

Utjecaj pandemije COVID-19 na financijske rezultate turizma na području Splitsko-dalmatinske županije

Krajačić, Jana

Graduate thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:557499>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-22**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository - Polytechnic of Međimurje Undergraduate and Graduate Theses Repository](#)





MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

STRUČNI DIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

Jana Krajačić, 0313024154

**Utjecaj pandemije COVID-19 na financijske rezultate
turizma na području Splitsko-dalmatinske županije**

Diplomski rad

Čakovec, rujan 2024.



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

STRUČNI DIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

Jana Krajačić, 0313024154

**Utjecaj pandemije COVID-19 na financijske rezultate
turizma na području Splitsko-dalmatinske županije**

**The impact of the COVID-19 pandemic on the financial
results of tourism in the Split-Dalmatia county**

Diplomski rad

Mentor:

Toni Miljak, univ. spec. oec., viši predavač

Čakovec, rujan 2024.

Sažetak

Turizam ima veliki gospodarski značaj u Hrvatskoj, a posebice u priobalnom dijelu. Kao jednu od turistički najprivlačnijih destinacija južne Hrvatske, Splitsko-dalmatinsku županiju svake godine posjeti preko milijun turista. Zahvaljujući visokim rezultatima turističkog prometa nalazi se pri vrhu ljestvice važnijih turističkih županija u Hrvatskoj. Obilje prirodnih ljepota i kulturno-povijesnih atrakcija, od kojih su neke i na popisu UNESCO-ove Svjetske baštine, blaga mediteranska klima, čisto more i razvedena obala s brojnim otocima uvelike doprinose turističkom razvoju županije. Nakon turistički rekordne 2019. godine svijet je pogodila pandemija bolesti COVID-19 te onemogućila daljnji razvoj turizma. Zbog brojnih mjera i zabrana turisti nisu više mogli putovati kao i prije. Tada se postavilo pitanje kako će se zbog pandemije odvijati turizam i hoće li ga uopće biti. Cilj ovog rada je na temelju dostupnih podataka dati pregled turističkog prometa Splitsko-dalmatinske županije prije i tijekom pandemije COVID-19, odnosno prikazati kakav je bio turizam Splitsko-dalmatinske županije od 2018. do 2022. godine. U svrhu izrade diplomskog rada provedeno je anketno istraživanje s ciljem analize utjecaja pandemije COVID-19 na financijske rezultate turističkog sektora na području Splitsko-dalmatinske županije. Osim anketnog istraživanja, provedena je i analiza financijskih izvještaja pet turističkih društava kako bi se dodatno istražila povezanost pandemije s promjenama u poslovanju tih društava. U radu su postavljene i dvije hipoteze koje su na temelju dostupnih podataka i provedenog istraživanja potvrđene: H1, koja se odnosi na smanjenje broja dolazaka i noćenja u 2020., 2021. i 2022. godini u usporedbi s 2019. godinom, te H2, koja potvrđuje značajan utjecaj pandemije na financijske rezultate društava koja se bave turizmom.

Ključne riječi: *COVID-19, financijski rezultati, pandemija, Splitsko-dalmatinska županija, turizam*

Abstract

Tourism holds a great economic significance in Croatia, especially in the coastal areas. As one of the most attractive tourist destinations in southern Croatia, the Split-Dalmatia county is visited by over a million tourists each year. Thanks to its high levels of tourist traffic, it ranks among the top tourist counties in Croatia. There are many factors that greatly contribute to the county's tourism development: UNESCO World Heritage Sites, mild Mediterranean climate, clean sea, and a jagged coastline with numerous islands. After the record-breaking tourist year of 2019, the world was struck by the COVID-19 pandemic, which hindered the further development of tourism. Due to numerous measures and restrictions, tourists were no longer able to travel as before. This raised the question of how tourism would proceed and whether it would even exist. Therefore, the aim of this paper is to provide an overview of tourist traffic in the Split-Dalmatia county before and during the COVID-19 pandemic, presenting the state of tourism in the county from 2018 to 2022 based on available data. For the purpose of writing this thesis, a survey was conducted to analyse the impact of the COVID-19 pandemic on the financial results of the tourism sector in the Split-Dalmatia county. In addition to the survey, an analysis of the financial statements of five tourism companies was carried out to further investigate the correlation between the pandemic and operational changes in these companies. The paper also presents two hypotheses that have been confirmed based on the available data and conducted research: H1, which pertains to the decrease in the number of arrivals and overnight stays in 2020, 2021, and 2022 compared to 2019, and H2, which confirms the significant impact of the pandemic on the financial results of companies engaged in tourism.

Keywords: COVID-19, financial results, pandemic, Split-Dalmatia County, tourism

Sadržaj

1. UVOD	1
2. TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	3
2.1. Osnovni pojmovi u turizmu i njihovo značenje	3
2.2. Obilježja turizma u Republici Hrvatskoj.....	6
3. TURIZAM NA PODRUČJU SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE	17
3.1. Splitsko-dalmatinska županija.....	17
3.2. Turizam Splitsko-dalmatinske županije	19
3.2.1. Profil gostiju.....	22
3.2.2. Smještajni kapaciteti	24
4. KRETANJE GOSPODARSKIH AKTIVNOSTI NA PRIMJERU TURIZMA U VRIJEME I NAKON PANDEMIJE COVID-19	29
4.1. Utjecaj pandemije na dolazak gostiju.....	30
4.2. Analiza poslovanja hotela na području Splitsko-dalmatinske županije	34
4.2.1. Analiza anketnog upitnika.....	34
4.2.2. Analiza financijskih izvještaja hotelskih društava	49
4.2.3. Usporedba rezultata ankete i financijskih izvještaja	60
5. ZAKLJUČAK.....	62
Izjava o autorstvu	64
Literatura	65
Popis ilustracija	69

1. UVOD

Godina 2019. obilježena je rekordnim brojem putovanja u cijelom svijetu, ali i pojavom bolesti Coronavirusa 2019 (COVID-19). Prema podacima Svjetske turističke organizacije svijetom je putovalo 1,5 milijardi turista, što je 4 % više nego 2018. godine. Sve turističke regije u svijetu ostvarile su porast međunarodnih dolazaka. Iako je u Europi taj rast bio sporiji nego prethodnih godina, i dalje je 2019. godine bila vodeća regija u svijetu s najviše međunarodnih turističkih dolazaka, odnosno 743 milijuna, što iznosi 51 % od ukupnog broja. Hrvatska je tada bila među zemljama EU-a s najvećim rastom broja noćenja domaćih gostiju te s najvećim udjelom stranih noćenja

(https://www.dalmacija.hr/DesktopModules/Bring2mind/DMX/API/Entries/Download?language=hr-HR&EntryId=12923&Command=Core_Download&PortalId=0&TabId=1176).

S ciljem suzbijanja bolesti i smanjenja broja oboljelih kretanje stanovništva tijekom pandemije bilo je ograničeno kako u Hrvatskoj, tako i u cijelom svijetu. Kretanje i kontakt ljudi bili su glavni uzroci brzog širenja virusa, međutim mobilnost turista bitna je sastavnica turizma. Turizam je bitan dio gospodarstva u Hrvatskoj, a ljetna turistička sezona glavni je pokretač razvoja turistički orijentiranih područja, posebice primorske Hrvatske. Splitsko-dalmatinska županija jedna je od najprivlačnijih i turistički najrazvijenijih destinacija na priobalju. Pojavom pandemije koronavirusa i sprečavanjem širenja bolesti raznim mjerama, od kojih je jedna zabrana kretanja, bilo je upitno kako će u toj županiji izgledati turistička sezona u 2020. godini u usporedbi s prethodnima, ali i kako će pandemija utjecati na nadolazeće sezone.

Sukladno tome, u ovom se radu istražuje utjecaj pandemije Covid-19 na financijske učinke turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Provodi se istraživanje na temelju primarnih podataka prikupljenih putem anketnog upitnika te na temelju dostupnih sekundarnih podataka kao što su statistički podaci i financijski izvještaji. Cilj je proučiti i prikazati turistički promet i stvarno stanje turističke sezone u Splitsko-dalmatinskoj županiji od 2018. do 2022. godine te na taj način uvidjeti koliko je pandemija utjecala na njezin turistički promet.

U radu su postavljene sljedeće hipoteze:

H1: Moguće je utvrditi da je pandemija utjecala na broj dolazaka i noćenja u 2020., 2021. i 2022. god. u odnosu na 2019. god.

H2: Moguće je utvrditi da je pandemija utjecala na financijske rezultate društava čija je primarna djelatnost turizam.

Rad je podijeljen na 5 cjelina. U uvodu se ukratko opisuje tema istraživanja i navode hipoteze. Nakon drugog poglavlja, u kojem se definiraju osnovni pojmovi i daje uvid u turizam na području Republike Hrvatske, slijedi treće poglavlje u kojem se opisuje Splitsko-dalmatinska županija kao i turizam na tom području. Četvrto poglavlje odnosi se na istraživanje utjecaja pandemije na poslovanje hotela i financijske rezultate u hotelima na području Splitsko-dalmatinske županije te se obrađuju rezultati provedenog anketnog upitnika. Na kraju slijedi zaključak o tome koliko je pandemija utjecala na turizam Splitsko-dalmatinske županije.

2. TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

U ovom se poglavlju definiraju turizam i osnovni pojmovi vezani uz turizam te se daje pregled turizma u Republici Hrvatskoj prikazom udjela turizma u nacionalnom BDP-u, opisom Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine te pregledom podataka o smještajnim objektima te turistima koji dolaze i borave u Hrvatskoj.

2.1. Osnovni pojmovi u turizmu i njihovo značenje

Danas postoje mnoge definicije i tumačenja riječi *turizam* i *turist*. Riječ *turist* koristi se prvi put još 1800. godine kada ju je koristio Pegge u djelu *Anecdotes of the English Language*, a nakon toga sve se više pojavljivala i u Francuskoj. Riječ *turizam* javila se nešto kasnije. Često se smatra da dolazi od engleskog pojma *Grand tour*, odnosno pojave putovanja pripadnika engleske aristokracije koji su putovali Europom od 17. do 19. stoljeća radi obrazovanja, rekreacije i sl. No, korijen pojma *turizam* dolazi od grčkog pojma *tornos*, što znači kružno kretanje (Petrić, 2003.).

Petrić (2003.) navodi kako se turizam može definirati na onoliko načina koliko ima ljudi jer će ga svatko poimati na svoj način polazeći od vlastitog iskustva i kulturnog okruženja. Petrić (2003., 13) dalje navodi kako se, u najširem smislu riječi, turizam može razumjeti kao „skup raznolikih individualnih iskustava o odnosima koji nastaju povodom zadovoljavanja čovjekovih potreba, koje uobičajamo zvati turističkim“. Definicija turizma koju su 1942. godine iznijeli Hunziker i Krapf, a koju je kasnije prihvatilo i Međunarodno udruženje turističkih eksperata (AIEST), jedna je od najprihvatljivijih definicija turizma, a glasi: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost“ (Petrić, 2003., 13). Prema definiciji Svjetske turističke organizacije (UNWTO) „turizam uključuje sve aktivnosti proizašle iz putovanja i boravaka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju“ (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763>).

Bilen i Bučar (2004.) opisuju kako je 1937. godine tadašnje Društvo naroda pojam *turist* definiralo kao:

- osobu koja duže od 24 sata putuje u zemlju u kojoj nema svoje prebivalište,
- osobu koja putuje zbog razonode, zdravstvenih i drugih razloga,

- osobu koja putuje na razne skupove ili putuje zbog raznih zadataka,
- osobu koja putuje iz poslovnih razloga te
- sudionike pomorskih krstarenja, bez obzira na to što je dužina boravka kraća od 24 sata.

Prema Državnom zavodu za statistiku (DZS) „turist je svaka osoba koja u mjestu izvan svojeg prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskome ili drugom objektu za smještaj turista radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, porodice, poslova, javnih misija ili skupova.“ (<https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10179>). S druge strane, UNWTO definira turista kao „posjetitelja, tj. osobu koja putuje izvan svoje sredine kraće od 12 mjeseci i glavna svrha njezina putovanja nije vezana za obavljanje neke lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje.“ (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763>).

Čovjekove potrebe za putovanjem, kretanjem, rekreacijom itd., tj. turističke potrebe, sadržane su u sastavu općih čovjekovih potreba. Mnoge se potrebe zadovoljavaju tijekom obavljanja raznih aktivnosti, ne samo turističkih, stoga se razlikuju samo situacije u kojima se te potrebe zadovoljavaju, a njihovo je porijeklo i sadržaj isti. Porijeklo čovjekovih potreba nalazi se u društveno-ekonomskom razvoju i u samoj prirodi čovjeka te njegovom odnosu prema okruženju u kojem zadovoljava svoje potrebe. Turističke potrebe nastale su na određenom stupnju razvijenosti čovjeka te su i dalje u procesu razvoja (Petrić, 2003.). Uz pojam turističkih potreba vežu se i *turistički motivi* koje Petrić (2003., 31) definira kao „unutrašnji poticaji čovjeku da se uključi u turističke tokove“. Iz toga se može zaključiti da je turistička motivacija zapravo ponašanje čovjeka koji se, potaknut tim unutrašnjim poticajima, uključuje u turističku aktivnost kako bi zadovoljio svoje turističke potrebe (Petrić, 2003.).

Curić, Glamuzina i Opačić (2013.) prema Vukonić i Čavlek (2001.) definiraju turističku destinaciju kao „svako odredište turističkog putovanja, od samostalnog turističkog objekta, aerodroma ili luke do turističkog mjesta, regije ili zemlje“. Da bi se neki prostor smatrao turističkom destinacijom moraju biti zadovoljeni određeni uvjeti, a to su: privlačnost, dostupnost, postojanje smještajnih kapaciteta, ponuda izvanpansionskih ponuda i ostalih komplementarnih usluga (Curić, Glamuzina, Opačić, 2013. prema Čorak, Mikačić, Trezner, 2009.). Prema UNWTO turistička destinacija „fizički je prostor sa ili bez administrativnih granica u kojem posjetitelji mogu ostvariti noćenje. To je klaster (združenih) proizvoda, usluga, aktivnosti i doživljaja u lancu turističkih vrijednosti i osnovna je jedinica analize turističkih učinaka.“ (https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180926_unwto_definicije.pdf).

Ključni dio turističke resursne osnove je turistička atrakcijska osnova koju tvori skup realnih i potencijalnih turističkih atrakcija neke turističke destinacije. Turističke atrakcije su faktori koji imaju sposobnost privući turiste i zadovoljiti njihove motive putovanja. Atraktivnost destinacije utječe na odabir destinacije te na konzumaciju usluga tijekom boravka u istoj (Ćorluka, 2019.). Ćorluka (2019.) navodi kako su atrakcije glavni motivatori pri posjeti destinacije, a s obzirom na to da nisu sve atrakcije od jednakog značaja, dijele se na primarne i sekundarne. Primarne su atrakcije glavni razlog posjeta neke destinacije (npr. klima, kultura), dok sekundarne povećavaju turistički doživljaj (npr. hotelijerstvo, zabava). Glavne karakteristike koje turističke atrakcije trebaju ispunjavati, kako navodi Ćorluka (2019.), su „visoka kvaliteta, autentičnost, jedinstvenost, privlačna moć i mogućnost rekreacije“.

Klaster se definira kao „geografska koncentracija nezavisnih biznisa s aktivnim kanalima poslovnih transakcija, dijalogom i komunikacijama, a koja kolektivno dijeli zajedničke mogućnosti i prijetnje“. Također se može definirati i kao „grupa poduzeća i neposlovnih organizacija gdje je članstvo u grupi posebno važno za rast njezine konkurentnosti“. Sukladno tome može se zaključiti da je klaster mjesto, regija ili sektor gdje se stvara ili gradi konkurentnost

(<http://www.dalmacija.hr/portals/0/docs/UOturizam/GLAVNI%20PLAN%20TURIZMA.pdf>)

Početakom 70-ih godina 20. stoljeća pojavio se pojam *selektivni turizam* kao sinonim za održivi, odnosno odgovorni turizam. Selektivni turizam odnosi se na ona putovanja gdje je glavni fokus na ostvarenju nekog posebnog interesa kao što su fizička aktivnost, specifična tema ili vrsta destinacije, tj. atrakcije i uživanje u tom putovanju. Razvoj selektivnih oblika turizma zahtijeva od pružatelja usluga detaljnu segmentaciju tržišta i dobro poznavanje svake ciljne skupine, odnosno tržišne niše kako bi mogli identificirati potrebe i karakteristike svake grupe i prema tome kreirati odgovarajuću ponudu s prilagođenim kanalima komunikacije i distribucije proizvoda (Rabotić, 2013.).

Selektivni oblici turizma mogu se klasificirati prema različitim osnovama, a Geić (2011.) je tu klasifikaciju izvršio prema motivaciji i prema vanjskim uzročnicima. Prema motivaciji, podjela selektivnih oblika turizma obuhvaća (Geić, 2011.):

- rekreativni turizam (rekreativni turizam u bližim ili dalekim destinacijama, zdravstveni turizam),
- kulturni turizam (kulturni svjetovni turizam i religijski turizam),

- socijalni turizam (roditeljski turizam, turizam udruženja i saveza),
- sportski turizam (aktivni i pasivni sportski turizam),
- komercijalni turizam (poslovni i kongresni, turizam sajmovi i izložbi),
- politički turizam (diplomatski turizam, turizam političkih manifestacija).

S druge strane, podjelu prema uzrocima i vanjskim učincima Geić (2011.) je izvršio prema:

- podrijetlu (nacionalni turizam, međunarodni turizam),
- trajanju boravka (turizam kratkog boravka, turizam tranzita ili graničnih prijelaza, rekreativni turizam na bližim odredištima, turizam dužeg trajanja boravka, turizam godišnjih odmora),
- sezonama (ljetni turizam, zimski turizam),
- broju sudionika (individualni turizam, kolektivni turizam, turizam skupina ili društava, klupski turizam, masovni turizam, obiteljski turizam),
- dobi sudionika (turizam mladih, turizam treće dobi),
- vrstama prijevoza (željeznički turizam, automobilski turizam, avionski turizam, pomorski, riječni i jezerski turizam),
- vrsti smještaja (hotelski turizam, para – hotelski turizam, turizam sekundarnog domicila, kamping turizam),
- učincima na platnu bilancu (aktivni turizam – receptivni turizam, pasivni turizam – emitivni turizam),
- načinu plaćanja (socijalni turizam, turizam iz štednje i kredita),
- sociološkim kategorijama (ekskluzivni i luksuzni turizam, tradicionalni turizam, turizam mladih, socijalni turizam).

2.2. Obilježja turizma u Republici Hrvatskoj

Povijest hrvatskog turizma dijeli se na nekoliko razdoblja, a počeci se vežu uz Opatiju (Villa Angiolina, 1844. god.) i otok Hvar (Higijeničko društvo, 1868. god.). Hrvatska je bilježila rast turističkih dolazaka sve do ratnog perioda, koji je trajao od 1991. do 1995. godine, kada je došlo do pada u noćenjima i potrošnji. Međutim, unatoč inicijalnom padu, broj turista je u tom periodu ipak rastao, a povećanje se nastavilo i narednih godina (Gržinić, 2019.).

