

Utjecaj pandemije Covid-19 na poslovanje poduzetnika u ugostiteljskoj djelatnosti u Republici Hrvatskoj

Šimić, Stjepan

Master's thesis / Diplomski rad

2022

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:441613>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International](#)/[Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-24**



Repository / Repozitorij:

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



**Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij
Poslovna ekonomija - smjer Analiza i poslovno planiranje**

**UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA POSLOVANJE
PODUZETNIKA U UGOSTITELJSKOJ DJELATNOSTI U
REPUBLICI HRVATSKOJ**

Diplomski rad

Stjepan Šimić

Zagreb, rujan 2022.

**Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij
Poslovna ekonomija - smjer Analiza i poslovno planiranje**

**UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA POSLOVANJE
PODUZETNIKA U UGOSTITELJSKOJ DJELATNOSTI U
REPUBLICI HRVATSKOJ**

**INFLUENCE OF COVID19 PANDEMIC ON BUSINESS
INHOSPITALITYINDUSTRY IN CROATIA**

Diplomski rad

**Student: Stjepan Šimić
JMBAG studenta: 0067555704
Mentor: Izv. prof. dr. sc. Mihaela Mikić**

Zagreb, rujan 2022.

SAŽETAK

Ugostiteljstvo pripada uslužnim djelatnostima i važan je dio svakog gospodarstva, naročito hrvatskog. Naime, ugostiteljska djelatnost bavi se pripremom i prodajom hrane i pića te se često usko povezuje s turizmom. Važnost ove gospodarske djelatnosti ogleda se u stvaranju novih radnih mjesta, ali je i značajan izvor prihoda. S obzirom na navedeno, ovaj sektor je podložan rizičnim promjenama i ekonomskim šokovima, a jedan od njih je svakako pandemija Covid-19 koja je uzrokovala velike promjene u cjelokupnom gospodarstvu Hrvatske, a posebice u ugostiteljskoj djelatnosti.

Kroz ovaj diplomski rad pobliže će se prikazati utjecaj pandemije na ugostiteljstvo, odnosno koje promjene su se dogodile poduzetnicima u ugostiteljskoj djelatnosti tijekom pandemije. Prvo će se objasniti pojam i karakteristike ugostiteljske djelatnosti te poduzetništvo kao poslovna mogućnost u ugostiteljstvu. Zatim slijedi opis drugog dijela teme, a to je pandemija Covid-19 te koje je posljedice uzrokovala. Nadalje, obradit će se najvažniji dio teme, a to je analiza posljedica i promjena na ugostiteljsku djelatnost. To je ujedno i cilj ovog rada te se želi približiti kakav je utjecaj pandemija donijela poduzetnicima u ugostiteljstvu te s kojim su se izazovima susreli. Svrha rada je metodama analize i usporedbe prikazati i utvrditi utjecaj pandemije Covid-19 na ugostiteljsku djelatnost u Republici Hrvatskoj. Kako bi se analiza što bolje provela, koristit će se usporedba odabranih pokazatelja te varijable poput udjela zaposlenih u ugostiteljstvu, pokazatelja nezaposlenih prije i tijekom pandemije te prihodi ugostiteljskih objekata. Na samom kraju, dobit će se zaključak koliko je zapravo ugostiteljska djelatnost izložena ekonomskim šokovima i krizama, koje su najbolje prilagodbe koje su se mogle napraviti te koji su pozitivni i negativni utjecaji, kao i ekonomske i društvene posljedice koje su nastale dolaskom pandemije.

Ključne riječi: *pandemija Covid-19, gospodarska kriza, ugostiteljska djelatnost, ekonomske posljedice pandemije, društvene posljedice pandemije*

SUMMARY

The hospitality industry belongs to the service activities and is an important part of any economy, especially the Croatian one. Indeed, the hospitality industry deals with the preparation and sale of food and beverages and is often closely related to tourism. The importance of this economic activity is reflected in the creation of new jobs, but it is also an important source of income. Considering this, this sector is exposed to risky changes and economic shocks, and one of them is certainly the Covid 19 pandemic, which caused major changes in the whole Croatian economy and especially in the hospitality industry.

The purpose of this thesis is to show in more detail the impact of the pandemic on the hospitality industry, i.e. what changes occurred for hospitality entrepreneurs during the pandemic. First, the concept and characteristics of the hospitality industry and entrepreneurship as a business opportunity in the hospitality industry will be explained. This is followed by a description of the second part of the topic, namely the Covid 19 pandemic and the consequences it caused. Furthermore, the most important part of the topic is covered, which is the analysis of the consequences and changes for the hospitality industry. This is also the objective of this thesis, which aims to shed more light on what impact the pandemic had on entrepreneurs in the hospitality industry and what challenges they faced. The aim of this work is to show and determine the impact of the Covid 19 pandemic on the hospitality industry in the Republic of Croatia using methods of analysis and comparison. In order to perform the analysis as well as possible, a comparison of selected indicators and variables such as the percentage of employees in the hospitality industry, indicators of unemployment before and during the pandemic, and the income of hospitality businesses is used. At the very end, a conclusion is drawn on the extent to which the hospitality industry is actually exposed to economic shocks and crises, the best adjustments that can be made, and the positive and negative impacts and economic and social consequences of the pandemic.

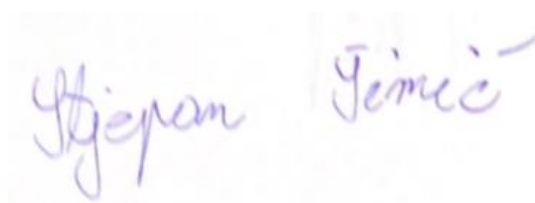
Keywords: *Covid 19 Pandemic, Economic Crisis, Hospitality Industry, Economic Consequences Of The Pandemic, Social Consequences Of The Pandemic*

Izjava o akademskoj čestitosti

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

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



(vlastoručni potpis studenta)

Zagreb, 02.05.2022.

(mjesto i datum)

Sadržaj

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode istraživanja	1
1.3. Struktura rada	2
2. PODUZETNIŠTVO U UGOSTITELJSKOJ DJELATNOSTI	4
2.1. Pojam i karakteristike ugostiteljske djelatnosti.....	4
2.2. Pojavni oblici i vrste ugostiteljstva	6
2.3. Poduzetništvo kao poslovna mogućnost u ugostiteljskoj djelatnosti	8
3. PANDEMIJA COVID-19 I UTJECAJ NA GOSPODARSTVO RH	13
3.1. Definiranje pandemije Covid-19	13
3.2. Negativni i pozitivni učinci na gospodarske sektore	19
3.2.1. Primarni sektor	20
3.2.2. Sekundarni sektor	23
3.2.3. Tercijarni sektor.....	25
3.2.4. Kvartarni sektor	29
3.3. Društvene i ekonomske posljedice pandemije Covid-19	32
4. ANALIZA POSLJEDICA I PROMJENA UZROKOVANIH PANDEMIJOM COVID-19 NA PODUZETNIŠTVO U UGOSTITELJSKOJ DJELATNOSTI U REPUBLICI HRVATSKOJ	36
4.1. Uloga ugostiteljstva u Republici Hrvatskoj	36
4.2. Analiza i usporedba ugostiteljske djelatnosti prije i tijekom pandemije Covid-19	37
4.3. Posljedice pandemije Covid-19 na ugostiteljsku djelatnost	40
4.4. Izazovi razvoja ugostiteljske djelatnosti u budućnosti	41
5. ZAKLJUČAK	44
POPIS LITERATURE	46
POPIS SLIKA.....	52
POPIS TABLICA.....	53
POPIS GRAFIKONA.....	54
ŽIVOTOPIS.....	55

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet izrade ovoga diplomskog rada je analizirati i prikazati utjecaj pandemije Covid-19 na poslovanje poduzetnika u ugostiteljskoj djelatnosti u Republici Hrvatskoj. Primarni cilj je analizirati i objasniti kako je pandemija utjecala na ugostiteljstvo, kao jednu od najugroženijih djelatnosti. Osim toga, prikazat će se stvarne posljedice i izazovi ekonomskog šoka nastalog pandemijom Covid-19 na poslovanje poduzetnika u ugostiteljskoj djelatnosti u Republici Hrvatskoj.

Ugostiteljstvo je važan dio gospodarstva, posebice hrvatskog. Kao jedan od najvažnijih sektora, koji je usko povezan s turizmom, ključan je u pokretanju ekonomije. S obzirom na važnost ugostiteljske djelatnosti u kontekstu hrvatskog gospodarstva, tema ovog rada je usko povezana s time. Osim toga, ova djelatnost uvelike je pogođena pandemijom Covid-19 te je osjetila velike posljedice toga. Slijedom toga, u ovom radu istražiti će se i detaljno objasniti koje su posljedice pandemije te kako su one utjecale na rad i daljnji razvoj ugostiteljstva u Hrvatskoj. Također će se spomenuti kako je pandemija utjecala na cjelokupno hrvatsko gospodarstvo s najvećim naglaskom na ugostiteljstvo kao temom ovog rada.

Kroz cijeli rad detaljno će se opisati ugostiteljstvo, od samog pojma ugostiteljstva te njegovih karakteristika, a posebice ugostiteljska djelatnost u Hrvatskoj. Nadalje, objasniti će se pandemija Covid-19, od pojma do obilježja te koji su utjecaji na cjelokupno gospodarstvo Hrvatske. Pandemija je svakako donijela i pozitivne i negativne učinke koji će se istražiti i opisati, ali i razne ekonomske i društvene posljedice na poslovanje poduzetnika u ugostiteljskoj djelatnosti. Cilj je kroz rad doći do analize i zaključka do kojih je posljedica i promjena došlo zbog pandemije te koje su poslovne mogućnosti i izazovi u budućnosti za razvoj ugostiteljske djelatnosti.

1.2. Izvori podataka i metode istraživanja

U svrhu izrade diplomskog rada koristit će se sekundarni podaci iz domaćih baza podataka (Državni zavod za statistiku i Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske), znanstveni članci, knjige i ostala stručna literatura koja sadrži provjerene, točne i referentne vrijednosti. Na temelju prikupljenih podataka koristit će se deskriptivna statistika i prognostički modeli kojima će se prognozirati kretanja u ugostiteljskoj djelatnosti. Osim toga,

koristit će se metode komparacije, analize i sinteze pri objašnjavanju određenih pojmova, kao i metode dedukcije i indukcije za opće i pojedinačne zaključke. Na samom kraju, izvući će se zaključak koliko je zapravo ugostiteljska djelatnost izložena ekonomskim šokovima i krizama, koje posljedice je prouzročila pandemija Covid-19 te koji su izazovi za razvoj ugostiteljske djelatnosti u budućnosti. Stručni doprinos rada proizlazi iz sveobuhvatne analize poslovanja poduzetnika u ugostiteljskoj djelatnosti kojom će se pokušati razumjeti osjetljivost ugostiteljskog sektora na krize, ukazati na prednosti i izazove u njihovom poslovanju te prikazati razmjere utjecaja pandemije. Izuzev toga, cilj je pomoći sadašnjim i budućim poduzetnicima u što bržem i lakšem svladavanju budućih kriza sa što manjim posljedicama.

1.3.Struktura rada

Diplomski rad podijeljen je u četiri poglavlja koja se međusobno povezuju. Prvi dio rada je uvod u kojem se opisuju predmet i cilj samog diplomskog rada, odnosno koja je tema i što se želi prikazati navedenom temom. Također, ovdje su navedene i ključne riječi koje su korištene te najvažnije metode istraživanja i prikupljanja podataka koje će se prikazati kroz rad.

U drugom poglavlju prvenstveno se definira pojam ugostiteljske djelatnosti te se predstavljaju karakteristike iste. Zatim će se pobliže objasniti pojavi oblici i vrste ugostiteljstva. Na samom kraju poglavlja, istražuje se na koji se način kroz poduzetništvo, izuzetno značajan faktor ekonomskog i društvenog razvoja, može vidjeti poslovna mogućnost.

Treći dio rada stavlja fokus na pandemiju Covid-19 te utjecaj na gospodarstvo Republike Hrvatske. Konkretno, detaljnije se opisuje pojam pandemije Covid-19 te se prikazuju negativni i pozitivni učinci koje je ista uzrokovala kada se govori o gospodarskim sektorima. Nadalje, istražiti će se ekonomske i društvene posljedice koje su nastale zbog koronavirusa. Također, raspravlja se i o utjecaju pandemije na zaposlenost, prihode i plaće u ugostiteljskoj djelatnosti.

U četvrtom poglavlju, naglasak je stavljen na analizu i usporedbu. Dakle, analizirat će se kako su posljedice i promjene koje su uzrokovane pandemijom Covid-19 utjecale na poduzetništvo u ugostiteljskoj djelatnosti u Republici Hrvatskoj. Naime, prvenstveno će se opisati uloga samog ugostiteljstva u Hrvatskoj. Zatim će se metodama analize i usporedbe prikazati stanje ugostiteljske djelatnosti prije i tijekom pandemije, a nakon toga i posljedice

iste na ugostiteljsku djelatnost. Na kraju se istražuju načini na koje su ugostiteljske djelatnosti odgovorile na ovu globalnu krizu te se iznose izazovi razvoja ugostiteljske djelatnosti u budućnosti.

U zaključku je formuliran glavni osvrt cjelokupnog rada i istaknuti su najvažniji rezultati istraživanja. Na kraju rada nalazi se literatura, popis slika, tablica i grafikona.

2. PODUZETNIŠTVO U UGOSTITELJSKOJ DJELATNOSTI

Kroz ovo poglavlje pozornost će se obratiti na ugostiteljsku djelatnost. Konkretnije, detaljno će se opisati sam pojam te koje su karakteristike. Nadalje, objasniti će se oblici i vrste ugostiteljstva te će se zatim opisati poduzetništvo, odnosno koje su poslovne mogućnosti poduzetništva u ugostiteljskoj djelatnosti.

2.1. Pojam i karakteristike ugostiteljske djelatnosti

Kada bi se percipiralo gospodarstvo cijelog svijeta, vidljivo je prevladavanje uslužnih djelatnosti. To se očitava u činjenici da je većina svjetskog stanovništva zaposlena upravo u uslužnom sektoru, posebice u turizmu. S obzirom na značajnost ugostiteljstva kao segmenta turizma, poprima sve veću važnost u gospodarstvu.¹

Ugostiteljska djelatnost značajan je sektor gospodarstva te se kao takva može definirati kao djelatnost koja obuhvaća pripremu i prodaju pića i hrane te pružanje usluga smještaja, zabave i rekreacije u objektima koji su za to specijalizirani.² Riječ *ugostiteljstvo* u prijevodu znači ugostiti, odnosno primiti, smjestiti i poslužiti posjetitelja hranom i pićem te je iz tog razloga idealan naziv za ovu uslužnu djelatnost.³ Ugostiteljstvo pripada uslužnim djelatnostima te mu je temeljna zadaća zadovoljenje potreba gostiju. U današnje vrijeme ne prodaje se samo proizvod gostima, već i usluga, a ljudima je sve važnije da imaju kvalitetnu uslugu uz dobar proizvod tako da se može reći da kvalitetna i dobra usluga pospješuje poslovanje nekog ugostiteljskog objekta. Shodno tome, ljudski faktor je u ovakvoj vrsti djelatnosti najvažniji s obzirom na osoblje koje pruža usluge gostima.⁴

Osim osnovnih usluga pripreme hrane i pića i smještaja, ugostiteljstvo se sve više okreće dodatnim uslugama kako bi zadovoljilo potrebe gostiju. Primjerice, to mogu biti

¹Galičić V. (2012.) Uvod u ugostiteljstvo., Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, str. 8

²Hrvatska enciklopedija (2021), Ugostiteljstvo, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, preuzeto s: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=63009>

³Ivanović S (2012), Ekonomika ugostiteljstva, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, str. 1

⁴Laškarin Ažić M. (2018.), Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, str. 12, preuzeto s https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/laskarin_azic_upravljanje%20odnosima%20s%20gostima.pdf

zabavni i rekreativni sadržaji poput sporta, wellnesa, fitness sadržaja i slično. S jedne strane to poduzetnike u ugostiteljstvu stavlja pred izazove, ali istovremeno im otvara mogućnost da budu drugačiji, odnosno diferencijaciju od konkurencije. Općenito gledajući, ugostiteljstvo ne zadovoljava potrebe gostiju samo hranom, pićem i smještajem već različitim sadržajima poput rekreativnih, kulturnih, zabavnih i sličnih sadržaja, što omogućava gostima odmor, zabavu i opuštanje te ih motivira da se vrate.⁵ Ugostiteljske usluge kao takve mogu biti, osim već spomenutih osnovnih, dopunske te pomoćne. Već je navedeno kako osnovne usluge uključuju usluge smještaja, prehrane i pića. Dopunske usluge uključuju prijevoz osoba, prijem i ispraćaj gostiju, čišćenje obuće i odjeće te pružanje frizerskih, brijачkih, zdravstvenih, sportskih i zabavnih usluga. Te vrste usluga imaju trend povećanja, a sve ovisi o potrebi gostiju. Osim osnovnih i dopunskih, tu su još i pomoćne usluge koje uključuju održavanje ugostiteljskih objekata i opreme, pranje i peglanje rublja, usluge garažiranja te popravak automobila gostiju. Kako se vrijeme mijenja, gosti traže sve kvalitetnije i raznovrsnije usluge, pa se ugostitelji svakako moraju prilagoditi tome kako bi osigurali opstanak i dobro poslovanje.⁶

Nastavno na navedene ugostiteljske usluge, važno je spomenuti i neke značajke koje se vežu uz osnovne, dopunske i pomoćne ugostiteljske usluge. Jedna od karakteristika je neopipljivost što u principu znači nemogućnost isprobavanja usluge prije konzumacije iste. Usluga se mora temeljiti na stručnosti osoblja kako bi gosti bili zadovoljni te se osjećali dobrodošlima. Sljedeća značajka je heterogenost koja označava kako je svaka usluga posebna za sebe te ispunjava jedinstvene potrebe gostiju, odnosno svaki gost ima poseban pristup od strane osoblja. Nadalje, sljedeća karakteristika znači kako usluga ne može biti proizvedena i skladištena prije konzumacije već ona postoji samo u vrijeme proizvodnje, odnosno to je značajka istodobnost stvaranja i potrošnje. Još jedna karakteristika je neodvojivost koja govori kako davatelj i korisnik usluge moraju biti prisutni, odnosno u ovom slučaju gost i osoblje.⁷

