/79b2345b-en>

<sup>42</sup> Ibid.

FDI-a generira oko četiri direktna radna mjesta, ali to varira između šest radnih mjesta u Zagrebu i tri radna mjesta u Panonskoj Hrvatskoj. FDI je imao ključnu ulogu u gospodarskom rastu Hrvatske, s značajnim doprinosima produktivnosti, inovacijama i izvozu. Strana poduzeća, iako čine samo 5% aktivnih gospodarskih subjekata, značajno doprinose dodanoj vrijednosti, izvozu i privatnim izdacima za istraživanje i razvoj (R&D). Osim ekonomskog rasta, FDI je ključan za stvaranje radnih mjesta i podržava tranziciju Hrvatske prema nisko ugljičnoj ekonomiji. Međutim, Hrvatska nije u potpunosti iskoristila potencijal FDI-a za stvaranje radnih mjesta, s brojem radnih mjesta stvorenih po milijunu USD ulaganja ispod prosjeka srednje i istočne Europe (CEE). Kako bi se povećala produktivnost i konkurentnost, Hrvatska bi trebala težiti daljnjem diversificiranju FDI-a u aktivnosti u kojima ima komparativnu prednost. Iako je FDI značajno doprinio razvoju turističkog sustava Hrvatske, postoje regionalne razlike u njegovom utjecaju, te postoji potencijal za daljnje iskorištavanje FDI-a za poticanje održivog razvoja i stvaranja radnih mjesta.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> OECD (2023.), FDI Qualities Review of Croatia: Advancing the Strategic Framework for Investment Promotion and Facilitation, OECD Publishing, Pariz, <https://doi.org/10.1787/79b2345b-en>



#### **4. ULOGA POLITIČKIH ČIMBENIKA U DOMAĆOJ TURISTIČKOJ POTRAŽNJI ZA REPUBLIKOM HRVATSKOM KAO TURISTIČKOM DESTINACIJOM**

Politički čimbenici imaju snažan utjecaj na razvoj turizma u Hrvatskoj jer mogu oblikovati uvjete u kojima se turizam razvija, kao i percepciju zemlje kao poželjne destinacije za turiste, u ovom slučaju domaće. Uloga političkih čimbenika u domaćoj turističkoj potražnji Republike Hrvatske može biti značajna iz više aspekata. Politika sigurnosti ima ključnu ulogu u privlačenju turista, tj. stabilno političko okruženje može pružiti osjećaj sigurnosti posjetiteljima što je u konačnici ključno za odluku o odabiru destinacije za putovanje. Domovinski rat imao je značajan utjecaj na turizam u Hrvatskoj jer je Hrvatska doživjela dramatičan pad turističkih dolazaka i prihoda u periodu od 1991. do 1995. godine što zbog stanja u državi, što zbog smanjenja kupovne moći stanovništva.

Rat je izravno oštetiio razne turističke objekte, hotelske i privatne smještaje, plaže i kulturne spomenike diljem Hrvatske te su navedena oštećenja kasnije zahtijevala znatna ulaganja i obnovu kako bi se turizam ponovno pokrenuo. Osim rata, pandemija COVID-19 imala je također značajan i vrlo izazovan utjecaj na turističku potražnju republike Hrvatske. Zbog smanjenja turističkih dolazaka tijekom pandemije, turistički objekti poput hotela, restorana i agencija za putovanja suočili su se s masovnim otkazivanjem rezervacija zbog neizvjesnosti i straha od virusa. Kako je turizam jedan od glavnih sustava hrvatskog gospodarstva, smanjenje turističkih aktivnosti rezultiralo je smanjenjem prihoda koji su imali negativne posljedice na lokalne zajednice, zaposlenost i ukupnu ekonomsku aktivnost.

##### **4.1. Turizam u vrijeme Domovinskog rata**

Do 1980. godine, Jugoslavija je postala jedno od najpopularnijih turističkih odredišta u Europi, a Hrvatska, sa svojom razvijenom obalom i brojnim otocima, činila je 95% ukupnog broja turističkih noćenja u zemlji.<sup>44</sup> Međutim, krajem 1980-ih godina situacija u tadašnjoj Jugoslaviji počela je eskalirati. Sve više ljudi je vjerovalo kako daljnji napredak Hrvatske može biti ostvaren samo izvan Jugoslavije. Kao što to često biva na početku ratnih sukoba, postojala je

---

<sup>44</sup> Čorak S., Mikačić V., Ateljević I. (2012.), *An Ironic Paradox: The Longitudinal View on Impacts of the 1990's Homeland War on Tourism in Croatia*, New York (NY), Routledge, str. 161

suprotstavljena strana koja je osporavala suverenitet Hrvatske, što je na kraju rezultiralo Domovinskim ratom.<sup>45</sup>

Tijekom razdoblja rata od 1991. do 1995. godine, turistički razvoj u Hrvatskoj bio je gotovo u potpunosti obustavljen. Prije rata, Hrvatska je doživjela vrhunac u turizmu, no ratni zastoj donio je teške i trajne posljedice za hrvatski turizam. Glavna zadaća tijekom ratnog razdoblja bila je uspostava djelotvornog sustava obrane vlastitog teritorija i privremeno zbrinjavanje stanovništva. U tom periodu, turistički objekti služili su za smještaj brojnih prognanika iz različitih dijelova Hrvatske, kao i izbjeglica iz Bosne i Hercegovine. Od 1991. do 1995. godine ukupan broj turista bio je smanjen na manje od 20% u odnosu na predratne razine.<sup>46</sup> Turističke aktivnosti su se smanjile za čak 79%, s 62 milijuna noćenja u 1992. godini na samo 13 milijuna noćenja 1993. godine. U Dalmaciji su, primjerice, turističke aktivnosti bile zaustavljene zbog blizine ratnih sukoba, što je rezultiralo smanjenjem turističkih kretanja na obalnom području za 80%. Gubici za hrvatski turizam u tom „mračnom“ razdoblju bili su ogromni, s procjenom od oko 509 milijuna izgubljenih noćenja.<sup>47</sup> U neovisnoj Hrvatskoj, turizmu je bio prioritet čak i tijekom rata. Godine 1991., Sabor je osnovao Turistički odbor i usvojio nekoliko zakonskih propisa koji su se odnosili na novi ustroj turističke organizacije, njezino djelovanje i financiranje. S početkom rada glavnog sabora Hrvatske turističke zajednice 1992. godine, HTZ je službeno započela s radom, a do 1993. bilo je registrirano 226 turističkih zajednica na različitim razinama teritorijalne podjele.<sup>48</sup>

Novi zamah započeo je nakon 1995. godine, a osobito nakon 2000. kada su brojna hrvatska turistička mjesta zabilježila snažan porast broja stranih, ali i domaćih turista te se Hrvatska pozicionirala u vrh svjetske turističke potražnje. Od 1996. godine, počinje ponovno oživljavanje turizma i obnova devastiranih objekata. Uništeni smještajni kapaciteti iz ratnog razdoblja polako se vraćaju na prijeratno stanje, no njihova iskorištenost ostaje niska. Strani turisti, posebno iz istočnoeuropskih zemalja, najviše se vraćaju, ali turistička sezona traje samo dva mjeseca.<sup>49</sup> Povratkom turista raste i interes stranih investitora, a dolazak stranog kapitala dodatno osnažuje ulogu destinacijskog menadžmenta i marketinške aktivnosti u promoviranju Hrvatske kao jedinstvene destinacije. Povećanjem broja turističkih dolazaka i noćenja, rastu

---

<sup>45</sup> Vukonić B. (2005.), *Povijest hrvatskog turizma*, Zagreb, Prometej, str. 179-180

<sup>46</sup> Ibid, str. 181-183

<sup>47</sup> Čorak S., Mikačić V., Ateljević I. (2012.), *An Ironic Paradox: The Longitudinal View on Impacts of the 1990's Homeland War on Tourism in Croatia*, New York (NY), Routledge, str. 166-167

<sup>48</sup> Vukonić B. (2005.), *Povijest hrvatskog turizma*, Zagreb, Prometej, str. 180-181

<sup>49</sup> Ibid, str. 155

prihodi od turizma, a udio prihoda u ukupnom BDP-u Hrvatske je značajno porastao, s 7,2% u 1995. godini na 17% u 2002. godini.<sup>50</sup>

Tablica 3. Pregled turističkih dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u razdoblju od 1990. do 1995.

TURISTIČKI DOLASCI						
GODINA	1990.	1991.	1992.	1993.	1994.	1995.
DOMAĆI TURISTI	1.444.490	807.488	745.115	849.732	1.125.740	1.124.910
STRANI TURISTI	7.052.510	1.486.512	1.389.885	1.664.268	2.529.260	1.485.090
OSTVARENA NOĆENJA						
GODINA	1990.	1991.	1992.	1993.	1994.	1995.
DOMAĆI TURISTI	6.722.944	3.413.546	3.257.480	3.187.200	4.442.186	4.392.434
STRANI TURISTI	45.800.056	7.057.454	7.747.520	10.092.800	15.934.814	8.758.566

Izvor: obrada autorice prema izvoru Turizam u 2000; Dokumentacija br. 1134, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2001.; str. 13. i 14

Tablica 3. prikazuje analizu dolazaka i ostvarenih noćenja domaćih turista od 1990. do 1995. godine te pruža zanimljiv uvid u promjene i trendove unutar tog razdoblja. Ovi podaci odražavaju kako ratna zbivanja, ekonomske prilike i drugi faktori utječu na turističke obrasce u zemlji. U 1990. godini, zabilježen je vrhunac dolazaka domaćih turista s ukupno 1.444.490 dolazaka. Međutim, već sljedeće godine dolazi do značajnog pada na 807.488 dolazaka. Ovaj pad može se direktno povezati s početkom Domovinskog rata koji je započeo 1991. godine, a koji je uzrokovao nestabilnost i nesigurnost, što je direktno utjecalo na smanjenje putovanja. Trend pada nastavlja se i 1992. godine, kada broj domaćih turista opada na 745.115. Tek 1993. godine dolazi do blagog porasta na 849.732, što može ukazivati na postupno prilagođavanje i oporavak domaćeg stanovništva usprkos ratnim okolnostima. U 1994. godini, dolasci domaćih turista značajno rastu na 1.125.740, gotovo dosegnuvši razinu iz 1990. godine. Ovaj rast može se objasniti stabilizacijom situacije i povećanjem osjećaja sigurnosti. Konačno, 1995. godine dolasci domaćih turista iznose 1.124.910, što pokazuje stabilnost i povratak povjerenja u unutarnji turizam.

Sličan trend može se vidjeti i u broju ostvarenih noćenja domaćih turista. U 1990. godini, zabilježeno je 6.722.944 noćenja, što je najviša vrijednost unutar promatranog razdoblja. S početkom rata, broj noćenja drastično opada na 3.413,546 u 1991. godini i dodatno na 3.257.480 u 1992. godini. Tijekom 1993. godine, ostvaren je blagi porast broja noćenja na 3.187.200, što odražava sličan trend oporavka kao i kod dolazaka. Značajniji porast u broju noćenja zabilježen

<sup>50</sup> Vukonić B. (2005.), Povijest hrvatskog turizma, Zagreb, Prometej, str. 155

je 1994. godine kada doseže 4.442,186, a ta se tendencija stabilizira i u 1995. godini s 4.392.434 noćenja. Podaci o dolascima i noćenjima domaćih turista od 1990. do 1995. godine jasno ilustriraju utjecaj ratnih zbivanja na turističku aktivnost u Hrvatskoj. Početni pad uzrokovan ratom zamijenjen je postepenim oporavkom kako se situacija stabilizirala. Ovi brojevi ne samo da reflektiraju ekonomske i sigurnosne prilike, već i otpornost domaćeg turističkog sustava te važnost unutarnjeg turizma za gospodarski oporavak i rast zemlje.

#### **4.2. Poslijeratno razdoblje u Republici Hrvatskoj**

Razdoblje nakon Domovinskog rata u Hrvatskoj je bilo ključno za obnovu i razvoj turizma, sustava koji je pretrpio značajne gubitke tijekom sukoba. Domovinski rat, koji je bio u razdoblju od 1991. do 1995. godine, ostavio je duboke tragove na hrvatskoj ekonomiji, uključujući i turizam. Nakon rata, Hrvatska se suočila s izazovima obnove infrastrukture, povratka turista i promjene imidža zemlje. Tijekom, ali i nakon rata, hrvatski turizam je izgubio konkurentnost na svjetskom tržištu. Iako su ratne aktivnosti bile koncentrirane u kontinentalnoj Hrvatskoj, smještajni objekti u primorskim gradovima i na otocima služili su kao utočišta za ratne izbjeglice.<sup>51</sup> U tom razdoblju, turizam konkurentskih zemalja odvijao se bez poteškoća. Hrvatski turizam trebao je vremena za obnovu objekata i povratak u život jer su ratna razaranja znatno oštetila i unazadila zemlju te naglo smanjila interes turista. Ipak, oporavak nakon završetka rata bio je poprilično brz, a već 1996. godine promet od turističke aktivnosti porastao je za 14,5%. Hrvatska je u tom razdoblju čak privukla i interes stranih investitora zainteresiranih za ulaganje u razvoj smještajnih kapaciteta i infrastrukture. Međutim, nesređena državna administracija onemogućila im je realizaciju poslovnih ideja.<sup>52</sup>

Nakon završetka Domovinskog rata, od 1996. godine pa sve do danas, turizam u Hrvatskoj kontinuirano raste. Promocija je dovela turiste s novih tržišta, poput Kine, Rusije i SAD-a, kao i ponovno iz Skandinavije, važnog segmenta za paket-aranžmane u vrijeme bivše države.<sup>53</sup> Nakon 2000. godine, turizam se suočava s problemima održivosti destinacija poput Dubrovnika i Nacionalnog parka Plitvičkih jezera, kao i dalje prisutnom ponudom za masovne turističke dolaske, uz nedovoljnu diferencijaciju, iako se uočavaju neke pozitivne promjene. Također, rast

---

<sup>51</sup> Čorak S., Mikačić V., Ateljević I. (2012.), *An Ironic Paradox: The Longitudinal View on Impacts of the 1990's Homeland War on Tourism in Croatia*, New York (NY), Routledge, str. 166-167

<sup>52</sup> Vukonić B. (2005.), *Povijest hrvatskog turizma*, Zagreb, Prometej, str. 181-201

<sup>53</sup> Gržinić, J. (2019.), *UVOD U TURIZAM – povijest, razvoj, perspektive*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, preuzeto 13. srpnja 2024. s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:904523>.