Turizam danas predstavlja dominantnu ekonomsku aktivnost Republike Hrvatske koja je u značajnoj mjeri uvjetovala ekonomske i društvene procese (Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, NN 123/17). Važnost turizma za hrvatsko gospodarstvo vidljiva je i u tablici 1 gdje su prikazani prihodi od turizma od 2018. do 2022. godine kao i udio turizma u ukupnom

bruto domaćem proizvodu. Najviši prihod bio je 2022. godine kada je iznosio preko 13.100 mil. eura, dok je najveći udio u BDP-u bio 2018. god. (19,6 %). U 2020. godini zabilježeni su i najniži prihod, nešto više od 4.800 mil. eura, kao i najmanji udio u BDP-u od 9,6 %.

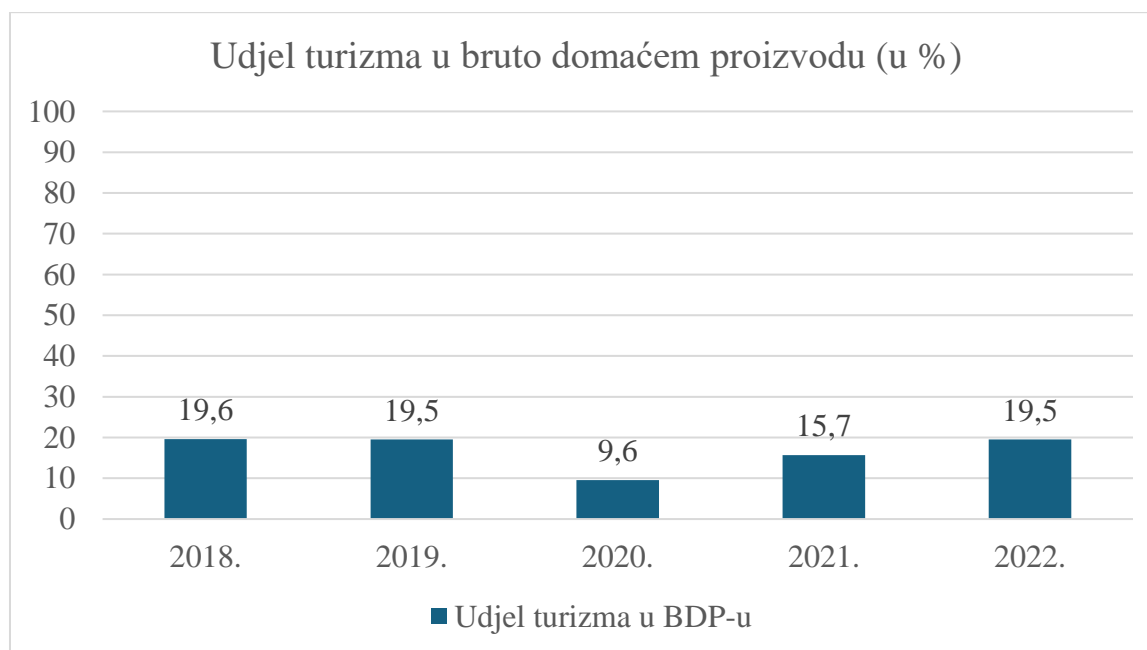
Tablica 1. Prihodi od turizma u RH od 2018. do 2022.

	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Prihodi od turizma (u mil EUR)	10096	10539	4813	9134	13113
Udio turizma u BDP-u (u %)	19,6	19,5	9,6	15,7	19,5

Izvor: Autorica prema podacima Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske: Turizam u brojkama 2019. – Turizam u brojkama 2022.

Graf 1 prikazuje udio turizma u BDP-u u razdoblju od 2018. do 2022. god. Nakon visokih 19,6 % u 2018. slijedi malen pad u 2019. na 19,5 %, no zatim u 2020. dolazi do velikog smanjenja od gotovo 10 % zbog čega udio turizma u BDP-u iznosi samo 9,6 %. U 2021. zabilježen je ponovni porast te udio turizma u BDP-u iznosi 15,7 %, a rast se nastavio i u 2022. kada je iznosio 19,5 %.

Graf 1. Udio turizma u BDP-u RH od 2018. do 2022.



Izvor: Autorica prema podacima Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske: Turizam u brojkama 2019. – Turizam u brojkama 2022.

Hrvatski sabor je na sjednici 16. prosinca 2022. donio Strategiju razvoja održivog turizma do 2030. godine. Strategija je akt strateškog planiranja hrvatskog turizma, te je usklađena s Nacionalnom razvojnom strategijom Republike Hrvatske do 2030. godine i temeljnim dokumentima i politikama Europske unije i Republike Hrvatske, uključujući Nacionalni plan oporavka i otpornosti (Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, NN 123/17).

U izradu strategije bili su uključeni predstavnici ključnih dionika hrvatskog turizma, ministarstava i drugih važnih institucija, predstavnici lokalne zajednice, ali i brojni građani koji su se uključili kroz anketno istraživanje te šira javnost koja je svoj doprinos u izradi Strategije mogla dati svojim komentarima putem portala eSavjetovanje (Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, NN 123/17).

Nakon detaljne analize stanja turizma u Republici Hrvatskoj identificirano je deset ključnih izazova hrvatskog turizma, a to su: „vremenska i prostorna neujednačenost, utjecaj turizma na okoliš i prirodu, međuođnos turizma i klimatskih promjena, prilagodba ubrzanim tehnološkim promjenama u turizmu, kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva, nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti, neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta, nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje, nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir, utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista“ (Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, NN 123/17).

Strategijom razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. godine definira se i vizija koja glasi: „Poštujući prirodno i kulturno nasljeđe i jedinstveni identitet svih regija, stvorit ćemo održiv cjelogodišnji turizam poželjan za investicije, rad i život, koji doprinosi skladnom gospodarskom razvoju Hrvatske.“ (Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, NN 123/17).

Nadalje se u Strategiji navodi kako su definirani i ključni strateški ciljevi razvoja održivog turizma u cilju ostvarenja vizije:

1. „Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam,
2. Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu,
3. Konkurentan i inovativan turizam,
4. Otporan turizam.“ (Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, NN 123/17).

Strategija razvoja održivog turizma (NN 123/17) govori kako se Hrvatska kao turistička destinacija ističe svojom autentičnošću koju odražavaju gostoljubivi, otvoreni i srdačni ljudi,

raznolike regije te bogata prirodna i kulturna baština. Stoga je, s ciljem zaštite i još bolje prezentacije resursa, nužno zaustaviti negativne trendove poput masovnog turizma te sezonalnosti i uvesti koncept održivosti u skladu s najboljim svjetskim praksama. Također, kako bi se navedena vizija ostvarila, nastojat će se, poštujući nasljeđe, valorizirati kulturna baština, način života i autohtona hrana, ali i ostale prednosti koje čine identitet svih regija (Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, NN 123/17).

U tablici 2 prikazani su podaci raspoloživih soba i postelja od 2018. do 2022. godine kao i dolasci i noćenja istih godina. U 2018. godini gostima je na raspolaganju bilo 425 tisuća soba i preko 1,3 milijuna postelja, a ostvareno je više od 18,5 milijuna dolazaka i gotovo 90 milijuna noćenja. Godine 2019. vidljiv je porast broja soba na 441 tisuću, broja postelja na 1,35 milijuna, broja dolazaka na preko 19,5 milijuna te broja noćenja na 91 milijun. U 2020. godini broj raspoloživih soba se smanjio na 399 tisuća, a broj postelja na 1,1 milijun. Te su se godine smanjili i dolasci i noćenja pa je tako ostvareno 7 milijuna dolazaka i 40 milijuna noćenja. U 2021. bilo je na raspolaganju 415 tisuća soba i 1,2 milijuna postelja, a ostvareno je 12,7 milijuna dolazaka i preko 70 milijuna noćenja. Taj se rast nastavio i u 2022. godini kada je broj soba iznosio 433 tisuće, postelja 1,2 milijuna, broj dolazaka gotovo 18 milijuna, a noćenja više od 90 milijuna.

Tablica 2. Sobe, postelje, dolasci i noćenja u RH od 2018. do 2022. (u tis.)

	Sobe	Postelje	Dolasci	Noćenja
2018.	425	1313	18667	89652
2019.	441	1358	19566	91243
2020.	399	1170	7001	40794
2021.	415	1201	12776	70202
2022.	433	1243	17775	90040

Izvor: Autorica prema Državnom zavodu za statistiku

Tablica 3 prikazuje broj postelja po vrstama objekata od 2018. do 2022. godine. Broj je varirao iz godine u godinu. Hoteli i aparthoteli zabilježili su značajan pad 2020. godine, s 129 tisuća postelja u 2019. na 101 tisuću. Slično je i kod privatnih soba, gdje je broj postelja pao s 833 tisuće u 2019. na 672 tisuće u 2020. godini, ali se zatim postupno povećavao. Kampovi i kampirališta pokazali su stabilan rast tijekom ovog razdoblja, s 235 tisuća postelja u 2018. na 269 tisuća u 2022. godini. S druge strane, odmarališta su zabilježila pad broja postelja, s 1.978

u 2018. na 1.654 u 2022. godini. Ukupan broj postelja u svim vrstama objekata bio je najniži 2020. godine, s 1,1 milijun, ali se kasnije povećao na 1,2 milijuna u 2022. godini.

Tablica 3. Broj postelja po vrstama objekata u RH od 2018. do 2022. (u tis.)

Vrsta objekta	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Hoteli i aparthoteli	130026	129028	101813	122442	126724
Turistička naselja	26032	28824	26613	28355	28058
Turistički apartmani	11503	10965	10665	10690	10634
Kampovi i kampirališta	235745	239481	253537	264101	269174
Privatne sobe	800108	833787	672743	731745	762063
Lječilišta	1796	1796	1679	1828	1676
Odmarališta	1978	1872	1328	1738	1654
Hosteli	17420	17207	12241	15894	17263
Ostalo ¹	40616	55358	764	935	1280
Nekategorizirani objekti	1561	948	764	935	1280
UKUPNO	1266785	1319266	1100833	1200839	1243463

Izvor: Autorica prema podacima Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske: Turizam u brojkama 2019. – Turizam u brojkama 2022.

Broj smještajnih jedinica po vrstama objekata od 2018. do 2022. prikazan je u tablici 4. Kategorija Hoteli i aparthoteli bilježi lagani pad u 2020. godini na 704 jedinica, ali se taj broj do 2022. godine povećao na 756 jedinica. Turistička su naselja narasla s 53 jedinice u 2018. na 64 jedinici u 2022. godini. Kampovi i kampirališta su također bilježili porast s 291 jedinice u 2018. na 338 jedinica u 2022. godini. Broj smještajnih jedinica u hostelima varirao je tijekom godina. Tako je u 2018. bilo 303 jedinica, u 2020. taj broj je pao na 252, a u 2022. ponovno se povećao na 272 smještajne jedinice. Ukupan broj smještajnih jedinica porastao je s 8,5 tisuća u 2018. na 9,8 tisuća u 2022. godini.

¹ Prema čl. 2 st. 1. Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj (NN 54/16, NN 69/17) „ugostiteljski objekt iz skupine Ostali ugostiteljski objekti za smještaj je poslovni objekt u kojem ugostitelj obavlja ugostiteljsku djelatnost odnosno pruža ugostiteljske usluge (smještaja, prehrane, pića i napitaka) u ugostiteljskim sadržajima“.

Tablica 4. Broj smještajnih jedinica po vrstama objekata u RH od 2018. do 2022. (u tis.)

Vrsta objekta	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Hoteli i aparthoteli	754	764	704	731	756
Turistička naselja	53	60	58	63	64
Kampovi i kampirališta	291	290	334	341	338
Lječilišta	9	9	9	9	9
Odmarališta	18	16	14	16	13
Hosteli	303	293	252	254	272
Ostalo	7092	7496	10	11	13
Nekategorizirani objekti	16	12	10	11	13
UKUPNO	8536	8940	8613	9218	9835

Izvor: Autorica prema podacima Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske: Turizam u brojkama 2019. – Turizam u brojkama 2022.

Tablica 5 prikazuje dolaske i noćenja domaćih i stranih turista u razdoblju od 2018. do 2022. godine. Najveći broj ukupnih dolazaka ostvaren je 2019. kada je zabilježeno više od 19,5 milijuna dolazaka, dok je najmanji broj ukupnih dolazaka od 7 milijuna zabilježen 2020. godine. Najviše domaćih dolazaka bilo je u 2022. godini, gotovo 2,5 milijuna, a najviše stranih u 2019. godini, nešto više od 17,3 milijuna. Najmanje domaćih i stranih dolazaka ostvareno je 2020. godine i to 1,4 milijun domaćih i 5,5 milijuna stranih. Najveći broj ukupnih dolazaka iznosio je 91 milijun 2019. godine, a najmanji 40 milijuna 2020. godine. Domaći turisti najveći broj noćenja, 7,7 milijuna, ostvarili su 2022. godine, a najmanji, 5,4 milijuna, 2020. godine. Najveći broj noćenja stranih turista iznosio je 84 milijuna 2019. godine, dok je najmanji iznosio nešto više od 35 milijuna 2020. godine.

Tablica 5. Dolasci i noćenja turista u RH od 2018. do 2022. godine (u tis.)

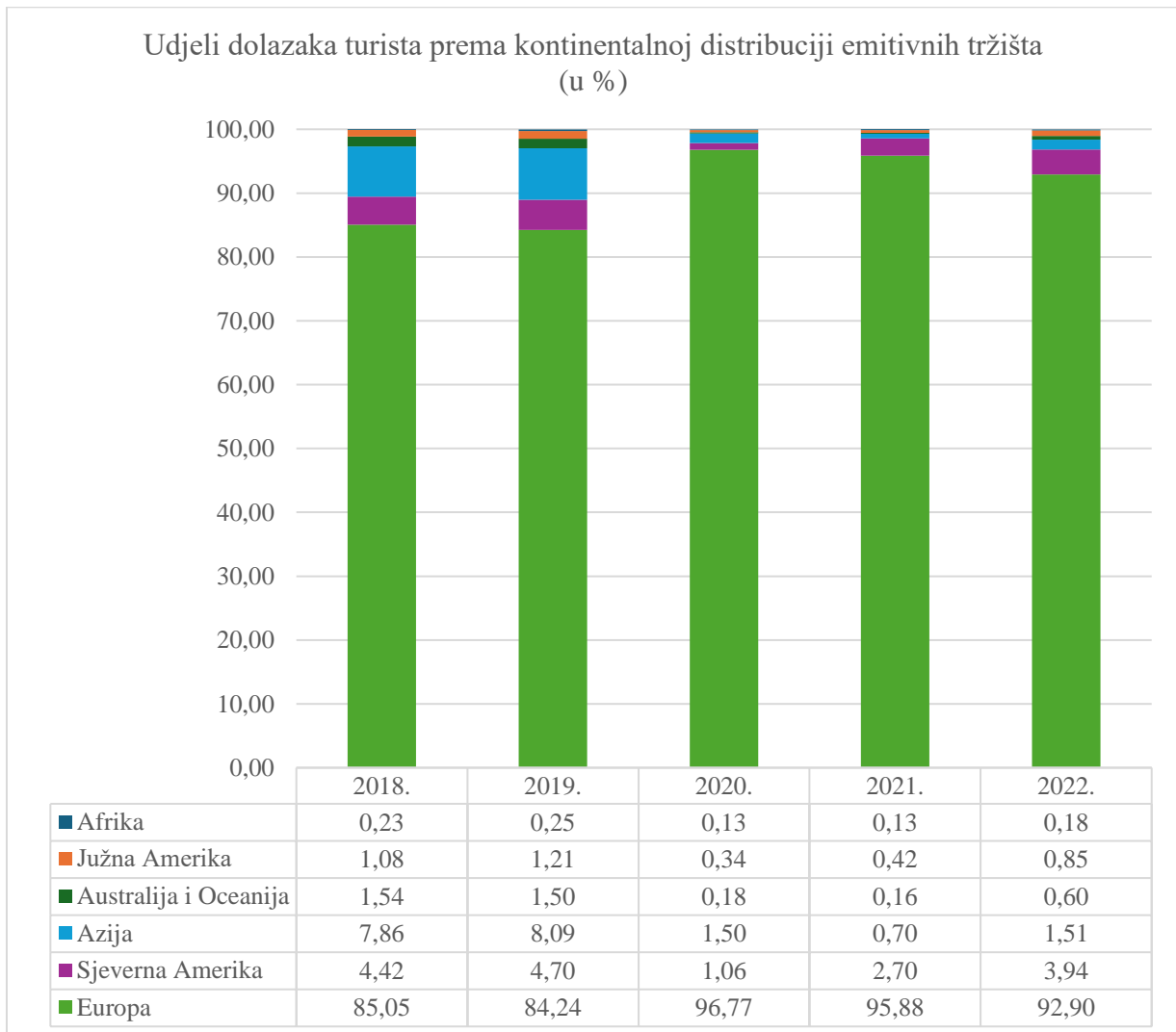
	Dolasci					Noćenja				
	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Domaći	2022	2213	1456	2135	2451	6447	7095	5415	7354	7753

Strani	16645	17353	5545	10641	15324	83175	84148	35379	62848	82288
Ukupno	18667	19566	7001	12776	17775	89652	91243	40794	70202	90040

Izvor: Autorica prema Državnom zavodu za statistiku

Udjeli dolazaka turista prema kontinentalnoj distribuciji emitivnih tržišta prikazani su u grafu 2. Prema toj distribuciji emitivna turistička tržišta dijele se na: Afriku, Južnu Ameriku, Australiju i Oceaniju, Aziju, Sjevernu Ameriku te Europu. Iz grafa je vidljivo kako je u razdoblju od 2018. do 2022. Europa je uvjerljivo glavni generator turističke potražnje s preko 80 %, a od 2020. i preko 90 %. Nakon nje slijedi Azija čiji je udio 2018. i 2019. godine iznosio gotovo 10 %, no sljedećih je godina taj udio pao na manje od 2 %. Najmanji udio dolazaka u turističkom prometu za promatrano razdoblje ostvarili su turisti iz Južne Amerike, s 1 % u 2018. i 0,85 % u 2022., te Afrike, 0,23 % u 2018. godini i 0,18 % u 2022.