Također, ugostiteljstvo kao pojam može se promatrati s nekoliko aspekata. S jedne strane tu je ekonomski aspekt koji je iznimno značajan. Ugostiteljstvo gledano s gospodarske strane ostvaruje dobit, omogućuje radna mjesta te predstavlja izvor prihoda za dio stanovnika

⁵Galičić V. (2012.) Uvod u ugostiteljstvo, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, str. 8

⁶Ivanović S. (2012), Ekonomika ugostiteljstva, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, str. 1

⁷Laškarin Ažić M. (2018.), Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, str. 30 - 32, preuzeto s https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/laskarin_azic_upravljanje%20odnosima%20s%20gostima.pdf

što je važno za gospodarstvo neke zemlje. Nadalje, tu je i društveni aspekt. Kao što je već navedeno ugostiteljska djelatnost simbolizira ljudske odnose, odnosno socijalni kontakt između ljudi te se može gledati sa društvenog aspekta. Ne samo što je to odnos između gosta i osoblja, već odnos između gostiju. Ugostiteljstvo se može promatrati i kao pravni aspekt jer su to objekti koji obavljaju ugostiteljsku djelatnost te su uvijek u nekom pravnom obliku bilo to kao poslovni subjekti ili obrtnici.⁸

Gledajući povijesni razvoj, ugostiteljstvo je započelo istovremeno sa razvitkom trgovine, ali i kretanjem ljudi. Naime, još u prošlosti se prakticiralo besplatno gostoprimstvo između trgovaca i putnika kao znak pokazivanja gostoljublja. Jedni od prvih ugostiteljskih objekata razvili su se tijekom starog vijeka u Egiptu i Grčkoj, a to su bili objekti poput krčmi, pivnica i prenoćišta. Nakon toga počinju se razvijati u Rimskom Carstvu te se tamo dodatno poboljšavaju. Kako se sve razvijalo, a posebice promet poput putničkog, željezničkog i poštanskog, sve je veća bila potreba za ugostiteljskim uslugama. Usporedno s tim ugostiteljski objekti su sve češći, ali i bolje uređeni i raznovrsniji. U tom periodu, oko 19. stoljeća, otvaraju se i ozbiljniji ugostiteljski objekti kao što su hoteli i restorani. Nakon dolaska parnog stroja, ugostiteljstvo se sve više razvija, naročito u Europi. Kako su se trendovi mijenjali i sve se više razvijalo, oko 20. i 21. stoljeća, sve je veća bila potreba za ugostiteljskim objektima i uslugama na sve kvalitetnijoj i boljoj razini.⁹

2.2.Pojavni oblici i vrste ugostiteljstva

Ugostiteljstvo se može podijeliti na četiri osnovne komponente. Dakle, pod ugostiteljsku djelatnost ubraja se pripremanje hrane i pružanje usluga prehrane, zatim pripremanje i usluživanje pića i napitaka. Također, tu se još svrstavaju usluge pružanja smještaja te catering, odnosno opskrba hranom na drugom mjestu ili bez usluživanja. Naime, ugostiteljstvo se nalazi i u nacionalnoj klasifikacijskoj djelatnosti gdje se nalaze odjeljci, skupine i razredi u području. Dakle, područje je djelatnost pružanja smještaja te pripreme i

⁸Laškarin Ažić M. (2018.), Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, str.19, preuzeto s https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/laskarin_azic_upravljanje%20odnosima%20s%20gostima.pdf

⁹Ivanović S (2012), Ekonomika ugostiteljstva, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, str. 10-14

usluživanja hrane, a odjeljci su smještaj posebno te djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića. Skupine i razredi su podijeljeni zasebno po odjeljcima.¹⁰

Nakon osnovne podjele, ugostiteljstvo se može podijeliti prema različitim kriterijima iz razloga što se može obavljati na različite načine. U nastavku će biti navedena takva podjela. Prva podjela je prema vrstama usluge i tehnološkom procesu, a to uključuje hotelijerstvo i restoraterstvo. S jedne strane je hotelijerstvo u koje se ubrajaju objekti za smještaj, a može se reći kako je to temelj za turizam. Kako je turist osoba koja boravi u mjestu privremenog boravka duže od 24 sata, potreban je smještaj i to mogu učiniti primjerice u hotelima. Osim toga, u hotelima se najčešće koriste i ostale usluge ugostiteljstva poput hrane, pića i slično. Ovdje ubrajamo hotele, kampove te druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj. S druge strane je restoraterstvo koje označava ugostiteljske objekte u kojima se pružaju usluge hrane i pića. Osim ovih osnovnih usluga, gostima je moguće pružiti i usluge smještaja. Ovdje pripadaju restorani, barovi, catering objekti te objekti jednostavnih usluga.¹¹

Zatim slijedi podjela prema pretežitim korisnicima usluga koja se sastoji od komercijalnog, odnosno profitnog ugostiteljstva i nekomercijalnog, odnosno neprofitnog ugostiteljstva. Komercijalno ugostiteljstvo opisuje ugostiteljske objekte koji su dostupni svim zainteresiranim turistima te domicilnom stanovništvu, a to je ustvari većina ugostiteljskih objekata. Kako se takvo ugostiteljstvo vodi zbog stjecanja dobiti, može se nazvati još i tržišno ugostiteljstvo, a kako je pristupačno svim potrošačima naziva se i ugostiteljstvo otvorenog tipa, odnosno javno. S druge strane tu je nekomercijalno, odnosno neprofitno ugostiteljstvo koje uključuje objekte koji su u vlasništvu poduzeća i pružaju usluge samo njihovim zaposlenicima poput studentskih restorana i slično. Kako ovaj tip ugostiteljstva nema za cilj zaradu već više djeluje društveno naziva se ugostiteljstvo zatvorenog tipa, odnosno netržišno.¹²

Sljedeća podjela odnosi se na vremensko razdoblje poslovanja, točnije na trajanje poslovanja. Tu je uključeno stalno, sezonsko i povremeno ugostiteljstvo. Prije svega tu je

¹⁰Galičić V. (2012.) Uvod u ugostiteljstvo., Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, str. 10 - 13

¹¹Laškarin Ažić M. (2018.), Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, str.22, preuzeto s https://www.ftm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/laskarin_azic_upravljanje%20odnosima%20s%20gostima.pdf

¹²Galičić V. (2012.) Uvod u ugostiteljstvo., Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, str. 16

stalno ugostiteljstvo koje obuhvaća objekte koji posluju tijekom cijele godine. Najčešće te objekte koristi lokalno stanovništvo te nije isključivo usmjereno na turiste pa se naziva još i rezidentno ugostiteljstvo. Nakon toga je tu sezonsko ugostiteljstvo koje se odnosi na poslovanje po sezonama, odnosno ljetne ili zimske. Konkretno, takvi objekti posluju otprilike 4 – 5 mjeseci tijekom godine te su u najvećoj mjeri posvećeni zadovoljenju potreba turista, a naziva se još i turističko ugostiteljstvo. Cilj je ovakvim objektima produžiti sezonu kako bi stekli veće prihode. Još je tu i povremeno ugostiteljstvo koje uključuje ugostiteljske objekte koji posluju samo za razne prigode poput blagdana, sajмова i slično.¹³

Potom slijedi podjela vezana za mjesto pružanja usluga, pa se tako tu nalaze stacionarno i pokretno ugostiteljstvo. U stacionarno ugostiteljstvo ubrajaju se svi nepokretni objekti, točnije oni koji su čvrsti dok se u pokretno ubrajaju svi oni mobilni objekti, odnosno oni pokretni gdje se ugostiteljska djelatnost može obavljati poput brodova ili zrakoplova. Pored toga, sljedeća podjela je prema duljini boravka, konkretno to se odnosi na prolazno, odnosno tranzitno ugostiteljstvo te boravišno, odnosno pansionersko ugostiteljsko. Shodno tome, ugostiteljstvo koje se obavlja u prolazu gdje se gosti zadržavaju kratko vrijeme naziva se prolazno. Međutim, ugostiteljstvo koje je boravišno podrazumijeva objekte gdje se gosti zadržavaju dulje vrijeme poput hotela, ali koriste također i pansionerske usluge koji znače kombinacija smještaja i prehrane.¹⁴

Posljednja podjela je prema vlasništvu objekta, a dijeli se na ugostiteljstvo u privatnom, državnom i mješovitom vlasništvu. Privatno ugostiteljstvo objedinjuje objekte koji su u vlasništvu nekog pojedinca ili grupe ljudi. Zatim je tu državno ugostiteljstvo koje sadrži isključivo objekte koji su u državnom vlasništvu i na kraju je mješovito ugostiteljstvo koje označava kombinaciju privatnog i državnog. Shodno tome vlasnici mogu biti pojedinci ili grupe ljudi i država.¹⁵

2.3.Poduzetništvo kao poslovna mogućnost u ugostiteljskoj djelatnosti

Poduzetništvo kao takvo danas ima mnoga značenja i često je upotrebljavan pojam ne samo u gospodarskom, već i u društvenom smislu. Može se definirati kao sposobnost

¹³Ivanović S (2012), Ekonomika ugostiteljstva, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, str. 6

¹⁴Galičić V. (2012.) Uvod u ugostiteljstvo., Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, str. 17

¹⁵Ivanović S (2012), Ekonomika ugostiteljstva, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, str. 6

pokretanja, razvijanja i vođenja nečega, a uključuje kapital te je povezano sa rizikom i neizvjesnošću.¹⁶ Poduzetništvo uključuje funkcije poput organizacijskih, usmjeravajućih, upravljačkih, nadzornih i voditeljskih. Osim toga može se reći kako je suština poduzetništva učiniti ljude svjesnima koje zajedničke mogućnosti imaju dajući im opće ciljeve, sustav vrijednosti, odgovarajuću strukturu te mogućnost unapređenja i razvoja. Općenito gledajući, poduzetništvo oblikuje i potiče društveni napredak s karakteristikama poput povjerenja u ljude, preuzimanja rizika, motivacije, potrebe za uspjehom i postignućem te kreativnost i inicijativa.¹⁷

Poduzetništvo može imati širi i uži smisao. S jedne strane je širi smisao koji podrazumijeva sve aktivnosti koji su inovativne, kreativne, dosljedne, uporne, odgovorne i slično dok s druge strane uži smisao predstavlja poduzetništvo kao proces koji stvara vrijednosti s kombinacijom različitih resursa u svrhu iskorištavanja prilika, a uključuje preuzimanje rizika. Kao što je već navedeno, poduzetništvo kao takvo spominje se u gospodarskom, ali i društvenom smislu. Dakle, ne mora nužno postojati gospodarska aktivnost kako bi se nešto smatralo poduzetništvom, već se može ono manifestirati u društvenom smislu. Konkretno, osobe koje imaju karakteristike poput kreativnosti, inovacije, odgovornosti, sklonosti preuzimanju rizika mogu biti poduzetne i izvan gospodarskih aktivnosti. To može uključivati unošenje promjena, podržavanje inovacije te potrebu provođenja stvari na drugačiji način.¹⁸

Shodno svemu navedenome, poduzetništvo ima određene karakteristike koje ga opisuju. Osim što ono uključuje preuzimanje rizika, stvaranje nečeg novog, predanosti i slično, postoje određene karakteristike koje ga opisuju. Može se također reći kako su to funkcionalne značajke poduzetništva. Jedno od obilježja je svakako hrabrost jer bez toga nije moguće realizirati poduzetničku ideju. Naime, poduzetništvo uključuje preuzimanje rizika, a kako bi se to moglo ostvariti potrebna je osobina poput hrabrosti koja se temelji na spremnosti za uspjeh, ali i neuspjeh. Nadalje, značajke poput inovativnosti i kreativnosti su nužne jer bez njih nema poduzetništva. Srž je pokretanje nečeg novog, drugačijeg i inovativnog te je potrebno stvaralačko razmišljanje za to. Kako bi postojala inovativnost prvo se treba razviti kreativnost temeljem koje nastaje inovacija. Bez inovacija uspjeh u

¹⁶Tkalec Z. (2011), Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/file/192156>

¹⁷Poduzetništvo, Hrvatska enciklopedija, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=48956>

¹⁸Tkalec Z. (2011), Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/file/192156>

poduzetništvu nije zagarantiran. Zatim je tu karakteristika mudrosti koja je usko povezana s iskustvom, a uključuje upravljanje znanjem i iskustvom te primjenu istog.¹⁹ Samostalnost je osnovna značajka poduzetništva jer je to temelj pomoću kojeg se uočavaju i kreiraju poslovne prilike kako bi se realizirao cilj. Odgovornost je nužno obilježje jer uključuje želju za uspjehom, bez odgovornosti težak je uspjeh u poduzetništvu. Zatim je tu poštenje koje je temelj za uspjeh jer je važnije imati moralno načelo nego razmišljati samo o profitu. Kada je riječ o poduzetništvu često se spominje radoholičnost jer poduzetnici vole svoj posao, nikad ne miruju i imaju razvijene i utemeljene radne navike. Samouvjerenost je karakteristika koja dolazi s vremenom, a uključuje vjeru u sebe i svoje sposobnosti kao poduzetnik.²⁰

Kako bi se realizirale ideje i ciljevi potrebno je vrijeme, stoga je strpljene još jedna od karakteristika koja je važna u poduzetništvu. Zatim su tu i stvaralaštvo i svrhovitost. Stvaralaštvo je ustvari kombinacija inovativnosti i kreativnosti jer je potrebno oboje kako bi se stvorilo nešto novo i drugačije što drugi nemaju. Svrhovitost označava određivanje nekog cilja i postupno dolaženje do njega što uključuje kombinacije različitih resursa i aktivnosti kako bi se postigli određeni rezultati, ali i cilj. Također, u poduzetništvu je nužno preuzeti rizik kako bi se ostvario profit. To je jedna od karakteristika koja je temeljna jer za ostvarenje nekog cilja u poduzetništvu potrebno je preuzeti rizik kako bi se ostvario cilj i profit. Uz to, još je tu i upornost koja je važna jer bez te značajke teško se može uspjeti. Na putu će se često javiti neplanirani problemi i prepreke koje se mogu savladati jedino upornošću. Poduzetnici bi uvijek trebali biti uporni i pozitivni jer će tako savladati negativne prepreke. Još jedna karakteristika je vizionarstvo koja je usko povezana sa samostalnošću. Obje označavaju uočavanje novih i dobrih poslovnih prilika dok vizionarstvo još uključuje predviđanje poslovnih promjena, razvoj tehnologije i znanosti, zahtjeve kupaca i slično kako bi se temeljem toga mogle odrediti daljnje smjernice i potezi.²¹

Temeljem svega navedenog može se zaključiti kako poduzetnički uspjeh zahtjeva brojne karakteristike u svrhu ostvarenja zacrtanog cilja. Prethodno su navedene najvažnije karakteristike poduzetništva kao takvog, ali se one mogu smatrati i značajkama koje su važne

¹⁹Barringer B., Duane Ireland R. (2012), Entrepreneurship, Successfully launching new ventures, preuzeto s <http://www.mim.ac.mw/books/Barringers's%20Entrepreneurship%20Successfully%20Launching%20New%20Ventures.pdf>

²⁰Barringer B., Duane Ireland R. (2012), Entrepreneurship, Successfully launching new ventures, preuzeto s <http://www.mim.ac.mw/books/Barringers's%20Entrepreneurship%20Successfully%20Launching%20New%20Ventures.pdf>

²¹Tkalec Z. (2011), Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/file/192156>

za svakog poduzetnika zasebno. Naime, uspjeh poduzetničkih pothvata uvelike ovisi o osobinama, ali i vještinama poduzetnika. Osim navedenih karakteristika koje imaju velik značaj u poduzetništvu, ali i kod poduzetnika, važne su i vještine za ostvarenje cilja. Dakle, s jedne strane tu su karakteristike poput kreativnosti, inovativnosti, upornosti, spremnosti preuzimanja rizika, predanosti i odgovornosti koje su ključne za uspješne poduzetničke pothvate te se one s vremenom mogu unaprijediti i dodatno razviti. S druge strane tu su određene vještine koje bi poduzetnik trebao posjedovati kako bi ostvario zacrtane rezultate. Primjerice, to su vještine poput uvjeravanja, pregovaranja, prezentiranja, donošenja odluka, umrežavanja i strateškog razmišljanja. Navedene vještine imaju izniman značaj u vidu boljeg i uspješnijeg poslovanja, a one se s vremenom mogu dodatno izbrusiti i unaprijediti.²²

Ideja i prilika važne su u kontekstu pokretanja uspješnog posla, ali treba prvenstveno razumjeti njihovu razliku. S jedne strane ideja je misao, impresija, mišljenje, stajalište o nečemu, dok prilika predstavlja set okolnosti koje stvaraju potrebu za novim proizvodom, uslugom i/ili pothvatom.²³ Iako su ideja i prilika usko povezane ne predstavlja svaka ideja i priliku. Primjerice, kako bi neka ideja predstavljala priliku treba zadovoljiti četiri osnovna kriterija: atraktivnost, trajnost, pravodobnost te dodavanje vrijednosti kupcu/krajnjem korisniku.²⁴ Prvi korak ka ostvarenju poslovne mogućnosti je pronalazak prilike na tržištu. Uspješno prepoznavanje prilike na tržištu podrazumijeva identificiranje proizvoda ili usluge koju potrošači trebaju ili su spremni kupiti, a ne onu koju poduzetnik želi napraviti ili prodati.²⁵

Shodno tome svakom poduzetniku je u cilju stvoriti nešto što konkurencija nema kako bi bilo zanimljivo potrošačima. Upravo zato treba uvijek istraživati i proučavati kako bi se prepoznale nove, ali i drugačije, prilike na tržištu. Današnje tržišne prilike izuzetno su složene te je nametnuta brža promjena okruženja koja zahtijeva veliku fleksibilnost pojedinog poduzeća na tržišne promjene što utječe na iskorištenost kapaciteta, bolje

²²Tkalec Z. (2011), Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, preuzeto 17.08.2022. s <https://hrcak.srce.hr/file/192156>

²³Hunjet A., Kozina G., Milković M. (2012), Stjecanje znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu, preuzeto 17.08.2022. s <https://hrcak.srce.hr/130251>

²⁴Lupić M., Bujan I. (2017), Poduzetništvo mladih – prilike i prepreke, Znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo, br. 7 – 1, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/183416>

²⁵J. W. Webb, R. D. Ireland, G. Kistruck, L. Tihanyi, and M. A. Hitt (2011), "Where Is the Opportunity Without the Customer? An Integration of Marketing Entrepreneurship Process and Institutional Theory," Journal of the Academy of Marketing, preuzeto s https://www.researchgate.net/publication/226563841_Where_Is_the_Opportunity_without_the_Customer_An_Integration_of_Marketing_Activities_the_Entrepreneurship_Process_and_Institutional_Theory

korištenje opreme i tehnologije, veću motiviranost zaposlenih i slično.²⁶ Okolina današnjih ugostiteljskih poduzeća popraćena je tehnološkim promjenama i marketinškim inovacijama zbog čega je uvelike otežano ostvariti uspjeh i uzdići se nad konkurencijom. Kako bi u potpunosti znali iskoristiti poduzetništvo kao uspješan poslovni pothvat potrebno je pružiti klijentu najbolje i najkvalitetnije proizvode i usluge, prepoznati potrebe tržišta, kao i ulagati u svoj stručni kadar koji će pravovremeno reagirati na izazove i donositi kvalitetne odluke. Osim toga, izuzetno je bitna sposobnost učinkovitog komuniciranja pomoću koje se izgrađuje imidž koji odbija ili privlači kupce.