poreza i problemi s konkurentnošću destinacije postaju sve izraženiji. Kroz godine se uočava značajna neravnoteža između broja domaćih i stranih turista, što upućuje na nekoliko izazova: manjak financijskih sredstava domaćeg stanovništva za putovanja, nedostatna podrška domaćem turizmu od strane turističkih organizacija te slabu ponudu izvan glavne turističke sezone.<sup>54</sup>

Tijekom Domovinskog rata su podignuti brojni spomenici vezani uz sjećanja na žrtve rata, kao i obilježena mjesta na kojima su se odvijale ključne bitke za oslobođenje teritorija. Za očuvanje sjećanja na Domovinski rat i širenje istine o njegovom tijeku važno je istaknuti te lokalitete i uključiti ih u turističku ponudu, što čini dio područja ratnog turizma. Ratni turizam u Hrvatskoj je ograničen na nekoliko specifičnih lokaliteta, od kojih su najrazvijenija tri: Jasenovac, Goli otok i Vukovar, pri čemu je jedino Vukovar vezan za Domovinski rat. Ova činjenica je zaista zabrinjavajuća jer, iako su masovne grobnice i mjesta egzekucije ostaci Drugog svjetskog rata, svježina i posebnost Domovinskog rata nude snažnu osnovu za razvoj jedinstvene turističke ponude koja može privući interes i potražnju turista.<sup>55</sup> Glavne lokacije ratnog turizma u Hrvatskoj su lokacije vezane uz Grad Vukovar koji je najviše pretrpio za vrijeme Domovinskog rata. Turisti u Vukovaru najviše posjećuju Memorijalni centar Domovinskog rata, Ovčaru, mjesto na kojem je masovna grobnica te Vodotoranj, simbol otpora i stradanja grada koji je obnovljen i otvoren za posjete. Ratni turizam pruža priliku posjetiteljima da uče o povijesti Domovinskog rata i odaju počast žrtvama te kroz očuvanje i prikazivanje povijesnih mjesta pomaže u očuvanju sjećanja na važan dio hrvatske povijesti. Ukratko, razdoblje nakon Domovinskog rata bilo je vrijeme intenzivne obnove, prilagodbe i razvoja za hrvatski turizam. Zahvaljujući naporima na obnovi infrastrukture, promociji zemlje kao sigurne destinacije i razvoju različitih turističkih proizvoda, Hrvatska je uspjela postati jedna od najpopularnijih turističkih destinacija u Europi.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> Gržinić, J. (2019.), UVOD U TURIZAM – povijest, razvoj, perspektive, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, preuzeto 13. srpnja 2024. s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:904523>.

<sup>55</sup> Tematske mreže branitelji (b.d.), Ratni turizam u RH – potencijal za poboljšanje ponude i mogućnosti zapošljavanja branitelja, preuzeto 13. srpnja 2024. s [https://tematskemreze-branitelji.hr/images/smjer/Ratni\\_turizam\\_u\\_RHpotencijal\\_za\\_poboljanje\\_ponude\\_i\\_mogunost\\_zapoljavanja\\_branitelja.pdf](https://tematskemreze-branitelji.hr/images/smjer/Ratni_turizam_u_RHpotencijal_za_poboljanje_ponude_i_mogunost_zapoljavanja_branitelja.pdf)

<sup>56</sup> Ibid.

### 4.3. Uloga terorizma u domaćoj turističkoj potražnji Republike Hrvatske

Iako Hrvatska nije imala značajnih problema s terorizmom kao neke druge zemlje, potencijalni teroristički incidenti mogu imati utjecaj na domaću turističku potražnju. Kao što je već navedeno, teroristički incidenti su rijetki u Hrvatskoj, ali svaka prijetnja ili napad može značajno utjecati na percepciju sigurnosti među domaćim turistima. Strah od terorizma može smanjiti spremnost građana da putuju unutar zemlje. S druge strane, Medijsko izvještavanje o terorističkim napadima u regiji ili globalno može povećati strah i nesigurnost, čak i ako nema neposredne prijetnje u Hrvatskoj.

Terorizam može značajno utjecati na percepciju sigurnosti među potencijalnim turistima. Hrvatska, kao relativno sigurna destinacija u usporedbi s nekim drugim europskim zemljama, može profitirati ako se uspije održati takva percepcija sigurnosti. Svaki teroristički incident, bilo u Hrvatskoj ili u blizini, može negativno utjecati na tu percepciju i smanjiti turističku potražnju kako domaćih tako i stranih turista. Svaki teroristički čin može imati dugoročne posljedice na lokalnu zajednicu i gospodarstvo.<sup>57</sup> Turizam je ključan sustav hrvatskog gospodarstva pa smanjenje turističke potražnje zbog straha od terorizma može dovesti do smanjenja prihoda, gubitka radnih mjesta i opće ekonomske nestabilnosti. Strelac (2019.) navodi da „u posljednjih dvadesetak godina sve se češće spominje terorizam kao nova prijetnja koja ne ugrožava samo sigurnost države u kojoj se pojavljuje, već i sigurnost susjednih država. Hrvatska je postala svjesna kako se ni jedna država ne može potpuno zaštititi od modernih sigurnosnih prijetnji 1995. godine, kada je u Rijeci izvršen prvi teroristički napad u Europi, organiziran od strane vjerskih ekstremista i zagovornika islamizma. Bombaš samoubojica zabio se automobilom u zgradu policijske postaje, pri čemu je bilo ozlijeđeno 29 osoba.“<sup>58</sup> Prema otvorenim podacima iz baze podataka Global Terrorism Database (GTB), nakon rata 1995. godine, u Hrvatskoj su zabilježena 22 incidenta koji se mogu smatrati terorističkim napadima. U većini slučajeva nije bilo niti poginulih niti ranjenih, a motivi i počinitelji napada ostali su nepoznati, što otežava točno utvrđivanje broja slučajeva koji se doista mogu smatrati terorističkim napadima.<sup>59</sup>

Svake druge godine Svjetski ekonomski forum objavljuje izvještaj o konkurentnosti turizma zemalja, oslanjajući se i na statističke podatke iz GTB-a. U navedenom izvješću, zemlje se

---

<sup>57</sup> Strelac, D. (2019). Sigurnost i turizam u Hrvatskoj. Forum za sigurnosne studije, vol. 3, br. 3., str. 93-115., preuzeto 02. srpnja 2024. s <https://hrcak.srce.hr/file/342989>

<sup>58</sup> Ibid, str. 93-115

<sup>59</sup> Ibid, str. 93-115

rangiraju prema turističkoj konkurentnosti kroz analizu njihove učinkovitosti u 14 kategorija, uključujući i razinu sigurnosti svake zemlje. Prema zadnjem izvješću iz 2017. godine, Hrvatska je rangirana kao 24. najsigurnija zemlja na svijetu od ukupno 136 analiziranih država.<sup>60</sup> Može se zaključiti da iako Hrvatska nije suočena s čestim terorističkim prijetnjama, potencijalni teroristički incidenti mogu imati značajan utjecaj na domaću turističku potražnju kroz promjene u percepciji sigurnosti, navikama putovanja, ekonomske utjecaje i potrebne sigurnosne mjere.

#### **4.4. Uloga pandemije COVID-19 i ograničenja kretanja**

Republika Hrvatska sustavno prati globalne turističke trendove i dobro je pozicionirana na europskom turističkom tržištu. Prepoznata je kao stabilna i sigurna turistička destinacija s iznimno bogatim prirodnim i kulturno-povijesnim znamenitostima. Hrvatski turistički sustav postigao je značajan uspjeh od stjecanja neovisnosti i pristupanja Europskoj uniji, bilježeći impresivne rezultate prije izbijanja pandemije Korona virusa 2020. godine. Pandemija COVID-19 predstavlja izuzetno složenu i nepredvidivu krizu koja zavisi od različitih varijabli koje ne samo da mogu promijeniti pristup na strani potražnje nego i na strani ponude. Prema Zenkeru i Kock-u, izbijanje pandemije COVID-19 može ostaviti duboke tragove u razmišljanju i osjećajima turista te promijeniti način na koji putuju.<sup>61</sup> Oni uočavaju dva problema izazvana Korona virusom. Prvi je da destinacije pogođene COVID-19 mogu imati poteškoće u privlačenju turista u budućnosti zbog narušenog imidža, naročito među turistima koji su osjetljiviji na rizik. Drugo, nasuprot tome, te destinacije mogu imati koristi od dobrotvornog stava budućih turista koji biraju destinacije pogođene Korona virusom kako bi ih ekonomski podržali.<sup>62</sup> „Prema podacima Svjetske zdravstvene organizacije – WHO objavljenim do 20. travnja 2021. godine, zabilježeno je ukupno 141.754.944 potvrđenih slučajeva COVID-19 i 3.025.835 smrtnih slučajeva. Prema istom izvoru, od 3. siječnja 2020. do 20. travnja 2021. u Hrvatskoj je zabilježeno 310.306 potvrđenih slučajeva COVID-19 i 6.643 smrtnih slučajeva u

---

<sup>60</sup> Strelec, D. (2019). Sigurnost i turizam u Hrvatskoj. Forum za sigurnosne studije, vol. 3, br. 3., str. 93-115., preuzeto 02. srpnja 2024. s <https://hrcak.srce.hr/file/342989>

<sup>61</sup> Burilović, L., Radoš, T., Recker, N. (2020.), Economic and Social Development, u: Bašić, M. i Škorić, M. (ur.), Croatia: Q1-Q3 2020 Tourism results in context of COVID-19 pandemic, 63rd International Scientific Conference on Economic and Social Development – „Building Resilient Society“ (str. 259-269), Zagreb

<sup>62</sup> Ibid, str. 259-269

ukupnom stanovništvu od 4.058.165 što ukazuje na značajan utjecaj pandemije na Hrvatsku i cijeli njen gospodarski sektor.“<sup>63</sup>

Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) objavila je 1. listopada rad pod nazivom „Krizu COVID-19 u Hrvatskoj“ koji ističe visoku ovisnost Hrvatske o turizmu, sustav koji je među najteže pogođenima pandemijom i koji čini oko 25% hrvatskog BDP-a. OECD je naveo da je, unatoč značajnom padu broja turističkih posjeta u 2020. godini, Hrvatska uspjela spasiti 50% prihoda od turizma u usporedbi sa prethodnom godinom, što je nadmašilo početna očekivanja od oko 30%.<sup>64</sup> Važno je redovito analizirati volatilitnost u turizmu, posebno u zemljama s izraženom senzualnošću, gdje je Hrvatska jedan od najboljih primjera u svijetu. Gotovo 90% posjeta u Hrvatskoj bilježi se tijekom „četiri ljetna mjeseca“ (lipanj, srpanj, kolovoz i rujan), zbog čega je ključno razumjeti svako pogoršanje ili neravnotežu turističkih rezultata, posebno tijekom ključnih mjeseci. Većina destinacija širom svijeta, među kojima je i Hrvatska, uvela je stroga ograničenja putovanja kako za strane tako i za domaće turiste.<sup>65</sup>

Dana 11. ožujka 2020. godine u Republici Hrvatskoj, Vlada je proglasila epidemiju COVID-19, a pet dana kasnije, na snagu je stupila također odluka Vlade Republike Hrvatske o zatvaranju škola i fakulteta te se cijeli sistem odvijao online. Također, zatvorili su se i vrtići, osim za djecu čiji roditelji ne mogu osigurati skrb kod kuće. Odluke koje je donio Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske (SCZ RH), donesene su s ciljem sprečavanja širenja virusa SARS-CoV-2, stupile su na snagu 19. siječnja 2020. godine u ponoć.<sup>66</sup> Uvedeno je ukupno 66 mjera koje uključuju zabranu svih javnih okupljanja i sportskih događanja, zatvaranje sportskih i rekreacijskih centara te obustavu vjerskih okupljanja. Zaustavljen je i rad autoškola, škola stranih jezika, dječjih i drugih radionica, kao i rad plesnih škola. Također, najbitniji spektar za turizam, obustavljen je i rad ugostiteljskih objekata, osim za usluge pripreme i dostave hrane, smještaja te rada pučkih i studentskih kuhinja. Dana 23. ožujka 2020. donesena je odluka o zabrani napuštanja mjesta prebivališta i stalnog boravka.<sup>67</sup> Granični prijelazi Republike Hrvatske otvoreni su 9. svibnja 2020., 74 dana nakon što je zabilježen prvi slučaj bolesti COVID-19 u zemlji. S popuštanjem mjera i otvaranjem graničnih prijelaza, Hrvatska se počela

---

<sup>63</sup> Bogdan S., Šikić L., Bareša S. (2021.), The effect of the COVID-19 pandemic on the Croatian tourist sector, *Tourism in Southern and Eastern Europe*, Vol. 6, 109-123. <https://doi.org/10.20867/tosee.06.8>

<sup>64</sup> Burilović, L., Radoš, T., Recker, N. (2020.), *Economic and Social Development*, u: Bašić, M. i Škorić, M. (ur.), *Croatia: Q1-Q3 2020 Tourism results in context of COVID-19 pandemic*, 63rd International Scientific Conference on Economic and Social Development – „Building Resilient Society“ (str. 259-269), Zagreb

<sup>65</sup> Ibid, str. 259-269

<sup>66</sup> Vlada Republike Hrvatske, dostupno na <https://vlada.gov.hr/>, preuzeto 5. srpnja 2024.

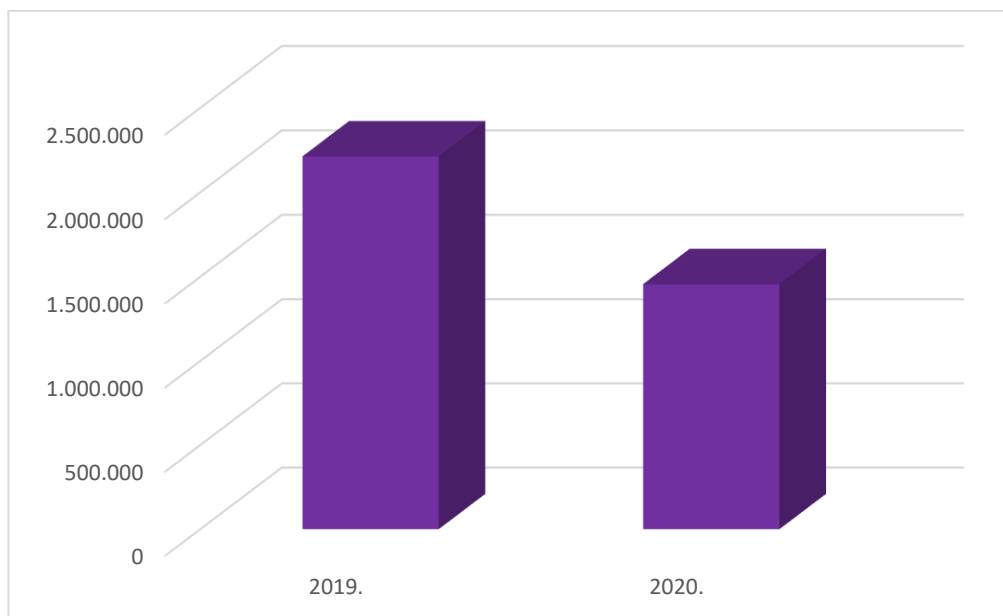
<sup>67</sup> Ibid.



pripremati za vrlo neizvjesnu turističku sezonu. Dva dana nakon otvaranja granica, Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske ukinuo je zabranu napuštanja mjesta stalnog boravka i prebivališta, a tijekom ljetnih mjeseci nije bilo značajnog porasta broja zaraženih, međutim, krajem rujna zabilježen je značajan porast koji se nastavio u listopadu 2020.<sup>68</sup>

Zatvaranje granica, uvođenje karantene, ograničenja putovanja i primjena epidemioloških mjera, kako globalno, tako i u Hrvatskoj, izravno su utjecali na smanjenje broja dolazaka i noćenja turista u zemlji.