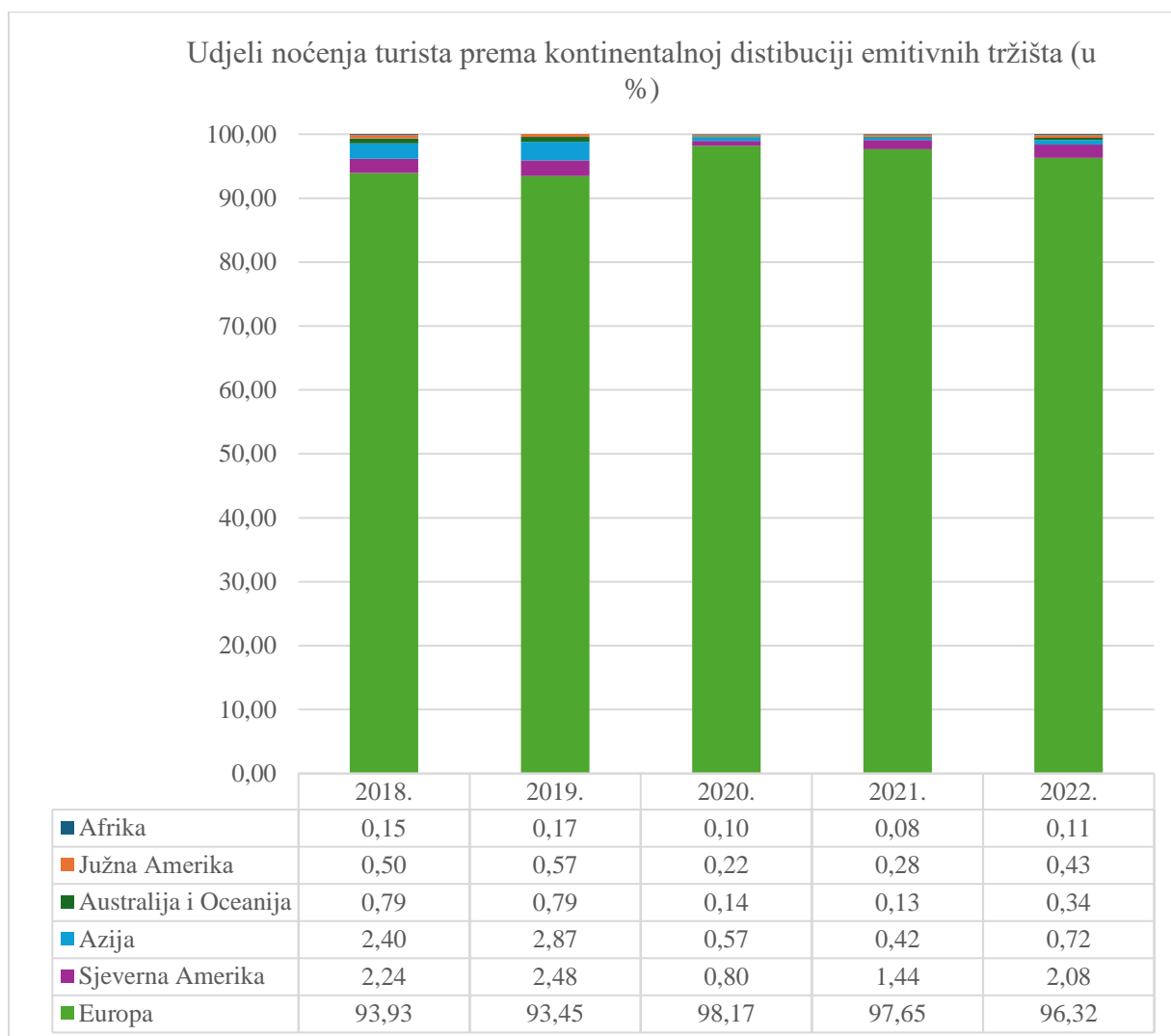
Graf 2. Udjeli dolazaka turista u RH prema kontinentalnoj distribuciji emitivnih tržišta od 2018. do 2022.



Izvor: Autorica prema Državnom zavodu za statistiku

Na temelju iste kontinentalne distribucije emitivnih tržišta napravljen je graf 3 koji prikazuje udio noćenja turista od 2018. do 2022. godine. Europa je ponovno bila na prvom mjestu s preko 90 % svake godine. Zatim Azija i Sjeverna Amerika s više od 2 % u 2018. i 2019. godini, no nakon pada u 2020. udjeli noćenja turista iz Sjeverne Amerike su počeli rasti i ponovno dostigli razinu od 2 % u 2022. godini, dok onih iz Azije nisu te su bili ispod 1 %. Tržišta Afrike i Južne Amerike ostvarila su najmanje udjele i u noćenjima stranih turista (manje od 1 % svake godine).

Graf 3. Udjeli noćenja turista u RH prema kontinentalnoj distribuciji emitivnih tržišta od 2018. do 2022.



Izvor: Autorica prema Državnom zavodu za statistiku

U tablici 6 navedena su glavna tržišta prema državama podrijetla turista od 2018. do 2022. godine. Iz tablice je vidljivo kako je Njemačka glavno emitivno tržište jer je svake godine na prvom mjestu. Austrija, Slovenija i Poljska također su često bile među glavnim tržištima, ali s izmjenama pozicija. Italija, Ujedinjena Kraljevina, Češka, Mađarska, Francuska i Nizozemska tijekom godina su varirale, povremeno ulazeći i izlazeći iz liste glavnih emitivnih tržišta.

Tablica 6. Glavna emitivna tržišta za RH od 2018. do 2022.

2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka
Austrija	Slovenija	Slovenija	Austrija	Austrija
Slovenija	Austrija	Poljska	Slovenija	Slovenija

Italija	Italija	Češka	Poljska	Poljska
Poljska	Poljska	Austrija	Češka	Italija
Ujedinjena Kraljevina	Ujedinjena Kraljevina	Italija	Mađarska	Češka
Češka	Češka	Mađarska	Italija	Ujedinjena Kraljevina
Mađarska	Francuska	Slovačka	Francuska	Mađarska
Francuska	Mađarska	Francuska	Nizozemska	Nizozemska
Nizozemska	Nizozemska	Ujedinjena Kraljevina	Slovačka	Francuska

Izvor: Autorica prema Državnom zavodu za statistiku

Tijekom istraživanja motiva dolaska turista u istraživanju TOMAS Hrvatska 2019. ispitanicima je bilo ponuđeno sedam glavnih razloga putovanja. Većina gostiju došla je zbog odmora (91 %), zatim zbog posla (4 %), posjeta rodbini i prijateljima (2 %), zdravstvenih razloga (1 %), obrazovanja (1 %) i vjerskih razloga (0,3 %). Na Jadranu 93 % gostiju dolazi radi odmora, dok u Kontinentalnoj Hrvatskoj taj broj iznosi 63 %, a 22 % dolazi zbog posla. U Kontinentalnoj Hrvatskoj 19 % gostiju dolazi zbog posjeta rodbini i prijateljima. Gostima koji su u destinaciju došli na odmor ponuđeno je četrnaest motiva za odmor od kojih su mogli odabrati najviše tri. U Jadranskoj Hrvatskoj najvažniji motiv je more (80 %), zatim priroda (56 %). Ostali motivi su *city break*, *touring*, sport i rekreacija te kultura i umjetnost (od 13 % do 24 %). Dodatni motivi uključuju gastronomiju, zabavu i festivale, posjete ruralnim područjima te manifestacije i događanja. U Kontinentalnoj Hrvatskoj priroda je glavni motiv za gotovo trećinu dolazaka (32 %), a slijede *touring/sightseeing*, *city break*, sport i rekreacija, posao te kultura i umjetnost (od 16 % do 26 %). Deset posto posjetitelja dolazi zbog planinarenja i posjeta ruralnim područjima, a nešto manje zbog gastronomije te manifestacija i događanja. Motivi putovanja variraju po regijama. Na primjer, u Zagrebu su glavni motivi *city break* (45 %) i *touring/sightseeing* (35 %), dok su u Sjevernoj Hrvatskoj to priroda (37 %) i *wellness/toplice* (32 %) (Marušić et. al., 2020).

Što se tiče aktivnosti za vrijeme boravka u destinaciji, omiljena aktivnost turista u Hrvatskoj je plivanje i kupanje. Slijede razgledavanje gradova, odlazak u restorane, posjete povijesnim građevinama, izleti u nacionalne parkove i zaštićena prirodna područja, kupovina, organizirani izleti brodom te razne sportske, rekreativne, zabavne i kulturne aktivnosti. Na Jadranu su plivanje i kupanje popularniji nego u ostatke zemlje, dok su u Kontinentalnoj Hrvatskoj

omiljene aktivnosti odlazak u restorane i razgledavanje gradova. Također, turisti na kontinentu provode više vremena u muzejima, galerijama, na izložbama te posjećuju nacionalne parkove i zaštićena područja (Marušić et. al., 2020).

3. TURIZAM NA PODRUČJU SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE

Treće poglavlje ovog rada odnosi se na Splitsko-dalmatinsku županiju. U ovom poglavlju detaljno se opisuje Splitsko-dalmatinska županija, uključujući njezine geografske kulturne i gospodarske značajke. Poseban naglasak stavljen je na turizam koji je jedna od ključnih gospodarskih grana ovog područja.

3.1. Splitsko-dalmatinska županija

Splitsko-dalmatinska županija je administrativno-teritorijalna jedinica u srednjoj i južnoj Dalmaciji. Sjedište se nalazi u Splitu, a cijela županija podijeljena je na 16 gradova i 39 općina (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=57469>). Najveća je županija Hrvatske ukupne površine 14.106 km². Smještena je na središnjem dijelu jadranske obale. Proteže se od Vrlike na sjeveru do otoka Palagruže na jugu te od Marine na zapadu do Vrgorca na istoku. Na sjeveru graniči s Republikom Bosnom i Hercegovinom, na istoku s Dubrovačko-neretvanskom županijom, a na jugu se prostire do granice teritorijalnog mora Republike Hrvatske. Zaobalje županije ispresijecano je planinama koje se pružaju paralelno s obalom Jadrana te je rijetko naseljeno i siromašno. Priobalje je, s druge strane, usko područje između planinskih lanaca i mora, no visoko urbanizirano i ekonomski razvijenije u odnosu na zaobalje. Otočno područje sastoji se od 74 otoka i 57 hridi i grebena. Veličinom i naseljenošću izdvajaju se Brač, Hvar, Vis, Šolta i Čiovo. Osim tih, naseljeno je još 6 otoka, a to su Veli Drvenik, Mali Drvenik, Sv. Klement, Šćedro, Biševo i Sv. Andrija (<https://www.dalmacija.hr/zupanija/informacije>). Slika 1. prikazuje kartu Splitsko-dalmatinske županije. Prema posljednjem Popisu stanovništva iz 2021. godine Splitsko-dalmatinska županija ima 423 407 stanovnika, od čega je 205 299 muškaraca (48,5 %) i 218 108 žena (51,5 %) (https://podaci.dzs.hr/media/td3jvrbu/popis_2021-stanovnistvo_po_gradovima_opcinama.xlsx).

Slika 1. Karta Splitsko-dalmatinske županije



Izvor: <https://www.hgk.hr/zupanijska-komora-split/gospodarski-profil> (pristup: 6.6.2024.)

Klima uvelike pogoduje turističkom razvoju županije, a razlog tome je što je Splitsko-dalmatinska županija smještena u području jadranskog tipa mediteranske klime. Karakteriziraju je suha i vruća ljeta te blage i vlažne zime. Krećući se od otoka preko obalnog do zaobalnog područja, srednje godišnje temperature opadaju dok se količina oborina povećava. Klima otoka je topla, s obiljem sunca i rijetkim padom temperatura ispod nule, uz malu količinu oborina. U zaobalnom području temperature tijekom jeseni i zime često padaju ispod nule, a oborine su češće. Priobalna klima ima maksimalne oborine u hladnijem dijelu godine, dok su ljeta vruća, suha i vrlo sunčana. Prosječna je temperatura najtoplijeg mjeseca iznad 22 °C. Grad Hvar poznat je kao najsunčaniji grad u Republici Hrvatskoj. Jadransko more djeluje kao prirodni rezervoar relativno tople vode s temperaturama od 10 do 26 °C (<https://www.dalmacija.hr/zupanija/informacije>).

Splitsko-dalmatinsku županiju karakteriziraju krševit i vapnenački sastav terena s brojnim geomorfološkim spomenicima prirode među kojima se ističu Modra špilja, Modro i Crveno jezero, Medvidina pećina te Vela Špilja. Od površinskih vodenih tokova najpoznatije su rijeka Cetina, koja ima najduži tok, te Jadro i Žrnovnica. Umjetno jezero Peručko najveća je voda stajaćica, a cijelo zaobalje obiluje podzemnim vodama. Županija ima i bogatu floru i faunu uključujući mnoge endemske i zaštićene vrste. Među zaštićenim životinjama u planinskim predjelima nalaze se vuk, ris i medvjed, a mogu se pronaći i rijetki primjerci eleonorinog sokola. Špilje su dom raznim vrstama šišmiša. Preko 40 zaštićenih područja od nacionalne važnosti nalazi se u Splitsko-dalmatinskoj županiji, što uključuje parkove prirode, posebne rezervate, spomenike prirode, značajne krajobraze i spomenike parkovne arhitekture (https://www.dalmatia.hr/wp-content/uploads/2023/10/Glavni_plan_razvoja_turizma_SDZ.pdf).

Splitsko-dalmatinska županija povezana je cestovnim, željezničkim, zračnim i pomorskim prometom s hrvatskim i europskim prometnim sustavom. Županija je cestovnim putem lako dostupna zahvaljujući autocesti A1 koja prolazi kroz županiju i spaja Split sa Zagrebom te hrvatskom i europskom mrežom autocesta. Split je autocestom povezan i prema jugu, sve do Ploča. Dostupnost željeznicom je vrlo skromna. Kroz županiju prolazi 45,6 km pruge značajne za međunarodni promet koja preko Knina i dalje tzv. „ličkom“ prugom povezuje Split sa Zagrebom. Međutim, pruga za lokalni i regionalni promet ne postoji. Duljina pruge do Zagreba iznosi 424 km, ali putovanje traje šest sati tijekom dana i osam sati noću što je znatno ispod standarda suvremenih europskih željeznica (https://www.dalmatia.hr/wp-content/uploads/2023/10/Glavni_plan_razvoja_turizma_SDZ.pdf).

Zrakoplovni i pomorski promet imaju veliku ulogu u prometnoj povezanosti. Tablica 7 prikazuje kako je Zračna luka Split u 2018. i 2019. godini zabilježila je više od 3 milijuna putnika, dok je u 2020. taj broj pao na nešto više od 670 tisuća. U 2021. godini broj putnika popeo se na 1,5 milijun, a u 2022. na gotovo 3 milijuna.

Tablica 7. Broj putnika u Zračnoj luci Split od 2018. do 2022.

2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
3124067	3301930	674366	1577584	2908577

Izvor: Autorica prema Zračnoj luci Split

Luka Split je najznačajnija pomorska luka u Hrvatskoj po broju putnika. Ona je jedna od šest nacionalnih luka međunarodnog gospodarskog značaja koje mogu primiti velike preookeanske brodove (https://www.dalmatia.hr/wp-content/uploads/2023/10/Glavni_plan_razvoja_turizma_SDZ.pdf). Tablica 8 prikazuje kretanje broja putnika u Luci Split od 2018. do 2022. godine. Najveći broj putnika, malo više od 5,6 milijuna, ostvaren je u 2019. godini, a najmanji, preko 2,6 milijuna, u 2020.

Tablica 8. Broj putnika u Luci Split od 2018. do 2022.

2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
5422589	5607789	2625106	4070845	5333956

Izvor: Autorica prema Lučkoj upravi Split

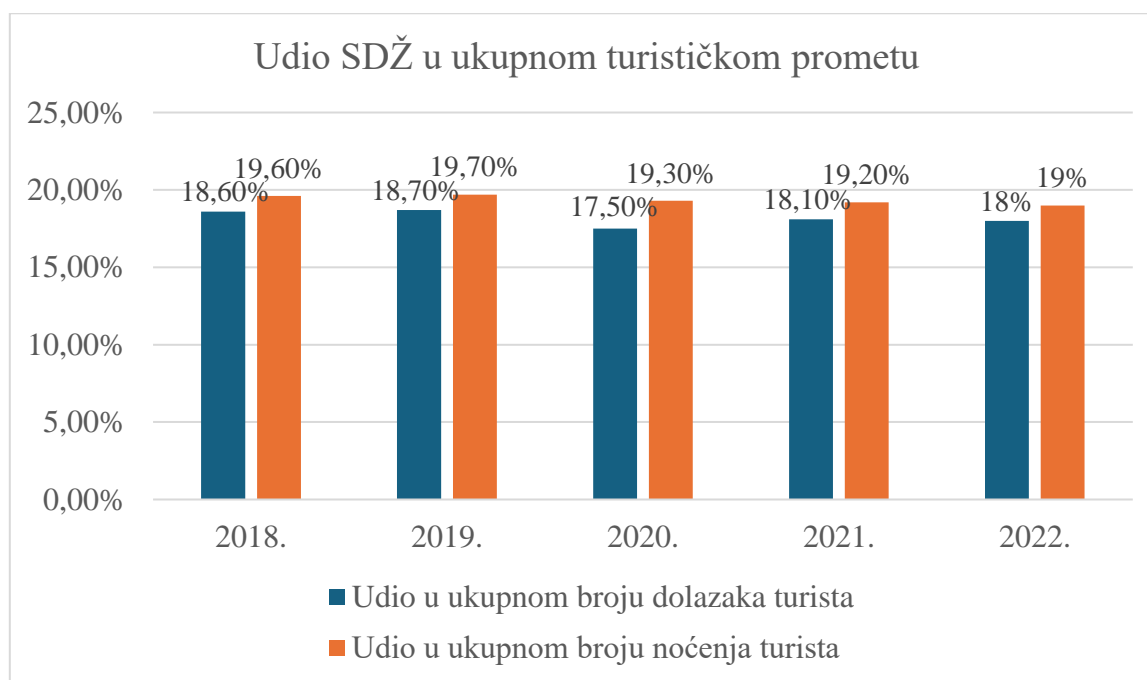
Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u 2018. godini u Splitsko-dalmatinskoj županiji ostvarilo se 8,4 posto ukupnog nacionalnog bruto domaćeg proizvoda, odnosno 4,3 mlrd. eura. BDP po stanovniku iznosio je 9,6 tis. eura. Bruto dodana vrijednost iznosila je 26,5 mlrd. HRK što je 8,4 posto ukupne bruto dodane vrijednosti Republike Hrvatske. Najveći udio bruto dodane vrijednosti odnosi se na uslužni sektor, odnosno na trgovinu na veliko i na malo, prijevoz i skladištenje, smještaj, pripremu i usluživanje hrane na koje otpada 28 posto županijskog BDV-a i koje su uvelike povezane s turizmom i turističkom djelatnošću (https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2021/12-01-03_01_2021.htm).

3.2. Turizam Splitsko-dalmatinske županije

Splitsko-dalmatinska županija je nakon Istarske druga najposjećenija županija u Hrvatskoj. Graf 4 prikazuje udio Splitsko-dalmatinske županije u ukupnom turističkom prometu Hrvatske od 2018. do 2022. godine. U razdoblju od 2018. do 2022. gotovo je svake godine ostvaren udio od oko 18 % u ukupnom broju dolazaka turista, osim 2020. kada je ostvareno

17,5 %. Najveći je udio u ukupnom broju noćenja ostvaren 2019. godine (19,7 %), a najmanji 2022. (19 %).