U današnje vrijeme, poduzetnici ugostitelji, zahvaljujući izuzetno razvijenim internetskim tehnologijama mogu se služiti i virtualnim svijetom koji im omogućava dijeljenje svojih projekta, proizvoda, inovacija s velikim brojem ljudi putem društvenih mreža. Kako moderno ugostiteljstvo raste, otvaraju se različiti ugostiteljski objekti koji donose nove sadržaje, nove proizvode, nove usluge. Važna je uloga organizacijske strukture, procesa učenja i prilagodbe promjenama u vlastitoj okolini. Svako poduzeće treba analizirati svoje sposobnosti i mogućnosti te u skladu s time postaviti strukturu u kojoj dominira kupac i novi proizvod/usluga koji je bolji od trenutnih na tržištu. Ukoliko poduzetnik ugostitelj želi kapitalizirati priliku potrebno je utvrditi novo tržište za proizvod i ostvariti profitabilno poslovanje. Vrlo je važno shvatiti kako mnogi poduzetnički pothvati propadaju, ne zbog angažmana samog pokretača pothvata nego zbog nepostojanja prilike.²⁷

²⁶Cerović Milohnić I. (2004), Uloga malih ugostiteljskih poduzeća u povećanju konkurentnosti opatijske rivijere, preuzeto 17.08.2022. s <https://hrcak.srce.hr/clanak/267967>

²⁷Barringer B., Duane Ireland R. (2012), Entrepreneurship, Successfully launching new ventures, preuzeto s <http://www.mim.ac.mw/books/Barringers's%20Entrepreneurship%20Successfully%20Launching%20New%20Ventures.pdf>

3. PANDEMIJA COVID-19 I UTJECAJ NA GOSPODARSTVO RH

U ovom poglavlju govorit će se o pandemiji Covid-19, konkretno definirat će se ista i koja su obilježja. Zatim će se spomenuti učinci, pozitivni i negativni, koje je pandemija donijela u gospodarstvu, odnosno gospodarskim sektorima. Osim toga, objasniti će se i posljedice pandemije, konkretno ekonomske i društvene.

3.1. Definiranje pandemije Covid-19

Covid-19 je bolest koja je uzrokovana koronavirusom koji je nazvan SARS-CoV-2, a pojavio se 2019. godine u Kini, točnije gradu Wuhanu. Kako se ova bolest vrlo brzo proširila cijelim svijetom, proglašena je pandemija. Neki od simptoma ove bolesti su povišena tjelesna temperatura, kašalj, otežano disanje, bolovi u mišićima, glavobolja, opća slabost, umor te gubitak osjeta okusa i mirisa. Naravno, kod svake osobe je drugačije, ali ono što je nekako poveznica je ustvari gubitak okusa i mirisa. Kod nekih se čak mogu javiti komplikacije kao primjerice teška upala pluća.²⁸

Zaraza se najčešće prenosi bliskim kontaktom poput rukovanja, nezaštićenim izravnim kontaktom, boravkom u zatvorenom prostoru i slično. Koronavirus može ući u tijelo kroz usta, nos ili oči te je bliski kontakt najopasniji kod zaraze. Kako bi se spriječilo širenje zaraze donesene su neke mjere kako bi svatko zaštitio sebe, ali i druge osobe. Neke od mjera uključuju izbjegavanje rukovanja i fizičkog kontakta, održavanje distance od 2 metra, nošenje maske u zatvorenim prostorima te otvorenim ukoliko nije moguće održati distancu. Osim toga, treba provjetravati prostorije, redovito dezinficirati prostor, prati i dezinficirati ruke te izbjegavati dodirivati lice rukama.²⁹ U nastavku će se prikazati slika koja najbolje objedinjuje preporuke mjera zaštite kako bi se spriječilo širenje virusa, ali i zaštitilo sebe i druge osobe.

²⁸ Koronavirus. Hr (2021), Činjenice o koronavirusu, preuzeto 18.08.2022. s <https://koronavirus.hr/cinjenice-o-koronavirusu/55>

²⁹ Koronavirus.hr (2021), Osnovne mjere zaštite od zaraze koronavirusom SARS-CoV-2, preuzeto 18.08.2022 s <https://www.koronavirus.hr/osnovne-mjere-zastite-od-zaraze-koronavirusom-sars-cov-2/936>

Slika 1: Preporuke mjera zaštite



Izvor: Hrvatski zavod za javno zdravstvo dubrovačko – neretvanske županije, Preporuke za javnost za zaštitu od infekcije novim koronavirusom, preuzeto 18.08.2022. s <https://www.zzjzdnz.hr/zdravlje/prevenција-zaraznih-bolesti/1368>

Nadalje, što se tiče Hrvatske, prvi slučaj koronavirusa zabilježen je u veljači 2020. godine. Muškarac u dobi od 25 godina doputovao je iz Italije gdje se već pojavio virus. Nakon toga, zdravstvene i ostale nadležne službe u Hrvatskoj započele su sa provođenjem preventivnih mjera prema oboljelom kako bi se spriječilo daljnje širenje zaraze.³⁰ S vremenom se zaraza proširila na cijelu Hrvatsku te se broj slučajeva postupno povećavao. Kroz vrijeme je broj zaraženih oscilirao, nekad je bilo više, nekada manje. Posljedica sve većeg broja zaraženih osoba bila je i smrtnost. Naime, podaci govore kako je dosada preminulo preko 16000 osoba, najviše starije dobne skupine, odnosno između 70 i 89

³⁰ Pliva zdravlje (2020), Prvi slučaj koronavirusa u Hrvatskoj, preuzeto 18.08.2022. s <https://koronavirus.hr/cinjenice-o-koronavirusu/55>

godina.³¹ Usporedno s tim, testiranja na Covid-19 su postajala sve brojnija. Također, uvedene su i mjere kako bi se preveniralo širenje zaraze.

Važan događaj koji se dogodio krajem 2020. godine jest dolazak cjepiva u Hrvatsku. Prvo cjepivo protiv koronavirusa dostupno u hrvatskoj je cjepivo Comirnaty, proizvođača Pfizer i BioNTech.³² Odmah se započelo s cijepljenjem najugroženijih skupina. S vremenom se sve više građana počelo cijepiti, prvo jednom dozom, a zatim i drugom. Do danas se cijepilo više od 50% građana.³³ Uvedene su EU digitalne COVID potvrde koje su bile dostupne građanima putem portala e-Građani ili aplikacije. Potvrdu su mogle dobiti osobe koje su cijepljene, preboljele virus ili testirane s negativnim nalazom.³⁴ Važno je napomenuti kako su u Hrvatskoj na snazi bile pandemijske mjere za vrijeme trajanja pandemije koje su uključivale nošenje maski, držanje distance i slično. Kako je epidemiološka situacija postajala sve bolja, tijekom travnja 2022. godine mjere su većinski ukinute – to se odnosi na Hrvatsku, ali i ostale zemlje. Konkretno, jedna od najvažnijih mjera koja je sprječavala širenje virusa je nošenje maski te je zbog povoljne epidemiološke situacije ista ukinuta. Maske se moraju nositi samo u zdravstvenim ustanovama, ljekarnama i domovima za starije osobe. Osim toga, Covid potvrde također više nisu bile nužne kao uvjet za događaje, okupljanja te prelazak državne granice.³⁵

Slijedom svega navedenog, u nastavku će se prikazati konkretni podaci koji potvrđuju navedeno u obliku grafikona, tablica i slika. Podaci će biti prikazani za stanje u svijetu te u Hrvatskoj. Prvo će se prikazati dnevni broj zaraženih Covid-19, zatim dnevni broj umrlih te na kraju podaci o cijepljenju.

³¹Hrvatski zavod za javno zdravstvo, COVID-19 – izvješće HZJZ-a, preuzeto 18.08.2022. s <https://www.hzjz.hr/aktualnosti/covid-19-izvjesce-hzjz-a/>

³²Hrvatski zavod za javno zdravstvo, Stiglo cjepivo protiv koronavirusa, preuzeto 18.08.2022. s <https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/stiglo-cjepivo-protiv-koronavirusa/>

³³Koronavirus.hr, O cijepljenju, preuzeto 18.08.2022. s <https://www.koronavirus.hr/o-cijepljenju/329>

³⁴EU digitalna COVID potvrda, preuzeto 18.08.2022. s <https://eudigitalnacovidpotvrda.hr/>

³⁵Koronavirus.hr, Nove odluke Stožera civilne zaštite RH o popuštanju pandemijskih mjera, preuzeto 18.08.2022. s <https://www.koronavirus.hr/nove-odluke-stozera-civilne-zastite-rh-o-popu%C5%A1tanju-pandemijskih-mjera/1009>

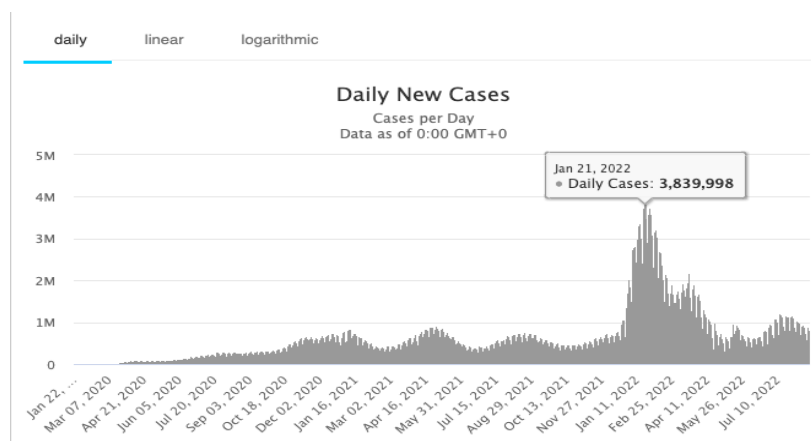
Grafikon 1: Dnevni broj zaraženih u Hrvatskoj 2020. – 2022.



Izvor: Our World in Data, Coronavirus (COVID-19) Cases, preuzeto 20.08.2022
<https://ourworldindata.org/covid-deaths?country=~HRV>

Ovaj grafikon prikazuje kako se kretao dnevni broj potvrđenih slučajeva Covid-19 od početka pandemije pa sve do danas u Hrvatskoj. Vidljivo je kako je broj zaraženih oscilirao te je u određenim periodima broj bio veći, a u određenima manji. Konkretno, može se primijetiti manji broj zaraženih tijekom ljetnih mjeseci dok je tijekom zimskih mjeseci broj znatno veći. Također, grafikon prikazuje kako je u periodu siječnja 2022. potvrđen najveći dnevni broj novih slučajeva zaraze virusom Covid-19.

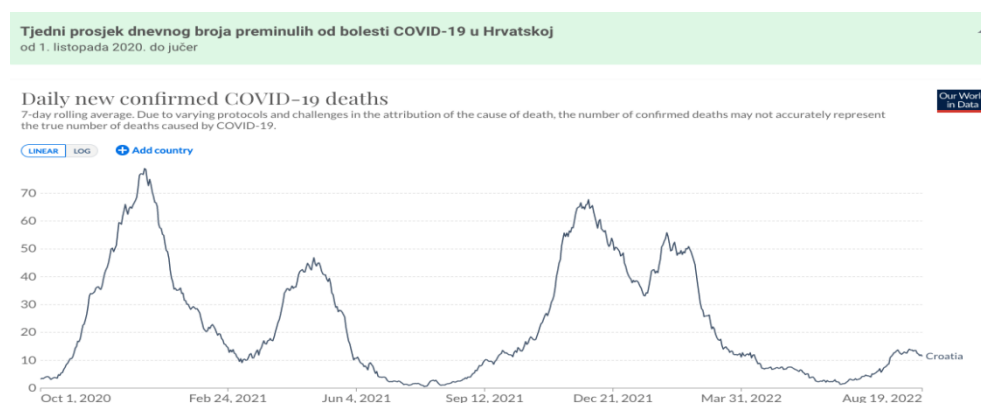
Grafikon 2: Dnevni broj zaraženih u svijetu 2020. – 2022.



Izvor: Wordometer, Covid-19 CoronavirusPandemic, preuzeto 20.08.2022
<https://www.worldometers.info/coronavirus/>

Prikazani grafikon pokazuje broj potvrđenih slučajeva Covid-19 od početka pandemije do danas u svijetu. Može se vidjeti kako je vrhunac, odnosno najveći broj zaraženih, bio u siječnju 2022. godine te je iznosio više od 3 milijuna ljudi.

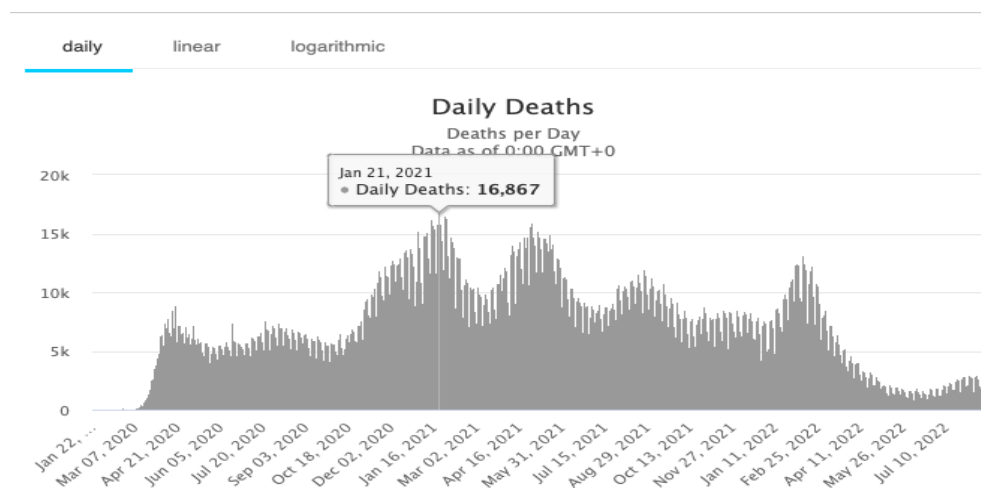
Grafikon 3: Prosjek dnevnog broja preminulih od Covid-19 u Hrvatskoj



Izvor: Koronavirus.hr, Koronavirus – statistički pokazatelji za Hrvatsku i EU, preuzeto 20.08.2022. [shttps://www.koronavirus.hr/koronavirus-statisticki-pokazatelji-za-hrvatsku-i-eu/901](https://www.koronavirus.hr/koronavirus-statisticki-pokazatelji-za-hrvatsku-i-eu/901)

Grafikon prikazuje koliki je dnevni broj umrlih od zaraze koronavirusom u Hrvatskoj od listopada 2020. pa sve do danas. Vidljivo je kako grafikon prikazuje oscilacije te je najveći broj umrlih bio 2020. godine, točnije u prosincu je iznosio preko 70. Nakon toga broj preminulih se smanjuje te se opet naglo povećava u periodu nakon listopada 2021. te počinje opadati nakon ožujka 2022. godine.

Grafikon 4: Dnevni broj preminulih od koronavirusa u svijetu



Izvor: Wordometer, Covid-19 CoronavirusPandemic, preuzeto 20.08.2022
[shttps://www.worldometers.info/coronavirus/](https://www.worldometers.info/coronavirus/)

Na grafikonu je prikazan broj umrlih od koronavirusa u svijetu od početka pandemije pa do danas. Vidljiva je oscilacija broja umrlih te je najveći broj umrlih od početka pandemije bio u siječnju 2021. godine, kada je broj umrlih iznosio preko 16 000 na dnevnoj razini.

Slika 2: Podaci o cijepljenju u Hrvatskoj na dan 20.08.2022



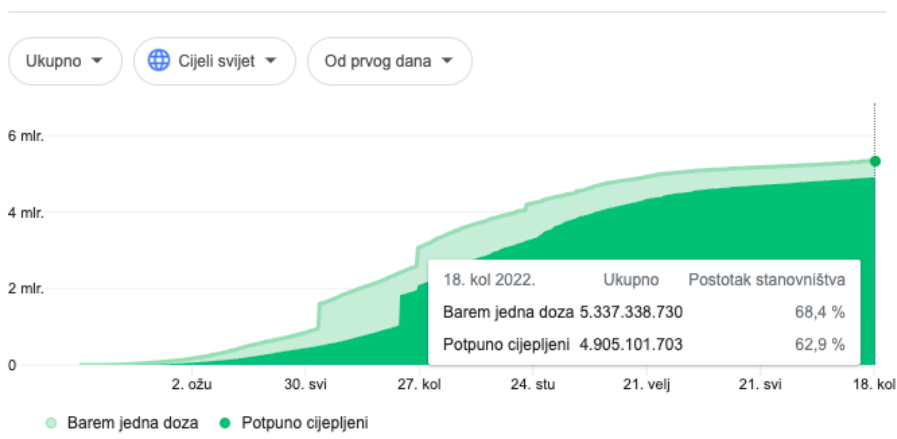
Izvor: Koronavirus.hr, O cijepljenju, preuzeto 20.08.2022. s <https://www.koronavirus.hr/trenutno-stanje/35>

Na slici su prikazani podaci o cijepljenju u Hrvatskoj na dan 20.08.2022. Vidljivo je kako je utrošeno preko 5 milijuna doza cjepiva. Cijepljenje je i dalje aktualno te je iz podataka vidljivo kako je preko 50% osoba u Hrvatskoj primilo barem jednu dozu cjepiva.

Grafikon 5: Podaci o cijepljenju u svijetu do 18.8.2022.