Grafikon 5. Usporedba dolazaka domaćih turista 2019. i 2020. godine

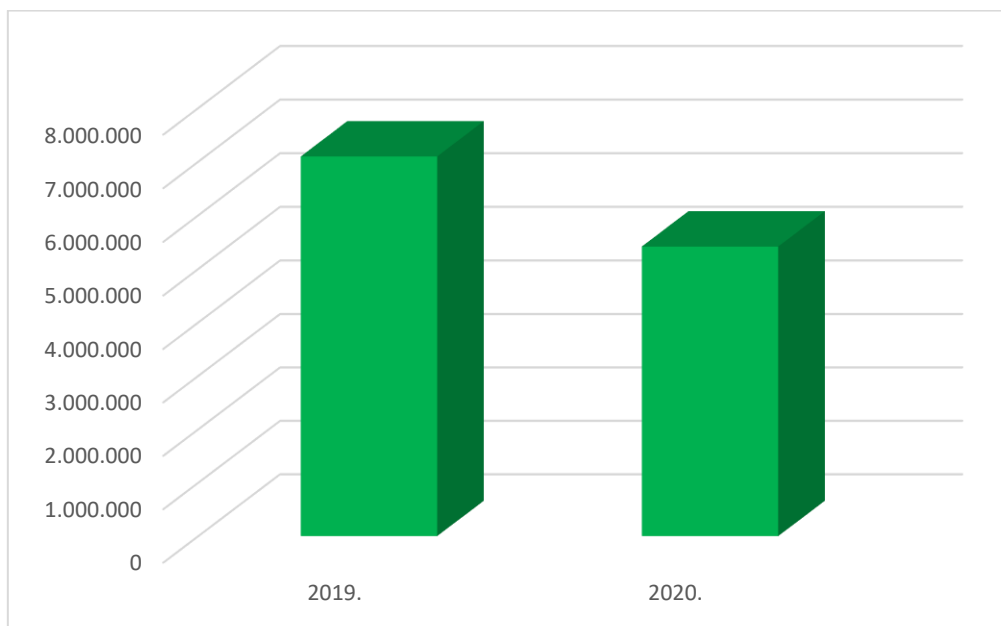


Izvor: obrada autorice prema službenoj stranici Državnog zavoda za statistiku, dostupno: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/dolasci-i-nocenja-turista/> (preuzeto 3. srpnja 2024.)

Na Grafikonu 5. uspoređen je broj dolazaka domaćih turista prije pandemije COVID-19 i za vrijeme pandemije COVID-19. Iz grafikona se može iščitati kako su dolasci domaćih turista drastično pali zbog raznih ograničenja koje je uvela država. Domaći turisti su ostvarili 1.455.849 dolazaka što je smanjenje dolazaka za 34,2% u odnosu na 2019. godinu.

<sup>68</sup> Vlada Republike Hrvatske, dostupno na <https://vlada.gov.hr/>, preuzeto 5. srpnja 2024.

Grafikon 6. Usporedba noćenja domaćih turista 2019. i 2020. godine



Izvor: obrada autorice prema službenoj stranici Državnog zavoda za statistiku, dostupno: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/dolasci-i-nocenja-turista/> (preuzeto 3. srpnja 2024.)

Grafikon 6. prikazuje kako je situacija s noćenjima slična kao i situacija sa dolascima. Broj noćenja domaćih turista u 2020. smanjio se u odnosu na 2019. godinu. Domaći turisti u 2020. godini ostvarili su 5.415.391 noćenja dok su za isto razdoblje 2019. ostvarili 7.095.300 noćenja što je pad za otprilike 31%.

Pandemija COVID-19 imala je značajan utjecaj na hrvatski turizam. Zatvaranje granica, karantena, ograničenja putovanja i provođenje strogih epidemioloških mjera rezultati su drastičnog pada dolazaka i noćenja turistu 2020. godine. Mjere uvedene za sprječavanje širenja virusa, uključujući zatvaranje ugostiteljskih objekata, kulturnih znamenitosti i rekreacijskih centara, dodatno su utjecale na turizam. Iako su granični prijelazi otvoreni 9. svibnja 2020., a mjere postupno popuštane, turistički promet se nije vratio na razinu prije pandemije. Ipak, unatoč svim izazovima, Hrvatska je uspjela privući određeni broj turista zahvaljujući svojoj popularnosti kao destinacije i naporima uvođenja sigurnosnih mjera kako bi se osigurala zaštita zdravlja posjetitelja.

#### 4.5. Utjecaj rata u Ukrajini na domaću turističku potražnju Republike Hrvatske

Nakon što se turističko tržište počelo oporavljati od Korona krize, Rusija je odlučila 24. veljače 2022. godine izvršiti invaziju na Ukrajinu, šestotinjak kilometara od Hrvatske. To će se sigurno odraziti u broju dolazaka i noćenja turista koji dolaze sa ukrajinskog i ruskog tržišta, uostalom, ruski avioni više ne mogu letjeti u većini europskih zemalja pa tako ni u Hrvatskoj.<sup>69</sup> Hrvatske ne ovisi toliko o ukrajinskom emitivnom tržištu kao Turska, Cipar ili, primjerice, Rumunjska i Bugarska. U 2021. godini Hrvatsku je posjetilo otprilike 140 tisuća turista iz Ukrajine, a njihov udio u ukupnom broju noćenja, koji je iznosio 838 tisuća, nije dosegnuo niti jedan posto ukupnog turističkog prometa. Rusko tržište, s druge strane, za Hrvatsku je imalo veći značaj i predstavljalo je izazov posljednjih nekoliko godina. Glavna prepreka prije pandemije su bile vize, dok je 2022. godina trebala donijeti značajan rast broja ruskih turista, koji su Hrvatsku prepoznali čak i kao „zimsku destinaciju“ za cijepljenje protiv Covida-19. U 2019. godini Hrvatska je zabilježila manje od milijun noćenja iz Rusije, dok su u prosincu 2021. godine Rusi postali najzastupljeniji gosti, iako su te brojke i dalje činile mali dio ukupnog prometa.<sup>70</sup>

S druge strane, Kovačević smatra kako će ukrajinska kriza ostaviti traga na hrvatskom turizmu. „Kada uspoređujemo ta dva tržišta, gosti iz tih zemalja ostvarili su u Hrvatskoj oko 1,5 milijuna noćenja, što čini otprilike 2%. Međutim, veći izazov je psihološki efekt jer je Hrvatska, iz perspektive dalekih, istočnih tržišta, smještena u nesigurnoj i problematičnoj zoni. Rezervacije su spore i slabe. Ipak, trend "last minute" ponuda među turistima prisutan je posljednjih godina. Ako dođe do stabilizacije situacije očekuje se poboljšanje. Kovačević navodi kako se Hrvatska oslanja na tržišta poput Njemačke, Austrije i Slovenije gdje ima dugogodišnje turiste. Također, bilježi se rast dolazaka i poljskih turista. Prošle godine Hrvatska je, zahvaljujući vladinim naporima, etablirana kao sigurna destinacija, postigavši izvrsne rezultate, najbolje na Mediteranu.“<sup>71</sup>

Međutim, invazija Rusije na Ukrajinu izazvala je veliku neizvjesnost u pogledu gospodarskih izgleda za 2022. godinu. Rastući troškovi energije, koji su doveli do povećanja inflacije, napravili su pritisak na planove javne potrošnje i usporili privatnu potrošnju u 2022. godini.

---

<sup>69</sup> Rogulj D. (2023.), War in Ukraine slows down travel bookings in Split-Dalmatia county by 50%, Total Croatia, preuzeto 13. svibnja 2024. s <https://total-croatia-news.com/news/travel/travel-bookings-in-split-dalmatia-county/>

<sup>70</sup> Bičak D., Brnić M., Crnjak M. (2022.), Velika kolateralna žrtva bit će i domaći turizam, Poslovni Dnevnik, preuzeto 13. svibnja 2024. s <https://www.poslovni.hr/svijet/velika-kolateralna-zrtva-bit-ce-i-domaci-turizam-4326412>

<sup>71</sup> Hrvatski radio (2022.), Utjecaj rata u Ukrajini na gospodarstvo u Hrvatskoj, preuzeto 6. svibnja 2024. s <https://vijesti.hrt.hr/gospodarstvo/utjecaj-rata-u-ukrajini-na-gospodarstvo-u-hrvatskoj-6609180>

Zbog posljedica invazije Rusije na Ukrajinu, prije svega rastuće inflacije i visokih troškova energije, očekivao se pad rezervacija na nadolazeću ljetnu sezonu, a sankcije EU-a protiv Rusije neće imati velik izravni utjecaj na izvoznu ekonomiju Hrvatske.<sup>72</sup> Prema mišljenju profesora Škare „turizam je uzrokovao novi porast cijena, osobito u primorskoj Hrvatskoj, tj. u obalnom dijelu. Iako bi visoka potražnja u turizmu trebala teoretski doprinositi gospodarskom rastu, koristi nisu ravnomjerno raspodijeljene, a plaće u Hrvatskoj nisu pratile taj rast cijena, što je rezultiralo smanjenjem kupovne moći i životnog standarda. Uvođenje eura snizilo je životni standard u Hrvatskoj za 8,58%, dok je rat u Ukrajini doveo do pada od 27,76%.“<sup>73</sup> Cijene sirovina na svjetskim tržištima, koje se može usko povezati s ratom, praktički su se odrazile na inflaciju potrošačkih cijena diljem Europe, uključujući i Hrvatsku. Nakon izbijanja sukoba, predviđanja o cijenama sirovina, ključnom faktoru u procjenama inflacije, značajno su se pogoršala. Očekivani rast cijena nafte za 2022. godinu povećao se dvostruko, s 25% na 50% godišnje, odmah nakon početka ruske invazije na Ukrajinu, dok su predviđanja za rast cijena ostalih sirovina porasla s 0% na 11% godišnje.<sup>74</sup> Iako navedeno možda zvuči zanemarivo za turizam i domaće turiste u Hrvatskoj, ali nije. Većina domaćih turista putuje automobilom ili autobusom na željenu destinaciju te osjete promjene u cijeni goriva jer više cijene plina povećavaju troškove putovanja, što u konačnici može destimulirati turiste da putuju vlastitim vozilima ili autobusima.<sup>75</sup> Također, više cijene energenata povećavaju troškove grijanja, hlađenja i kuhanja u hotelima, restoranima i ostalim ugostiteljskim objektima što može dovesti do povećanja cijena smještaja i ugostiteljskih usluga, a navedeno može izazvati smanjenu potrošnju turista. Zbog toga što Rusija i Ukrajina igraju ključnu ulogu na globalnom tržištu kao glavni proizvođači i izvoznici suncokretovog ulja, pšenice, ječma, ugljena, kukuruza i nafte, ratna situacija je dovela do smanjenja ponude ovih proizvoda, što je značajno podiglo cijene osnovnih prehrambenih sirovina. Zbog povećanja cijena osnovnih prehrambenih proizvoda i viših troškova života turisti bi mogli biti oprezniji s trošenjem tijekom odmora, birajući jeftinije opcije smještaja i aktivnosti. Povećanje troškova života i inflacije može smanjiti domaći turizam jer će lokalno stanovništvo imati manje sredstava za putovanja unutar zemlje.

---

<sup>72</sup> Stroh B.C. (2022.), CROATIA: War taking its toll on economic growth, Forecast Report, str. 53-56., preuzeto s <https://wiiw.ac.at/croatia-war-taking-its-toll-on-economic-growth-dlp-6147.pdf>

<sup>73</sup> Ivanović N. (2023), Hrvatska: turizam kao uzrok pada standarda građana, Deutsche Welle – DW, preuzeto 6. srpnja 2024. s <https://www.dw.com/hr/hrvatska-turizam-kao-uzrok-pada-standarda-gra%C4%91ana/a-66415547>

<sup>74</sup> HNB(2022.), Utjecaj rata u Ukrajini na inflaciju potrošačkih cijena, preuzeto 13. srpnja 2024. s [https://www.hnb.hr/javnost-rada/rat-u-ukrajini/html/-/asset\\_publisher/lwOTLx5fWZDC/content/utjecaj-rata-u-ukrajini-na-inflaciju-potrosackih-cijena](https://www.hnb.hr/javnost-rada/rat-u-ukrajini/html/-/asset_publisher/lwOTLx5fWZDC/content/utjecaj-rata-u-ukrajini-na-inflaciju-potrosackih-cijena)

<sup>75</sup> Ibid.