Graf 4. Udio SDŽ u ukupnom turističkom prometu Republike Hrvatske od 2018. do 2022.



Izvor: Autorica prema podacima Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske: Turizam u brojkama 2019. – Turizam u brojkama 2022.

S obzirom na položaj i prirodna obilježja Splitsko-dalmatinske županije, mogućnosti razvoja raznolike turističke ponude su velike. Specifični oblici turizma, poput kulturnog, nautičkog, pustolovnog, zdravstvenog, ruralnog i drugi, odgovaraju na brojne zahtjeve i želje turista. Upravo se razvojem specifičnih oblika turizma otvaraju nove mogućnosti u stvaranju turističke ponude koja privlači različite dobne skupine te turiste s različitim motivima. Turizam je značajna izvozna gospodarska grana Splitsko-dalmatinske županije koju čine subjekti iz različitih područja djelatnosti od poduzeća registriranih za pružanje smještaja te pripremu i usluživanje hrane, putničkih agencija i *charter* tvrtki, do onih obrta koji se bave ugostiteljstvom i turizmom te privatnih iznajmljivača kojih ima najviše u Splitsko-dalmatinskoj županiji (<https://www.hgk.hr/zupanijska-komora-split/gospodarski-profil>).

Glavni temelj za budući razvoj turizma Splitsko-dalmatinske županije ogleda se u tome da je ona danas okosnica hrvatskog turizma. Prirodne atrakcije u kombinaciji s raznolikim atrakcijama, povećanjem prometne dostupnosti, kvalitetnijom promocijom i rastom turističke potražnje doveli su do rasta broja turističkih dolazaka i noćenja. Glavna turistička sezona odvija se tijekom ljetnih mjeseci, no turistička potražnja postupno se proširuje i na pred i posezonu. S

porastom broja turista sve se više dovodi u pitanje održivost takvog turizma zasnovanog na kratkoj sezoni i masovnosti. Stoga se prioritet daje aktivnostima koje potiču rast kvalitete i osiguravaju turističku konkurentnost županije (https://www.dalmatia.hr/wp-content/uploads/2023/10/Glavni_plan_razvoja_turizma_SDZ.pdf).

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (TZ SDŽ) je krovna turistička organizacija koja je u partnerstvu sa županijskim Upravnim odjelom za turizam i pomorstvo zadužena za razvoj turizma u županiji. Godišnji prihod TZ SDŽ-a iznosi oko 2,5 milijuna eura (https://www.dalmatia.hr/wp-content/uploads/2023/10/Glavni_plan_razvoja_turizma_SDZ.pdf).

Splitsko-dalmatinska županija podijeljena je na 6 turističkih klastera:

1. Splitska rivijera: Dugi Rat, Kaštela, Marina, Okrug, Omiš, Podstrana, Seget, Solin, Split, Šolta, Trogir
2. Makarska rivijera: Igrane, Gradac, Brela, Baška Voda, Živogošće, Tučepi, Podgora, Makarska
3. otok Brač: Bol, Milna, Positra, Pučišća, Selca, Supetar, Sutivan
4. otok Hvar: Stari Grad, Vrboska, Sućuraj, Jelsa, Hvar
5. otok Vis: Vis, Komiža
6. Dalmatinska zagora: Imotski, Vrlika, Vrgorac, Trilj, Sinj, Klis (<https://www.dalmatia.hr/hr/>).

Na sjevernom dijelu županije smještena je Splitska rivijera unutar koje je koncentriran velik broj kulturno-povijesnih spomenika. Najvažniji od njih su Dioklecijanova palača pod zaštitom UNESCO-a u Splitu, stara gradska jezgra Trogira također pod zaštitom UNESCO-a te iskopine antičke Salone u Solinu. Split (slika 2.) se zahvaljujući kulturno-povijesnim spomenicima, kulturnim ustanovama i priredbama razvija kao središte kulturnog turizma. Kaštela, smještena sjeverno od Splita, imaju pretežno industrijsku funkciju. Podstrana, Dugi Rat i Omiš u novije se vrijeme profiliraju na tržištu kao kupališna odredišta. Makarska rivijera zauzima južni priobalni dio županije. Odlikuje se atraktivnim položajem podno parka prirode Biokovo, velikim brojem sunčanih sati i šljunčanim plažama što pogoduje razvoju kupališnog turizma. Na otocima se uz kupališni razvija i nautički turizam (Curić, Glamuzina, Opačić, 2013.).

Slika 2. Split



Izvor: <https://www.luxurytraveladvisor.com/europe/split-croatia> (pristup: 6.6.2024.)

Brač se zbog blizine Splitu rano uključio u turizam. Milna i Bol imaju najdužu tradiciju turizma, a uz Supetar su među važnijim turističkim naseljima otoka. Hvar je najposjećeniji srednjodalmatinski otok i po površini četvrti otok u Jadranu. Ima dugu tradiciju kulturnopovijesnog razvoja čemu svjedoče brojni spomenici, grobnice, mozaici i skulpture. Glavni motiv dolaska turista su blago podneblje s najdužom insolacijom na Jadranu, čisto more i dobro uređene plaže. Vis je najudaljeniji otok od Splita i kopna te je nekada bio vojno uporište bivše JNA i stoga nedostupan turistima. No posjeduje lijepe plaže, ima obilježja Mediteranske klime, a Komiški zaljev i Viška luka povoljne su za razvoj jahting-turizma te se ovdje nalaze i brojni kulturnopovijesni spomenici i građevine. Posebna atrakcija je i Modra špilja na otočiću Biševo u blizini Visa. Dalmatinska zagora planinski je dio koji se pruža od Bukovice do rijeke Neretve i od planinskog okvira Promine, Biokova, Kozjaka i Dinare do granice s Hercegovinom. To je područje submediteranskog krša i klima s poljima u kršu u kojima su se razvila veća naselja. Turistički su važni rijeka Cetina, grad Knin s tvrđavom iznad grada, Sinj s priredbom Sinjske alke te Imotski s Crvenim i Modrim jezerom (Bilen, 2006.).

3.2.1. Profil gostiju

Splitsko-dalmatinska županija ostvaruje oko 90 % ukupnog broja noćenja u razdoblju od lipnja do listopada. Prevladavaju inozemni turisti (94 %) u odnosu na domaće. Najbrojniji su oni iz Njemačke i Poljske (https://www.dalmatia.hr/wp-content/uploads/2023/10/Analiza2019_1.pdf). U tablici 9 prikazano je glavnih pet zemalja čiji su turisti najviše posjećivali Splitsko-dalmatinsku županiju od 2018. do 2022. godine. Osim stranih turista iz Njemačke i Poljske, pri vrhu su i Hrvati, odnosno domaći turisti. Od ostalih,

Splitsko-dalmatinsku županiju najviše posjećuju i turisti iz Češke, Slovenije, Velike Britanije i Bosne i Hercegovine.

Tablica 9. Glavna turistička tržišta za Splitsko-dalmatinsku županiju od 2018. do 2022.

2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Njemačka	Njemačka	Poljska	Poljska	Njemačka
Poljska	Poljska	Hrvatska	Njemačka	Hrvatska
Hrvatska	Hrvatska	Njemačka	Hrvatska	Poljska
Velika Britanija	Velika Britanija	Češka	Češka	Velika Britanija
Češka	Češka	Slovenija	Bosna i Hercegovina	Češka

Izvor: Autorica prema Turističkoj zajednici Splitsko-dalmatinske županije

Prosječna duljina boravka turista iznosi oko 5,5 dana. Prema istraživanju o stavovima i potrošnji turista u hrvatskim primorskim destinacijama „TOMAS ljeta 2018“, najvažniji motivi dolaska turista u Splitsko-dalmatinsku županiju su odmor i opuštanje, uživanje u jelu i piću, zabava, nova iskustva i doživljaji te upoznavanje prirodnih ljepota. Vjerski motivi, zdravlje i wellness, kupovina i poslovne obaveze najmanje su važni motivi dolaska (<https://www.dalmatia.hr/wp-content/uploads/2023/10/Program-rada-TZ-SDZ-ZA-2020.pdf>).

Najbrojniji turisti su oni u dobi između 30 i 49 godina (56 %) s visokim ili višim obrazovanjem. Više od polovice gostiju (52 %) čine obitelji, a raste i udio onih koji dolaze samo s partnerom (26 %) ili s prijateljima (16 %). Broj onih koji po prvi puta dolaze u županiju raste (74 %) i najčešće dolaze u Split i na otoke. Lojalnih gostiju je najviše na Splitskoj i Makarskoj rivijeri (<https://www.dalmatia.hr/wp-content/uploads/2023/10/Program-rada-TZ-SDZ-ZA-2020.pdf>).

Turistima su najvažniji izvori informacija Internet, brošure, oglasi, plakati, radio, TV, preporuke rodbine i prijatelja te prijašnji boravak. Turisti se tijekom boravka u destinaciji najviše bave plivanjem i kupanjem, isprobavanjem eno-gastronomske ponude, raznim aktivnostima poput šetnje u prirodi, razgledavanja znamenitosti, šopinga te posjete raznim koncertima, muzejima i sl. (<https://www.dalmatia.hr/wp-content/uploads/2023/10/Program-rada-TZ-SDZ-ZA-2020.pdf>).

Što se tiče zadovoljstva destinacijom, najzadovoljniji su prirodnim ljepotama, ljubaznošću osoblja u smještajnim objektima i pogodnošću za provođenje obiteljskog odmora. Najmanje su zadovoljni prilagođenošću destinacije osobama s posebnim potrebama i raznolikošću kulturnih manifestacija. Također su ukazali na glavne nedostatke destinacije, a to su: gužve u prometu i na kupališnom prostoru, problemi s odlaganjem smeća i recikliranjem otpada te buka (<https://www.dalmatia.hr/wp-content/uploads/2023/10/Program-rada-TZ-SDZ-ZA-2020.pdf>).

Prosječni dnevni izdaci iznose 84,5 EUR, a u strukturi izdataka prevladavaju izdaci za smještaj (52 %), izdaci za hranu i piće (17 %), izdaci za kupovinu (14 %) te izdaci za lokalni prijevoz (7,7 %) (<https://www.dalmatia.hr/wp-content/uploads/2023/10/Program-rada-TZ-SDZ-ZA-2020.pdf>).

3.2.2. Smještajni kapaciteti

Analiza podataka o smještajnim kapacitetima po vrstama ugostiteljskih objekata u Splitsko-dalmatinskoj županiji od 2018. do 2022. godine, koji su prikazani u tablici 10, pokazuje sljedeće. Broj hotela i njihovih kapaciteta u županiji bilježi stabilan rast. Broj hotela je porastao s 262 u 2018. godini na 286 u 2022. godini, dok je broj kreveta porastao s 33.149 na 36.045. Kampovi su zabilježili fluktuacije u broju objekata i kreveta. Najveći broj kampova zabilježen je 2021. godine (74), dok je najmanji broj bio 2022. godine (50). Broj kreveta u kampovima također je varirao, od 14.863 u 2018. do 15.648 u 2022. godini. Objekti na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (OPG-ima) bilježe kontinuirani rast. Broj ovih objekata se povećao s 24 u 2018. na 52 u 2022. godini, dok je broj kreveta porastao sa 120 na 424. Broj objekata u domaćinstvima pokazuje blagi porast, ali uz fluktuacije. Od 27.474 objekata u 2018. godini broj je porastao na 28.276 u 2022. godini, dok je broj kreveta varirao, na kraju dosegnuvši 166.661 u 2022. godini. Ostali ugostiteljski objekti za smještaj, odnosno obrti također bilježe rast. Broj ovih objekata se povećao s 1.588 u 2018. godini na 2.068 u 2022. godini, a broj kreveta je porastao s 21.537 na 26.719. Kategorija "Ostalo" pokazuje značajan pad u broju kreveta, smanjujući se s 1.290 u 2018. godini na samo 226 u 2022. godini, dok je broj objekata ostao minimalan. Ukupan broj smještajnih objekata i kapaciteta također pokazuje rast. Ukupan broj objekata povećao se s 29.410 u 2018. godini na 30.735 u 2022. godini, dok je broj kreveta porastao s 238.477 na 245.723.

Tablica 10. Smještajni kapaciteti po vrstama ugostiteljskih objekata SDŽ od 2018. do 2022.

Vrsta objekta	2018.		2019.		2020.		2021.		2022.	
	Br. obj.	Br. kreveta	Br. obj.	Br. kreveta	Br. obj.	Br. kreveta	Br. obj.	Br. kreveta	Br. obj.	Br. kreveta
Hoteli	262	33149	278	34779	276	33829	280	34579	286	36045
Kampovi	57	14863	59	14885	56	14946	74	15707	50	15648
Obj. na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	24	120	28	152	29	158	38	180	52	424
Obj. u domaćinstvu	27474	167518	28424	170729	26893	162657	26848	162089	28276	166661
Ostali ugo. obj. za smj. (Druge vrste/obrti)	1588	21537	1736	23202	1755	23239	1868	24818	2068	26719
Ostalo	5	1290	4	726	4	726	4	726	3	226
Ukupno	29410	238477	30529	244473	29013	235555	29112	238099	30735	245723

Izvor: Autorica prema Turističkoj zajednici Splitsko-dalmatinske županije

Nadalje su u tablici 11 prikazani dolasci po vrstama objekata u razdoblju od 2018. do 2022. godine. Dolasci turista u hotele od 2018. do 2019. narasli su s 1,2 mil. na 1,3, ali potom dolazi do značajnog pada u 2020. godini na 308 tis. U 2021. dolazi do oporavka sa 685 tis. dolazaka, a 2022. godina bilježi daljnji porast na 1 mil. dolazaka. Kampovi bilježe sličan trend s padom u 2020. godini na 71 tis. dolaska s 201 tis. u 2019. godini. Oporavak je vidljiv u 2021. sa 174 tis. dolazaka, a 2022. godine broj dolazaka raste na 217 tis. Objekti na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima bilježe kontinuirani rast. Od 911 dolazaka u 2018. godini broj se povećao na 2 tis. u 2022. godini. Dolazak turista u objekte u domaćinstvima pokazuje stabilan rast od 2018. do 2019. godine, s 1,6 mil. na 1,7 mil. dolazaka, ali dolazi do drastičnog pada u

2020. na 750 tis. dolazaka. Oporavak je vidljiv u 2021. s 1,2 mil. dolazaka, a 2022. godina bilježi povećanje na 1,5 mil. dolazaka. Ostali ugostiteljski objekti za smještaj također prate ovaj trend s rastom od 2018. do 2019. godine sa 330 tis. na 379 tis. dolazaka. Broj dolazaka se u 2020. smanjio na 102 tis., ali oporavak je vidljiv u 2021. s 218 tis. dolazaka i daljnjim rastom na 349 tis. dolazaka u 2022. godini. Kategorija "Ostalo" pokazuje vrlo male brojke i značajan pad, od 593 dolaska u 2018. na samo 156 u 2022. godini. Ukupan broj dolazaka prikazuje variranja tijekom godina. Nakon rasta s 3,4 mil. dolazaka u 2018. na 3,6 mil. u 2019., broj dolazaka pada na 1,2 mil. u 2020. godini. Postupan oporavak počinje u 2021. s 2,3 mil. dolazaka, dok 2022. godina bilježi značajan porast na 3,2 mil. dolazaka.

Tablica 11. Dolasci po vrstama objekata SDŽ od 2018. do 2022.

Vrsta objekta	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Hoteli	1270667	1322095	308548	685343	1070043
Kampovi	206664	201640	71884	174676	217001
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	911	1253	589	1247	2174
Objekti u domaćinstvu	1669970	1768585	754336	1247893	1586318
Ostali ugostiteljski objektu za smještaj (Druge vrste/objekti)	338454	379556	102912	218969	349085
Ostalo	593	491	33	229	156
Ukupno	3487259	3673620	1238302	2328357	3224777

Izvor: Autorica prema Turističkoj zajednici Splitsko-dalmatinske županije

Podaci o noćenjima u Splitsko-dalmatinskoj županiji od 2018. do 2022. godine prikazani su u tablici 12. Noćenja u hotelima značajno su pala s 4,7 milijuna u 2018. na 1,3 mil. u 2020. Nakon toga zabilježen je oporavak s gotovo 3 mil. noćenja u 2021. i 4,3 mil. noćenja u 2022. Kampovi su također zabilježili pad noćenja s 1,1 mil. u 2018. na 448 tis. u 2020., ali su se u 2022. oporavili na 1,1 mil. Objekti na OPG-ima bilježe stalan rast, sa 7 tis. noćenja u 2018. na 13

tisuća u 2022. Noćenja u objektima u domaćinstvu pala su s 10,2 mil. u 2018. na 5,7 mil. u 2020., ali su se zatim oporavila na 10,3 mil. u 2022. Ostali ugostiteljski objekti za smještaj zabilježili su pad noćenja s 1,4 mil. u 2018. na 574 tis. u 2020., ali su se oporavili na 1,5 mil. u 2022. Kategorija "Ostalo" bilježi pad broja noćenja s 3,7 tis. u 2018. na samo 765 u 2022. Ukupan broj noćenja u svim vrstama smještajnih objekata opao je s 17,7 mil. u 2018. na 8 mil. u 2020., ali se oporavio na 13,6 mil. u 2021. i dosegao 17,3 mil. u 2022. godini.