Cjepiva

Izvor: Our World In Data · Posljednje ažuriranje: prije 2 dana



Izvor: Our World in Dana, Coronavirus (COVID-19) Vaccinations, preuzeto 20.08.2022. s https://ourworldindata.org/covid-vaccinations?country=OWID_WRL

Grafikon prikazuje podatke o cijepljenju na dan 18.8.2022 u svijetu. Ono što se može vidjeti je kako je više od pola svjetskog stanovništva cijepljeno, preko 60%.

3.2. Negativni i pozitivni učinci na gospodarske sektore

Pandemija je imala velik utjecaj na globalno i hrvatsko gospodarstvo te se ono suočilo sa snažnim promjenama. Općenito gledajući svaka zemlja je osjetila taj utjecaj u svojoj ekonomiji i gospodarstvu, ovisno koji sektor prevladava u kojoj državi.³⁶ Gospodarstvo je u suštini podijeljeno na nekoliko sektora, a to su:

- Primarni
- Sekundarni
- Tercijarni
- Kvartarni³⁷

Svaki od ovih sektora ima svoje pripadajuće djelatnosti. Prvenstveno, primarni sektor uključuje gospodarske djelatnosti koje se vežu uz prirodne resurse te dobivanje hrane ili neke sirovine. Tu pripadaju djelatnosti poput poljoprivrede, stočarstva, ribarstva, šumarstva i rudarstva. Ove djelatnosti postoje još od davnina i veoma su važne za opstanak čovjeka. Nadalje, tu je sekundarni sektor koji uključuje djelatnosti koje se vežu uz proizvodnju, odnosno pretvaraju sirovinu u robu široke potrošnje. Konkretno, ovdje su uključene djelatnosti kao što su industrija, građevinarstvo, energetika, brodogradnja i proizvodnja. Može se nazvati još i industrijskim sektorom jer je često povezan sa proizvodnjom, odnosno potreban je proces transformacije koji uključuje kapital i rad. Zatim dolazi tercijarni sektor koji uključuje djelatnosti koje proizvode uslugu pa se naziva još i uslužni sektor. Ovdje pripadaju djelatnosti koji su važne za život stanovništva poput trgovine, prometa, bankarstva, turizma, ugostiteljstva, prometa i slično. Upravo ovaj sektor omogućava dolazak proizvoda do samog potrošača. Na kraju je kvartarni sektor koji se temelji na intelektualnim aktivnostima, a uključuje djelatnosti poput obrazovanja, znanosti i kulture. Te djelatnosti obuhvaćaju širenje znanja, istraživanje i razvoj.³⁸

³⁶Arbačić, V. (2020.) Koronakriza i što Hrvatska može naučiti iz dosadašnjih recesija. Tradicionalni skup Hrvatskog društva ekonomista u Opatiji. 28, str. 21-58. Preuzeto s: <https://www.bib.irb.hr/1093799>

³⁷Obadić A., Tica J. (2016.), Gospodarstvo Hrvatske, Zagreb, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, str. 68

³⁸Obadić A., Tica J. (2016.), Gospodarstvo Hrvatske, Zagreb, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, str. 68

3.2.1. Primarni sektor

Kroz Hrvatsku se proteže velik broj iskoristivih poljoprivrednih površina te je kao takva pogodna za proizvodnju širokog spektra poljoprivrednih proizvoda zbog raznolikog tipa tla, reljefa i klime. Proizvodi se kontinentalno i mediteransko voće i povrće, ratarske kulture, žitarice, uljarice, šećer i industrijsko bilje. Osim toga, tlo je pogodno za vinogradarstvo pa se tako proteže vinogradi uključujući kontinentalne i mediteranske sorte grožđa. Hrvatska je poznata po maslinama, odnosno maslinovom ulju. Najviše se proizvodi u Istri gdje je poznato kao jedno od najnagrađivanijih i najkvalitetnijih u svijetu.³⁹ Osim toga, razvijeno je i stočarstvo koje se smatra tradicionalnom gospodarskom granom. Posebice je razvijen uzgoj svinja, peradi, goveda i ovaca, a neki proizvodi su čak i zaštićeni – poput slavonskog kulena, dalmatinskog pršuta te paškog sira.⁴⁰ Nastavno na to važno je spomenuti i gospodarsku granu ribarstvo koja je značajan dio hrvatskog gospodarstva. Ova grana najviše je vezana uz otočni i priobalni dio zemlje te se lovi morska i slatkovodna riba. Od slatkovodnih riba najviše se uzgajaju šaran i pastrva dok od morskih prevladavaju plave ribe, odnosno srdela i incuni.⁴¹ Hrvatska posjeduje i rudna bogatstva koja nisu jako velika. Ima izvora nemetalnih minerala poput šljunka, pijeska, građevinskog kamena i lapora. Nadalje, ima vlastite prirodne izvore poput plina nafte, obnovljive izvore energije vjetra te solarne energije i hidroenergije.⁴²

Dolaskom Covid-19 krize osjetio se veliki utjecaj na gospodarstvo, a samim time i na primarni sektor. Poljoprivreda ima izniman značaj jer se bavi proizvodnjom hrane. Važno za spomenuti je kako su mala obiteljska gospodarstvada osjetila utjecaj pandemije – zatvarale su se granice, onemogućena je tranzicija robe. Kako oni imaju ključnu ulogu u poljoprivrednom sektoru bili su jedni od najpogođenijih ovom krizom. Poljoprivreda je relativno prilagodljiv sektor te s obzirom na to nije pretrpjela previše negativnih utjecaja. Primjerice, proizvodnja određenih kultura i dalje je bila u porastu dok su neke bilježile manji

³⁹Čavrak V., Družić I., Barić V., Grahovac P., Gelo T., Aksentijević K. N. ... Tica J. (2011.), *Gospodarstvo Hrvatske*, Zagreb, Politička kultura, str. 174 - 179

⁴⁰Hrvatska enciklopedija (2021), *Stočarstvo*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=58195>

⁴¹Hrvatska enciklopedija (2021), *Ribarstvo morsko*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=52714>

⁴²Hrvatska enciklopedija (2021), *Rudarstvo*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=53615>

pad, ali to se ne može pripisati samo pandemiji već uvelike ovisi i ovremenjskim prilikama.⁴³

U nastavku će se prikazati tablica s najvažnijim poljoprivrednim kulturama i njihovom proizvodnjom u tonama u periodu 2015. – 2020. godine.

Tablica 1: Proizvodnja važnijih poljoprivrednih kultura u Hrvatskoj u tonama

	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Pšenica	758.638	960.081	682.322	738.363	789.950	849.656
Kukuruz	1.709.152	2.15.4470	1.559.638	2.147.275	2.298.316	2.430.598
Šećerna repa	756.509	1.169.622	1.295.459	776.491	708.575	774.331
Suncokret	94.075	110.566	115.880	110.790	106.555	120.016
Soja	196.431	244.075	207.765	245.188	244.279	266.014
Uljana repica	56.783	112.990	135.810	155.842	103.900	119.667
Krumpir	171.179	193.962	15.6089	182.261	173.149	174.279
Kupus	36.413	37.722	35.318	39.571	34.105	37.149
Rajčica	39.666	30.707	41.223	30.950	30.314	40.063
Paprika	15.848	19.257	19.303	18.106	13.224	16.415
Luk i češnjak	32.937	28.301	20.770	27.107	25.931	23.256
Jabuke	101.752	44.781	56.570	93.467	69.167	67.123
Mandarine	35.936	52.402	19.011	47.676	52.226	39.626
Grožđe	154.227	123.651	116.307	146.242	108.296	123.554
Vino, tis. hl	992	760	726	952	704	800

Izvor: Franić R. (2022), Posljedice pandemije COVID-19 za hrvatsku poljoprivredu, Zbornik radova znanstvenog skupa Utjecaj pandemije COVID 19 na hrvatsko gospodarstvo - dvije godine poslije, Sveučilište u Zagrebu Ekonomski fakultet, dostupno na: <https://www.bib.irb.hr/1196920>

Stočarstvo je grana koja je doživjela dosta negativan utjecaj uslijed pandemije jer se ograničilo kretanje robe i ljudi, trgovine su izmijenile radno vrijeme te je uslijedilo i zatvaranje tržnica. Uočljiv je pad proizvodnje mlijeka i uzgoj svinja, u nastavku je prikazana tablica koja to prikazuje.⁴⁴

⁴³Franić R. (2022), Posljedice pandemije COVID-19 za hrvatsku poljoprivredu, Zbornik radova znanstvenog skupa Utjecaj pandemije COVID 19 na hrvatsko gospodarstvo - dvije godine poslije, Sveučilište u Zagrebu Ekonomski fakultet, preuzeto s: <https://www.bib.irb.hr/1196920>

⁴⁴Franić R. (2022), Posljedice pandemije COVID-19 za hrvatsku poljoprivredu, Zbornik radova znanstvenog skupa Utjecaj pandemije COVID 19 na hrvatsko gospodarstvo - dvije godine poslije, Sveučilište u Zagrebu Ekonomski fakultet, preuzeto s: <https://www.bib.irb.hr/1196920>

Tablica 2: Proizvodnja važnijih stočnih proizvoda u Hrvatskoj

	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
mlijeko, mil. lit	686	669	649	616	597	568
prirast goveda, tis. tona	62	69	67	61	79	80
prirast svinja, tis. tona	131	137	150	159	176	157
prirast ovaca, tis. tona	11	9	10	9	9	11
prirast peradi, tis. tona	107	117	117	117	115	107

Izvor: Franić R. (2022), Posljedice pandemije COVID-19 za hrvatsku poljoprivredu, Zbornik radova znanstvenog skupa Utjecaj pandemije COVID 19 na hrvatsko gospodarstvo - dvije godine poslije, Sveučilište u Zagrebu Ekonomski fakultet, preuzeto s: <https://www.bib.irb.hr/1196920>

Ono što je uzrokovalo probleme uslijed pandemije nije toliko vezano uz samu proizvodnju poljoprivrednih kultura već uz radnu snagu. Naime, kako se dosta ljudi zarazilo, uslijedile su samoizolacije i bolovanja, uvedena je socijalna distanca, onemogućeno je kretanje i sve to je pridonijelo nemogućnosti ubiranja plodova na vrijeme. Osim toga, izvoz je isto tako imao određene probleme sa isporukom robe, cijene su počele rasti i sve to je uzrokovalo probleme. Isto tako, određene kulture bilježile su smanjenje potrošnje zbog mjera i zatvaranja ugostiteljskih objekata, poput primjerice vina. Transport je bio veliki izazov jer je onemogućen, ali i cijene su porasle.⁴⁵

Osim negativnih posljedica tu su i neke pozitivne za poljoprivredu. Naime, pandemija je otvorila neke nove prilike u vidu kanala opskrbe, a to je online tržnica. Uslijed mjera, opskrba proizvodima je donijela izazove pa su neki OPG-ovi doskočili otvaranju online tržnica i tako omogućili građanima naručivanje domaćih proizvoda. Isto tako tijekom pandemije narastao je interes za kupnjom domaćih proizvoda poput voća, povrća, jaja, mliječnih proizvoda i mesa. Ovo je svakako odlična prilika za ljude u prepoznavanju domaćih proizvoda i njihove kvalitete te veću konzumaciju lokalnih proizvoda.⁴⁶

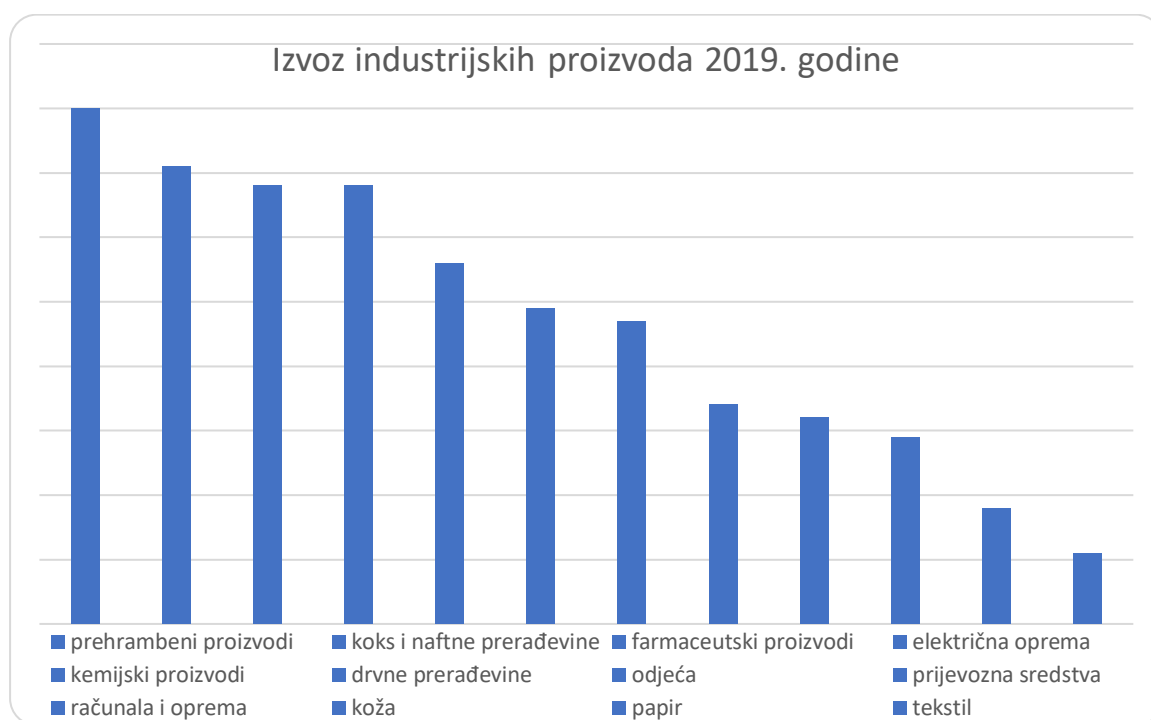
⁴⁵Hrvatska poljoprivredna komora (2020), Utjecaj Covid-19 na poljoprivredu, šumarstvo i ribarstvo, preuzeto 20.08.2022. s <https://komora.hr/utjecaj-covid-19-na-poljoprivredu-sumarstvo-i-ribarstvo/>

⁴⁶Topolko Herceg K. (2021), Utjecaj pandemije Covid-19 na online ponašanje potrošača u Hrvatskoj, preuzeto 20.08.2022 s <https://hrcak.srce.hr/clanak/370317>

3.2.2. Sekundarni sektor

Od sekundarnog sektora najznačajnija grana je svakako industrija, točnije najviše se ističu prerađivačka, petrokemijska i metaloprerađivačka industrija. Neke industrije poput tekstilne, kožarske, drvene i metalne su smanjile svoju proizvodnju ili su se skroz zatvorile. Osim toga, industrija ostvaruje značajne rezultate u vanjskoj trgovini što dokazuje podatak o prodaji industrijskih proizvoda koji iznosi 139,5 milijardi kuna u 2019. godini. Ako se gleda prihod, najistaknutije industrijske grane su proizvodnja hrane i pića, duhana te kemijska i naftna industrija. Što se tiče izvoza, glavna industrija je prerađivačka sa visokim udjelom od 90% dok ostale industrije bilježe manje postotke izvoza.⁴⁷ U nastavku će se prikazati grafikon koji najbolje pokazuje podatke o izvozu za 2019. godinu.

Grafikon 6: Izvoz industrijskih proizvoda 2019. godine



Izvor: Izrada autora prema Državnom zavodu za statistiku

Prikazani grafikon prikazuje koji su se industrijski proizvodi najviše izvozili tijekom 2019. godine. Posebice se može istaknuti industrija prehrambenih proizvoda koja bilježi 8% dok se najmanje izvezio tekstil sa oko 1%.

⁴⁷ Državni zavod za statistiku (2020.), Proizvodnja i prodaja industrijskih proizvoda (PRODCOM) u 2019., preuzeto 17.09.2022 s https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/02-01-05_01_2020.htm

Građevinarstvo je izuzetno značajna gospodarska djelatnost u Hrvatskoj. Važan je sektor za BDP te je 2008. godine iznosio 8.2%. Taj postotak rezultat je rastućih investicija i projekata poput cestogradnje. Osim toga, u tom periodu građevinarstvo je bilo dosta razvijeno jer su i stanovnici bili u velikoj potražnji za nekretninama. S vremenom je došlo do pada gospodarstva pa je to osjetilo i građevinarstvo te je primjerice 2011. godine udio BDP-a u građevini pao na 6.1%. Samim time pala je i potražnja za nekretninama.⁴⁸

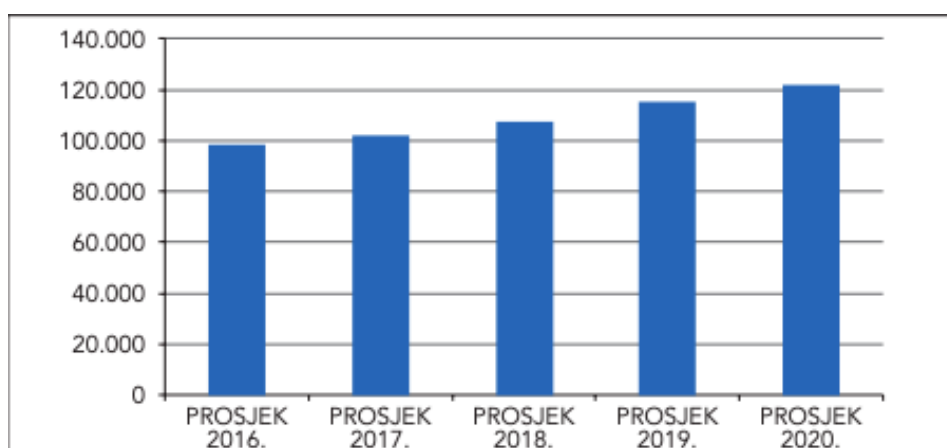
Nastavno na građevinski sektor, pandemija je također donijela probleme i izazove poput nedostatka radne snage, rasta cijena, nabave materijala, zatvorenih gradilišta i nemogućnosti dolaska radnika na posao. Naime, uslijed pandemije opskrba materijalom je bila prekinuta što je znatno otežalo poslovanje. Osim toga zatvorile su se granice i ograničilo kretanje pa djelatnici nisu mogli dolaziti u normalnim okolnostima na posao. U nekim periodima je čak bio zaustavljen i rad na gradilištima. Sve to uzrokovalo je poteškoće u radu, a materijal se nije mogao dostaviti na vrijeme, projekti su se provodili sporije i troškovi su rasli.⁴⁹ Nadalje, građevinska djelatnost je pojačala svoju aktivnost 2020. godine zbog potresa koji je pogodio područje Banovine i Zagreba. Tome svjedoče podaci kako je građevinarstvo ostvarilo najveći rasta BDP-a od 4.1%. Usprkos tome, građevinski sektor osjetio je negativne posljedice pandemije poput usporenog rasta obujma radova što dokazuje podatak o godišnjem rastu u 2020. godini koji je iznosio 3.9%, dok je 2019. godine iznosio 8.2%. Jedna od pozitivnih okolnosti je veći broj zaposlenih, odnosno 121.975 što je oko 6.1% više u odnosu na 2019. godinu. Također, uz to rasle su i plaće pa je tako prosječna neto plaća 2020. godine iznosila 5.505 kn te je viša za 2% u odnosu na 2019. godinu.⁵⁰

⁴⁸Škuflić L., Mlinarić D., Družić M. (2018.), Odrednice profitabilnosti građevinskog sektora u Hrvatskoj, Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: časopis za ekonomsku teoriju i praksu, br. 36 – 1, preuzeto 21.08.2022. s <https://hrcak.srce.hr/clanak/297380>

⁴⁹Bogdan A. (2020), Utjecaj koronavirusa na građevinski sektor u Hrvatskoj, Građevinar 4/2020, preuzeto 21.08.2022. s <http://casopis-gradjevinar.hr/assets/Uploads/JCE-72-2020-4-8-R3.pdf>

⁵⁰Hanzl Ž., Zubak D. (2020), Hrvatsko gospodarstvo 2020. godine, Hrvatska gospodarska komora, preuzeto 21.08.2022. s <https://hgk.hr/documents/hrvatsko-gospodarstvo-2020-web6107a81e2f243.pdf>

Grafikon 7: Broj zaposlenih u građevinarstvu



Izvor: Državni zavod za statistiku, Građevinarstvo, preuzeto 22.08.2022. s <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/gradevinarstvo/>

Prikazani grafikon pokazuje kako se kretao broj zaposlenih kroz period 2016. – 2020. Može se vidjeti sve više zaposlenih svake godine, no 2020. godine je najveći rast kao što je već spomenuto.