## **5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE UTJECAJA EKONOMSKIH I POLITIČKIH ČIMBENIKA NA DOMAĆU TURISTIČKU POTRAŽNJU REPUBLIKE HRVATSKE**

### **5.1. Cilj istraživanja**

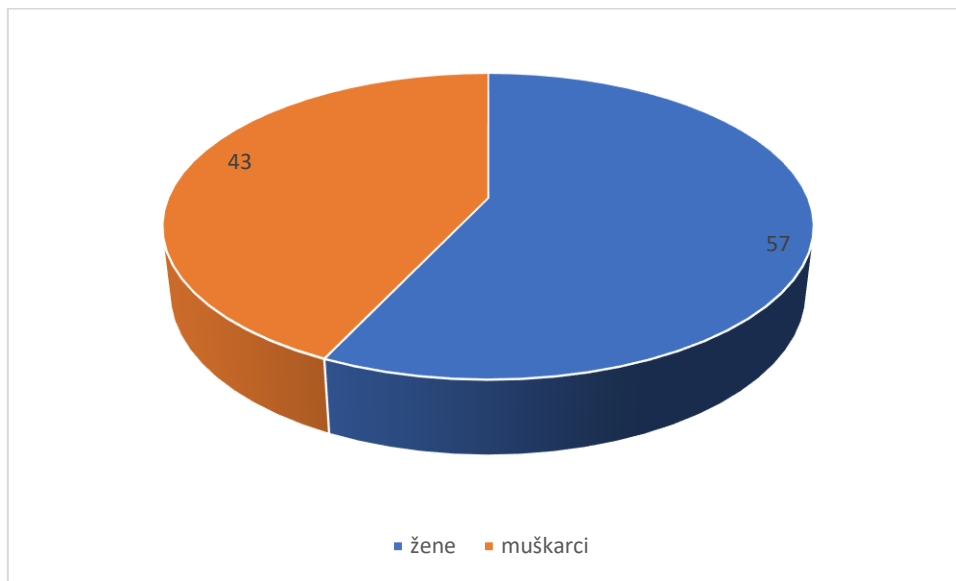
Istraživanje je imalo za cilj ispitati na koji način različiti ekonomski i politički čimbenici utječu na potražnju za domaćim turizmom u Hrvatskoj. Istraživanjem se želi utvrditi u kojoj mjeri promjene u ekonomskim pokazateljima, poput inflacije i promjene tečaja valute te političke nestabilnosti doprinose promjenama u domaćoj turističkoj potražnji. U istraživanju su se mjerili stavovi te subjektivne norme. Rezultati će omogućiti razumijevanje ključnih faktora koji oblikuju domaći turizam, odnosno dobit će se uvid kako domaći turisti razmišljaju i koji su njihovi stavovi prema utjecaju ekonomskih i političkih čimbenika.

### **5.2. Metodologija istraživanja**

Istraživanje se temelji na kvantitativnoj metodi prikupljanja podataka putem anketnog upitnika. Upitnik se sastoji od demografskih pitanja (spol, dob, obrazovanje, radni status, primanja) te pitanja vezanih uz turističke navike i percepciju utjecaja ekonomskih i političkih čimbenika na domaću turističku potražnju. Koristi se Likertova skala (1-5) za procjenu slaganja ispitanika s tvrdnjama.

Uzorak ispitanika pokriva različite demografske skupine, a podaci se analiziraju statističkim metodama kako bi se utvrdio utjecaj navedenih čimbenika na turističke odluke. Istraživanje je realizirano na grupi od 100 ispitanika koji putuju unutar Hrvatske barem jednom godišnje. Podaci su se prikupljali od 3. kolovoza 2024. do 16. kolovoza 2024. putem društvenih mreža poput WhatsApp-a, mail-a te Facebook-a. Alati koji su bili potrebni za provedbu istraživanja su Google Forms, a za obradu podataka je korišten MS Excel. U istraživanju je korišten anketni upitnik koji se sastojao od ukupno 26 pitanja podijeljenih u 2 dijela. Prvi dio upitnika sastojao se od 5 pitanja gdje su se ispitali biološki spol, dob, zanimanje, završen stupanj obrazovanja i mjesečni prihodi. Ostalih 13 pitanja prvog dijela upitnika odnosio se na stavove i razmišljanja domaćih turista o raznim utjecajima koji utječu na domaću turističku potražnju Republike Hrvatske. Drugi dio upitnika sastojao se od 8 pitanja gdje su se navedene varijable mjerile Likertovom skalom od pet stupnjeva (od 1 - uopće se ne slažem do 5 - u potpunosti se slažem). Anketni upitnik ispunilo je 100 ispitanika, od kojih je, kako je prikazano na Grafikonu 7, 57 žena (57%) i 43 muškaraca (43%).

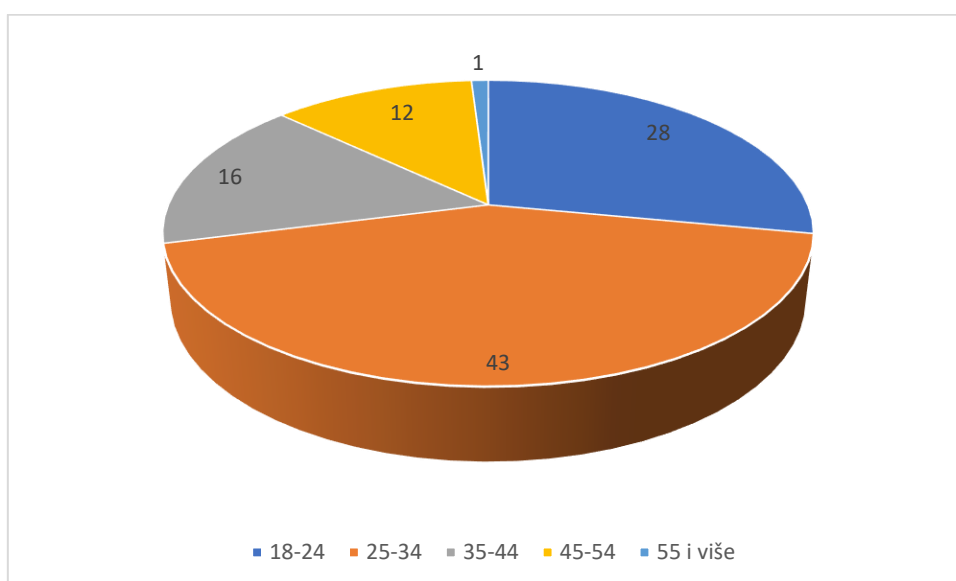
Grafikon 7. Struktura ispitanika po spolu



Izvor: Izrada autorice

Vezano uz dob ispitanika, najviše ispitanika nalazi se u dobi od 25 do 34 godine, odnosno 43 ispitanika (43%). Iduću najveću skupinu čine ispitanici u dobnoj granici od 18 do 24 godine, odnosno 28 ispitanika (28%), zatim 16 ispitanika (16%) se nalazi u skupini od 35 do 44 godine, 12 (12%) ispitanika se nalazi u skupini od 45 do 54 godine, a 1 ispitanik (1%) se nalazi u dobnoj skupini od 55 godina i više (Grafikon 8).

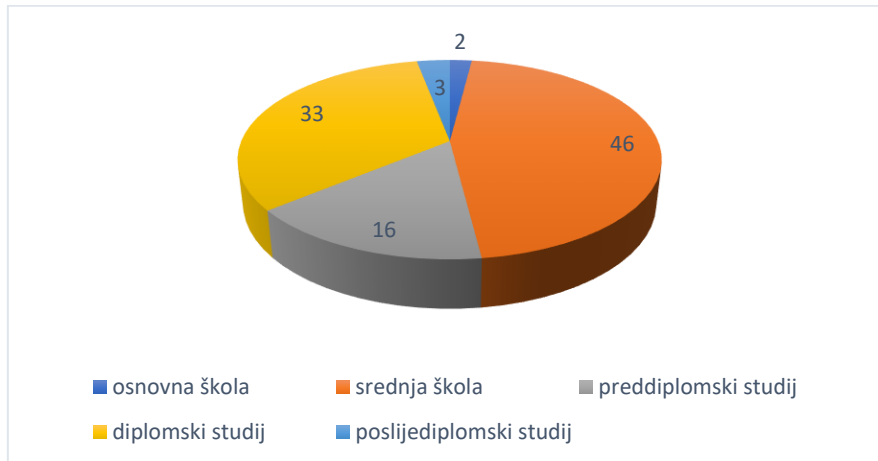
Grafikon 8. Struktura ispitanika po dobi



Izvor: Izrada autorice

Idući Grafikon 9. prikazuje strukturu ispitanika po stupnju obrazovanja. Najviše ispitanika je imalo završenu srednju školu, njih 46 (46%), iduća skupina od 33 ispitanika (33%) ima završen diplomski studij, 16 ispitanika (16%) završilo je preddiplomski studij, 3 ispitanika (3%) ima završen poslijediplomski studij, a 2 ispitanika (2%) ima završenu osnovnu školu.

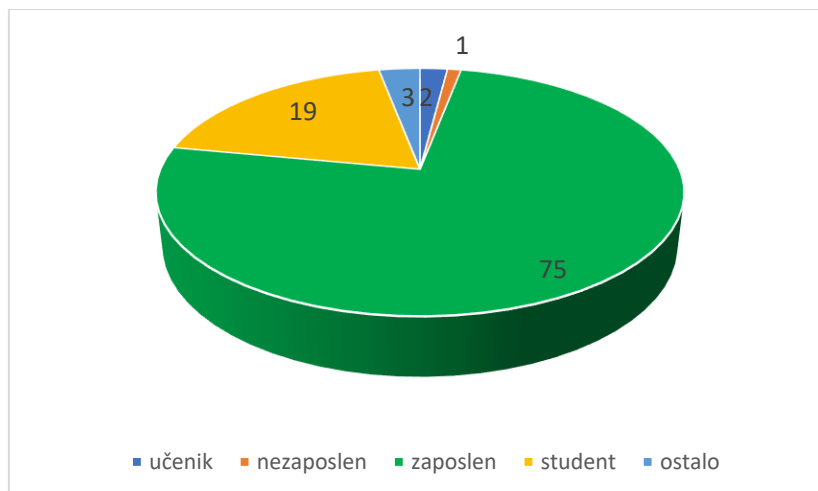
Grafikon 9. Struktura ispitanika po stupnju obrazovanja



Izvor: Izrada autorice

Na Grafikonu 10. prikazan je trenutni radni status ispitanika. 75 ispitanika (75%) je u aktivnom radnom statusu, odnosno 75% ispitanika je zaposleno. Sljedeću veliku skupinu čine studenti, odnosno 19 ispitanika (19%), 3 ispitanika (3%) pripadaju ostalom tj. 3 ispitanika su u mirovini ili su kućanice, 2 ispitanika (2%) su učenici, a 1 ispitanik (1%) je nezaposlen.

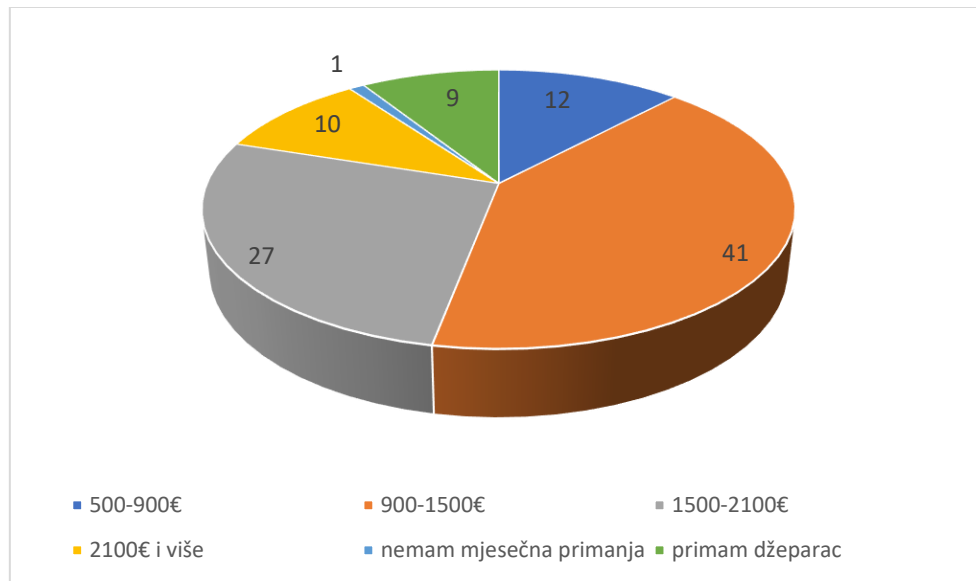
Grafikon 10. Trenutni radni status ispitanika



Izvor: Izrada autorice

Idući Grafikon 11. prikazuje mjesečna primanja ispitanika. Najviše ispitanika ima mjesečna primanja u rasponu od 900€ do 1500€, njih 41 (41%). Iduća skupina od 27 ispitanika (27%) ima mjesečna primanja od 1500€ do 2100€, 12 ispitanika (12%) su u rasponu od 500€ do 900€, 10 ispitanika (10%) ima mjesečna primanja viša od 2100€, 9 ispitanika (9%) prima džeparac, a 1 ispitanik (1%) nema mjesečna primanja.

Grafikon 11. Mjesečna primanja ispitanika



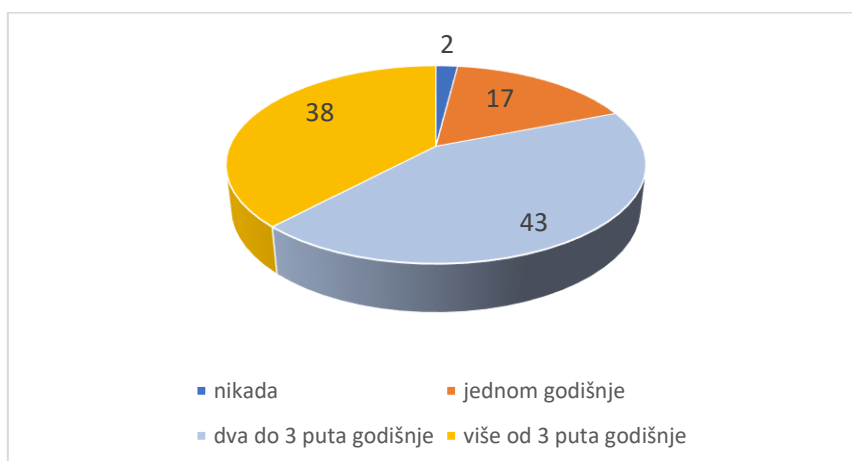
Izvor: Izrada autorice

### 5.3. Rezultati istraživanja i interpretacija rezultata

U nastavku su prikazani najvažniji rezultati istraživanja. U istraživanju su analizirani odgovori ispitanika koji putuju iz turističkih razloga barem jednom godišnje unutar Republike Hrvatske. Najveću skupinu čine oni koji putuju unutar Hrvatske iz turističkih razloga dva do tri puta godišnje, njih 43 ispitanika (43%), slijedeća skupina od 38 ispitanika (38%) putuje unutar Hrvatske više o 3 puta godišnje, 17 ispitanika (17%) putuje jednom godišnje dok 2 ispitanika (2%) nikada ne putuje unutar Hrvatske iz turističkih razloga (Grafikon 12.).