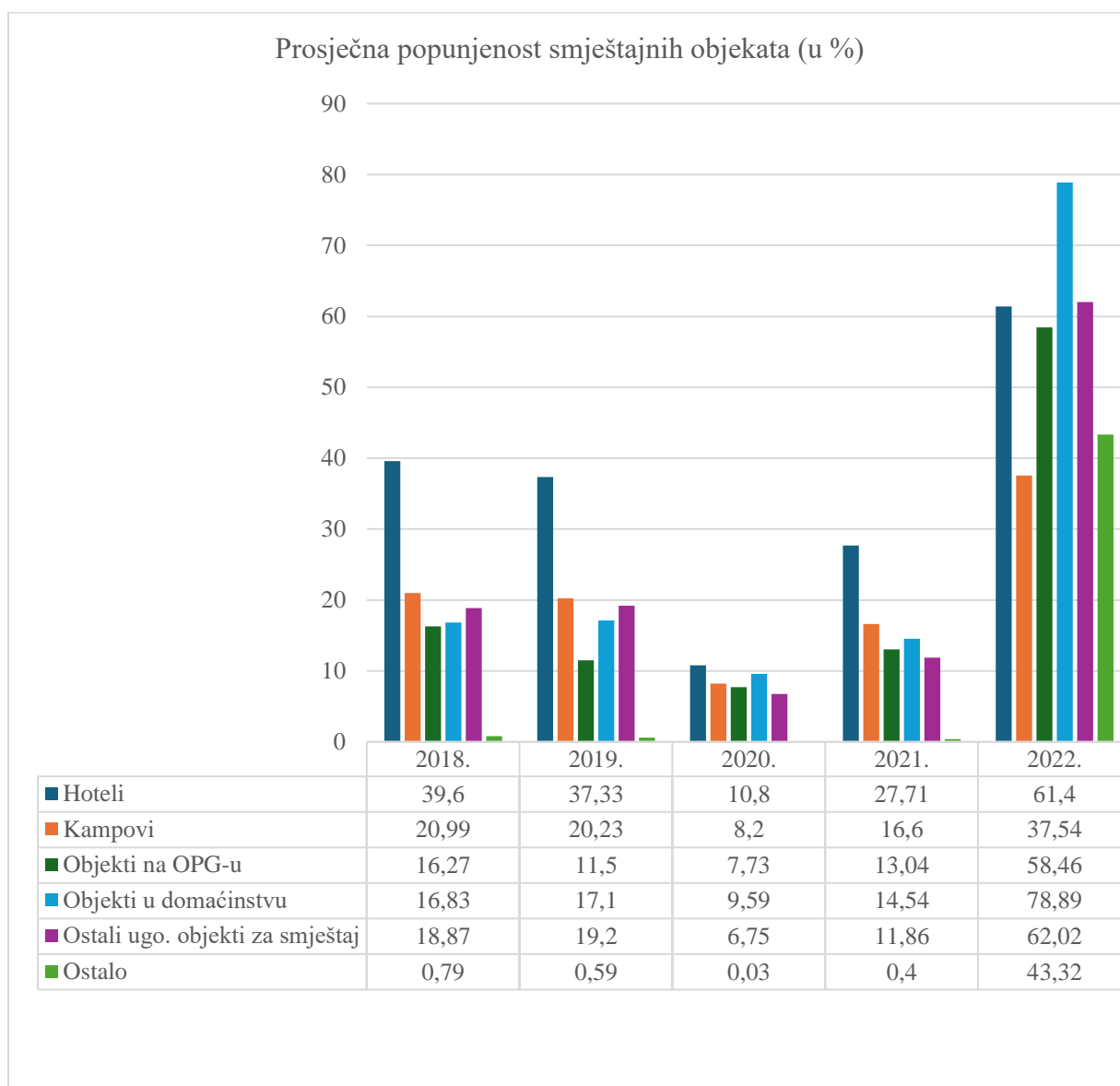
Tablica 12. Noćenja po vrstama objekata SDŽ od 2018. do 2022.

Vrsta objekta	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Hoteli	4791424	47389989	1337002	2992431	4315304
Kampovi	1138710	1099354	448492	951635	1128232
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	7126	6380	4472	8567	13370
Objekti u domaćinstvu	10288698	10653189	5708501	8604136	10330578
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste/obrti)	1483533	1625989	574395	1074457	1532755
Ostalo	3704	1565	76	1066	765
Ukupno	17713195	18125466	8072938	13632292	17321004

Izvor: Autorica prema Turističkoj zajednici Splitsko-dalmatinske županije

Graf 5 prikazuje prosječnu popunjenost smještajnih objekata Splitsko-dalmatinske županije od 2018. do 2022. godine. Hoteli su s prosječne popunjenosti od 39,6 % u 2018. pali na 10,8 % u 2020., no oporavili su se na 61,4 % u 2022. Kampovi su također doživjeli pad s 20,99 % u 2018. na 8,2 % u 2020., ali su porasli na 37,54 % u 2022. Objekti na OPG-u bilježe rast sa 7,73 % u 2020. na 58,46 % u 2022. Objekti u domaćinstvu su smanjili popunjenost na 9,59 % u 2020., ali su se u 2022. oporavili na visokih 78,89 %. Ostali ugostiteljski objekti su pali na 6,75 % u 2020., ali su porasli na 62,02 % u 2022. Kategorija "Ostalo" imala je minimalnu popunjenost od 0,03 % u 2020., ali je skočila na 43,32 % u 2022.

Graf 5. Prosječna popunjenost smještajnih objekata SDŽ od 2018. do 2022.



Izvor: Autorica prema Turističkoj zajednici Splitsko-dalmatinske županije

4. KRETANJE GOSPODARSKIH AKTIVNOSTI NA PRIMJERU TURIZMA U VRIJEME I NAKON PANDEMIJE COVID-19

Bolest *Coronavirusa 2019* (COVID-19) uzrokovanog infekcijom SARS-CoV-2 prvi put zabilježena je na grupi ljudi oboljelih od upale pluća u prosincu 2019. godine u kineskom gradu Wuhan. Simptomi oboljelih uključivali su povišenu temperaturu i otežano disanje. Oboljeli su se epidemiološki povezivali s boravkom na tržnici morskih i drugih živih životinja Huanan Seafood Wholesale Market. U siječnju 2020. identificiran je novi *Coronavirus* koji se razlikuje od bilo kojeg ljudskog *Coronavirusa*. Početkom siječnja potvrđeni su pojedinačni slučajevi bolesti uzrokovane novim *Coronavirusom* i u drugim dijelovima Kine, te u drugim državama poput Japana, Tajlanda i Singapura. Ubrzo se bolest pojavila i u Europskim zemljama kod osoba koje su doputovale iz provincije Hubei (<https://www.hzjz.hr/sluzba-epidemiologija-zarazne-bolesti/epidemija-pneumonije-povezana-s-novim-koronavirusom-kina/>). Prvi slučaj bolesti novog *Coronavirusa* u Hrvatskoj zabilježen je 25. veljače 2020. u Zagrebu kod muškarca koji je doputovao iz pokrajine Lombardije u Italiji koja je tada bila zahvaćena epidemijom (<https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/covid-19-priopcenje-prvog-slucaja/>). U Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji 30. siječnja odlučeno je da se ovu bolest proglasi javnozdravstvenim hitnim stanjem od međunarodnog značaja (<https://www.hzjz.hr/sluzba-epidemiologija-zarazne-bolesti/epidemija-pneumonije-povezana-s-novim-koronavirusom-kina/>). U Republici Hrvatskoj 11. ožujka 2020. ministar zdravstva donio je odluku o proglašenju epidemije bolesti COVID-19 na području čitave države (<https://www.iusinfo.hr/document?sopi=DDHR20201106N133#>) koja je trajala sve do 11. svibnja 2023. godine (Odluka o proglašenju prestanka epidemije bolesti COVID-19 uzrokovane virusom SARS-CoV-2, NN 51/2023).

Tijekom pandemije COVID-19 poduzete su brojne mjere zaštite i restrikcije u raznim sektorima kako bi se smanjilo širenje virusa. Opće mjere uključivale su nošenje zaštitnih maski, održavanje fizičke distance te redovito pranje i dezinfekciju ruku. Također, naglašena je važnost pravilne ventilacije prostora, kao i izolacije osoba koje pokazuju simptome zaraze. Preporuke su se odnosile na sve javne i privatne prostore te su obuhvaćale upute za pravilno ponašanje kako bi se smanjio rizik od prijenosa virusa (https://civilnazastita.gov.hr/UserDocsImages/CIVILNA%20ZA%20C5%A0TITA/PDF_ZA%20WEB/Bro%C5%A1ura-COVID2.pdf). U hotelijerstvu i turističkom sektoru naglasak je bio na održavanju visokih standarda higijene uključujući redovito čišćenje i dezinfekciju zajedničkih prostora poput recepcija, blagovaonica, hodnika i sanitarnih čvorova, uz osiguranje sredstava za

dezinfekciju ruku na ključnim mjestima unutar objekta. Preporučena je optimalna ventilacija svih prostorija s ciljem smanjenja mogućnosti prijenosa virusa putem aerosola. Održavanje fizičke distance bilo je ključno uključujući mjere poput označavanja podova za održavanje razmaka, reorganizacije prostora za sjedenje u restoranima i dvoranama za sastanke, te smanjenje broja gostiju u zajedničkim prostorima. Osoblje hotela bilo je obavezno pridržavati se svih higijenskih mjera: redovito pranje ruku, nošenje zaštitnih maski i rukavica gdje je to potrebno, te praćenje zdravstvenog stanja. U slučaju pojave simptoma osoblje je moralo napustiti radno mjesto i obavijestiti nadležne. U slučaju da gost ili član osoblja pokaže simptome COVID-19, preporučene su hitne mjere izolacije, obavještanje nadležnih zdravstvenih službi i poduzimanje svih potrebnih radnji za sprječavanje daljnjeg širenja virusa kao što je dezinfekcija prostorija u kojima je boravila zaražena osoba (https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2020/02/Preporuke-za-hotele_28-2-2020-.pdf). Što se tiče prelaska granica, osobe koje su dolazile iz područja visoke epidemiološke aktivnosti bile su podložne posebnim mjerama poput zdravstvenog nadzora i obavezne samoizolacije. Te osobe morale su se prijaviti sanitarnim inspektorima i poštovati propisane mjere izolacije. S druge strane, turistima i poslovnim putnicima koji nisu pokazivali simptome kretanje nije bilo ograničeno, ali su morali slijediti sve preporučene mjere prevencije kako bi se osigurala sigurnost svih sudionika u putovanju i boravku. Sve ove mjere bile su ključne za kontrolu širenja virusa i održavanje javnog zdravlja tijekom pandemije (<https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2020/03/Prelazak-granice-09-05.pdf>).

4.1. Utjecaj pandemije na dolazak gostiju

Pandemija bolesti covid-19 imala je velik negativan utjecaj na turizam u cijelom svijetu. Nakon rekordnih turističkih brojaka ostvarenih u 2019. godini, očekivanja su za naredne godine bila još veća. Međutim, zbog prevencije širenja bolesti kretanja turista bila su ograničena te se postavljalo pitanje kako će se to odraziti na turizam. U ovom se podpoglavlju prikazuje turistički promet u Splitsko-dalmatinskoj županiji od 2018. do 2022. godine, tj. razdoblje prije i tijekom pandemije covid-19. Također će se testirati hipoteza 1 kojom će se ispitati utjecaj pandemije na broj dolazaka i noćenja u 2020., 2021. i 2022. godini u usporedbi s 2019. godinom, a hipoteza će na kraju biti potvrđena ili odbačena.

Tablica 13 prikazuje podatke o dolascima i noćenjima domaćih i stranih turista u Splitsko-dalmatinskoj županiji od 2018. do 2022. godine. Godine 2018. zabilježeno je ukupno 3,4 milijuna dolazaka turista koji su ostvarili 17,5 milijuna noćenja. Godine 2019. broj dolazaka porastao je na 3,6 milijuna dok je broj noćenja također porastao na gotovo 18 milijuna što je

najviša vrijednost u promatranom razdoblju. Godina 2020. bila je obilježena velikim padom zbog pandemije COVID-19 kada je zabilježeno samo 1,2 milijuna dolazaka i 7,8 milijuna noćenja što predstavlja značajan pad u odnosu na prethodne godine. Godine 2021. situacija se počela oporavljati s 2,3 milijuna dolazaka i 13,4 milijuna noćenja. Ovaj trend oporavka nastavio se i u 2022. godini kada je zabilježeno 3,2 milijuna dolazaka i 17 milijuna noćenja čime se turistički promet gotovo vratio na predpandemijske razine.

Tablica 13. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u SDŽ od 2018. do 2022. godine

GODINA	DOLASCI			NOĆENJA		
	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno
2018.	265351	3208794	3474145	973483	16588473	17561956
2019.	292999	3364002	3657001	1074280	16892007	17966287
2020.	208302	1015288	1223590	953480	6926081	7879561
2021.	283956	2025098	2309054	1204742	12268663	13473405
2022.	323902	2878817	3202719	1245131	15840020	17085151

Izvor: Autorica prema podacima Državnog zavoda za statistiku

Podaci o turističkom prometu u Splitsko-dalmatinskoj županiji od 2019. do 2022. godine u tablici 14 pokazuju snažan rast turizma prije pandemije s vrhuncem u 2019. godini. Međutim, pandemija COVID-19 prouzročila je dramatičan pad dolazaka i noćenja u 2020. godini pri čemu su dolasci pali za 66 %, a noćenja za 56 %. Oporavak je započeo 2021. s povećanjem dolazaka od 88 % i noćenja od 71 %, a nastavio se i 2022. godine kada su dolasci porasli za 39 %, a noćenja za 27 %.

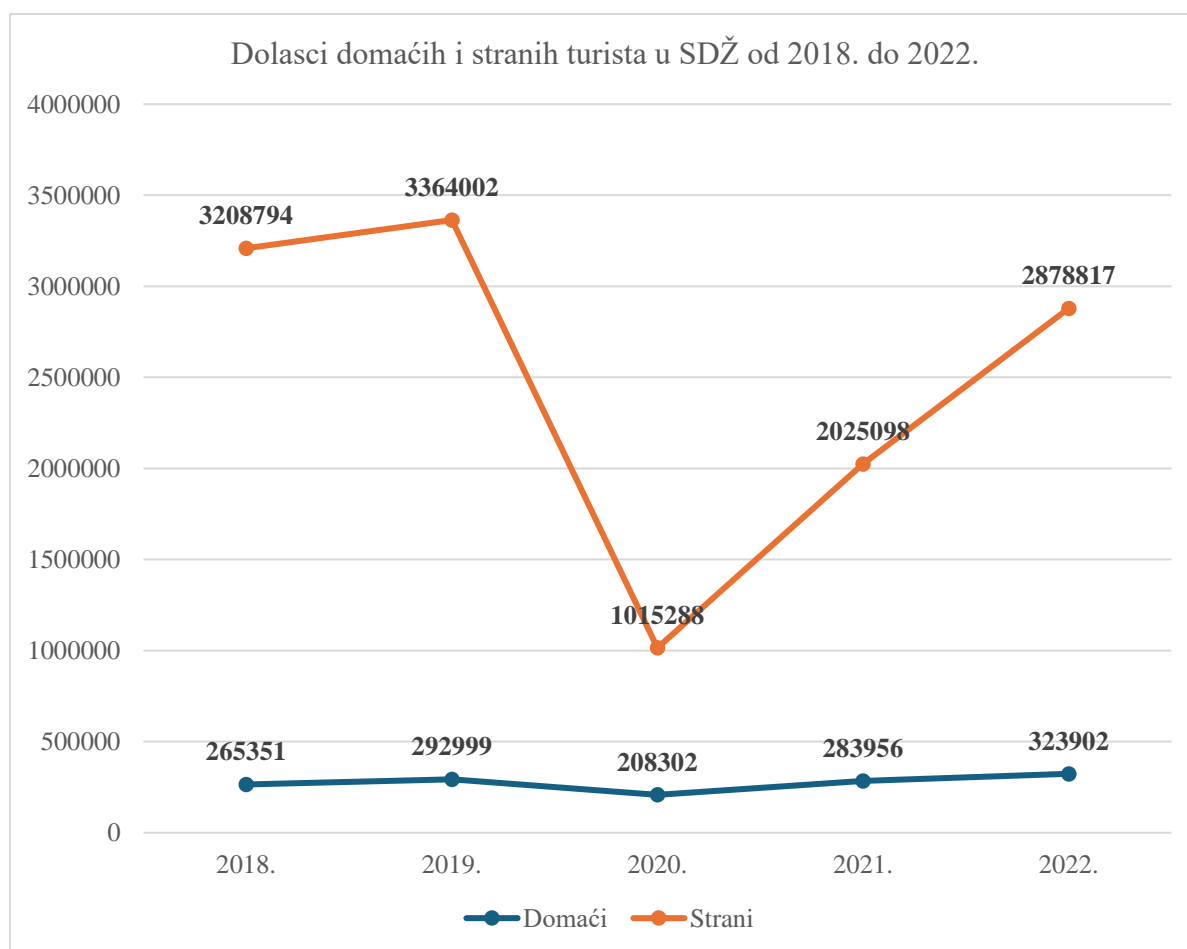
Tablica 14. Postotne promjene dolazaka i noćenja turista u Splitsko-dalmatinskoj Županiji od 2019. do 2022. godine

GODINA	DOLASCI			NOĆENJA		
	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno
2019.	10,42 %	4,84 %	5,26 %	10,35 %	1,83 %	2,30 %
2020.	-28,91 %	-69,82 %	-66,54 %	-11,24 %	-59,00 %	-56,14 %
2021.	36,32 %	99,46 %	88,71 %	26,35 %	77,14 %	70,99 %
2022.	14,07 %	42,16 %	38,70 %	3,35 %	29,11 %	26,81 %

Izvor: Izrada autorice

Graf 6 prikazuje dolaske domaćih i stranih turista u Splitsko-dalmatinskoj županiji od 2018. do 2022. godine. U 2018. godini, zabilježeno je 265 tisuća dolazaka domaćih turista i 3,2 milijuna dolazaka stranih turista što je ukupno 3,4 milijuna dolazaka. U 2019. godini broj dolazaka domaćih turista povećao se na gotovo 300 tisuća dok je broj dolazaka stranih turista porastao na 3,3 milijuna, što je ukupno 3,6 milijuna dolazaka. Godina 2020. donijela je značajan pad u dolascima zbog pandemije s 208 tisuća dolazaka domaćih i 1 milijun dolazaka stranih turista, dakle ukupno 1,2 milijuna dolazaka. U 2021. godini, dolasci su se oporavili s 283 tisuće dolazaka domaćih i 2 milijuna dolazaka stranih turista, što je ukupno 2,3 milijuna dolazaka. U 2022. godini dolasci su se dodatno povećali na 323 tisuće dolazaka domaćih i 2,8 milijuna dolazaka stranih turista, ukupno 3,2 milijuna.

Graf 6. Dolasci domaćih i stranih turista u SDŽ od 2018. do 2022.