Nadalje, već spomenuta industrija, također je osjetila posljedice pandemije na globalnoj razini u vidu smanjenja proizvodnje 2020. godine što potvrđuje brojka od 8.1% manje proizvodnje nego 2019. godine. Što se tiče Hrvatske, industrijska proizvodnja je smanjena za 2.8%, a najveći pad se primjećuje kod proizvodnje odjeće, motornih vozila i dijelova te pića. No, nisu sve industrije osjetile pad proizvodnje, štoviše, neke su i povećale istu poput kemijske industrije sa rastom od 11.3%. Također, rast bilježi i proizvodnja metalnih proizvoda te farmaceutska industrija. Blagi rast je ostavila i proizvodnja električne energije i plina.⁵¹

3.2.3. Tercijarni sektor

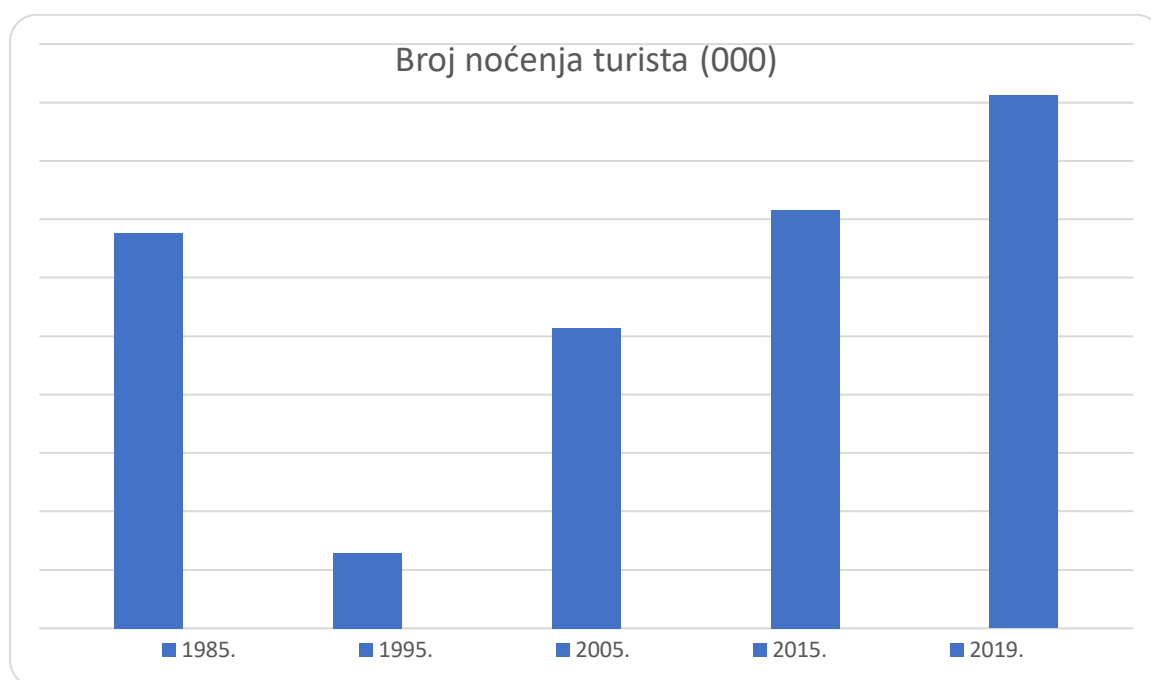
Jedna od najvažnijih gospodarskih grana Hrvatske je turizam koji pripada uslužnim djelatnostima. Svake godine sve veći broj turista posjećuje Hrvatsku zbog predivnih ljepota, atrakcija te znamenitosti. Kako zemlja obiluje prirodnim ljepotama poput otoka, parkova prirode i znamenitosti, čistim morem, ugodnom klimom i bogatom ponudom sve veći broj ljudi iz inozemstva želi posjetiti Hrvatsku. Sve to je pridonijelo statusu Hrvatske kao jedne

⁵¹Hanzl Ž., Zubak D. (2020), Hrvatsko gospodarstvo 2020. godine, Hrvatska gospodarska komora, preuzeto 22.08.2022. s <https://hgk.hr/documents/hrvatsko-gospodarstvo-2020-web6107a81e2f243.pdf>

od najposjećenijih zemalja Sredozemlja. Turizam je najviše razvijen tijekom ljetnih mjeseci, odnosno ljetne turističke sezone u primorskim krajevima.⁵²

Tijekom 2019. godine ostvaren je velik broj dolazaka i noćenja turista što potvrđuje kako je svake godine sve više i više turista koji dolaze posjetiti Hrvatsku. Konkretno, podaci iz 2019. godine govore kako je bilo 19.6 milijuna dolazaka te 91.2 milijuna noćenja turista što je povećanje od 4.8% dolazaka i 1.8% noćenja u odnosu na 2018. godinu. Što se tiče podjele turista, uvjerljivo je više stranih turista nego domaćih. Najviše turista bilo je iz Njemačke, Slovenije i Austrije. Kao najposjećenija županija može se izdvojiti Istarska sa 4.5 milijuna dolazaka i 26.4 milijuna noćenja.⁵³ Nadalje, broj zaposlenih u sektoru turizma svake godine sve više raste te je 2019. godine ukupan broj zaposlenih bio preko 108 000. Prihodi od turizma su također u plusu što potvrđuje podatak o prihodu 2019. godine koji je iznosio oko 10.500 milijuna eura što je oko 19.5% BDP-a.⁵⁴

Grafikon 8: Broj noćenja turista u milijunima 1985. – 2019.



Izvor: Izrada autora prema Ministarstvu turizma Republike Hrvatske

⁵² Gržinić J. (2019.) Uvod u turizam – povijest, razvoj, perspektive., Sveučilište Jurja Dobrile Pula. Preuzeto s: <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A3111/datastream/FILE0/view>

⁵³ Državni zavod za statistiku RH (2020), Dolasci i noćenja turista u 2019., preuzeto 23.08.2022. s https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200228_DZS_turizam2019.pdf

⁵⁴ Ministarstvo turizma RH, Turizam u brojkama 2019. godine, preuzeto 23.08.2022 https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf

Navedeni grafikon prikazuje broj noćenja turista u milijunima u periodu 1985. – 2019. godine. Dakle, 80-ih godina prošlog stoljeća turizam je bio popularan te se ostvario veliki broj noćenja, no desetak godina kasnije dogodio se drastičan pad zbog rata u Hrvatskoj. Godinama kasnije broj noćenja se počeo polako povećavati te je svake godine zabilježen sve veći rast. No, 2019. godine je zabilježen najveći porast noćenja te je on iznosio oko 91.2 milijuna noćenja.

Promatrajući 2019. godinu, hrvatsko gospodarstvo je bilo u dobrom položaju, ali dolaskom pandemije 2020. godine situacija se promijenila. Tercijarni, odnosno uslužni sektor osjetio je negativne posljedice jer je došlo do skraćivanja radnog vremena i zatvaranja što je uzrokovalo probleme za rad trgovina, obrtničkih usluga i slično. Gospodarska grana koja je najviše osjetila krizu 2020. godine je turizam. Naime, broj noćenja se drastično smanjio za čak 55.3%. U ovom slučaju više je bilo domaćih nego stranih turista što dokazuju podaci kako su strani turisti ostvarili 42% noćenja iz 2019. godine, a domaći čak 76.3%. Kako su inozemna putovanja bila ograničena, ljudi nisu mogli toliko putovati. Rezultat je ljetovanje domaćih turista na domaćoj obali dok inozemni turisti nisu toliko mogli dolaziti u Hrvatsku. Osim toga, tijekom 2020. godine je ostvareno 7 milijuna dolazaka što je 36.8% iz 2019. godine. Što se tiče noćenja, ostvareno je 40.8 milijuna što je 44.7% iz 2019. godine. Gledajući emitivna tržišta, najveći pad ostvarilo je Ujedinjeno Kraljevstvo s čak – 86.2%. Kako je turizam najveća uslužna djelatnost hrvatskog gospodarstva, pandemija je imala velik utjecaj na isti i to se osjetilo u padu udjela u BDP-u. Naime, 2019. godine udio turizma u BDP-u bio je oko 20% dok je 2020. godine pao na 9.8%. Govoreći o prihodima u turizmu, 2020. godine je prihod iznosio 4.8 milijardi eura što je 54.3% manje nego 2019. godine.⁵⁵ Također je primijećen pad broja zaposlenih u turizmu 2020. godine u odnosu na 2019. godinu. Naime, 2020. je broj zaposlenih iznosio 106 000 dok je 2019. iznosio 108 000.⁵⁶

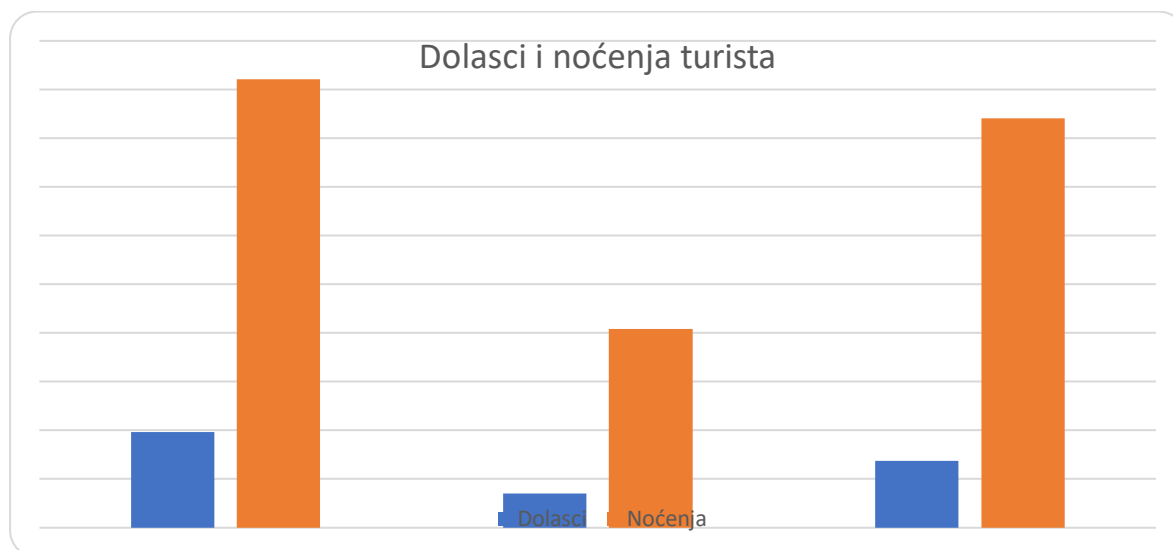
Nakon spomenute 2020. godine, u nastavku će se osvrnuti na turizam 2021. godine radi usporedbe kako je pandemija utjecala godinu kasnije. Hrvatska je ostvarila 13.8 milijuna dolazaka i 84.1 milijun noćenja što je povećanje od 77% dolazaka te 55% noćenja u odnosu na 2020. godinu. Strani turisti su ostvarili 71.9 milijuna noćenja dok su domaći turisti ostvarili 12.3 milijuna noćenja. Što se tiče usporedbe sa 2019. godinom, ostvareno je 67% dolazaka te 77% noćenja u odnosu na 2019. godinu. Kao i 2019. godine najviše noćenja

⁵⁵Hanzl Ž., Zubak D. (2020), Hrvatsko gospodarstvo 2020. godine, Hrvatska gospodarska komora, preuzeto 23.08.2022 [shttps://hgk.hr/documents/hrvatsko-gospodarstvo-2020-web6107a81e2f243.pdf](https://hgk.hr/documents/hrvatsko-gospodarstvo-2020-web6107a81e2f243.pdf)

⁵⁶ Ministarstvo turizma RH, Turizam u brojkama 2020. godine, preuzeto 23.08.2022 https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf

ostvareno je u Istarskoj županiji, njih čak 23.5 milijuna. Što se tiče emitivnih tržišta najveći postotak je zauzela Njemačka, odnosno 2.9 milijuna.⁵⁷

Grafikon 9: Usporedba broja dolazaka i noćenja turista 2019. – 2021.



Izvor: Izrada autora prema Hrvatskoj turističkoj zajednici

Prikazani graf pokazuje usporedbu dolazaka i noćenja turista u periodu 2019. – 2021. godine. Kao što je već spomenuto, pandemija je utjecala na drastičan pad dolazaka i noćenja turista 2020. godine, no vidljivo je popravljeno stanje 2021. godine te je zabilježeno više dolazaka i noćenja u odnosu na 2020. godinu.

Nadalje, pandemija je svakako ostavila traga i na promet. Kada su donesene mjere zaštite, određene su se odnosile i na promet. Primjerice, ljudi su se manje kretali pa je promet bio rjeđi, manje ljudi se vozilo javnim prijevozom, manje je bilo vozila na cestama i slično. Velik broj ljudi je radio od kuće, uvedena je online nastava pa su ulice i ceste bile praznije nego inače. Sve to potvrđuju podaci kako je 2020. godine prevezeno oko 13.6 milijuna putnika što je pad od 42.2% u odnosu na 2019. godinu. Autobusni prijevoz bilježi pad od 49.5% dok se željeznicama vozilo 25% putnika manje.⁵⁸

⁵⁷ Hrvatska turistička zajednica (2022), U 2021. godini Hrvatsku posjetilo gotovo 14 milijuna turista, preuzeto 23.08.2022 <https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/u-2021-godini-hrvatsku-posjetilo-gotovo-14-milijuna-turista>

⁵⁸ Nacionalni plan sigurnosti cestovnog prometa, ANALIZA: Covid pandemija i sigurnost cestovnog prometa, preuzeto 23.08.2022 s <https://npscp.info/vijesti/item/678-analiza-covid-pandemija-i-sigurnost-cestovnog-prometa>

Uzevši u obzir 2021. i 2022. godinu, tijekom 2022. godine prevezeno je 25.4 milijuna putnika što je porast od 83.1% u odnosu na 2021. godinu kada je prevezeno 13.9 milijuna putnika. Također, 2022. godine raste autobusni prijevoz, zračni te željeznički.⁵⁹

Još jedna djelatnost koja je osjetila pad je trgovina. Promet trgovina je tijekom 2020. godine pao za 5.8% u odnosu na 2019. godinu. Najveći pad osjetio se u prodaji odjeće i obuće za 31.1% te motornih vozila za 26.1%. Jedine struke koje su ostvarile porast u prodaji su trgovina internetom ili poštom za 12.6% te farmaceutski i medicinski proizvodi za 5.8%. Uspoređujući 2021. godinu sa 2019. godinom, podaci govore kako je promet u trgovinama porastao za 5.6%. Što se tiče usporedbe prometa trgovina u prosincu 2021. u odnosu na prosinac 2019. godine, vidljiv je porast od 11.9%, a najviše se očituje u trgovini internetom ili poštom za 23.6%.⁶⁰ Tijekom pandemije veliki porast doživjela je online trgovina. Kako je veliki broj ljudi bio ograničen kretanjem ili su radili kod kuće, odlučili su se za online trgovine, od namirnica do odjeće i obuće. Prema podacima Eurostata, tijekom 2020. godine 73% ljudi kupovalo je online putem interneta, a najviše u dobi od 25 do 54 godine. Slijedom toga može se reći kako je Internet trgovina jedna od rijetkih koja je bilježila rast tijekom 2020. godina, a to dokazuje podatak od DZS-a o rastu od 12.6%.⁶¹

3.2.4. Kvartarni sektor

Pandemija COVID-19 imala je utjecaja i na sustav obrazovanja. Naime, preko milijardu učenika nije moglo pohađati škole jer su većinom bile zatvorene, a učenicima su bile uskraćene mogućnosti obrazovanja. Nastava se počela održavati online, odnosno putem interneta u obliku mrežnog učenja. Što se tiče Hrvatske, objavljena su 3 modela nastave:

- Model A: nastava se održava u školi
- Model B: dio nastave u školi, dio iz daljine
- Model C: nastava se u potpunosti odvija van školske ustanove⁶²

⁵⁹ Državni zavod za statistiku, Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje, preuzeto 23.08.2022 s <https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/transport.html>

⁶⁰ Državni zavod za statistiku, Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje, preuzeto 23.08.2022 s https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/trgovina_12_21.html