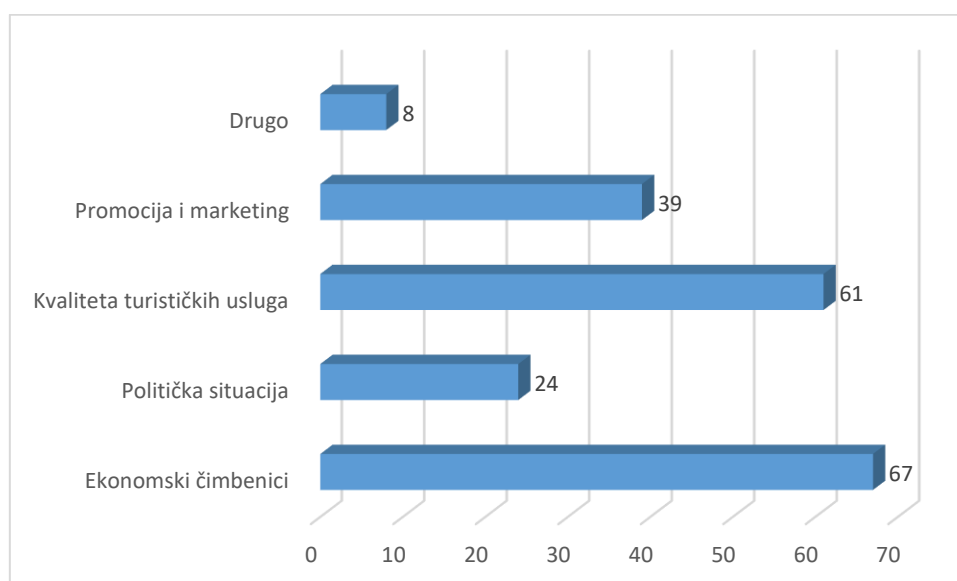
Grafikon 12. Učestalost putovanja unutar Hrvatske iz turističkih razloga



Izvor: Izrada autorice

Na Grafikonu 13. su prikazani glavni faktori koji utječu na domaću turističku potražnju te je bilo moguće odabrati više tvrdnji. 67 ispitanika (67%) smatra kako su ekonomski čimbenici najvažniji faktori koji utječu na domaću turističku potražnju. Nakon ekonomskih čimbenika slijedi kvaliteta turističkih usluga te 61 ispitanik (61%) smatra kako je ona važnija od političkih čimbenika. 39 posto ispitanika (39%) odgovorilo je kako im je na 3. mjestu promocija i marketing turističke destinacije dok je samo 24 ispitanika (24%) odgovorilo kako im je bitna i politička situacija u zemlji, a 8 ispitanika (8%) smatra da na domaću turističku potražnju ne utječe ni jedan od gore navedenih čimbenika već nešto drugo.

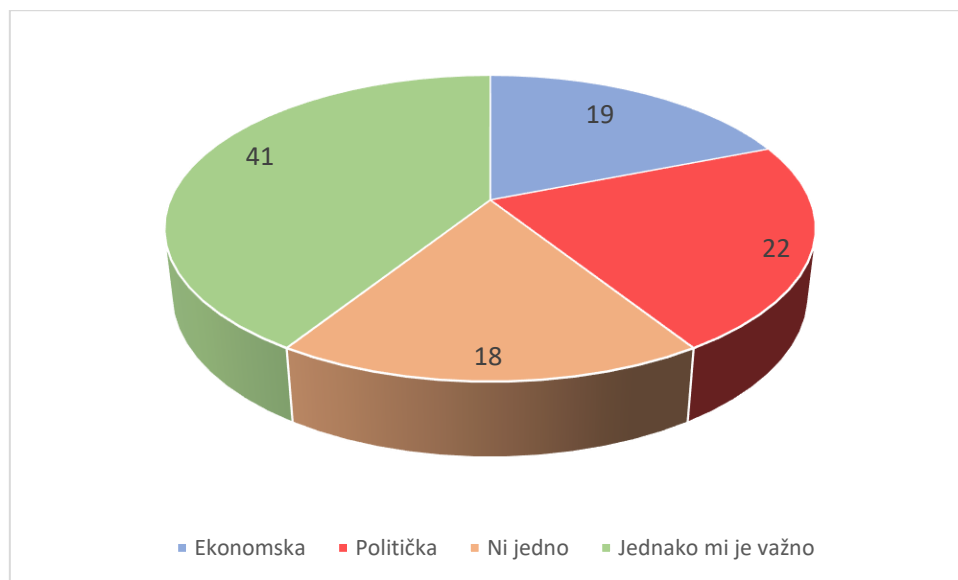
Grafikon 13. Glavni faktori koji utječu na domaću turističku potražnju



Izvor: Izrada autorice

U idućem pitanju, ispitanici su pitani je li im važnija politička ili ekonomska stabilnost zemlje u koju putuju. 41 ispitanik (41%) odgovorilo je da su im oba čimbenika jednako važna. 22 ispitanika (22%) smatra kako je politička stabilnost zemlje najvažnija, 19 ispitanika (19%) navelo je kako im je ekonomska stabilnost važnija prilikom odabira destinacije, a 18 ispitanika (18%) je odgovorilo kako im nije bitna ni ekonomska ni politička stabilnost zemlje. (Grafikon 14.)

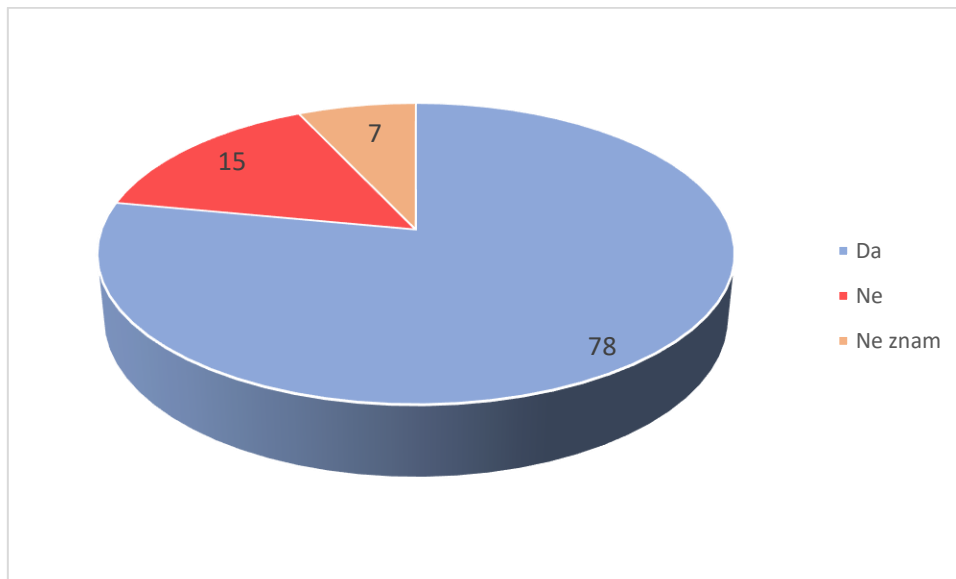
Grafikon 14. Važnost ekonomskih i političkih čimbenika s obzirom na biranu destinaciju



Izvor: Izrada autorice

Rezultati istraživanja prikazuju da 78 ispitanika (78%) smatra da je uvođenje Eura kao službene valute utjecalo na njihov planirani budžet za putovanja unutar Hrvatske u posljednje dvije godine. 15 ispitanika (15%) smatra kako uvođenje Eura nije utjecalo na njihov planirani budžet dok 7 ispitanika (7%) ne zna je li uvođenje Eura utjecalo na planirani budžet ili nije. (Grafikon 15.)

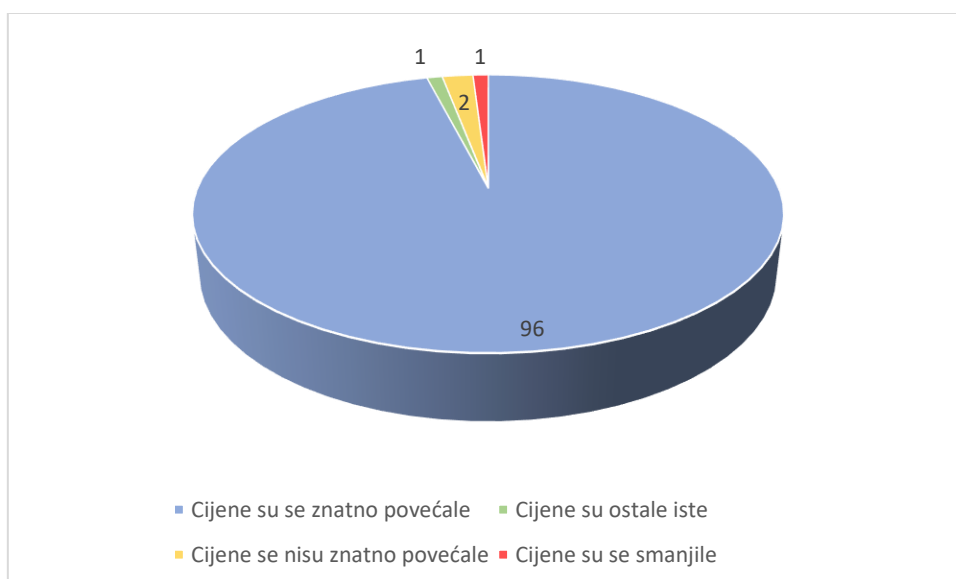
Grafikon 15. Stav ispitanika o tome je li uvođenja Eura kao službene valute utjecalo na planirani budžet putovanja unutar Hrvatske u posljednje dvije godine



Izvor: Izrada autorice

Na idućem Grafikonu 16. prikazan je stav domaćih turista o povećanju cijena turističkih usluga unutar Hrvatske zbog uvođenja Eura. 96 ispitanika (96%) smatra kako su se cijene znatno povećale, 2 ispitanika (2%) odgovorilo je kako se cijene nisu znatno povećale, 1 ispitanik (1%) smatra kako su cijene ostale iste te 1 ispitanik (1%) smatra kako su se cijene smanjile.

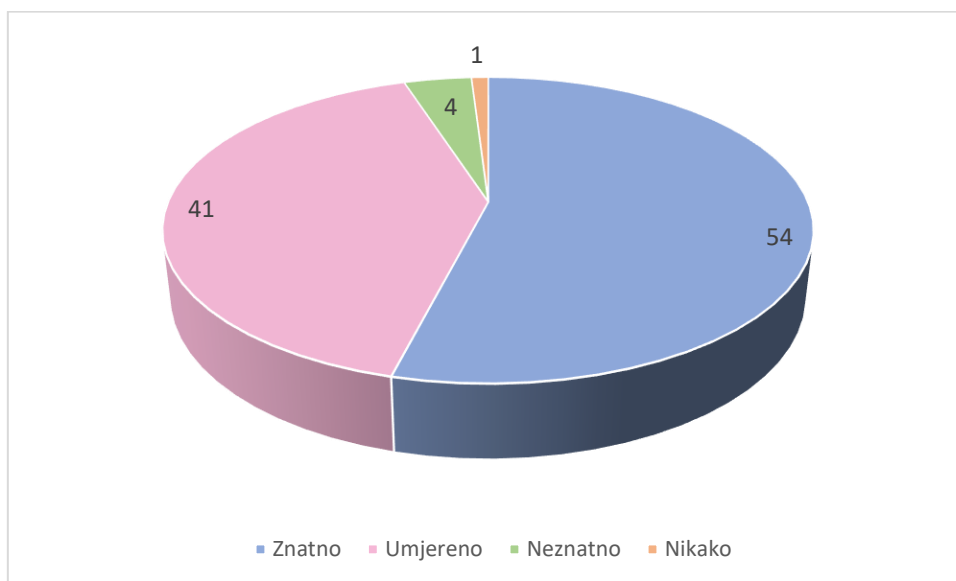
Grafikon 16. Stav domaćih turista o povećanju cijena turističkih usluga unutar Hrvatske uslijed uvođenja Eura kao službene valute



Izvor: Izrada autorice

Na temelju priloženog Grafikona 17. vidljivi su rezultati ispitanika o utjecaju inflacije na spremnost trošenja novca na dodatne turističke aktivnosti, poput odlazaka na izlete, u restorane ili kupnje suvenira. Najveći dio ispitanika, njih čak 54 (54%) smatra da inflacija znatno utječe na njihovu spremnost na trošenje novca na dodatne turističke aktivnosti. 41 ispitanik (41%) slaže se da inflacija umjereno utječe na spremnost trošenja novca na dodatne turističke aktivnosti, 4 ispitanika (4%) smatra kako inflacija neznatno utječe, a 1 ispitanik (1%) smatra kako inflacija nikako ne utječe na spremnost trošenja novca na dodatne turističke aktivnosti.

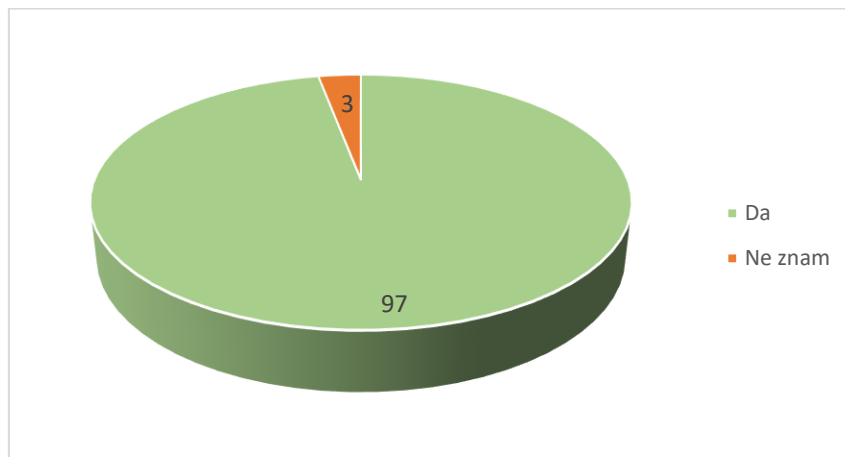
Grafikon 17. Stav ispitanika o utjecaju inflacije na spremnost trošenja novca na dodatne turističke aktivnosti



Izvor: Izrada autorice

Sljedeće pitanje na koje su ispitanici odgovarali je o sigurnosti Hrvatske kao turističke destinacije. 97 ispitanika (97%) smatra kako je Hrvatska sigurna destinacija za putovanja, dok 3 ispitanika (3%) ne zna je li sigurna ili nije. Zanimljivo je napomenuti kako nitko od ispitanika ne smatra Hrvatsku kao nesigurnu turističku destinaciju. (Grafikon 18.)