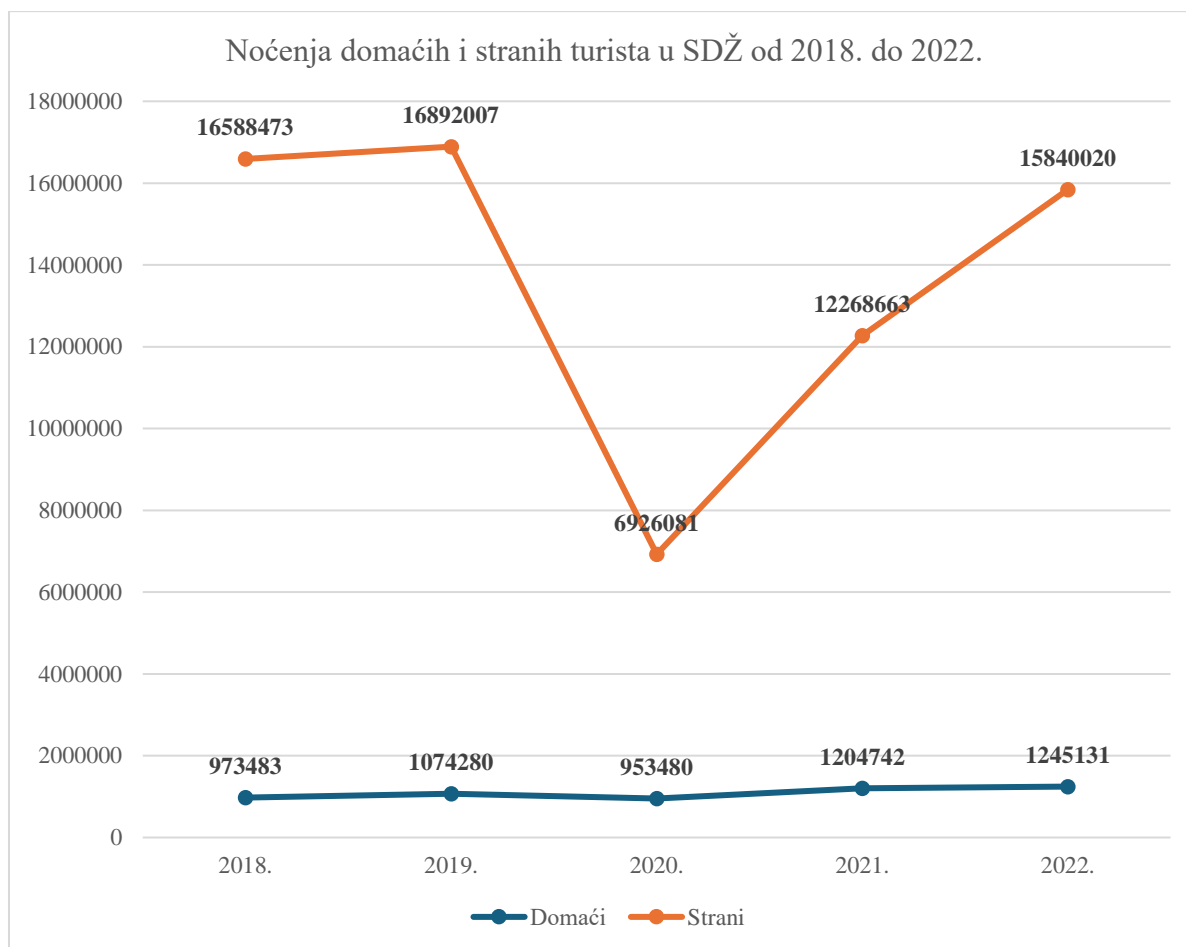


Izvor: Izrada autorice

U grafu 7 prikazana su kretanja broja noćenja domaćih i stranih turista od 2018. do 2022. godine u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Broj noćenja domaćih turista u 2018. godini bio je 973 tisuće dok je stranih turista bilo 16,5 milijuna, što je ukupno 17,5 milijuna noćenja. U 2019. noćenja

su porasla s preko 1 milijun ostvarenih noćenja domaćih turista i 16,8 milijuna noćenja stranih turista, što je ukupno 17,9 milijuna noćenja. Noćenja su 2020. godine pala s 953 tisuće noćenja domaćih i 6,9 milijuna noćenja stranih turista, ukupno 7,8 milijuna noćenja. Već 2021. broj noćenja povećao se na 1,2 milijuna za domaće turiste i 12,2 milijuna za strane i to je ukupno 13,4 milijuna noćenja. U 2022. godini noćenja su dostigla 1,2 milijuna za domaće turiste i 15,8 milijuna za strane, ukupno preko 17 milijuna noćenja.

Graf 7. Noćenja domaćih i stranih turista u SDŽ od 2018. do 2022.



Izvor: Izrada autorice

Na temelju prikazanih podataka o turističkom prometu u Splitsko-dalmatinskoj županiji u razdoblju od 2018. do 2022. godine, pandemija COVID-19 imala je značajan negativan utjecaj na turizam što je vidljivo u velikom padu broja dolazaka i noćenja u 2020. godini. Uspoređujući podatke iz 2019. godine, koja je bila rekordna po broju turista, s podacima iz 2020. godine, vidljivo je da su dolasci smanjeni za 67 %, a noćenja za 56 % što potvrđuje negativan utjecaj pandemije. Iako je 2021. godina donijela oporavak, brojke su i dalje bile znatno niže u odnosu na 2019. Tek u 2022. godini turistički promet gotovo se vratio na predpandemijske razine što

dotatno potvrđuje kako je pandemija imala privremen, ali vrlo snažan negativan utjecaj na turizam. Hipoteza 1 stoga je potvrđena.

4.2. Analiza poslovanja hotela na području Splitsko-dalmatinske županije

U svrhu pisanja ovog rada provedeno je primarno istraživanje o utjecaju pandemije COVID-19 na financijske rezultate turizma na području Splitsko-dalmatinske županije kao i sekundarno istraživanje, odnosno analiza financijskih izvještaja 5 odabranih društava koji posluju na području Splitsko-dalmatinske županije. U ovom podpoglavlju testirat će se hipoteza 2 kojom će se ispitati utjecaj pandemije na financijske rezultate društava čija je primarna djelatnost turizam, a hipoteza će na temelju dobivenih rezultata biti potvrđena ili odbačena.

4.2.1. Analiza anketnog upitnika

Primarno je istraživanje provedeno u obliku *online* ankete, tj. pomoću *Googleova* obrasca zbog lakoće rješavanja upitnika i jednostavnije obrade podataka. Anketa ispituje kako je pandemija COVID-19 utjecala na turističke objekte s fokusom na nekoliko ključnih aspekata poslovanja. Pitanja obuhvaćaju osnovne karakteristike objekata, strukturu radne snage, poslovanje tijekom pandemije, promjene u broju gostiju u razdoblju od 2019. do 2022., ulaganja u marketing, buduće investicije i kapacitete, edukaciju osoblja o sigurnosnim mjerama, poduzete mjere za privlačenje gostiju te utjecaj pandemije na zadovoljstvo gostiju. Anketa je poslana u 20 hotela na području Splitsko-dalmatinske županije i bila je u optjecaju od 3. lipnja do 3. kolovoza 2024. godine.

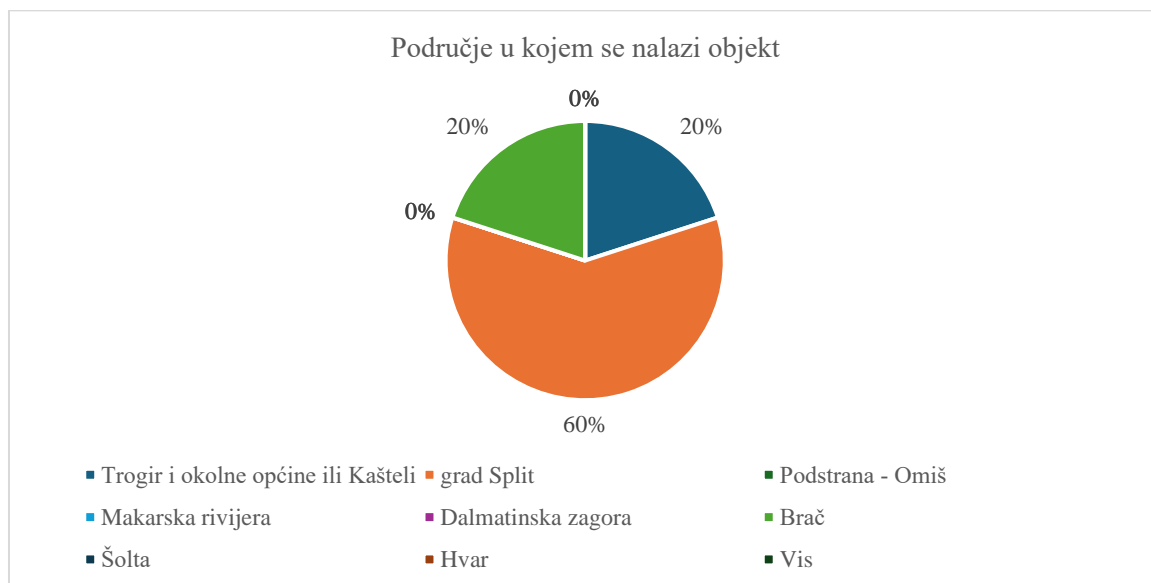
Uzorak u ovom istraživanju sastojao se od 10 hotela koji posluju na području Splitsko-dalmatinske županije jer je anketu ispunilo samo njih 10 od ukupno 20 hotela kojima je poslana, što predstavlja stopu povrata od 50%. Ispitanici su odgovarali na sljedeća anketna pitanja:

1. Označite područje na kojem se nalazi Vaš objekt.
2. Koliko zvjezdica ima Vaš objekt?
3. Koliko smještajnih jedinica (soba) ima Vaš objekt?
4. Koliko godina posluje Vaš objekt?
5. Koliko imate zaposlenih djelatnika (uključujući i sezonsko osoblje)?
6. Koji je udio stranih radnika u Vašem objektu?
7. Koji je udio sezonskih radnika u ukupnom broju zaposlenika?
8. Jeste li radili u turističkoj sezoni 2020.?
9. Koliko ste često morali zatvarati objekt tijekom pandemije zbog epidemioloških mjera?

10. Jeste li morali otpuštati radnike zbog pandemije?
11. Koliko je u 2020. godini iznosilo smanjenje broja gostiju u Vašem smještajnom objektu u odnosu na 2019. godinu?
12. Koliko je u 2021. godini iznosilo povećanje broja gostiju u odnosu na 2020. godinu?
13. Koliko je u 2022. godini iznosilo povećanje broja gostiju u odnosu na 2021. godinu?
14. Koliko ste ulagali u marketing i promociju tijekom pandemije (2020.-2022.) u usporedbi s 2019. godinom?
15. Koliko je pandemija utjecala na Vaše planove za buduća ulaganja i proširenje kapaciteta?
16. Koliko ste ulagali u obuku i edukaciju osoblja u vezi sa sigurnosnim mjerama i higijenom tijekom pandemije?
17. Koje mjere ste poduzeli kako biste privukli goste tijekom pandemije?
18. Koliko je pandemija utjecala na zadovoljstvo Vaših gostiju?

U prvom anketnom pitanju sudionici su trebali označiti područje na kojem se nalazi njihov objekt. Većina ispitanika, njih šest, odabrala je grad Split kao lokaciju svog objekta. Dva odgovora zabilježena su za područje Trogira i okolnih općina ili Kaštela. Otok Brač je također dobio dva odgovora. Preostala područja, poput Podstrane do Omiša, Makarske rivijere, Dalmatinske zagore, Šolte, Hvara i Visa, nisu dobila nijedan odgovor. Ovi rezultati prikazani su u grafu 8.

Graf 8. Područje u kojem se nalazi objekt



Izvor: Izrada autorice

U grafu 9 prikazani su odgovori na pitanje o broju zvjezdica koje ima objekt. Svi ispitanici su odgovorili da njihov objekt ima četiri zvjezdice (****) te niti jedan sudionik nije naveo da njihov objekt ima tri (***) ili pet (*****) zvjezdica.

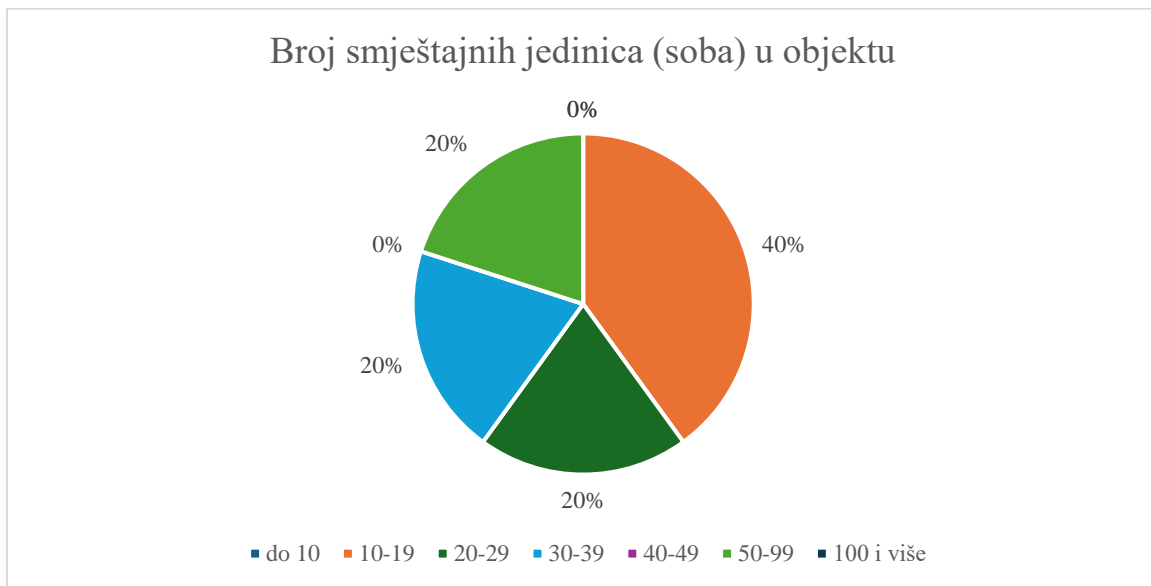
Graf 9. Broj zvjezdica



Izvor: Izrada autorice

U trećem anketnom pitanju, ispitanici su trebali navesti broj smještajnih jedinica (soba) u objektu. Prema prikazanim rezultatima u grafu 10, četiri ispitanika izjavila su da njihov objekt ima između 10 i 19 soba. Po dva odgovora zabilježena su za objekte s 20 do 29 soba, 30 do 39 soba, te 50 do 99 soba. Nijedan ispitanik nije prijavio da njihov objekt ima manje od 10 soba, između 40 i 49 soba, niti 100 i više soba.

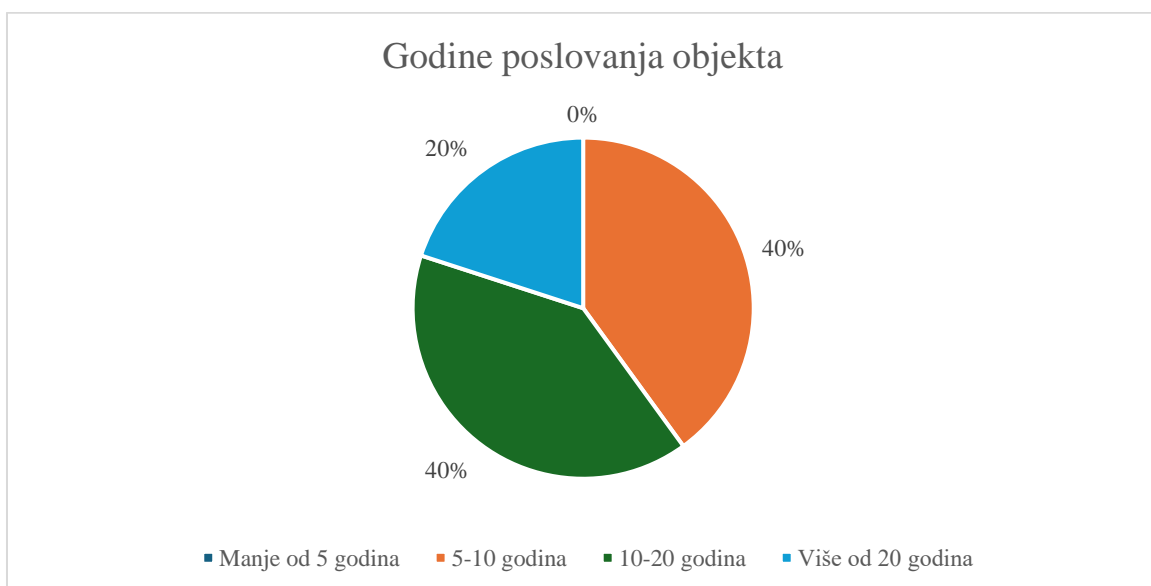
Graf 10. Broj smještajnih jedinica (soba) u objektu



Izvor: Izrada autorice

U četvrtom anketnom pitanju sudionici su odgovarali na pitanje koliko godina posluje njihov objekt. Četiri ispitanika navela su da njihov objekt posluje između 5 i 10 godina, a još četiri ispitanika izjavila su da posluju između 10 i 20 godina. Dva objekta posluju više od 20 godina, a nijedan ispitanik nije naveo da njihov objekt posluje manje od 5 godina. Rezultati jasno pokazuju da većina objekata ima dugogodišnje iskustvo u poslovanju što je vidljivo u grafu 11.

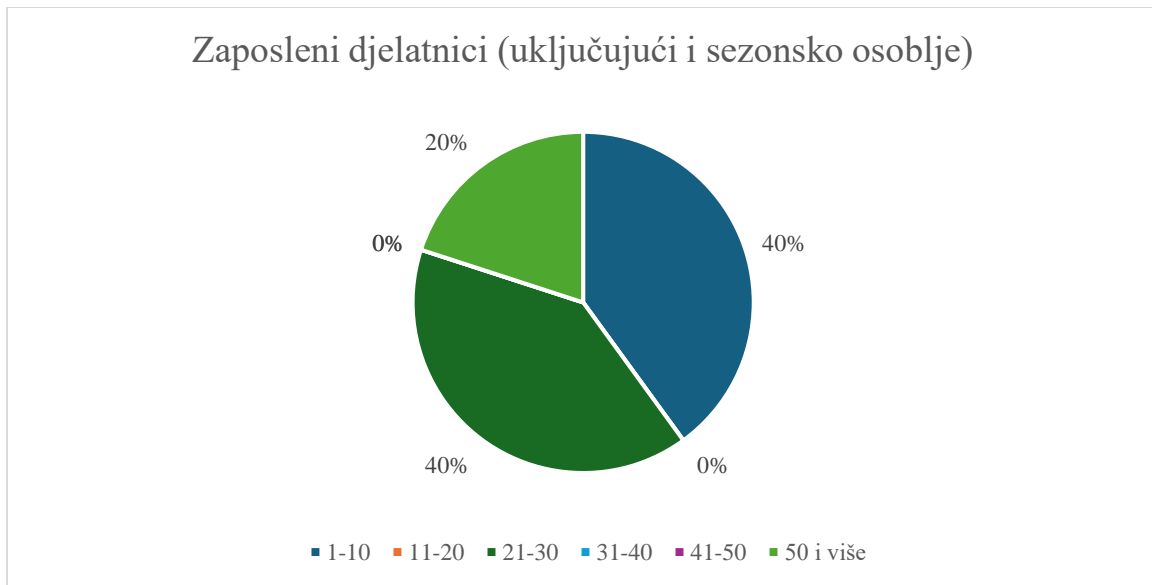
Graf 11. Godine poslovanja objekta



Izvor: Izrada autorice

Peto anketno pitanje, prikazano u grafu 12, bavilo se brojem zaposlenih djelatnika, uključujući sezonsko osoblje. Prema rezultatima, četiri ispitanika navela su da imaju između 1 i 10 zaposlenih, dok su još četiri ispitanika prijavila da imaju između 21 i 30 zaposlenih. Dva objekta imaju 50 ili više zaposlenih. Nije zabilježen nijedan odgovor za kategorije između 11 i 20, 31 i 40, te 41 i 50 zaposlenih djelatnika.