⁶¹ Hrvatska gospodarska komora, Trgovina se ubrzano digitalizira, tko ne prati te promjene neće biti konkurentan, preuzeto 24.08.2022 s <https://hgk.hr/odjel-trgovinu/trgovina-se-ubrzano-digitalizira-tko-ne-prati-te-promjene-nee-biti-konkurentan-najava>

⁶² Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Modeli nastave, preuzeto 24.08.2022 s <https://i-nastava.gov.hr/vijesti/modeli-nastave/65>

Prema odluci nastava za učenike od 1. do 4. razreda osnovne škole nastava se provodila po modelu B, znači dio u školama i dio od kuće. Za učenike od 5. do 8. razreda i učenike srednjih škola nastava je bila po modelu C, odnosno online. Prilikom odvijanja nastave uživo bile su uvedene mjere poput higijene i dezinfekcije ruku, fizičkog razmaka, odvojenosti prostora u kojem sjede skupine, mjerenja temperature, čišćenja prostorija, provjetravanja, nošenja maski i slično. Time se nastojalo što više zaštititi učitelje i djecu, ali i suzbiti daljnje širenje virusa.⁶³

Akademsko obrazovanje su također obilježili pandemijski uvjeti i drugačija nastava. Većina fakulteta održavala je nastavu online što je uzrokovalo prilagodbu studenata, ali i profesora. S jedne strane tu su prednosti online nastave poput više slobodnog vremena, manje putovanja, bolja organiziranost, više vremena za učenje i slično. S druge strane tu su neki nedostaci, pogotovo za studente prvih godine, poput nedostatka kontakta uživo, nedostatak motivacije, nepotpun doživljaj studiranja, manjak socijalizacije i slično. Isto tako tu su se često javljali i tehnički problemi koji su otežavali odvijanje nastave.⁶⁴

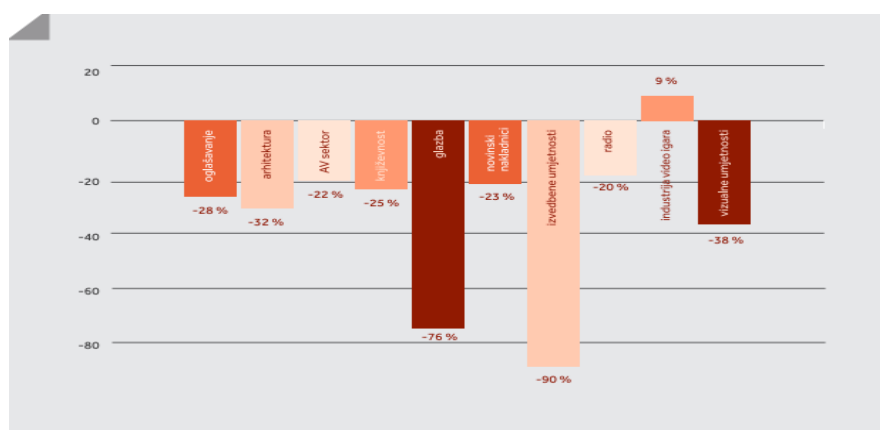
Pandemija je utjecala i na kulturni sektor u smislu otkazivanja većine izvedbi diljem svijeta. Od festivala i konferencija do koncerata i izložbi, sve je otkazano, čak su se zatvorila kina, muzeji i slično. Kulturna industrija uvelike pridonosi gospodarstvu i prema podacima predstavljala je 4.4% BDP-a Europske unije. Dolaskom pandemije, ta industrija je doživjela financijske gubitke više od 30%.⁶⁵

⁶³Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Modeli i preporuke za rad u uvjetima povezanim s COVID-19, preuzeto 24.08.2022 s [https://mzo.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Modeli%20i%20preporuke%20za%20provedbu%20nastave%20u%202020-2021%20\(29.8.2020\).pdf](https://mzo.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Modeli%20i%20preporuke%20za%20provedbu%20nastave%20u%202020-2021%20(29.8.2020).pdf)

⁶⁴Hmelina M., Marković M. (2022), Utjecaj pandemije COVID-19 na visokoškolsko obrazovanje i nastavu, Zbornik radova 5. simpozija Veleučilišta Hrvatsko zagorje Krapina, preuzeto 24.08.2022. s: <https://www.bib.irb.hr/1205958>

⁶⁵Londero Šimleša S. (2021), Kulturne i kreativne industrije u postpandemijskom svijetu: utjecaj pandemije na poslovanje radijskih nakladnika u Hrvatskoj, preuzeto 24.08.2022 s: <https://hrcak.srce.hr/file/379723>

Grafikon 10: Promjene u prometu kulturnih i kreativnih industrija u 2020. godini



Izvor: LonderoŠimleša S. (2021), Kulturne i kreativne industrije u postpandemijskom svijetu: utjecaj pandemije na poslovanje radijskih nakladnika u Hrvatskoj, preuzeto 24.08.2022. s <https://hrcak.srce.hr/file/379723>

Prikazani grafikon prikazuje koliki je pad u kulturnoj i kreativnoj industriji tijekom 2020. godine. Vidljiv je najveći pad prometa u glazbi, čak 76%, te izvedbene umjetnosti za -90%.

Spomenut će se još i zdravstvo koje je jedno od najvažnijih sektora u borbi protiv koronavirusa i zaštiti zdravlja i sigurnosti stanovništva. Hrvatski zavod za javno zdravstvo predstavljao je prvo tijelo koje je uz Vladu Republike Hrvatske i Stožer organizirao i provodio epidemiološke mjere u svrhu suzbijanja koronavirusa. Liječnici, u odnosu na opću populaciju, imaju izraženije brige vezane za Covid-19 i brige vezane za funkcioniranje zdravstvenog sustava. Zdravstveni djelatnici pripadaju rizičnoj skupini zbog direktne izloženosti zarazi tijekom liječenja bolesnika. Liječenje, strah, stres, nedostatak osobne zaštitne opreme, moralne i emocionalne poteškoće zbog odvajanja od obitelji bili su svakodnevnica hrvatskih, kao i ostalih svjetskih liječnika. Ministar zdravstva donio je 11. ožujka 2020. Godine odluku o proglašenju epidemije bolesti Covid-19 te preporučio maksimalno smanjenje dolazaka pacijenata u ordinaciju što je prisililo liječnike na organizaciju i pomaganje pacijentima putem telekomunikacijskih kanala. Liste čekanja u bolnicama su počele rasti, ukinuli su se svi zahvati osim hitnih operacija, pacijenti su se suočili sa strogim ukidanjem posjeta što je nagnalo liječnike davanju psihološke podrške

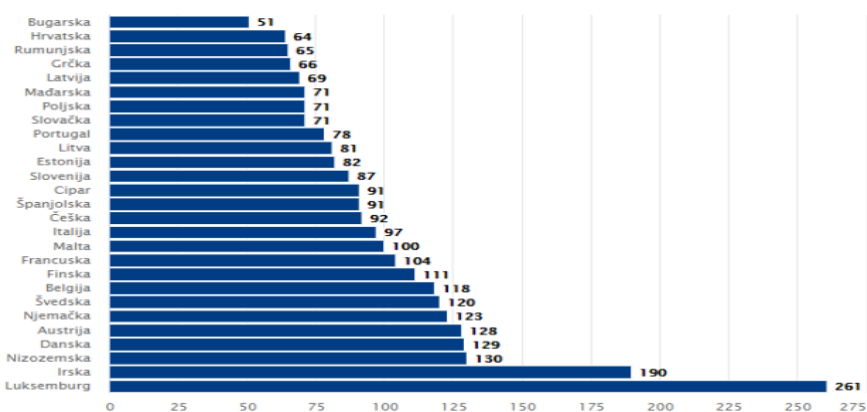
ljudima. Stvarne posljedice pandemije na zdravstveni sustav, kao i štetni učinci odgađanja zahvata osjetit će se tek za nekoliko godina.⁶⁶

3.3. Društvene i ekonomske posljedice pandemije Covid-19

Jedan od važnih ekonomskih pokazatelja gospodarstva zemlje je BDP, odnosno bruto domaći proizvod. Definira se kao pokazatelj ukupne vrijednosti usluga i dobara koji su proizvedeni u zemlji tokom godine. Sastavnice BDP-a su osobna potrošnja, investicije, državna potrošnja te razlika uvoza i izvoza. Osobna potrošnja se smanjila dok se državna potrošnja povećala. Bruto investicije su u porastu, a neto izvoz ima značajan pad.⁶⁷ Gledajući 2021. godinu u odnosu na 2020. godinu, BDP je 2021. veći za 10.2%. Na realan rast u tom razdoblju utjecale su komponente poput trgovine, pripreme i usluživanja hrane, informacija i komunikacije, poljoprivreda, obrazovanje i zdravstvena zaštita.⁶⁸

Nadalje, prikazat će se grafikon koji prikazuje BDP po stanovniku izražen po standardu kupovne moći. Prikazuje se stvarna kupovna moć stanovnika u članicama Europske Unije.

Grafikon 11: BDP po stanovniku



Izvor: Europska unija, Činjenice i podaci o životu u Europskoj uniji, preuzeto 24.08.2022. s https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/key-facts-and-figures/life-eu_hr

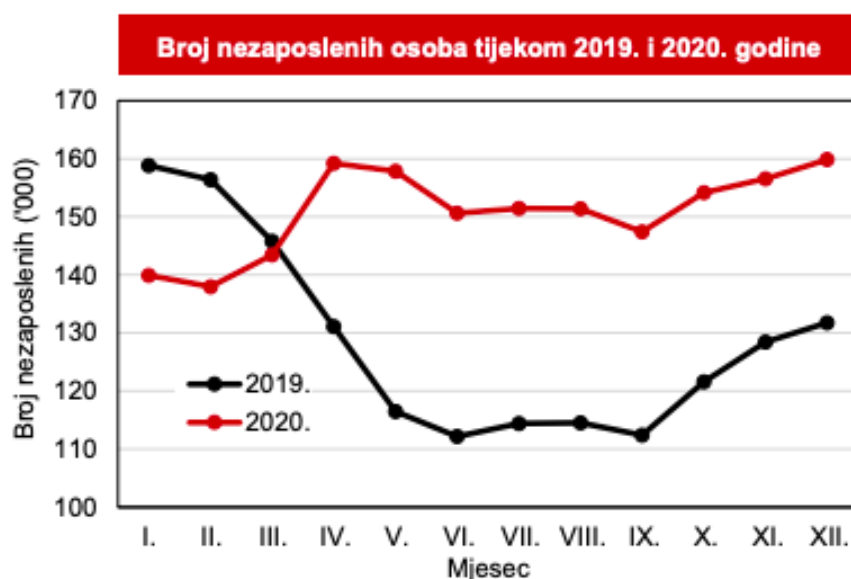
⁶⁶HZJZ, Utjecaj epidemije COVID-19 na korištenja primarne zdravstvene zaštite u RH, preuzeto 24.08.2022 s <https://www.hzjz.hr/sluzba-javno-zdravstvo/utjecaj-epidemije-covid-19-na-koristenja-primarne-zdravstvene-zastite-u-republici-hrvatskoj/>

⁶⁷Obadić A., Tica J. (2016.), Gospodarstvo Hrvatske, Zagreb, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, str. 3

⁶⁸Državni zavod za statistiku, Tromjesečni bruto domaći proizvod, preuzeto 24.08.2022. s <https://podaci.dzs.hr/2021/hr/35801>

Hrvatska je na 26. mjestu te samo Bugarska ima niži standard kupovne moći po stanovniku. Time je jasno kako Hrvatska znatno zaostaje za ostalim članicama EU. Druga važna stavka ekonomije određene države je stopa nezaposlenosti. Utjecajem pandemije stopa nezaposlenosti u Hrvatskoj se povećala u odnosu na dosadašnju stopu. U nastavku će biti prikazan grafikon koji dokazuje navedenu tvrdnju.

Grafikon 12: Kretanje broja nezaposlenih u RH 2019. – 2020. godine



Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje, Nezaposlenost, preuzeto 25.08.2022. s https://www.hzz.hr/content/stats/HZZ_Godisnjak_2020_lipanj-2021.pdf

Prema podacima iz grafikona primjećuje se kako je stopa nezaposlenosti znatno rasla u odnosu na 2019.godinu. Na kraju listopada 2020.godine, uz mjere očuvanja radnih mjesta stopa nezaposlenosti je i dalje bila veća u odnosu na listopad 2019.godine. Kroz sljedeću tablicu će se prikazati hrvatska slika nezaposlenosti.

Tablica 3: Broj nezaposlenih u RH 2019. – 2021.

GODINA	2019.	2020.	2021.
BROJ NEZAPOSLENIH	128.650	150.824	136.816

Izvor: Izrada autora prema Hrvatskom zavodu za zapošljavanje

Promatrano na razini tri godine, 2019., 2020. i 2021., vidljive su oscilacije broja nezaposlenih građana u Hrvatskoj. Dakle, 2019. godine je bila najmanja nezaposlenost i tome je razlog što je to predpandemijska godina. Nadalje, 2020. godine znatno raste broj nezaposlenih uslijed pojave koronavirusa zbog mnogih zatvaranja poduzeća ili potrebe za smanjenjem radnika. Trend broja nezaposlenih se počeo smanjivati tijekom 2021. godine, no još uvijek je viši nego prije pandemije, 2019. godine.

Hrvatska je i prije pandemije imala nižu stopu zaposlenosti zbog čega su ljudi masovno iseljavali i tražili siguran život u drugim vodećim državama što je pridonijelo ovim rezultatima koji su prikazani u grafikonima. Hrvatski zavod za zapošljavanje nudi svojim korisnicima kroz svoju bazu popis novih radnih mjesta, ali i usluge savjetnika koji pomažu u pronalasku posla i o informiranju korisnika. U vrijeme pandemije Vlada Republike Hrvatske donijela je i potpore za očuvanje radnih mjesta za djelatnosti pogođene korona krizom koje su znatno pomogle poslodavcima u prilagodbi na novonastalu gospodarsku situaciju.⁶⁹

Od početka pandemije mogu se vidjeti i različite društvene posljedice koje se događaju diljem svijeta. Potplaćeni zdravstveni djelatnici, vozači kamiona koji voze kroz najpogođenije regije, nemogućnost posjeta u bolnicama, nedostatak opreme i lijekova, nestašica hrane – sve su to faktori koji su utjecali na mentalno zdravlje ljudi. Zbog zatvaranja i masovnih ograničenja ljudi se bili primorani zaustaviti poslove i hobije koji su ih činili sretnima, krenula je borba za egzistenciju te su dane provodili boreći se s vlastitim mislima o mogućnosti zaraze, gubitku posla te nedovoljnim sredstvima kojima prehranjuju vlastitu obitelj.⁷⁰ Mnoga istraživanja dokazuju kako su ljudi koji su usamljeni i distancirani od drugih postali emotivno nestabilni i fizički nezdravi. Tijekom pandemije utvrđeni su mnogi psihološki učinci kod ljudi poput stresa, zbunjenosti, bijesa, anksioznosti i slično. Isto tako neki ljudi su osjetili simptome depresije, tjeskobe, promjene raspoloženja i nesanice. Također, treba spomenuti i djecu na koju veliki utjecaj može imati oboljenje ukućana ili bliske osobe, ali isto tako ako iskuse hospitalizaciju zbog bolesti. Posljedice pandemije ugrožavaju psihološke i fiziološke potrebe odraslih i djece te potrebe za ljubavlju i bliskošću.

⁶⁹Vlada Republike Hrvatske (travanj 2020.) Program konvergencije Republike hrvatske za 2020. i 2021. godinu, preuzeto 25.08.2022 s <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/2016/Sjednice/2020/Travanj/227%20sjednica%20VRH/Novi%20direktorij/227%20-%202%20Program%20konvergencije%20Republike%20Hrvatske%20za%202020.%20i%202021.%20godinu.pdf>

⁷⁰Hrvatska psihološka komora (2020.), Koronavirus i mentalno zdravlje, preuzeto 25.08.2022 s http://psiholoska-komora.hr/static/documents/HPK-Koronavirus_i_mentalno_zdravlje.pdf

Pandemija je sa sobom donijela utjecaje na sve aspekte života, posebice na mentalno zdravlje.⁷¹

⁷¹Antičević V. (2020.), Učinci pandemija na mentalno zdravlje, preuzeto 25.08.2022. s: <https://hrcak.srce.hr/file/378732>

4. ANALIZA POSLJEDICA I PROMJENA UZROKOVANIH PANDEMIJOM COVID-19 NA PODUZETNIŠTVO U UGOSTITELJSKOJ DJELATNOSTI U REPUBLICI HRVATSKOJ

Kroz ovo poglavlje analizirat će se detaljno koje posljedice i promjene je pandemija COVID-19 donijela na poduzetništvo u ugostiteljskoj djelatnosti u RH. Prvo će se opisati koja je uloga ugostiteljstva u Hrvatskoj, zatim slijedi usporedba ugostiteljske djelatnosti prije i tijekom pandemije. Nakon toga opisat će se koje su posljedice pandemije na ugostiteljstvo i na kraju koji su izazovi razvoja ugostiteljstva u budućnosti.

4.1. Uloga ugostiteljstva u Republici Hrvatskoj

Ugostiteljstvo ima znatnu ulogu u gospodarstvu Republike Hrvatske, posebno u turizmu te predstavlja ekonomski i receptivni temelj turizma. Mnogobrojna otvaranja ugostiteljskih objekata postavili su temelj za boravak, smještaj i opskrbu turista hranom i pićem u različitim turističkim odredištima. Za vrijeme masovnih kretanja turisti svoje egzistencijalne potrebe ispunjavanju kroz različite ugostiteljske djelatnosti. Kriterij turističke valorizacije predstavlja brojnost i raznolikost ugostiteljskih objekata u pojedinom turističkom odredištu s posebnim naglaskom na odredišta koja su slična po prepoznatljivosti i sadržaju. Pri tome mogu se izdvojiti tri vrste turističkih odredišta prema ponudi ugostiteljskih objekata:

- Turističko odredište s kvalitetnim i raznovrsnim ugostiteljskim objektima
- Turističko odredište s nedostatnom turističkom afirmacijom, ali izuzetnim privlačnostima i atrakcijama s naglaskom na nedostatak razvijenosti ugostiteljskih objekata
- Turistička odredišta sa skromnim biološkim i ekološkim bogatstvima koji unatoč tome bilježe izniman turistički razvoj zahvaljujući visokom nivou izgrađenosti⁷²

Iznimno je bitna prisutnost i razvijenost ugostiteljskih objekata, kao i raznolikost, velik asortiman sadržaja i prilagodljivost zahtjevima potražnje za razvoj turizma u određenom turističkom mjestu. Gledano s ekonomskog aspekta, turizam se izgrađuje kroz ugostiteljstvo, odnosno, ostvarivanjem profita unutar ugostiteljske djelatnosti, zapošljavanjem radnika i razvojem turističkih djelatnosti. Republika Hrvatska se odlučila napustiti masovni

⁷²Hrvatska enciklopedija (2021), Turizam, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, preuzeto s <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763>

turizam dok se istovremeno usmjerila razvitku selektivnih oblika turizma sukladno modelu održivog razvoja. Cilj takvog pristupa je nadgledanje suvremenih trendova, ponajviše unutar ugostiteljske djelatnosti koja će utjecati na lakšu identifikaciju i prilagodbu turističkoj ponudi i potražnji. Ugostiteljstvo kao djelatnost postalo je vrlo zanimljivo i mnogim bogatim stranim ulagačima koji su izuzetno bitni kako za ugostiteljstvo i turizam, tako i za samo gospodarstvo Republike Hrvatske.