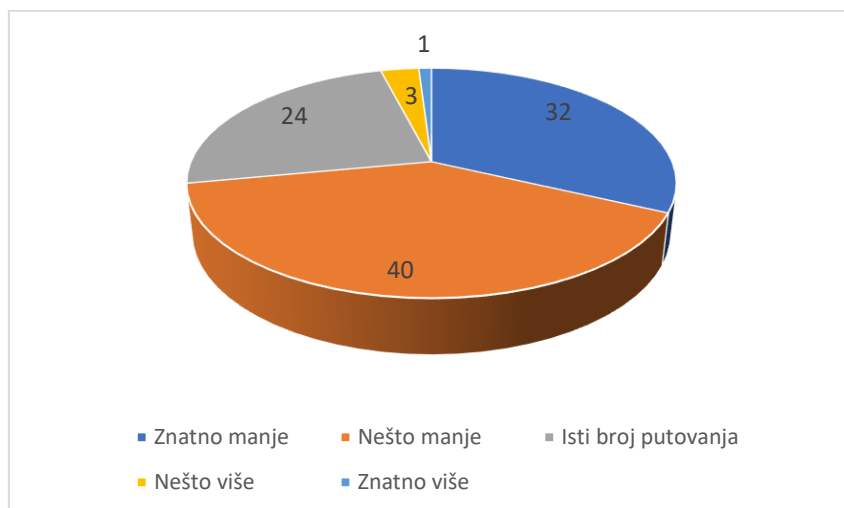
Grafikon 18. Stav ispitanika o sigurnosti Hrvatske kao turističke destinacije



Izvor: Izrada autorice

Na temelju priloženog Grafikona 19. vidljivi su rezultati na pitanje: "Koliko ste putovali unutar Hrvatske tijekom pandemije COVID-19 u usporedbi s razdobljem prije pandemije?" s ukupno 100 odgovora. 40 ispitanika (40%) izjavilo je kako je putovalo nešto manje tijekom pandemije u usporedbi s razdobljem prije pandemije. 32 ispitanika (32%) izjavilo je da su putovali znatno manje, 24 ispitanika (24%) je putovalo jednako tijekom pandemije kao i prije pandemije, 3 ispitanika (3%) izjavilo je da je putovalo nešto više, a samo 1 ispitanik (1%) je izjavio kako je putovao znatno više tijekom pandemije.

Grafikon 19. Koliko ste putovali unutar Hrvatske tijekom pandemije COVID-19 u usporedbi s razdobljem prije pandemije

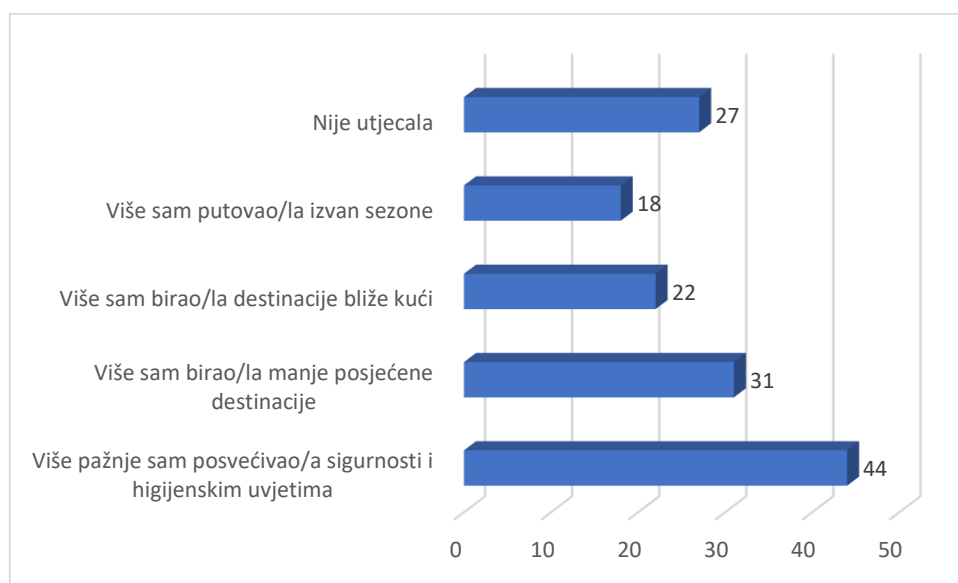


Izvor: Izrada autorice

Na idućem Grafikonu 20. prikazan je stav ispitanika o utjecaju pandemije COVID-19 na njihove prioritete prilikom odabira turističke destinacije unutar Hrvatske tijekom pandemije te

je bilo moguće odabrati više tvrdnji. Najviše odgovora, tj. 44% odnosi se na tvrdnju kako je više pažnje posvećeno sigurnosti i higijenskim uvjetima pri odabiru turističke destinacije. Kako bi izbjegli razne gužve i okupljanja, 31% odgovora je da su tijekom pandemije birane manje posvećene destinacije. 27% odgovora je kako pandemija nije utjecala na ispitanikove prioritete prilikom odabira destinacije. Radi lakšeg i sigurnijeg putovanja, 22% odgovora odnosi se da su ispitanici birali destinacije bliže kući te je 18% odgovora vezano uz putovanja izvan sezone tijekom pandemije COVID-19.

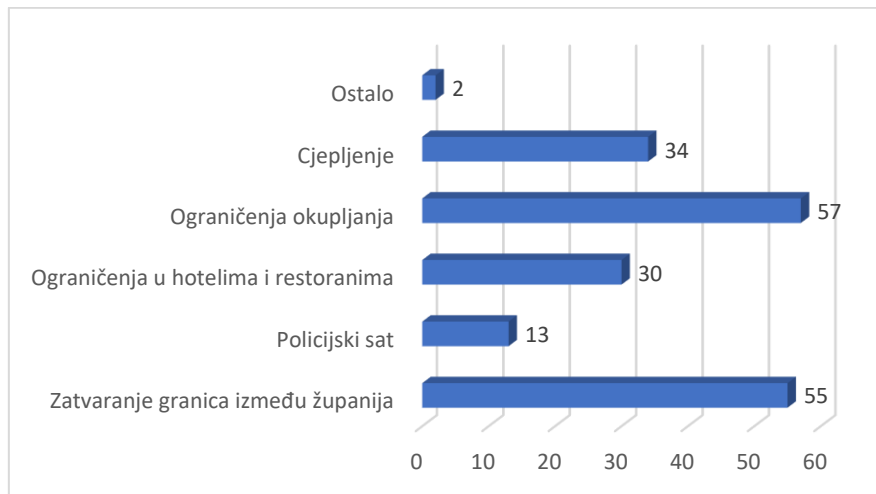
Grafikon 20. Kako je COVID-19 utjecao na vaše prioritete prilikom odabira turističkih destinacija unutar Hrvatske u vrijeme pandemije? (moguće je odabrati više tvrdnji)



Izvor: Izrada autorice

Na idućem Grafikonu 21. prikazan je stav ispitanika o mjerama ograničenja kretanja koje su najviše utjecale na njihovu odluku o putovanju unutar Hrvatske te je bio moguće odabrati više odgovora. 57% odgovora bilo je povezano sa ograničenjem okupljanja, 55% odgovora je bilo upućeno za zatvaranje granica između županija, 34% odgovora odnosi se na cijepljenje, 30% na ograničenja u hotelima i restoranima, 13% na policijski sat te 2% na ostalo.

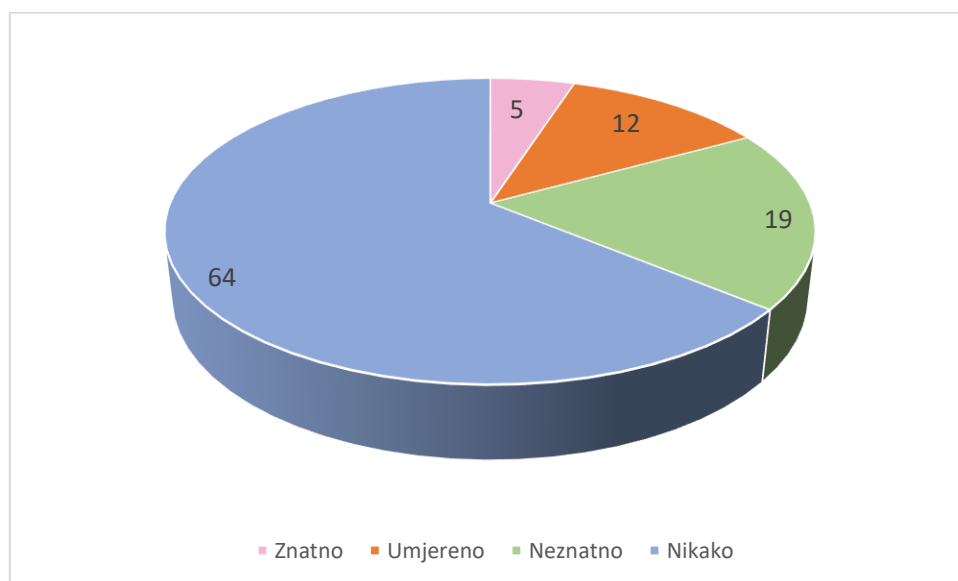
Grafikon 21. Koje mjere ograničenja kretanja su najviše utjecale na vašu odluku o putovanju unutar Hrvatske? (moguće je odabrati više tvrdnji)



Izvor: Izrada autorice

Na idućem Grafikonu 22. prikazan je stav ispitanika o utjecaju rata u Ukrajini na njihovu odluku o putovanju unutar Hrvatske. Najveći dio ispitanika, njih 64 (64%) izjavilo je da rat u Ukrajini nikako ne utječe na njihove odluke o putovanju unutar Hrvatske. 19 ispitanika (19%) smatra da rat neznatno utječe na njihove odluke, 12 ispitanika (12%) navelo je da rat umjereno utječe na njihove odluke o putovanju, a 5 ispitanika (5%) smatra kako rat u Ukrajini znatno utječe na njihovu odluku o putovanju unutar Hrvatske.

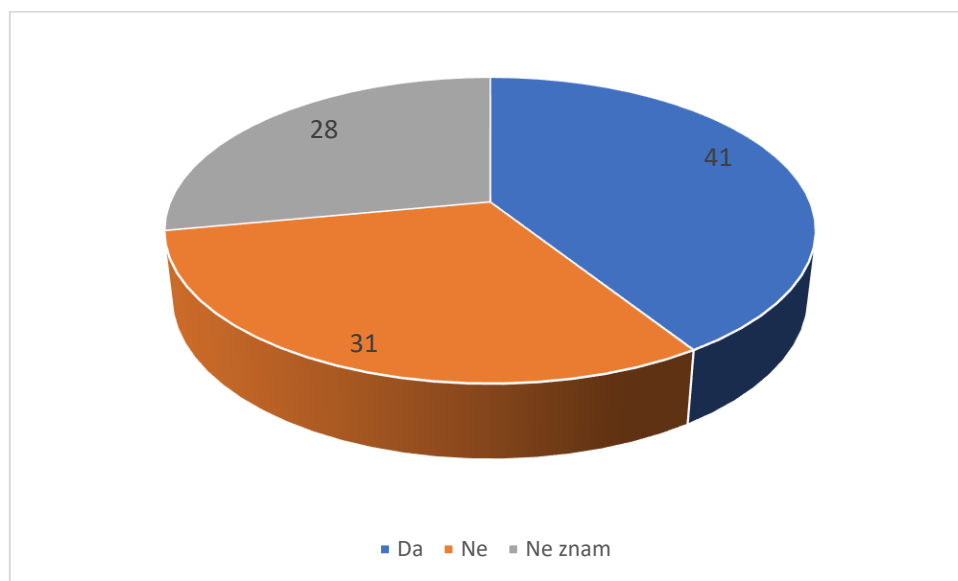
Grafikon 22. Stav ispitanika o utjecaju rata u Ukrajini na njihovu odluku o putovanju unutar Hrvatske



Izvor: Izrada autorice

Rezultati prikazuju podijeljena mišljenja među ispitanicima o dugoročnom utjecaju ratnih sukoba u Europi na turizam u Hrvatskoj. Iako je najveći dio ispitanika, njih 41 (41%) zabrinut da bi sukobi mogli imati negativan utjecaj na turističku potražnju, značajan broj, 31 ispitanik (31%) smatra da rat neće utjecati na turizam. Neodlučnost među ispitanicima je također prisutna, budući da 28% njih nije sigurno u potencijalne dugoročne posljedice, što može ukazivati na opću neizvjesnost u vezi s razvojem sukoba i njihovim utjecajem na turizam (Grafikon 23.).

Grafikon 23. Mislite li da bi aktualni ratni sukobi u Europi mogli dugoročno utjecati na turističku potražnju u Hrvatskoj?



Izvor: Izrada autorice

Tablica 4 prikazuje tvrdnje korištene za mjerenje varijabli te srednje vrijednosti svake tvrdnje, uz interpretaciju rezultata na razini cijelog uzorka od 100 ispitanika.

Tablica 4. Srednje vrijednosti za svaku tvrdnju i interpretacija

Tvrdnja	Srednja vrijednost	Interpretacija
Pandemija COVID-19 nije utjecala na moje odluke o putovanju	3,00	Ispitanici se u prosjeku niti slažu niti ne slažu sa tvrdnjom.
Trošak putovanja bio je niži u razdobljima kada je službena valuta bila kuna	4,60	Ispitanici se u prosjeku slažu sa tvrdnjom.
Cijene u ugostiteljskim objektima su se povisile zbog inflacije	4,44	Ispitanici se u prosjeku slažu sa tvrdnjom.



Hrvatska je sigurna destinacija u odnosu na svoje konkurente (Italija, Turska, Grčka...)	4,29	Ispitanici se u prosjeku slažu sa tvrdnjom.
Uvođenje eura kao službene valute povećalo je moje troškove putovanja	4,47	Ispitanici se u prosjeku slažu sa tvrdnjom.
Zbog inflacije smanjujem potrošnju na putovanjima	3,46	Ispitanici se u prosjeku niti slažu niti ne slažu sa tvrdnjom.
U vrijeme pandemije COVID-19 putovao/la sam isto kao i prije pandemije	2,61	Ispitanici se u prosjeku niti slažu niti ne slažu sa tvrdnjom.
Na moje odluke o putovanju ne utječu ni ekonomski ni politički čimbenici	2,60	Ispitanici se u prosjeku niti slažu niti ne slažu sa tvrdnjom.

Izvor: Izrada autorice

Prema provedenom istraživanju može se zaključiti da se ispitanici najviše slažu sa tvrdnjama da im je trošak putovanja bio niži u razdobljima kada je službena valuta bila kuna, da su se cijene u ugostiteljskim objektima povisile zbog inflacije, da je Hrvatska sigurna destinacija u odnosu na svoje konkurente (Italija, Grčka, Turska...) te da je uvođenje eura kao službene valute povećalo njihove troškove putovanja.

Ispitanici su uglavnom indiferentni prema tvrdnjama da pandemija COVID-19 nije utjecala na njihove odluke o putovanju, da zbog inflacije smanjuju potrošnju na putovanju, da su u vrijeme pandemije putovali isto kao i prije pandemije te da o njihovim odlukama o putovanju ne utječu ni ekonomski ni politički čimbenici. Većina ispitanika smatra kako su inflacija i uvođenje eura utjecali na troškove putovanja, dok su mišljenja o pandemiji i njezinom utjecaju na putovanja podijeljena.