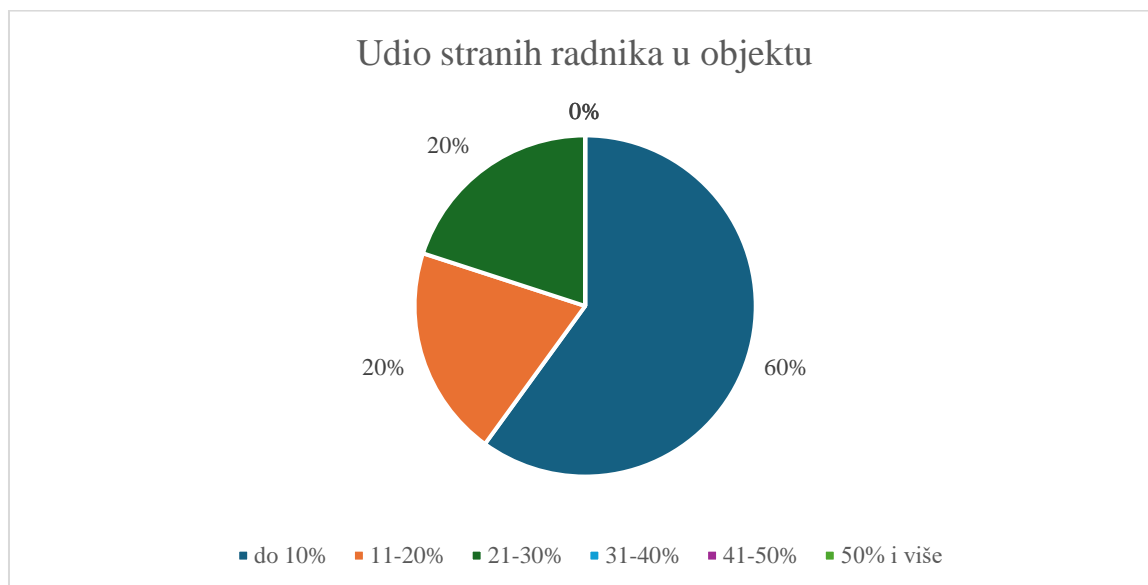
Graf 12. Zaposleni djelatnici (uključujući i sezonsko osoblje)



Izvor: Izrada autorice

Šesto anketno pitanje odnosilo se na udio stranih radnika u objektima sudionika. Većina ispitanika, njih šest, izjavila je da strani radnici čine do 10 % njihovog osoblja. Po dva odgovora zabilježena su u kategorijama od 11-20 % i 21-30 % udjela stranih radnika. Niti jedan ispitanik nije prijavio udio stranih radnika iznad 30 %, uključujući i kategorije od 31 do 40 %, od 41 do 50%, te 50% i više. Rezultati pokazuju da većina objekata ima relativno nizak udio stranih radnika što je vidljivo u grafu 13.

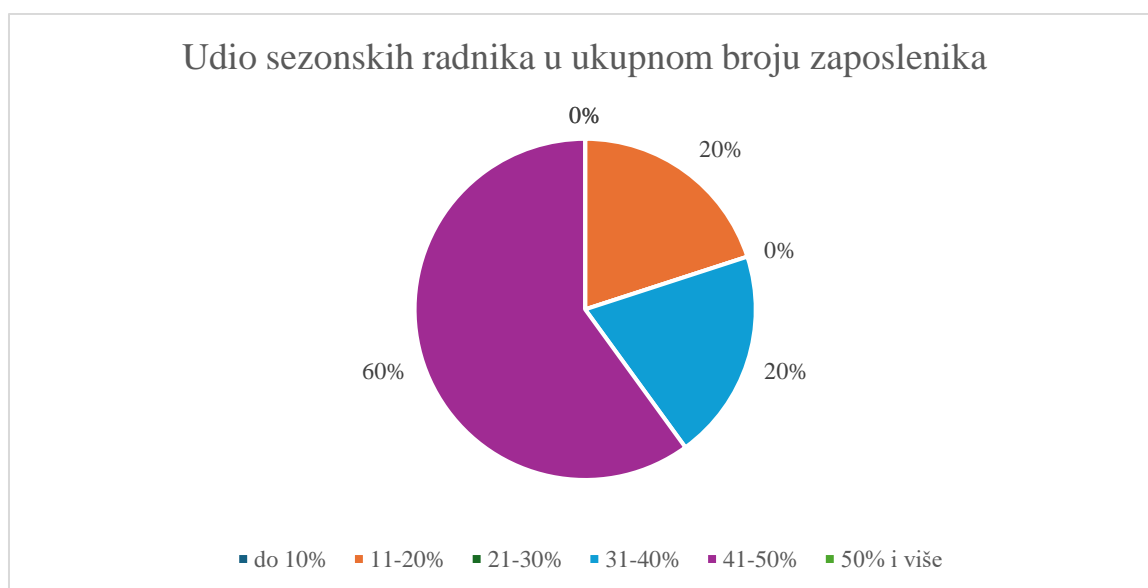
Graf 13. Udio stranih radnika u objektu



Izvor: Izrada autorice

Sedmo se pitanje odnosilo na udio sezonskih radnika u ukupnom broju zaposlenika. Najveći broj ispitanika, njih šest, naveo je da sezonski radnici čine između 41 % i 50 % njihovog osoblja. Dva ispitanika prijavila su udio sezonskih radnika između 11 % i 20 %, dok su još dva ispitanika navela da njihov udio iznosi između 31 % i 40 %. Nije zabilježen nijedan odgovor u kategorijama ispod 10 % udjela, od 21 % do 30 %, kao ni u kategoriji iznad 50 %. Rezultati pokazuju da većina objekata značajno ovisi o sezonskim radnicima i to je vidljivo u grafu 14.

Graf 14. Udio sezonskih radnika u ukupnom broju zaposlenika



Izvor: Izrada autorice

Osmo anketno pitanje, prikazano u grafu 15, odnosilo se na pitanje jesu li ispitanici radili tijekom turističke sezone 2020. godine. Svi sudionici ankete, njih deset, odgovorili su potvrdno, što znači da su svi oni bili aktivni tijekom turističke sezone 2020. godine. Nije zabilježen nijedan odgovor u kojem bi ispitanici naveli da nisu radili.

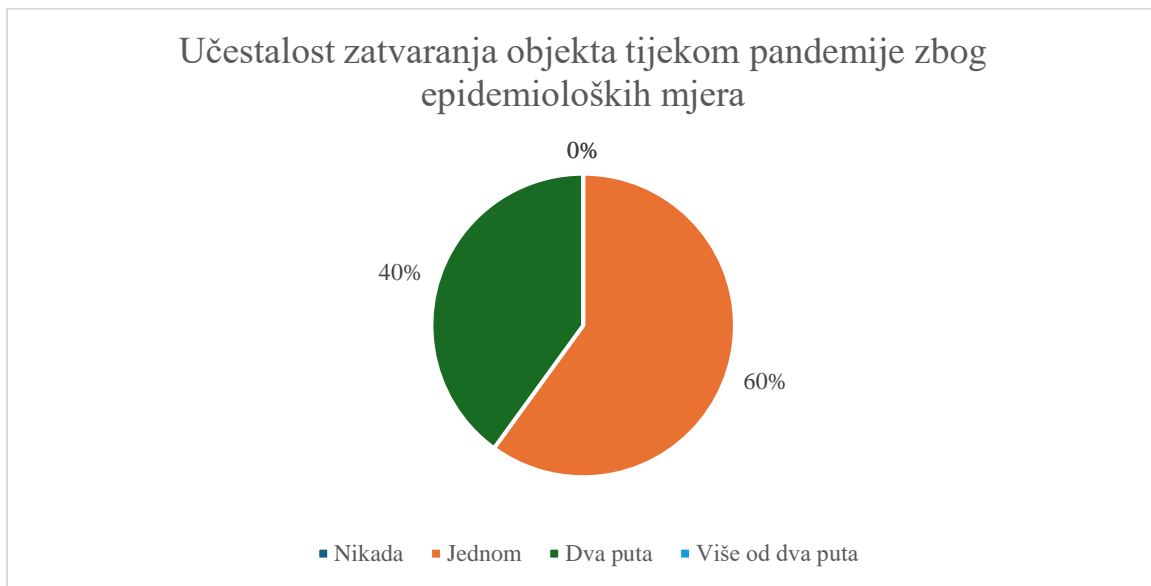
Graf 15. Poslovanje objekta u turističkoj sezoni 2020. god.



Izvor: Izrada autorice

Deveto anketno pitanje, prikazano u grafu 16, bavilo se učestalošću zatvaranja objekta tijekom pandemije zbog epidemioloških mjera. Prema rezultatima, šest ispitanika je navelo da su morali zatvarati svoj objekt samo jednom. Četiri ispitanika su rekli da su zatvarali objekt dva puta. Nijedan ispitanik nije prijavio da su morali zatvarati objekt više od dva puta, niti da nikada nisu zatvarali objekt zbog tih mjera.

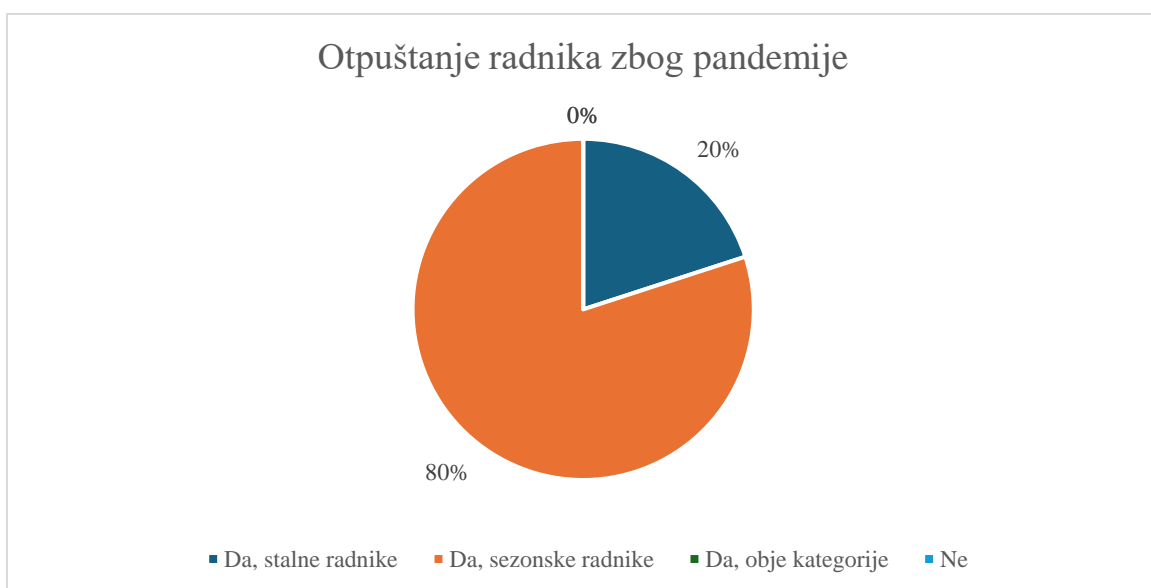
Graf 16. Učestalost zatvaranja objekta tijekom pandemije zbog epidemioloških mjera



Izvor: Izrada autorice

Deseto anketno pitanje bavilo se pitanjem otpuštanja radnika zbog pandemije. Prema rezultatima, osam ispitanika izjavilo je da su morali otpuštati sezonske radnike zbog pandemije. Dva ispitanika navela su da nisu otpuštali nijednu kategoriju radnika. Nijedan ispitanik nije otpuštao stalne radnike ili obje kategorije radnika. Ovi rezultati jasno pokazuju da je većina ispitanika imala potrebu za otpuštanjem sezonskih radnika kao posljedicu pandemije dok su neki uspjeli zadržati sve radnike što je vidljivo u grafu 17.

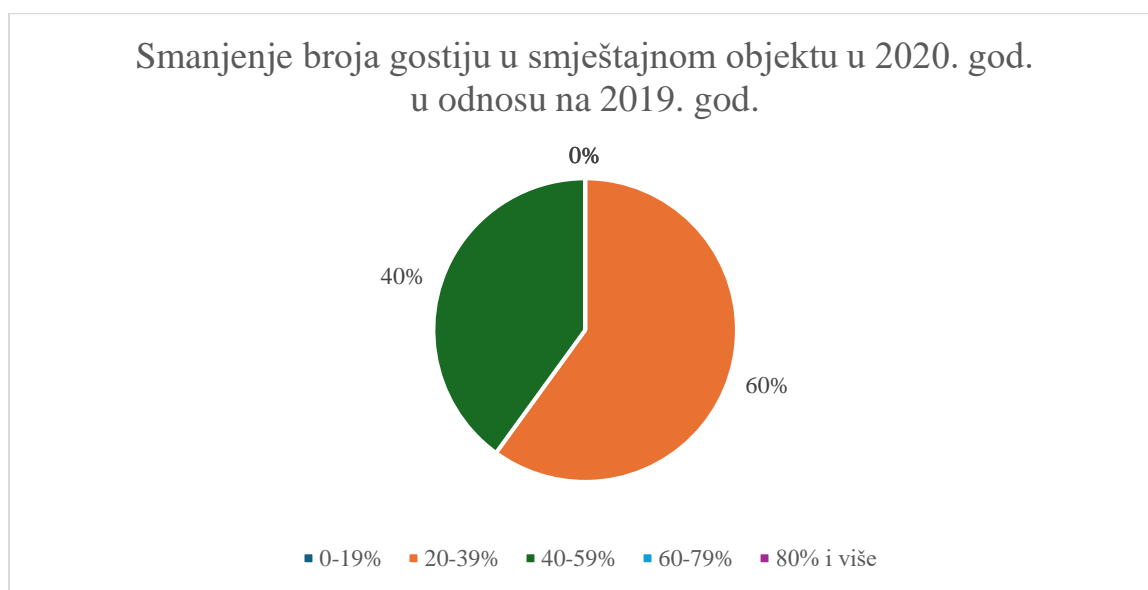
Graf 17. Otpuštanje radnika zbog pandemije



Izvor: Izrada autorice

Jedanaesto anketno pitanje, koje je prikazano u grafu 18, odnosilo se na smanjenje broja gostiju u 2020. godini u usporedbi s 2019. godinom. Prema rezultatima, šest ispitanika navelo je da je smanjenje broja gostiju bilo između 20 % i 39 %. Četiri ispitanika su prijavila smanjenje između 40 % i 59 %. Nijedan ispitanik nije prijavio smanjenje u kategorijama od 0 % do 19 %, 60 % do 79 %, niti 80 % i više. Ovi rezultati ukazuju na značajno smanjenje broja gostiju u većini objekata zbog pandemije.

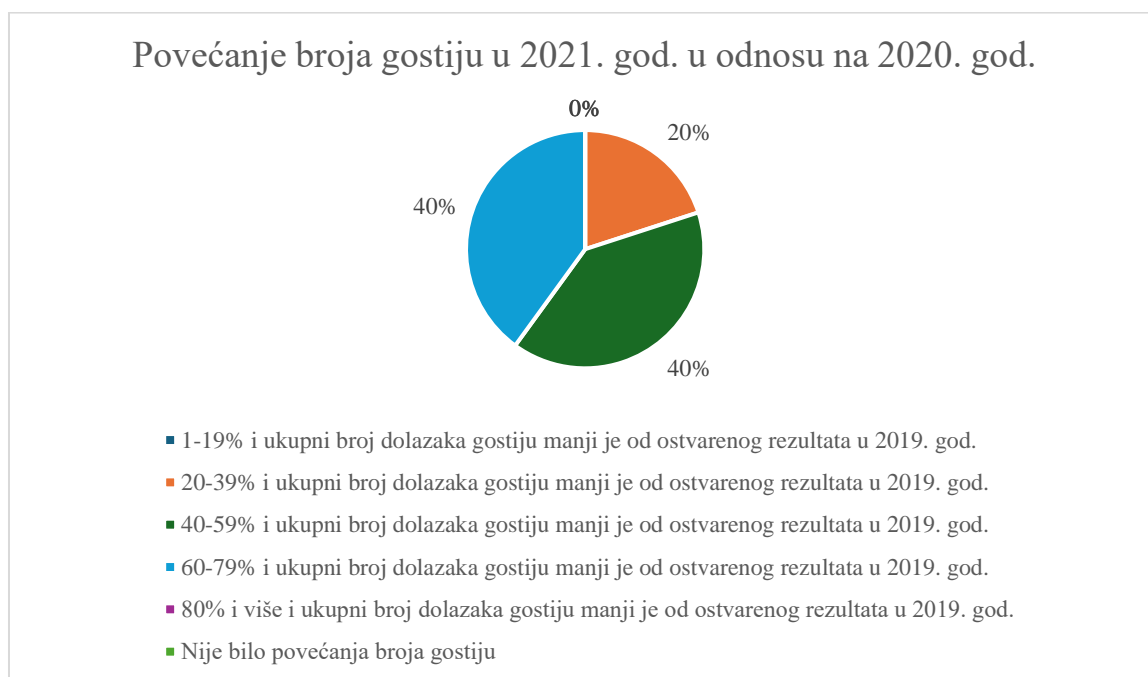
Graf 18. Smanjenje broja gostiju u smještajnom objektu u 2020. god. u odnosu na 2019. god.



Izvor: Izrada autorice

Dvanaesto anketno pitanje, prikazano u grafu 19, odnosilo se na povećanje broja gostiju u 2021. godini u usporedbi s 2020. godinom. Rezultati pokazuju da su dva ispitanika izvijestila o povećanju broja gostiju između 20 % i 39 % uz napomenu da je ukupan broj dolazaka bio manji u odnosu na 2019. godinu. Četiri ispitanika su prijavila povećanje između 40 % i 59 %, dok su još četiri ispitanika zabilježila povećanje između 60 % i 79 %, također uz manji ukupan broj dolazaka u odnosu na 2019. godinu. Nijedan ispitanik nije naveo povećanje od 80 % i više, niti su prijavljeni odgovori u kojima nije bilo povećanja broja gostiju. Ovi rezultati pokazuju da su mnogi objekti zabilježili značajno povećanje broja gostiju u 2021. godini u odnosu na 2020. godinu.

Graf 19. Povećanje broja gostiju u 2021. god. u odnosu na 2020. god.



Izvor: Izrada autorice

Trinaesto anketno pitanje odnosilo se na povećanje broja gostiju u 2022. godini u usporedbi s 2021. godinom. Prema rezultatima, četiri ispitanika prijavila su povećanje broja gostiju između 20 % i 39 %, uz napomenu da je ukupan broj dolazaka bio manji u odnosu na 2019. godinu. Četiri ispitanika su zabilježila povećanje između 60 % i 79 %, dok su dva ispitanika prijavila povećanje od 80 % i više, također uz manji ukupan broj dolazaka u odnosu na 2019. godinu. Nijedan ispitanik nije naveo da nije bilo povećanja broja gostiju, niti da je povećanje troznamenasto i da su prestigli broj dolazaka iz 2019. godine. Ovi rezultati ukazuju na to da su mnogi objekti u 2022. godini ostvarili značajna povećanja broja gostiju u odnosu na 2021. godinu, ali nisu postigli nivo dolazaka iz 2019. godine. Rezultati su prikazani u grafu 20.