4.2. Analiza i usporedba ugostiteljske djelatnosti prije i tijekom pandemije Covid-19

Kako bi se napravila kvalitetna analiza ugostiteljske djelatnosti prije pandemije Covid-19 i tijekom pandemije krenut će se s tablicom o dolascima turista iz različitih država u razdoblju 2018. - 2021. godine.

Tablica 4: Dolasci stranih turista 2018. – 2021. godine

TURISTI	2018. godina	2019. godina	2020. godina	2021. godina
Njemačka	2 783 513	2 881 284	1 480 454	2 737 013
Austrija	1 369 709	1 385 004	355 457	1 025 521
Slovenija	1 364 252	1 426 246	769 264	994 990
Italija	1 148 078	1 175 069	228 458	417 253
Poljska	929 184	932 678	642 927	957 439
Češka	755 104	742 248	481 458	720 913

Izvor: Izrada autora prema Državnom zavodu za statistiku

Tablica prikazuje kako je 2019.godina bila jača u odnosu na 2018.godinu prema broju dolazaka turista. Može se izdvojiti Češka čijeg je stanovništva bilo manje za oko 12000 turista u odnosu na 2018. godinu. Iz tablice je vidljiv porast broja turista tijekom 2021. u odnosu na 2020. godinu. Konkretno, najveća razlika se primjećuje u dolasku austrijskih i njemačkih turista. Sveukupno gledajući može se zaključiti kako je 2019. godina i dalje imala najbrojnije turiste, no stanje se popravilo te je ostvaren velik broj dolazaka stranih turista 2021. godine u odnosu na 2020. godinu.

Za hrvatski turizam i ugostiteljstvo 2019. predpandemijska godina donijela je čak 21 milijun dolazaka i 108,6 milijuna noćenja što je 2,4% više nego u 2018. godini. Strani turisti su ostvarili 18,3 milijuna dolazaka i 94,8 milijuna.⁷³ Prema preliminarnim podacima istraživanja TOMAS Hrvatska dnevna potrošnja turista iznosi 97 eura po danu. 2019. godina bila je svojevrsna prekretnica za provođenje velikih promotivnih kampanja kojima će cilj biti jačanje nacionalnog turističkog brenda i promocije turističke ponude u razdobljima predsezone i postsezone.⁷⁴

Tablica 5: Prihodi i BDP u turizmu 2018. – 2021. godine (u milijunima €)

	2018.	2019.	2020.	2021.
PRIHODI (mil. EUR)	10 096 5	10 539 1	4 813 5	9 121 8
BDP (mil. EUR)	51 527	53 983	50 224	57 232
UDIO BDP-A U TURIZMU (%)	19,6	19,5	9,6	15,9

Izvor: Izrada autora prema Hrvatskoj turističkoj zajednici

Prikazana tablica pokazuje prihode u turizmu od 2018. do 2021. godine te koliki je udio turizma u BDP-u Hrvatske. Iz podataka je vidljivo kako su prihodi i BDP tijekom 2018. i 2019. godine veoma slični, dok se nagli pad dogodio 2020. godine kada je pandemija bila u jeku. Naime, prihodi su drastično pali za više od 50%, a samim time i udio turizma u BDP-u. Što se tiče 2021. godine, situacija se popravila te je zabilježen rast i prihoda i udjela u BDP-u.

Tablica 6: Broj zaposlenih u turizmu 2018. – 2021. godine

2018.	2019.	2020.	2021.
103 000	115 000	99 000	103 000

Izvor: Izrada autora prema Hrvatskoj turističkoj zajednici

⁷³Ministarstvo turizma RH, Turizam u brojkama 2019. godine, preuzeto 25.08.2022 s https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf

⁷⁴Marušić, Z., Čorak, S., Ivandić, N. i Beroš, I. (2020.), Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Hrvatska 2019., Institut za turizam, preuzeto 25.08.2022 s <http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf>

Tablica prikazuje broj zaposlenih tijekom 2018. – 2021. godine u sektoru turizma. Naime, može se primijetiti kako je broj zaposlenih drastično pao tijekom 2020. godine kada je pandemija počela. Situacija je krenula nabolje tijekom 2021. godine te je broj zaposlenih bio jednak kao i 2018. godine.

Tablica 7: Dolasci turista po vrstama objekata

	2019.	2020.
HOTELI	6640 000	1535 000
TURISTIČKANASELJA	621 000	188 000
TURISTIČKI APARTMANI	198 000	49 000
KAMPOVI	2769 000	1201 000
KUĆANSTVA	8135 000	3637 000
LJEČILIŠTA	12 000	6 000
ODMARALIŠTA	17 000	4 000
HOSTELI	440 000	91 000
OSTALO	727 000	289 000
NEKATEGORIZIRANI OBJEKTI	6 000	4 000
UKUPNO	19 565 000	7000 000

Izvor: Izrada autora prema Ministarstvu turizma Republike Hrvatske

Iz priloženih podataka u tablici mogu se vidjeti veliki padovi u 2020. godini u dolascima turista u različite vrste turističkih objekata. Kako su turizam i ugostiteljstvo dvije srodne djelatnosti, samim padom dolaska i noćenja turista, u ugostiteljstvu se znatno osjeti pad prihoda zbog manjka gostiju koji će konzumirati piće, naručivati hranu ili koristiti druge usluge ugostiteljske djelatnosti. Također, iz tablice je vidljivo kako su najpopularnije vrste objekata kućanstva, hoteli i kampovi.

Tablica 8: Rezultati poslovanja poduzetnika u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane 2020. i 2021. godini

	BROJ PODUZETNIK A	BROJ ZAPOSLENIH	UKUPNI PRIHODI	DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA
2020.	13 060	65 147	11 874	-3 411 732
2021.	13 311	71 175	28 818 271	1 804 850

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Fine

Tablica prikazuje rezultate poslovanja poduzetnika u ugostiteljstvu tijekom 2020. i 2021. godine. Prema podacima dostupnima s FINA-e uočljiva je razlika poslovanja kada je pandemija bila na vrhuncu, odnosno 2020. godine te godinu kasnije, odnosno 2021. godine. Dakle, 2020. godine bilo je manji broj poduzetnika, samim time i zaposlenih te je zabilježen gubitak tijekom te godine. Sljedeće godine je zabilježen rast ugostiteljstva što se može očitati u većem broju poduzetnika, zaposlenih, ali i ukupnog prihoda. Također, 2021. godina u ugostiteljstvu bilježi dobit.

4.3. Posljedice pandemije Covid-19 na ugostiteljsku djelatnost

Kako je navedeno i u prethodnim poglavljima, aktualna pandemija Covid-19 iznimno je utjecala na hrvatske ugostitelje. Već u prvom valu pandemije, Stožer Republike Hrvatske donio je odluku o obustavi rada i epidemiološkim mjerama svih djelatnostima koje nisu neophodne za život, uključujući i ugostiteljsku djelatnost. Izdane su epidemiološke mjere koje su pred ugostitelje stavile veliki izazov i kušnju kako održati vlastiti posao i radnike kojima egzistencija ovisi o održanju tog biznisa. Ugostiteljski objekti imali su dozvolu samo pripremati i dostavljati hranu i piće bez mogućnosti dolaska gosta u objekt.⁷⁵ Najveći nominalni pad zabilježili su catering i svadbene sale koji čine od oko 25% ukupnog prometa u ugostiteljstvu. Problemi ugostitelja su višestruki, uz bitno ograničen rad u pandemijskim uvjetima do visokog poreznog opterećenja i gorućeg problema nedostatka kvalitetnog osoblja. Dva lockdowna su ih dovela do potpune blokade, a mjere ekonomske pomoći nisu bile dostatne kako bi se pokrio nedostatak prometa i prihoda. Ugostitelji su bili prinuđeni

⁷⁵Preporuke za rad ugostiteljskih objekata, Hrvatski zavod za javno zdravstvo, preuzeto 25.08.2022 https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2020/03/Preporuke_za_rad_ugostiteljskih_objekata_ver_4_11_10_2020_.pdf

zaduživati se kod banaka kako bi održali likvidnost, nadoknadili fiksne troškove te spasili poslovanje i radna mjesta. Oslanjajući se na lijepu vremensku prognozu, određeni ugostitelji su uspjeli proširiti terase, međutim, nisu mogli kompenzirati ograničenja postavljenja epidemiološkim okvirom.⁷⁶

U cilju bolje sistematizacije napravljena je kvalitativna analitička metoda – SWOT analiza koja kroz četiri čimbenika želi prikazati snage, slabosti, prijetnje i prilike određene pojave, u ovom slučaju, pandemije Covid-19.

Tablica 9: SWOT analiza

<u>S</u> ● potpore za očuvanje radnih mjesta ● potpore za pokriće fiksnih troškova ● mogućnost dostave i isporuke pića i hrane ● mogućnost opstanka na tržištu	<u>W</u> ● financijska kriza ● smanjenje obujma posla uslijed ograničenja ● nedostatak radne snage uslijed izolacija ● povećanje troškova ● smanjenje financijske moći građana ● istek roka pića i hrane koje neće uspjeti biti prodane
<u>O</u> ● proširenje asortimana ● edukacija zaposlenih prilikom obustave rada ● mogućnost izvedbe poslovnog plana za bolje poslovanje ● preuređenje ugostiteljskog objekta	<u>T</u> ● mogućnost potpunog zatvaranja ugostiteljskog objekta (stečaj) ● mogućnost otpuštanja radne snage ● oboljenje zaposlenih ● podizanje cijena dobavljača

Izvor: Izrada autora prema Hrvatskoj gospodarskoj komori

4.4. Izazovi razvoja ugostiteljske djelatnosti u budućnosti

Zahvaljujući projektu predviđanja potražnje za vještinama „SkillsForecast” koji provodi Cedefop moguće je dobiti uvid u to kako bi poslovni ugostiteljski svijet mogao izgledati do 2030.godine i predvidjeti buduće trendove u zapošljavanju. Pretpostavlja se otvaranje mnogo novih radnih mjesta, čak oko 3 milijuna u razdoblju od 2018. do 2030.

⁷⁶Hrvatska gospodarska komora, Upute i preporuke za ugostitelje, preuzeto 25.08.2022. s <https://www.hgk.hr/upute-za-ugostiteljske-objekte>

godine. Također, očekuje se rast zaposlenih na mjestima direktora u ugostiteljstvu i trgovini na malo za 410 000 radnih mjesta, odnosno oko 10%. Osim toga postoje još neki pokretači promjena koji imaju važnu ulogu, a nabrojani su u nastavku:

- Nova generacija radnika
- Starenje stanovništva diljem EU-a
- Tehnološke promjene
- Povećanje obujma poslovanja putem raznih kanala
- Razvoj pravnog i regularnog okvira⁷⁷

Navedene promjene će oblikovati neke nove trendove koji će biti aktualni u pogledu ugostiteljske djelatnosti. Prvenstveno tu je važna nova generacija radnika koja će imati različita očekivanja, ali i zahtjeve. Mlade generacije očekuju bržu i jednostavniju komunikaciju s nadređenima što zahtjeva prilagodbu upravljačkog pristupa. Nadalje, starenje stanovništva također donosi izazove. Kako iskusni djelatnici odlaze u mirovinu može se pojaviti nedostatak određenih vještina koje su stariji djelatnici imali, a mladi ih ne posjeduju. Isto tako već su se pojavile neke tehnološke promjene koje su utjecale na radna mjesta, poput samoposlužnih blagajni, a s vremenom se očekuje još veća inovativnost. Kako je digitalizacija sve naprednija sve više poslovanja se odvija putem digitalnih kanala. To može predstavljati izazov za uslužne djelatnosti jer će potrošači postati zahtjevniji, a zaposlenici će morati proći osposobljavanje kako bi riješili njihove zahtjeve. Pravni i regulatorni okviri morat će biti dobro proučeni od strane direktora kako bi izbjegli potencijalne probleme.⁷⁸

Glavni cilj je prepoznati ispravno kvalitetne potencijalne kandidate za radna mjesta i uključiti ih u program usavršavanja. Za razvoj glavnih upravljačkih vještina bitno je kandidata uključiti u programe osposobljavanja u području upravljanja koje se može provesti i unutar i van poduzeća. Važno je osigurati osposobljavanje za rukovoditelje o bitnim tehnološkim kretanjima u njihovu sektoru. Na samom kraju, važno je spomenuti kako je za nastavak i održavanje poslovanja bitno osigurati zaposleniku sigurno poslovno okruženje i sigurne radne uvjete.⁷⁹

⁷⁷ Europska komisija (2020), Budućnost rada: direktori u ugostiteljstvu i trgovini na malo, preuzeto 27.08.2022 s https://ec.europa.eu/eures/public/future-work-hospitality-and-retail-managers-2020-03-24_hr

⁷⁸ Europska komisija (2020), Budućnost rada: direktori u ugostiteljstvu i trgovini na malo, preuzeto 27.08.2022 s https://ec.europa.eu/eures/public/future-work-hospitality-and-retail-managers-2020-03-24_hr

⁷⁹ Katavić I., Konjevod B. (2020.) Poslovni modeli nakon Covid 19: kako postati bolji i uspješniji, Europska poslovna škola Zagreb, preuzeto 27.08.2022. s: <https://hrcak.srce.hr/clanak/361208>

Inovativnost je važna karakteristika u ugostiteljstvu koja s godinama raste. Inovacije su oduvijek težile promjenama za kvalitetnijim i boljim sadržajem u odnosu na trenutno. Konkretno, u ugostiteljstvo to znači biti korak ispred gosta, odnosno ponuditi gostu nešto što ne predviđa i ne očekuje. Inovacije postoje oduvijek te su s godinama sve naprednije. U kontekstu ugostiteljstva predviđaju se uslužne, procesne, menadžment i marketing inovacije.⁸⁰ Uslužne inovacije se odnose na dolazak nekih novih usluga koje poboljšavaju i unapređuju boravak gosta u ugostiteljskom objektu, a najčešće se to odnosi na dodatne usluge. Pružanjem različitih, inovativnih i novih usluga povećava se vjerojatnost za većim interesom gostiju, ali može rezultirati i pozitivnim reakcijama te povećati zadovoljstvo gostiju. Nadalje, procesne inovacije tiču se nekih promjena koje uključuju efikasnije metode usluživanja, povećanu automatizaciju i slično u svrhu unapređenja produktivnosti i efikasnosti. Zatim su tu menadžment inovacije koje uključuju metode u menadžerskim strukturama, odnosno u upravljanju. Time se želi postići bolja unutarnja komunikacija, organiziranost, upravljanje radnicima, odgovornost te razvoj karijera i slično. Kod marketing inovacija očekuju se metode kojima će se unaprijediti promotivne aktivnosti, dizajn, komunikacija i slično. Sve ove nabrojane vrste inovacija ne bi bile moguće bez radnika, gostiju i konkurencije koji ustvari unapređuju rad u ugostiteljstvu, ali su i međusobno povezani. Svatko od njih čini izvor inovacija koji međusobnom komunikacijom i suradnjom mogu doprinijeti boljitku ugostiteljske djelatnosti.⁸¹

⁸⁰ Laškarin Ažić M. (2018.), Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, preuzeto 27.08.2022. s: https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/laskarin_azic_upravljanje%20odnosima%20s%20gostima.pdf

⁸¹ Laškarin Ažić M. (2018.), Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, preuzeto 27.08.2022. s https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/laskarin_azic_upravljanje%20odnosima%20s%20gostima.pdf

5. ZAKLJUČAK

Na osnovu svih poglavlja koja su obrađena, može se zaključiti kako je ugostiteljstvo jedan od najvažnijih sektora hrvatskog gospodarstva i ekonomski temelj turizma. Donosi značajne prihode gospodarstvu, otvaranje novih radnih mjesta te brojne mogućnosti i prilike za poduzetnike. Također, ovaj sektor izložen je mnogim promjenama i prilagodbama te je izuzetno podložan ekonomskim, financijskim, vremenskim i političkim faktorima.

Situacija koja je zahvatila cijeli svijet uvelike je ostavila utjecaja na cijelo gospodarstvo, a posebice na ugostiteljstvo. Dogodile su se mnoge promjene kojima se trebalo prilagoditi, ali i posljedice. Gotovo svaka grana i sektor hrvatskog gospodarstva osjetili su promjene uzrokovane pandemijom Covid-19. Kroz ovaj rad pokušalo se istražiti koje promjene su se dogodile te što je to značilo za svaki sektor gospodarstva. Pomnijom analizom može se zaključiti kako su svi sektori bili podložni učincima koronavirusa, bili oni negativni ili pozitivni. Općenito gledajući, tercijarni, odnosno uslužni sektor najviše je osjetio te posljedice upravo zbog toga što se odnosi na direktan kontakt sa ljudima. Ograničavanje okupljanja, druženja, distance, nošenje maski i slično su sve mjere kojima se pokušalo suzbiti širenje virusa, a samim time je to imalo utjecaja na poslovanje mnogih sektora. Pandemija je također donijela posljedice društvenog i ekonomskog karaktera. S jedne strane tu su ekonomske posljedice koje se ponajviše odnose na BDP koji je znatno manji u odnosu na prethodne godine. Smanjena proizvodnja, manja osobna potrošnja i ograničavanje kretanja robe elementi su koji su utjecali na smanjenje bruto domaćeg proizvoda. Također, tu je i nezaposlenost koja se povećala u doba koronakrize, posebice u uslužnom sektoru. Sukladno tome donesene su potpore za očuvanje radnih mjesta od strane Vlade za djelatnosti koje su pogođene ovom krizom. S druge strane, osim financijskih i poslovnih posljedica, pandemija je uvelike utjecala i na društveni život stanovnika. Konkretno, mentalno zdravlje ljudi je postalo narušeno najviše zbog određenih mjera poput izolacija, distanciranja, nemogućnosti druženja i slično. Osim toga, sve više se počela javljati anksioznost, tjeskoba i strah kod ljudi zbog neizvjesnosti i brige oko budućnosti.