#### 5.4. Diskusija

Rezultati provedenog istraživanja jasno ukazuju na značajan utjecaj ekonomskih i političkih čimbenika na domaću turističku potražnju Republike Hrvatske. Istraživanje je pokazalo kako ekonomski čimbenici imaju najveći utjecaj na odluke o putovanju unutar Hrvatske što je u skladu s očekivanjima s obzirom na globalne i lokalne ekonomske trendove. Prema dobivenim rezultatima, visoka inflacija ima negativan utjecaj na raspoloživi dohodak građana, odnosno smanjuje njihovu kupovnu moć što u konačnici rezultira smanjenjem njihove potrošnje. Čak 54% ispitanika odgovorilo je kako inflacija znatno utječe na njihovu spremnost na trošenje

novca na dodatne turističke aktivnosti poput primjerice izleta, odlazaka u restorane ili kupnje suvenira. Također, uvođenje eura kao službene valute pokazao se kao dvostruki mač. S jedne strane, uvođenje eura je donijelo stabilnost u pogledu tečajnih oscilacija, što je pozitivno utjecalo na strana ulaganja i generalno povjerenje u hrvatsko tržište. Međutim, s druge strane, rezultiralo je i inflacijom koja je ponovno smanjila kupovnu moć građana što je rezultiralo negativnim učincima na domaću turističku potražnju. 78% ispitanika smatra kako je uvođenje eura utjecalo na njihov planirani budžet za putovanja unutar Hrvatske u posljednje dvije godine otkako je uveden. Još jedna zanimljiva činjenica je kako se 96% ispitanika složilo sa tvrdnjom da su se cijene turističkih usluga znatno povećale uslijed uvođenja eura.

Politički čimbenici, iako su ispitanicima manje značajni nego ekonomski, i dalje imaju važnu ulogu u domaćoj turističkoj potražnji. Rezultati prikazuju kako su ispitanici svjesni političke stabilnosti zemlje u koju putuju, a 41% njih smatra kako su ekonomski i politički čimbenici jednako važni. 97% ispitanika smatra Hrvatsku kao sigurnu destinaciju dok se 52% ispitanika u potpunosti slaže s tvrdnjom kako je Hrvatska sigurnija destinacija u odnosu na neke svoje konkurente poput Italije, Turske ili Grčke. Pandemija COVID-19 bila je posebno destruktivna jer su uvedena ograničenja putovanja i strah od zaraze značajno smanjili turističke dolaske. Istraživanje prikazuje da su mjere ograničenja tijekom pandemije utjecale na prioritete ispitanika pri odabiru destinacija. 72% ispitanika putovalo je manje tijekom pandemije nego prije dok je 24% imalo isti broj putovanja. Također, tijekom pandemije su se prioriteti mijenjali te su ispitanici više pažnje posvećivali sigurnosti i higijenskim uvjetima te su više birali manje posjećene destinacije ili destinacije bliže kući. Kod odluke putovanja, tijekom pandemije, najviše je na njih utjecala mjera ograničenja okupljanja te zatvaranje granica između županija. 83% ispitanika smatra kako rat u Ukrajini ne utječe na njihove odluke o putovanju unutar Hrvatske dok 41% ispitanika misli kako bi aktualni sukobi u Europi mogli dugoročno utjecati na turističku potražnju u Hrvatskoj.

Istraživanje je potvrdilo kako su ekonomski čimbenici najvažniji za oblikovanje domaće turističke potražnje, ali i da politička stabilnost ima značajan utjecaj. Vlada i relevantne institucije trebaju uzeti u obzir složene međuzavisnosti između inflacije, nezaposlenosti, valutne stabilnosti i političkih čimbenika pri kreiranju politika koje će omogućiti dugoročnu stabilnost i rast turističkog sustava.

## 6. ZAKLJUČAK

Ovaj rad istražuje utjecaj ekonomskih i političkih čimbenika na domaću turističku potražnju Republike Hrvatske. Kako je turizam jedna od najvažnijih gospodarskih grana Republike Hrvatske te doprinosi značajnim udjelom BDP-a u zemlji tako domaća turistička potražnja ima značajan utjecaj u održavanju stabilnosti i održivosti turističkog sustava. Ekonomski čimbenici imaju ključnu ulogu u oblikovanju navedene potražnje jer utječu na mogućnosti i odluke građana vezane uz turistička putovanja dok politički čimbenici imaju snažan utjecaj na razvoj turizma u Hrvatskoj jer mogu oblikovati uvjete u kojima se turizam razvija, kao i percepciju zemlje kao poželjne destinacije za turiste, u ovom slučaju domaće. Kroz povijest, turizam u Hrvatskoj je prolazio kroz različite faze, pri čemu su ekonomski i politički događaji, poput Domovinskog rata i pandemije COVID-19, imali značajan utjecaj na turističke trendove. Ovi događaji ne samo da su utjecali na broj dolazaka turista, već su također promijenili percepciju Hrvatske kao turističke destinacije, kako među domaćim tako i među stranim turistima. Ekonomija Hrvatske je snažno povezana s turizmom, što se očituje u visokom udjelu turizma u BDP-u i u činjenici da sustav zapošljava veliki broj ljudi. Međutim, ekonomski čimbenici kao što su inflacija, nezaposlenost i uvođenje eura kao službene valute, predstavljaju izazove za održavanje i povećanje domaće turističke potražnje. Povećanje cijena usluga i proizvoda, uzrokovano inflacijom, dovelo je do smanjenja kupovne moći stanovništva, što negativno utječe na njihovu spremnost za putovanja i trošenje na turističke aktivnosti.

U radu je provedeno istraživanje te se zaključuje kako ispitanici vrlo dobro percipiraju ekonomske i političke čimbenike te da su im u konačnici oni i vrlo bitni u donošenju odluka. U planiranju i odlasku na putovanje najznačajniji su im ekonomski čimbenici poput inflacije te uvođenje eura kao službene valute koji su smanjili njihovu kupovnu moć. Cijene su značajno porasle u svim sustavima pa tako nisu zaobišle niti turizam. Uslijed inflacije i povećanja cijena u ugostiteljskim objektima ispitanici u provedenom istraživanju su morali smanjiti svoju turističku potrošnju, a sve navedeno rezultira negativnim utjecajem na domaću turističku potražnju zemlje. Za osiguranje dugoročne održivosti i rasta turističkog sustava u Hrvatskoj, ključno je da donositelji politika pažljivo prate i upravljaju ekonomskim i političkim čimbenicima koji oblikuju domaću turističku potražnju. Samo kroz integrirani pristup koji uključuje razumijevanje i prilagodbu na promjenjive ekonomske i političke uvjete, Hrvatska može nastaviti razvijati svoj turistički sustav i održati ga kao jedan od ključnih pokretača nacionalnog gospodarstva.

## LITERATURA

1. Bičak D., Brnić M., Crnjak M. (2022.), Velika kolateralna žrtva bit će i domaći turizam, Poslovni Dnevnik, preuzeto 13. svibnja 2024. s <https://www.poslovni.hr/svijet/velika-kolateralna-zrtva-bit-ce-i-domaci-turizam-4326412>
2. Bogdan S., Šikić L., Bareša S. (2021.), The effect of the COVID-19 pandemic on the Croatian tourist sector, Tourism in Southern and Eastern Europe, Vol. 6, 109-123. <https://doi.org/10.20867/tosee.06.8>
3. Bukovšak M., Čudina A., Pavić N. (2017.), Uvođenje eura u Hrvatskoj: mogući učinci na međunarodnu razmjenu i ulaganja [e-publikacija], Hrvatska narodna banka preuzeto s <https://www.hnb.hr/documents/20182/2070697/p-033.pdf/b616e6d2-78cf-4b79-830a-789ab25e853d>
4. Burilović, L., Radoš, T., Recker, N. (2020.), Economic and Social Development, u: Bašić, M. i Škorić, M. (ur.), Croatia: Q1-Q3 2020 Tourism results in context of COVID-19 pandemic, 63rd International Scientific Conference on Economic and Social Development – „Building Resilient Society“ (str. 259-269), Zagreb
5. Državni zavod za statistiku, preuzeto s <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/dolasci-i-nocenja-turista/>
6. Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O. (2010). Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb, str. 55
7. Čavrak, V. (2011) Gospodarstvo Hrvatske, Politička kultura, Zagreb, str. 96
8. Čorak S., Mikačić V., Ateljević I. (2012.), An Ironic Paradox: The Longitudinal View on Impacts of the 1990's Homeland War on Tourism in Croatia, New York (NY), Routledge, str. 161-167
9. European Union (b. d.), What are the benefits of the euro?, preuzeto 6. svibnja 2024. s [https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/euro/benefits\\_en](https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/euro/benefits_en)
10. Falagiarda M., Gartner C. (2022.), Croatia adopts the euro, preuzeto s [https://www.ecb.europa.eu/press/economic\\_bulletin/focus/2023/html/ecb.ebbox202208\\_02~15fd36600a.en.html](https://www.ecb.europa.eu/press/economic_bulletin/focus/2023/html/ecb.ebbox202208_02~15fd36600a.en.html)
11. Gržinić, J. (2019.), UVOD U TURIZAM – povijest, razvoj, perspektive, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, preuzeto 13. srpnja 2024. s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:904523>.
12. HNB(2022.), Utjecaj rata u Ukrajini na inflaciju potrošačkih cijena, preuzeto 13. srpnja 2024. s <https://www.hnb.hr/javnost-rada/rat-u-ukrajini/html/>

[/asset\\_publisher/lwOTLx5fWZDC/content/utjecaj-rata-u-ukrajini-na-inflaciju-potrosackih-cijena](/asset_publisher/lwOTLx5fWZDC/content/utjecaj-rata-u-ukrajini-na-inflaciju-potrosackih-cijena)

13. Hrvatski radio (2022.), Utjecaj rata u Ukrajini na gospodarstvo u Hrvatskoj, preuzeto 6. svibnja 2024. s <https://vijesti.hrt.hr/gospodarstvo/utjecaj-rata-u-ukrajini-na-gospodarstvo-u-hrvatskoj-6609180>
14. Ius-info (2022.), DZS: Inflacija u Hrvatskoj dosegla rekordnih 12 posto, preuzeto 28. lipnja 2024. s <https://www.iusinfo.hr/aktualno/dnevne-novosti/dzs-inflacija-u-hrvatskoj-dosegnula-rekordnih-12-posto-51514>
15. Ivanović N. (2023), Hrvatska: turizam kao uzrok pada standarda građana, Deutsche Welle – DW, preuzeto 6. srpnja 2024. s <https://www.dw.com/hr/hrvatska-turizam-kao-uzrok-pada-standarda-gra%C4%91ana/a-66415547>
16. Keček D. (2023.), The Effects of Rising Energy Prices on Inflation in Croatia, University Center Varaždin, 16 (4), 1-14. <https://doi.org/10.3390/en16041583>
17. Kovačević D. (2020.), Economic Impact of COVID-19 on the European Tourism Sector with Special View on Croatian Tourism, Modern Economy, Vol. 11 No. 10, 1652-1670. <https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=103848>
18. Kumalić, J. (2001). Fiskalna politika i hrvatski turizam. Naše more 48(5-6)/2001. preuzeto 5. srpnja 2024. s <https://hrcak.srce.hr/file/307096>
19. Lloyds bank (2024.), Foreign direct investment (FDI) in Croatia, preuzeto 01. srpnja 2024. s <https://www.lloydsbanktrade.com/en/market-potential/croatia/investment>
20. Lončarić D., Dlačić J., Perišić Prodan M. (2020.), Potrošačke navike domaćih turista u Hrvatskoj: motivacija, namjere ponašanja i sukreiranje turisitčkog iskustva [e-publikacija], preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/429352>
21. Marković S. (1970). Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb, str. 17
22. Ministarstvo turizma i sporta (2020.), preuzeto 6. svibnja 2024. s <https://mint.gov.hr/vijesti/ministarstvo-turizma-i-sporta-pozitivni-ucinci-uvodjenja-aura-posebice-na-turizam/22040>
23. OECD (2023.), FDI Qualities Review of Croatia: Advancing the Strategic Framework for Investment Promotion and Facilitation, OECD Publishing, Pariz, <https://doi.org/10.1787/79b2345b-en>
24. OECD (2014), "Taxation and tourism", in OECD Tourism Trends and Policies 2014, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/tour-2014-6-en>

25. Perić J., Nikšić Radić J. (2015.), Tourism Productivity and Tourism FDI in Croatia, Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol. 6 No. 5 S2, 425-431. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n5s2p425>
26. Pirjevac B., Kesar O. (2002.) Počela turizma, Mikrorad ; Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, str. 40-60
27. Relja R., Gutović T. (2020.), utjecaj turizma na zapošljavanje i socioekonomski položaj mladih u Splitu, preuzeto 30. lipnja 2024. s [https://www.researchgate.net/publication/348446814\\_Utjecaj\\_turizma\\_na\\_zaposljivost\\_i\\_socioekonomski\\_polozej\\_maldih\\_u\\_Splitu/citations](https://www.researchgate.net/publication/348446814_Utjecaj_turizma_na_zaposljivost_i_socioekonomski_polozej_maldih_u_Splitu/citations)
28. Rogulj D. (2023.), War in Ukraine slows down travel bookings in Split-Dalmatia county by 50%, Total Croatia, preuzeto 13. svibnja 2024. s <https://total-croatia-news.com/news/travel/travel-bookings-in-split-dalmatia-county/>
29. Sorić P. (2023.), The euro and inflation in Croatia: much ado about nothing?, Public Sector Economics, Vol. 48 No. 1, 1-37. <https://doi.org/10.3326/pse.48.1.1>
30. Strelec, D. (2019). Sigurnost i turizam u Hrvatskoj. Forum za sigurnosne studije, vol. 3, br. 3., str. 93-115., preuzeto 02. srpnja 2024. s <https://hrcak.srce.hr/file/342989>
31. Strohm B.C. (2022.), CROATIA: War taking its toll on economic growth, Forecast Report, str. 53-56., preuzeto s <https://wiiw.ac.at/croatia-war-taking-its-toll-on-economic-growth-dlp-6147.pdf>
32. Šimović H. (2006, siječanj), Utjecaj fiskalnog sustava i fiskalne politike na konkurentnost gospodarstva, (Članak broj 06-12), str. 4-5., preuzeto s [https://www.researchgate.net/publication/23754718\\_Utjecaj\\_fiskalnog\\_sustava\\_i\\_fiskalne\\_politike\\_na\\_konkurentnost\\_gospodarstva](https://www.researchgate.net/publication/23754718_Utjecaj_fiskalnog_sustava_i_fiskalne_politike_na_konkurentnost_gospodarstva)
33. Štoković I. (2005.), The role of the FDI in Croatia's tourism sector, preuzeto 6. svibnja 2024. s [https://www.econstor.eu/bitstream/10419/117863/1/ERSA2005\\_790.pdf](https://www.econstor.eu/bitstream/10419/117863/1/ERSA2005_790.pdf)
34. Tematske mreže branitelji (b.d.), Ratni turizam u RH – potencijal za poboljšanje ponude i mogućnosti zapošljavanja branitelja, preuzeto 13. srpnja 2024. s [https://tematskemreze-branitelji.hr/images/smjer/Ratni\\_turizam\\_u\\_RHpotencijal\\_za\\_poboljanje\\_ponude\\_i\\_mogunost\\_zapoljavanja\\_branitelja.pdf](https://tematskemreze-branitelji.hr/images/smjer/Ratni_turizam_u_RHpotencijal_za_poboljanje_ponude_i_mogunost_zapoljavanja_branitelja.pdf)
35. Vlada Republike Hrvatske, dostupno na <https://vlada.gov.hr/>, preuzeto 5. srpnja 2024.
36. Vukonić B. (2005.), Povijest hrvatskog turizma, Zagreb, Prometej, str. 21-24
37. Vukonić B. (2005.), Povijest hrvatskog turizma, Zagreb, Prometej, str. 155-201

## **POPIS TABLICA**

Tablica 1. Ukupan broj dolazaka i noćenja domaćih turista u Republici Hrvatskoj (2019.-2023.) .....	16
Tablica 2. Ukupan broj dolazaka domaćih turista po županijama (2019-2023.).....	17
Tablica 3. Pregled turističkih dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u razdoblju od 1990. do 1995. .....	27
Tablica 4. Srednje vrijednosti za svaku tvrdnju i interpretacija .....	48

## **POPIS GRAFIKONA**

Grafikon 1. Ukupan broj dolazaka i noćenja domaćih turista u Republici Hrvatskoj (2019.- 2023.).....	17
Grafikon 2. Ukupan broj dolazaka domaćih turista po županijama (2 Grafikon 13. Glavni faktori koji utječu na domaću turističku potražnju 2019-2023.).....	19
Grafikon 3. Ukupan broj noćenja domaćih turista po županijama (2019-2023.).....	19
Grafikon 4. Prihodi od turističke aktivnosti (u mil EUR) u razdoblju od 2019. do 2023. godine.....	21
Grafikon 5. Usporedba dolazaka domaćih turista 2019. i 2020. godine .....	33
Grafikon 6. Usporedba noćenja domaćih turista 2019. i 2020. godine .....	34
Grafikon 7. Struktura ispitanika po spolu.....	38
Grafikon 8. Struktura ispitanika po dobi.....	38
Grafikon 9. Struktura ispitanika po stupnju obrazovanja.....	39
Grafikon 10. Trenutni radni status ispitanika.....	39
Grafikon 11. Mjesečna primanja ispitanika.....	40
Grafikon 12. Razdoblje ispitanika koji putuju unutar Hrvatske iz turističkih razloga.....	41

Grafikon 13. Glavni faktori koji utječu na domaću turističku potražnju.....	41
Grafikon 14. Važnost ekonomskih i političkih čimbenika s obzirom na biranu destinaciju.....	42
Grafikon 15. Stav ispitanika o tome je li uvođenja Eura kao službene valute utjecalo na planirani budžet putovanja unutar Hrvatske u posljednje dvije godine.....	43
Grafikon 16. Stav domaćih turista o povećanju cijena turističkih usluga unutar Hrvatske uslijed uvođenja Eura kao službene valute.....	43
Grafikon 17. Stav ispitanika o utjecaju inflacije na spremnost trošenja novca na dodatne turističke aktivnosti.....	44
Grafikon 18. Stav ispitanika o sigurnosti Hrvatske kao turističke destinacije.....	45
Grafikon 19. Koliko ste putovali unutar Hrvatske tijekom pandemije COVID-19 u usporedbi s razdobljem prije pandemije.....	45
Grafikon 20. Kako je COVID-19 utjecao na vaše prioritete prilikom odabira turističkih destinacija unutar Hrvatske u vrijeme pandemije? (moguće je odabrati više tvrdnji).....	46
Grafikon 21. Koje mjere ograničenja kretanja su najviše utjecale na vašu odluku o putovanju unutar Hrvatske? (moguće je odabrati više tvrdnji).....	47
Grafikon 22. Stav ispitanika o utjecaju rata u Ukrajini na njihovu odluku o putovanju unutar Hrvatske.....	47
Grafikon 23. Mislite li da bi aktualni ratni sukobi u Europi mogli dugoročno utjecati na turističku potražnju u Hrvatskoj? .....	48



## **PRILOZI**

### **Prilog 1. Anketni upitnik**

#### **Empirijsko istraživanje utjecaja ekonomskih i političkih čimbenika na domaću turističku potražnju Republike Hrvatske**

Poštovani/na,

u svrhu izrade diplomskog rada na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, pozvani ste na sudjelovanje u istraživanju utjecaja ekonomskih i političkih čimbenika na domaću turističku potražnju Republike Hrvatske.

Ispunjavanje anketnog upitnika traje otprilike 5 minuta te je sudjelovanje u potpunosti dobrovoljno i anonimno. Rezultati dobiveni iz ankete koristit će se isključivo u istraživačke svrhe.

Unaprijed Vam se zahvaljujem na izdvojenom trudu i vremenu!

#### **1. Spol?**

- a) Muško
- b) Žensko

#### **2. Dob?**

- a) 18-24
- b) 25-34
- c) 35-44
- d) 45-54
- e) 55 i više

#### **3. Najviši završeni stupanj obrazovanja?**

- a) Osnovna škola
- b) Srednja škola
- c) Preddiplomski studij
- d) Diplomski studij
- e) Poslijediplomski studij
- f) Doktorat

#### **4. Trenutni radni status?**

- a) Učenik/ca
- b) Nezaposlen/na
- c) Zaposlen/na
- d) Student/ca
- e) Ostalo (mirovina, kućanica i sl.)

**5. Mjesečna primanja**

- a) 500-900€
- b) 900-1500€
- c) 1500-2100€
- d) 2100€ i više
- e) Nemam mjesečna primanja
- f) Primam džeparac

**6. Koliko često putujete unutar Hrvatske iz turističkih razloga?**

- a) Nikada
- b) Jednom godišnje
- c) Dva do tri puta godišnje
- d) Više od tri puta godišnje

**7. Koji su, po vašem mišljenju, glavni faktori koji utječu na domaću turističku potražnju? (moguće je odabrati više tvrdnji)**

- a) Ekonomski čimbenici
- b) Politička situacija
- c) Kvaliteta turističkih usluga
- d) Promocija i marketing
- e) Drugo

**8. Je li vam važnija politička ili ekonomska stabilnost zemlje u koju putujete?**

- a) Ekonomska
- b) Politička
- c) Ni jedno
- d) Jednako mi je važno

**9. Smatrate li da je uvođenje Eura kao službene valute utjecalo na vaš planirani budžet za putovanja unutar Hrvatske u posljednje dvije godine?**

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne znam

**10. Kako smatrate da je uvođenje eura utjecalo na cijene turističkih usluga unutar Hrvatske?**

- a) Cijene su se znatno povećale
- b) Cijene su ostale iste
- c) Cijene se nisu znatno povećale
- d) Cijene su se smanjile

**11. Koliko ste informirani o trenutnoj stopi inflacije u Hrvatskoj?**

- a) Vrlo dobro informiran/a
- b) Dobro informiran/a
- c) Slabo informiran/a
- d) Nisam informiran/a

**12. Koliko smatrate da inflacija utječe na vašu spremnost na trošenje novca na dodatne turističke aktivnosti (npr. izleti, restorani, suveniri)?**

- a) Znatno
- b) Umjereno
- c) Neznatno
- d) Nikako

**13. Smatrate li Hrvatsku kao sigurnu destinaciju?**

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne znam

**14. Koliko ste putovali unutar Hrvatske tijekom pandemije COVID-19 u usporedbi s razdobljem prije pandemije?**

- a) Znatno manje
- b) Nešto manje
- c) Isti broj putovanja
- d) Nešto više
- e) Znatno više

**15. Kako je COVID-19 utjecao na vaše prioritete prilikom odabira turističkih destinacija unutar Hrvatske u vrijeme pandemije? (moguće je odabrati više tvrdnji)**

- a) Više pažnje sam posvećivao/a sigurnosti i higijenskim uvjetima
- b) Više sa birao/la manje posjećene destinacije
- c) Više sa birao/la destinacije bliže kući
- d) Više sam putovao/la izvan sezone
- e) Nije utjecala

**16. Koje mjere ograničenja kretanja su najviše utjecale na vašu odluku o putovanju unutar Hrvatske? (moguće je odabrati više tvrdnji)**

- a) Zatvaranje granica između županija
- b) Policijski sat
- c) Ograničenja u hotelima i restoranima
- d) Ograničenja okupljanja

e) Cijepljenje

**17. Koliko smatrate da rat u Ukrajini utječe na vašu odluku o putovanju unutar Hrvatske?**

- a) Znatno
- b) Umjereno
- c) Neznatno
- d) Nikako

**18. Mislite li da bi aktualni ratni sukobi u Europi mogli dugoročno utjecati na turističku potražnju u Hrvatskoj?**

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne znam

Molim Vas da na sljedeće tvrdnje odgovorite na način da brojem označite razinu Vašeg slaganja s pojedinom tvrdnjom.

Značenje brojeva je sljedeće: 1 - uopće se ne slažem, 2 - uglavnom se ne slažem, 3 - niti se slažem niti se ne slažem, 4 u potpunosti se slažem- uglavnom se slažem, 5 - u potpunosti se slažem

**19.**

	uopće se ne slažem	uglavnom se ne slažem	niti se slažem niti se ne slažem	uglavnom se slažem	u potpunosti se slažem
<b>Pandemija COVID-19 nije utjecala na moje odluke o putovanju</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

**20.**

	uopće se ne slažem	uglavnom se ne slažem	niti se slažem niti se ne slažem	uglavnom se slažem	u potpunosti se slažem
<b>Trošak putovanja bio je niži u razdobljima kada je službena valuta bila kuna</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

**21.**

	uopće se ne slažem	uglavnom se ne slažem	niti se slažem niti se ne slažem	uglavnom se slažem	u potpunosti se slažem
<b>Cijene u ugostiteljskim objektima su se povisile zbog inflacije</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

**22.**

	uopće se ne slažem	uglavnom se ne slažem	niti se slažem niti se ne slažem	uglavnom se slažem	u potpunosti se slažem
<b>Hrvatska je sigurna destinacija u odnosu na svoje konkurente (Italija, Turska, Grčka...)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

**23.**

	uopće se ne slažem	uglavnom se ne slažem	niti se slažem niti se ne slažem	uglavnom se slažem	u potpunosti se slažem
<b>Uvođenje eura kao službene valute povećalo je moje troškove putovanja</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

**24.**

	uopće se ne slažem	uglavnom se ne slažem	niti se slažem niti se ne slažem	uglavnom se slažem	u potpunosti se slažem
<b>Zbog inflacije smanjujem potrošnju na putovanjima</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

**25.**

	uopće se ne slažem	uglavnom se ne slažem	niti se slažem niti se ne slažem	uglavnom se slažem	u potpunosti se slažem
<b>U vrijeme pandemije COVID-19 putovao/la sam isto kao i prije pandemije</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

26.

	uopće se ne slažem	uglavnom se ne slažem	ni se slažem ni se ne slažem	uglavnom se slažem	u potpunosti se slažem
Na moje odluke o putovanju ne utječu ni ekonomski ni politički čimbenici	1	2	3	4	5

## Prilog 2. Životopis

Laura Pirš

Datum rođenja: 29/05/1999  
Državljanstvo: hrvatsko  
Spol: Žensko

**KONTAKT**  
✉ [lpirs1@net.efzg.hr](mailto:lpirs1@net.efzg.hr)

### RADNO ISKUSTVO

- **03/2024 – TRENUTAČNO** Zagreb  
**PRODUCT MARKETING AND BUSINESS DEVELOPMENT A1** Hrvatska d.o.o.  
  - izrada PP prezentacija
  - vođenje objava cjenika
  - izrada zapisnika
  - analize NPS-a
- **01/2021 – 01/2024** Zagreb  
**ODJEL PRIREDBI** Emporion usluge d.o.o.  
  - komunikacija s korisnicima
  - kreiranje računa korisnicima
  - izrada obračuna u Excel-u
  - odgovaranje putem mail-a na upite korisnika
  - organiziranje i vođenje studenata
- **06/2020 – 12/2020** Zagreb  
**ODJEL ADMINISTRACIJE** Emporion usluge d.o.o.  
  - izrada ugovora
  - unošenje zapisnika
  - upis novih korisnika
  - kreiranje računa korisnicima
  - skeniranje, kopiranje i arhiviranje dokumenata

### OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

- **2018 – TRENUTAČNO** Zagreb  
**Magistra ekonomije, mag.oec.** Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, smjer Financije
- **2014 – 2018** Velika Gorica  
**Gimnazijsko obrazovanje** Gimnazija Velika Gorica

### JEZIČNE VJEŠTINE

**MATERINSKI JEZIK/JEZICI:** Hrvatski jezik

**Drugi jezici:**  
Engleski jezik

Slušanje B2	Govorna produkcija B2
Čitanje B2	Govorna interakcija B2
Pisanje B2	

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

### DIGITALNE VJEŠTINE

Internet | MS Office (Word Excel PowerPoint) | Komunikacijski programi (Skype Zoom TeamViewer) | Informacije i komunikacija (pretraživanje interneta)

### VOZAČKA DOZVOLA

- **Vozačka dozvola:** B

### ORGANIZACIJSKE VJEŠTINE

- **Organizacijske vještine**  
Tokom dosadašnjeg posla sam bila voditelj ostalim studentima u odjelu te smatram kako mogu potaknuti svakoga na rad i znati ravnopravno podijeliti pojedine poslove s

obzirom na sposobnosti ostalih članova tima. Samim time imam dobro razvijene vještine vođenja tima, sposobnost analitičkog mišljenja i rješavanja kompleksnih problema te dobru moć prosudbe i evaluacije.

#### KOMUNIKACIJSKE I MEĐULJUDSKE VJEŠTINE

##### ● **Komunikacijske vještine**

Komunikativna sam i fleksibilna osoba koja je spremna prilagoditi se novoj okolini i novim situacijama. Sklona sam timskom radu te sam u svom poslu ustrajna, strpljiva i temeljita. Rado pomažem i uvijek želim naučiti više.