Nadalje, naglasak ovog rada je na sektoru ugostiteljstva te kakve posljedice i promjene je donijela pandemija na isti. Kako je ugostiteljstvo uslužna djelatnost, tijekom koronakrize se susreće sa brojnim izazovima. Prvenstveno, ugostiteljstvo kao takvo ima značajnu ulogu u turizmu koji je važna gospodarska grana Hrvatske. Dolaskom pandemije, ograničila su se kretanja i druženja te se samim time smanjio broj turista na hrvatskom području. Kako je ugostiteljstvo usko povezano s turizmom, to se osjetilo i u tom sektoru.

Pojavili su se izazovi poput obustave rada koja je poduzetnicima u ugostiteljstvu donijelo veliku kušnju jer nisu imali prihode. Rast troškova i smanjenje prihoda natjerali su neke poduzetnike na otpuštanje radnika ili čak zatvaranje svojih objekata zbog nemogućnosti daljnjeg poslovanja.

Zaključno, cilj ovog rada bio je utvrditi utjecaj Covid – 19 pandemije na ugostiteljstvo, odnosno kakve su se posljedice i promjene pojavile poduzetnicima u ugostiteljskoj djelatnosti. Detaljnim opisima, analizama i usporedbama uočeno je kako je koronavirus utjecao na mnoge aspekte gospodarstva i života, a posebice na uslužnu djelatnost poput ugostiteljstva. Negativne posljedice odrazile su se na gospodarstvo, poslovni svijet, ekonomsku situaciju, ali i osobni život stanovnika. Koronavirus je donio i mnoge izazove sa kojima se susreću poduzetnici u ugostiteljstvu, ali i drugim gospodarskim sektorima. Ovo je svakako donijelo mnoge promjene i iziskuje prilagodbu novonastaloj situaciji, ali i donosi izazove za život i poslovanje u budućnosti. Kako je pandemija i dalje prisutna, na poduzetnicima i ugostiteljima je trnovit put održavanja te poboljšanja poslovnih rezultata. No, uz prilagodbu, organizaciju, edukaciju i praćenje novih tehnoloških trendova zasigurno će njihov poslovni put imati uspjeha i donijeti znatne prihode.

POPIS LITERATURE

1. Antičević, V. (2021). Učinci pandemija na mentalno zdravlje. *Društvena istraživanja*, 30 (2), 423-443. <https://doi.org/10.5559/di.30.2.12>
2. Arčabić, V. (2020). Koronakriza i što Hrvatska može naučiti iz dosadašnjih recesija. *Ekonomika politika Hrvatske u 2021. Hrvatska poslije pandemije*, 21. preuzeto s: <https://www.bib.irb.hr/1093799>
3. Bogdan A. (2020), Utjecaj koronavirusa na građevinski sektor u Hrvatskoj, *Građevinar* 4/2020, preuzeto 21. kolovoza 2022. <http://casopis-gradjevinar.hr/assets/Uploads/JCE-72-2020-4-8-R3.pdf>
4. Cerović Milohnić, I. (2004). ULOGA MALIH UGOSTITELJSKIH PODUZEĆA U POVEĆANJU KONKURENTNOSTI OPATIJSKE RIVIJERE. *Tourism and hospitality management*, 10 (2), 143-149. <https://doi.org/10.20867/thm.10.2.7>
5. Čavrak, V., Družić, I., Barić, V., Grahovac, P., Gelo, T., Karaman Aksentijević, N., Mrnjavac, Ž. ... Tica, J. (2011.), *Gospodarstvo Hrvatske*, Zagreb: Politička kultura
6. Developing Successful Business Ideas Developing an effective business model Recognizing opportunities and generating ideas. (n.d.). Retrieved September 26, 2022, from Mim.ac.mw website: <http://www.mim.ac.mw/books/Barringers's%20Entrepreneurship%20Successfully%20Launching%20New%20Ventures.pdf>
7. Državni zavod za statistiku (2020.), Dolasci i noćenja turista u 2019 na dan 23.08.2022. [podatkovni dokument], preuzeto s https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200228_DZS_turizam2019.pdf
8. Državni zavod za statistiku, Građevinarstvo, preuzeto 22. kolovoza 2022. s <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/gradevinarstvo/>
9. Državni zavod za statistiku (2020.), Proizvodnja i prodaja industrijskih proizvoda (PRODCOM) u 2019., preuzeto 17. rujna 2022 s https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/02-01-05_01_2020.htm
10. Državni zavod za statistiku, Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje, preuzeto 23. kolovoza 2022. s <https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/transport.html>

11. EU digitalna COVID potvrda, preuzeto 18. kolovoza 2022. s <https://eudigitalnacovidpotvrda.hr/>
12. Europska komisija (2020), Budućnost rada: direktori u ugostiteljstvu i trgovini na malo, preuzeto 27. kolovoza 2022 s https://ec.europa.eu/eures/public/future-work-hospitality-and-retail-managers-2020-03-24_hr
13. Europska unija, Činjenice i podaci o životu u Europskoj uniji, preuzeto 24. kolovoza 2022. s https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/key-facts-and-figures/life-eu_hr
14. Franić, R. (2022). (ur.) *Zbornik radova znanstvenog skupa Utjecaj pandemije COVID 19 na hrvatsko gospodarstvo - dvije godine poslije* (A. Obadić& T. Gelo, Eds.).
15. Galičić, V. (2012). Uvod u ugostiteljstvo. In *Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija*.
16. Gržinić J. (2019.) Uvod u turizam – povijest, razvoj, perspektive., Sveučilište Jurja Dobrile Pula, preuzeto s: <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A3111/datastream/FILE0/view>
17. Hanzl Ž., Zubak D. (2020), Hrvatsko gospodarstvo 2020. godine, Hrvatska gospodarska komora, preuzeto 21. kolovoza 2022. s <https://hgk.hr/documents/hrvatsko-gospodarstvo-2020-web6107a81e2f243.pdf>
18. Marković, M., &Hmelina, M. (2022). Utjecaj pandemije COVID-19 na visokoškolsko obrazovanje i nastavu. *Zbornik radova 5. simpozija Veleučilišta Hrvatsko zagorje Krapina*, 52. preuzeto s <https://www.bib.irb.hr/1205958>
19. Hrvatska enciklopedija (2021), Poduzetništvo, preuzeto 23. kolovoza 2022. s <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=48956>
20. Hrvatska enciklopedija (2021), Ribarstvo morsko, preuzeto 26. kolovoza 2022. s <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=52714>
21. Hrvatska enciklopedija (2021), Stočarstvo, preuzeto 25. kolovoza 2022. s <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=58195>
22. Hrvatska enciklopedija (2021), Rudarstvo, preuzeto 26. kolovoza 2022. s <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=53615>
23. Hrvatska enciklopedija (2021), Ugostiteljstvo, preuzeto 24. kolovoza 2022. s <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=63009>
24. Hrvatska enciklopedija (2021), Turizam, preuzeto 24. kolovoza 2022. s <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763>

25. Hrvatska gospodarska komora, Trgovina se ubrzano digitalizira, tko ne prati te promjene neće biti konkurentan, preuzeto 24. kolovoza 2022. s <https://hgk.hr/odjel-trgovinu/trgovina-se-ubrzano-digitalizira-tko-ne-prati-te-promjene-nece-biti-konkurentan-najava>
26. Hrvatska gospodarska komora, Upute i preporuke za ugostitelje, preuzeto 25. kolovoza 2022. s <https://www.hgk.hr/upute-za-ugostiteljske-objekte>
27. Hrvatska poljoprivredna komora (2020), Utjecaj Covid-19 na poljoprivredu, šumarstvo i ribarstvo, preuzeto 20. kolovoza 2022. s <https://komora.hr/utjecaj-covid-19-na-poljoprivredu-sumarstvo-i-ribarstvo/>
28. Hrvatska psihološka komora (2020.), Koronavirus i mentalno zdravlje, preuzeto 25. kolovoza 2022. s http://psiholoska-komora.hr/static/documents/HPK-Koronavirus_i_mentalno_zdravlje.pdf
29. Hrvatska turistička zajednica (2022), U 2021. godini Hrvatsku posjetilo gotovo 14 milijuna turista, preuzeto 23. kolovoza 2022. s <https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/u-2021-godini-hrvatsku-posjetilo-gotovo-14-milijuna-turista>
30. Hrvatski zavod za javno zdravstvo, COVID-19 – izvješće HZJZ-a, preuzeto 18. kolovoza 2022. s <https://www.hzjz.hr/aktualnosti/covid-19-izvjesce-hzjz-a/>
31. Hrvatski zavod za javno zdravstvo, Stiglo cjepivo protiv koronavirusa, preuzeto 18. kolovoza 2022. s <https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/stiglo-cjepivo-protiv-koronavirusa/>
32. HZJZ, Utjecaj epidemije COVID-19 na korištenja primarne zdravstvene zaštite u RH, preuzeto 24. kolovoza 2022. s <https://www.hzjz.hr/sluzba-javno-zdravstvo/utjecaj-epidemije-covid-19-na-koristenja-primarne-zdravstvene-zastite-u-republici-hrvatskoj/>
33. Hrvatski zavod za javno zdravstvo dubrovačko – neretvanske županije, Preporuke za javnost za zaštitu od infekcije novim koronavirusom, preuzeto 18. kolovoza 2022. s <https://www.zzjzdnz.hr/zdravlje/prevencija-zaraznih-bolesti/1368>
34. Hrvatski zavod za javno zdravstvo, Preporuke za rad ugostiteljskih objekata, preuzeto 25. kolovoza 2022. s https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2020/03/Preporuke_za_rad_ugostiteljskih_objekata_ver_4_11_10_2_020_.pdf

35. Hrvatski zavod za zapošljavanje, Nezaposlenost, preuzeto 25. kolovoza 2022. s https://www.hzz.hr/content/stats/HZZ_Godisnjak_2020_lipanj-2021.pdf
36. Hunjet, A., Kozina, G. i Milković, M. (2012). Stjecanje znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu. *Učenje za poduzetništvo*, 2 (2), 103-115. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/130251>
37. Ivanović, S. (2012). *Ekonomika ugostiteljstva. Opatija. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija.*
38. Katavić, I., Šimunić Rod, V. i Konjevod, B. (2020). Poslovni modeli nakon Covid-19: postati bolji i uspješniji. *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E*, 10 (2), 126-138. <https://doi.org/10.38190/ope.10.2.11>
39. Koronavirus. Hr (2021), Činjenice o koronavirusu, preuzeto 18. kolovoza 2022. s <https://koronavirus.hr/cinjenice-o-koronavirusu/55>
40. Koronavirus.hr, Koronavirus – statistički pokazatelji za Hrvatsku i EU, preuzeto 20. kolovoza 2022. s <https://www.koronavirus.hr/koronavirus-statisticki-pokazatelji-za-hrvatsku-i-eu/901>
41. Koronavirus.hr, Nove odluke Stožera civilne zaštite RH o popuštanju pandemijskih mjera, preuzeto 18. kolovoza 2022. s <https://www.koronavirus.hr/nove-odluke-stozera-civilne-zastite-rh-o-popu%C5%A1tanju-pandemijskih-mjera/1009>
42. Koronavirus.hr, O cijepljenju, preuzeto 18. kolovoza 2022. s <https://www.koronavirus.hr/o-cijepljenju/329>
43. Koronavirus.hr (2021), Osnovne mjere zaštite oz zaraze koronavirusom SARS-CoV-2, preuzeto 18. kolovoza 2022. s <https://www.koronavirus.hr/osnovne-mjere-zastite-od-zaraze-koronavirusom-sars-cov-2/936>
44. Laškarin Ažić M. (2018), Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, preuzeto s: https://www.ftm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/laskarin_azic_upravljanje%20odnosima%20s%20gostima.pdf
45. Londero Šimleša, S. (2021). Kulturne i kreativne industrije u post-pandemijskom svijetu: utjecaj pandemije na poslovanje radijskih nakladnika u Hrvatskoj. *Communication Management Review*, 06 (01), 68-87. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/261007>

46. Lupić, M. i Bujan, I. (2017). PODUZETNIŠTVO MLADIH – PRILIKE I PREPREKE. *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E*, 7 (1), 63-80. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/183416>
47. Marušić, Z., Čorak, S., Ivandić, N. i Beroš, I. (2020.), Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Hrvatska 2019., Institut za turizam, preuzeto 25. kolovoza 2022. s <http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf>
48. Ministarstvo turizma RH, Turizam u brojkama 2019. godine, preuzeto 23. kolovoza 2022. s https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf
49. Ministarstvo turizma RH, Turizam u brojkama 2020. godine, preuzeto 23. kolovoza 2022. s https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf
50. Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Modeli i preporuke za rad u uvjetima povezanim s COVID-19, preuzeto 23. kolovoza 2022. s [https://mzo.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Modeli%20i%20preporuke%20za%20provedbu%20nastave%20u%202020-2021%20\(29.8.2020\).pdf](https://mzo.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Modeli%20i%20preporuke%20za%20provedbu%20nastave%20u%202020-2021%20(29.8.2020).pdf)
51. Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Modeli nastave, preuzeto 24. kolovoza 2022. s <https://i-nastava.gov.hr/vijesti/modeli-nastave/65>
52. Nacionalni plan sigurnosti cestovnog prometa, ANALIZA: Covidpandemija i sigurnost cestovnog prometa, preuzeto 23. kolovoza 2022. s <https://npscp.info/vijesti/item/678-analiza-covid-pandemija-i-sigurnost-cestovnog-prometa>
53. Obadić, A., Tica, J. (2016). *Gospodarstvo Hrvatske, Zagreb, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.*
54. Our World in Data, Coronavirus (COVID-19) Cases, preuzeto 20. kolovoza 2022 s <https://ourworldindata.org/covid-deaths?country=~HRV>
55. Our World in Data, Coronavirus (COVID-19) Vaccinations, preuzeto 20. kolovoza 2022. s https://ourworldindata.org/covid-vaccinations?country=OWID_WRL
56. Pliva zdravlje (2020), Prvi slučaj koronavirusa u Hrvatskoj, preuzeto 18. kolovoza 2022. s <https://koronavirus.hr/cinjenice-o-koronavirusu/55>
57. Škuflić, L., Mlinarić, D. i Družić, M. (2018). Odrednice profitabilnosti građevinskog sektora u Hrvatskoj. *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci*, 36 (1), 337-354. <https://doi.org/10.18045/zbfri.2018.1.337>

58. Tkalec, Z. (2011). Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. *Učenje za poduzetništvo*, 1 (1), 35-43. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/130086>
59. Topolko Herceg, K. (2021). UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA ONLINE PONAŠANJE POTROŠAČA U HRVATSKOJ. *CroDiM*, 4 (1), 131-140. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/254860>
60. Vlada Republike Hrvatske (travanj 2020.) Program konvergencije Republike hrvatske za 2020. i 2021. godinu, preuzeto 25. kolovoza 2022. s <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/2016/Sjednice/2020/Travanj/227%20sjednica%20VRH/Novi%20direktorij/227%20-%202%20Program%20konvergencije%20Republike%20Hrvatske%20za%202020.%20i%202021.%20godinu.pdf>
61. Webb, J. W., Ireland, R. D., Hitt, M. A., Kistruck, G. M., & Tihanyi, L. (2011). Where is the opportunity without the customer? An integration of marketing activities, the entrepreneurship process, and institutional theory. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(4), 537–554. doi:10.1007/s11747-010-0237-y
62. Wordometer, Covid-19 Coronavirus Pandemic, preuzeto 20. kolovoza 2022 s <https://www.worldometers.info/coronavirus/>

POPIS SLIKA

Slika 1: Preporuke mjera zaštite

Slika 2: Podaci o cijepljenju u Hrvatskoj na dan 20.08.2022.

POPIS TABLICA

Tablica 1: Proizvodnja važnijih poljoprivrednih kultura u hrvatskoj u tonama

Tablica 2: Proizvodnja važnijih stočnih proizvoda u Hrvatskoj

Tablica 3: Broj nezaposlenih u RH 2019. – 2021.

Tablica 4: Dolasci stranih turista 2018. – 2021. godine

Tablica 5: Prihodi i BDP u turizmu 2018. – 2021. godine (u milijunima €)

Tablica 6: Broj zaposlenih u turizmu 2018. – 2021. godine

Tablica 7: Dolasci turista po vrstama objekata

Tablica 8: Rezultati poslovanja poduzetnika u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane 2020. i 2021. godini

Tablica 9: SWOT analiza

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Dnevni broj zaraženih u hrvatskoj 2020.-2022.

Grafikon 2: Dnevni broj zaraženih u svijetu 2020.-2022.

Grafikon 3: Prosjek dnevnog broja preminulih od Covid-19 u hrvatskoj

Grafikon 4: Dnevni broj preminulih od koronavirusa u svijetu

Grafikon 5: Podaci o cijepljenju u svijetu do 18.8.2022.

Grafikon 6: Izvoz industrijskih proizvoda 2019. Godine

Grafikon 7: Broj zaposlenih u građevinarstvu

Grafikon 8: Broj noćenja turista u milijunima 1985.-2019.

Grafikon 9: Usporedba broja dolazaka i noćenja turista 2019.-2021.

Grafikon 10: Promjene u prometu kulturnih i kreativnih industrija u 2020. godini

Grafikon 11: BDP po stanovniku

Grafikon 12: Kretanje broja nezaposlenih u RH 2019.-2020. godine

ŽIVOTOPIS

STJEPAN ŠIMIĆ

(13.08.1997.)

OBRAZOVANJE

- 2016.- trenutno
Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
- 2012.-2016.
IV. Gimnazija, Zagreb

STRANI JEZICI

- Engleski jezik (B2)
- Njemački jezik (B1)

DIGITALNE VJEŠTINE

- Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, Outlook)
- Microsoft Dynamics NAV

RADNO ISKUSTVO

Victus Group d.o.o

- Konobar
Lipanj 2016.- trenutno