Graf 20. Povećanje broja gostiju u 2022. god. u odnosu na 2021. god.



Izvor: Izrada autorice

Četrnaesto anketno pitanje, prikazano u grafu 21, odnosilo se na ulaganje u marketing i promociju tijekom pandemije (2020.-2022.) u usporedbi s 2019. godinom. Prema rezultatima, svih deset ispitanika navelo je da su povećali ulaganja u marketing i promociju tijekom pandemije. Nijedan ispitanik nije zadržao, smanjio ili potpuno obustavio ulaganja. Ovi rezultati ukazuju da su svi sudionici ankete shvatili potrebu za povećanjem ulaganja u marketing i promociju kao odgovor na izazove pandemije.

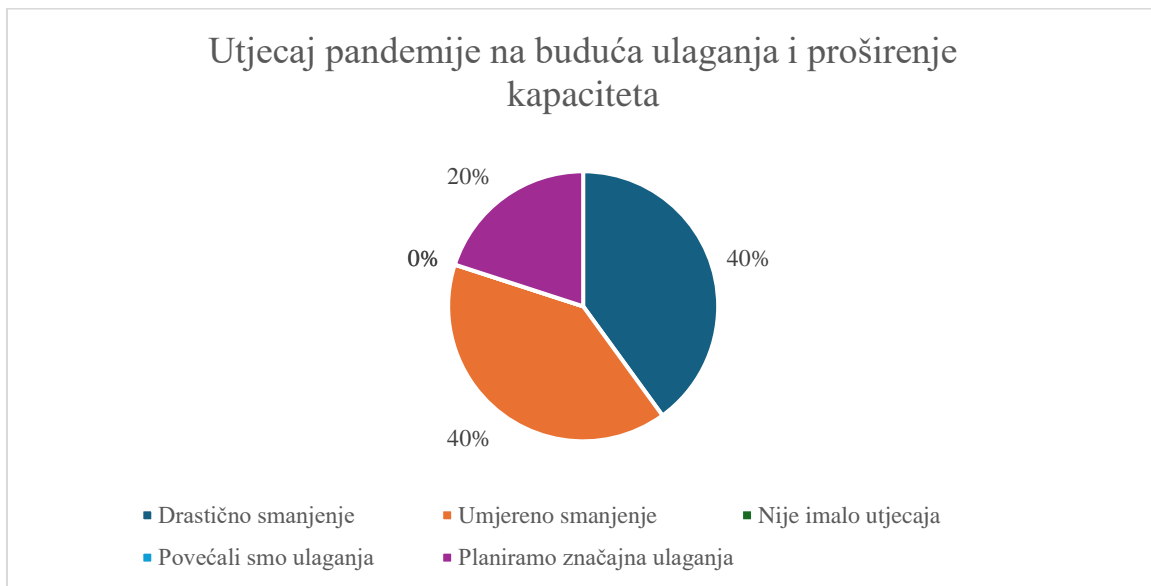
Graf 21. Ulaganja u marketing i promociju tijekom pandemije (2020.-2022.) u usporedbi s 2019. god.



Izvor: Izrada autorice

Petnaesto anketno pitanje, koje je prikazano u grafu 22, odnosilo se na utjecaj pandemije na planove za buduća ulaganja i proširenje kapaciteta. Prema rezultatima, četiri ispitanika izvijestila su da je pandemija drastično smanjila njihove planove za ulaganja i proširenje, dok su još četiri ispitanika prijavila umjereno smanjenje tih planova. Dva ispitanika su navela da planiraju značajna ulaganja, dok pandemija nije imala utjecaja na planove niti je dovela do povećanja ulaganja kod nijednog ispitanika. Ovi rezultati pokazuju kako je pandemija uvelike utjecala na planove za ulaganja u većini slučajeva.

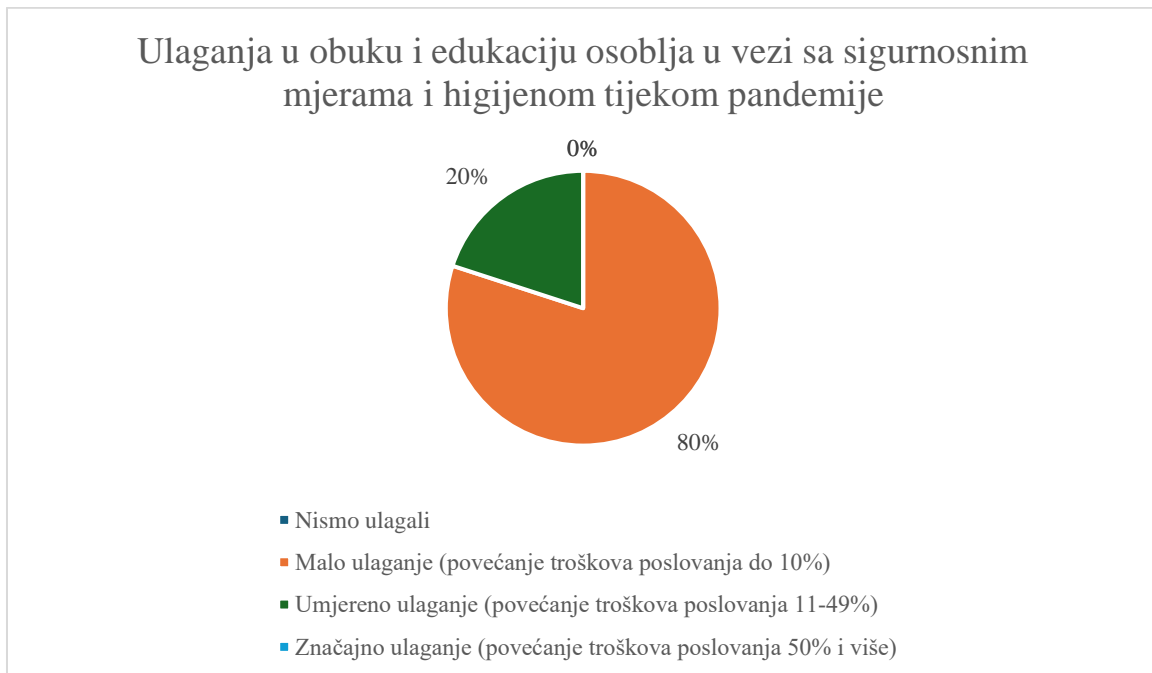
Graf 22. Utjecaj pandemije na buduća ulaganja i proširenje kapaciteta



Izvor: Izrada autorice

Šesnaesto anketno pitanje, prikazano u grafu 23, bavilo se ulaganjima u obuku i edukaciju osoblja u vezi sa sigurnosnim mjerama i higijenom tijekom pandemije. Prema rezultatima, osam ispitanika izjavilo je da su uložili malo u obuku i edukaciju, što je dovelo do povećanja troškova poslovanja do 10 %. Dva ispitanika su prijavila umjereno ulaganje s povećanjem troškova poslovanja od 11 % do 49 %. Nijedan ispitanik nije prijavio značajna ulaganja s povećanjem troškova poslovanja od 50 % i više niti su zabilježeni slučajevi gdje ulaganja nisu bila prisutna. Ovi rezultati pokazuju da je većina ispitanika radila na obuci i edukaciji svog osoblja u kontekstu sigurnosnih mjera i higijene, ali u većini slučajeva s relativno malim povećanjem troškova.

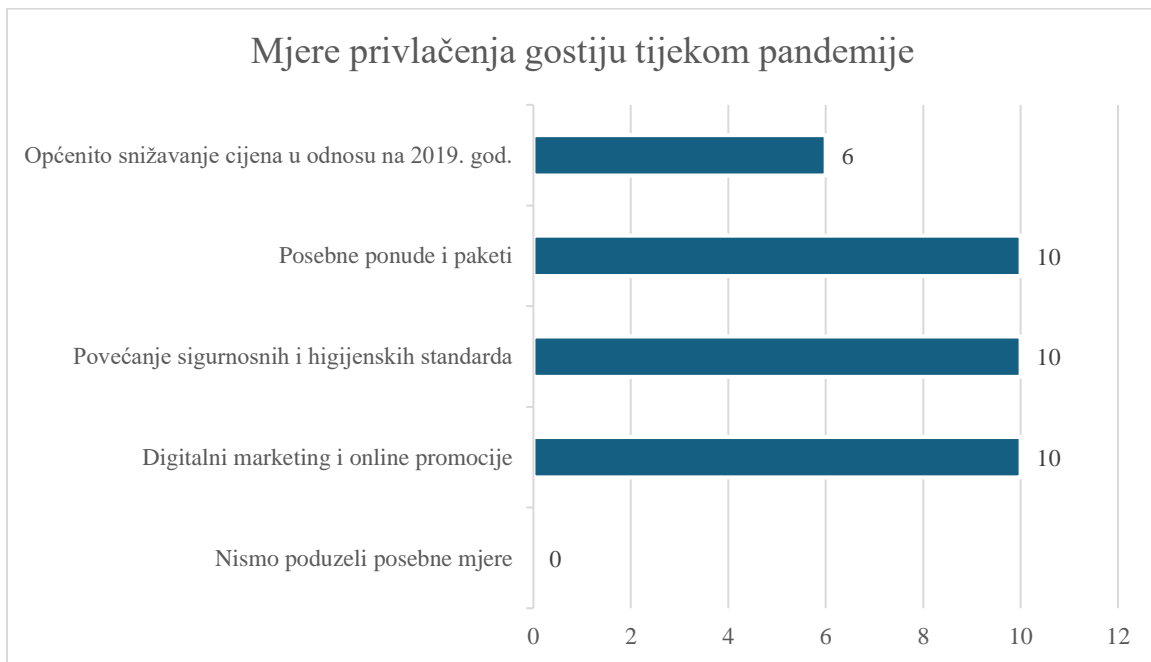
Graf 23. Ulaganja u obuku i edukaciju osoblja u vezi sa sigurnosnim mjerama i higijenom tijekom pandemije



Izvor: Izrada autorice

Sedamnaesto anketno pitanje, prikazano u grafu 24, je pitanje višestrukog odabira koje se odnosilo na mjere koje su ispitanici poduzeli kako bi privukli goste tijekom pandemije. Rezultati pokazuju da je šest ispitanika primijenilo općenito snižavanje cijena u odnosu na 2019. godinu. Deset ispitanika je odabralo posebne ponude i pakete, povećanje sigurnosnih i higijenskih standarda, te digitalni marketing i online promocije. Nijedan ispitanik nije naveo da nisu poduzeli nikakve posebne mjere. Ovi rezultati ukazuju na raznolike strategije koje su objekti koristili za privlačenje gostiju tijekom pandemije, s posebnim naglaskom na promocije i poboljšanje sigurnosti.

Graf 24. Mjere privlačenja gostiju tijekom pandemije



Izvor: Izrada autorice

Osamnaesto i posljednje anketno pitanje, prikazano u grafu 25, bavilo se utjecajem pandemije na zadovoljstvo gostiju. Prema rezultatima, šest ispitanika navelo je da je pandemija umjereno smanjila zadovoljstvo njihovih gostiju. Četiri ispitanika su rekla da pandemija nije imala utjecaja na zadovoljstvo gostiju. Nijedan ispitanik nije prijavio značajno smanjenje zadovoljstva niti povećanje zadovoljstva gostiju. Ovi rezultati ukazuju na to da je pandemija u većini slučajeva negativno utjecala na zadovoljstvo gostiju, ali ne drastično.

Graf 25. Utjecaj pandemije na zadovoljstvo gostiju



Izvor: Izrada autorice

4.2.2. Analiza financijskih izvještaja hotelskih društava

Drugi dio istraživanja poslovanja hotela u Splitsko-dalmatinskoj županiji odnosi se na analizu financijskih izvještaja u razdoblju od 2018. do 2022. godine od 5 društava koji upravljaju različitim hotelima. Odabrana društva za analizu su: Potestas d.o.o., Hotel Split d.d., Hotel Medena d.d., Svpetrvs hoteli d.d. i Sunčani Hvar d.d. Trgovačka društva su prema čl. 47 Zakona o računovodstvu (NN 78/15, 134/15 120/16, 116/18, 42/20, 47/20, 114/22 i 82/23) obvezna javno objaviti svoja godišnja financijska izvješća stoga su podaci su preuzeti iz Registra godišnjih financijskih izvještaja kojeg vodi Financijska agencija (FINA).

Potestas d.o.o. društvo je s ograničenom odgovornošću za ugostiteljstvo i turizam u Splitu osnovano 2008. godine. Sukladno odredbama Zakona o računovodstvu spada u skupinu srednjih poduzetnika, a pretežita djelatnost subjekta je 5510 – Hoteli i sličan smještaj (<https://infobiz.fina.hr/tvrtka/potestas-d-o-o/OIB-24083362108>). Potestas d.o.o. upravlja hotelom Park u Splitu te Villom Petra u Bolu na otoku Braču (<https://www.hotelpark-split.hr/otomama>).

U tablici 15 nalaze se financijski podaci za Potestas d.o.o. od 2018. do 2022. godine. Tvrtka je od 2018. do 2022. godine prošla kroz značajne financijske promjene. Ukupni prihodi su bili najviši u 2018. (6.000.319 EUR), ali su u 2020. drastično pali na 2.674.146 EUR što je također rezultiralo gubitkom od -390.328 EUR te godine. Ipak, u 2021. i 2022. godini prihodi su se oporavili, dosegnuvši 5.250.305 EUR u 2022. dok je dobit prije oporezivanja u istom razdoblju iznosila 972.758 EUR. Ukupni rashodi su također varirali s padom u 2020. godini nakon čega su se ponovno povećali do 2022. godine.

Tablica 15. Financijski pokazatelji Potestas d.o.o. za razdoblje 2018.-2022.

Opis	2018. (u EUR)	2019. (u EUR)	2020. (u EUR)	2021. (u EUR)	2022. (u EUR)
Ukupni prihodi	6.000.319	5.939.018	2.674.146	4.486.570	5.250.305
Prihodi od prodaje (poslovni prihodi)	5.041.612	5.134.068	1.969.249	4.088.545	5.047.610
Ukupni rashodi	4.289.763	4.538.955	3.064.474	3.522.782	4.277.547
Poslovni rashodi	4.022.107	4.291.421	2.763.608	3.354.035	4.114.540

Dobit prije oporezivanja	1.710.556	1.400.063	-390.328	963.788	972.758
--------------------------	-----------	-----------	----------	---------	---------

Izvor: Autorica prema javno objavljenim podacima sadržanim u Registru godišnjih financijskih izvještaja kod Financijska agencija

Financijski pokazatelji tvrtke Potestas d.o.o. u razdoblju od 2018. do 2022. godine prikazani su u tablici 16. Ukupni prihodi bili su najviši u 2018. godini, no u 2019. godini dolazi do blagog pada od 1,02 %, a 2020. godina donosi drastičan pad od 54,97 %. Oporavak započinje 2021. godine s rastom prihoda od 67,78 %, a u 2022. godini prihodi rastu za dodatnih 17,02 %. Prihodi od prodaje slično su se kretali s padom od 61,64 % u 2020. godini i snažnim oporavkom od 107,62 % u 2021. godini te rastom od 23,46 % u 2022. godini. Ukupni rashodi također su varirali s rastom od 5,81 % u 2019., padom od 32,49 % u 2020. te ponovnim rastom od 14,96 % i 21,43 % u 2021. i 2022. godini. Poslovni rashodi prate isti trend. Dobit prije oporezivanja bilježi pad od 18,15 % u 2019., prelazi u gubitak u 2020. s padom od 127,88 %, no u 2021. godini dolazi do značajnog oporavka s rastom od 346,92 %, a 2022. godina bilježi blagi rast dobiti od 0,93 %. Ovi podaci ukazuju na razdoblje financijske nestabilnosti, praćeno oporavkom tvrtke u posljednje dvije godine.

Tablica 16. Financijski pokazatelji i promjene Potestas d.o.o. za razdoblje 2018.-2022.

Opis	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Ukupni prihodi	6.000.319	5.939.018	2.674.146	4.486.570	5.250.305
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	-1,02 %	-54,97 %	67,78 %	17,02 %
Prihodi od prodaje (poslovni prihodi)	5.041.612	5.134.068	1.969.249	4.088.545	5.047.610
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	1,83 %	-61,64 %	107,62 %	23,46 %
Ukupni rashodi	4.289.763	4.538.955	3.064.474	3.522.782	4.277.547

<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	5,81 %	-32,49 %	14,96 %	21,43 %
Poslovni rashodi	4.022.107	4.291.421	2.763.608	3.354.035	4.114.540
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	6,70 %	-35,60 %	21,36 %	22,67 %
Dobit prije oporezivanja	1.710.556	1.400.063	-390.328	963.788	972.758
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	-18,15 %	-127,88 %	-346,92 %	0,93 %

Izvor: Autorica prema javno objavljenim podacima sadržanim u Registru godišnjih financijskih izvještaja kod Financijska agencija

Hotel Split d.d. dioničko je društvo za hotelijerstvo, turizam i ugostiteljstvo te turistička agencija u Splitu osnovano 2012. godine. Sukladno odredbama Zakona o računovodstvu spada u skupinu srednjih poduzetnika, a pretežita djelatnost subjekta je 5510 – Hoteli i sličan smještaj (<https://infobiz.fina.hr/tvrtka/hotel-split-d-d/OIB-68755468505>). Hotel Split d.d. upravlja Radisson Blu Resortom i Spa u Splitu (<https://www.radissonhotels.com/hr-hr/hoteli/radisson-blu-resort-split-spa>).

Tablica 17 prikazuje financijske rezultate Hotela Split d.d. od 2018. do 2022. godine izražene u eurima. Ukupni prihodi su varirali tijekom ovog razdoblja s najnižim iznosom u 2020. godini (5.746.063 EUR) uslijed pandemije, dok su se značajno oporavili u 2021. (13.087.045 EUR) i 2022. godini (17.941.052 EUR). Prihodi od prodaje slijede sličan obrazac s padom u 2020. godini i oporavkom u 2021. i 2022. godini. Ukupni rashodi su također varirali s vrhuncem u 2022. godini (15.277.457 EUR) nakon pada u 2020. godini. Poslovni rashodi pokazuju isti trend s povećanjem troškova u 2021. i 2022. godini. Dobit prije oporezivanja je najniža u 2020. godini kada je zabilježen gubitak od -2.587.464 EUR, dok su 2021. i 2022. godine donijele pozitivan financijski rezultat s dobiti prije oporezivanja od 2.946.784 EUR u 2021. i 2.663.595 EUR u 2022. godini. Ovi podaci upućuju na financijske izazove s kojima se tvrtka suočila tijekom pandemije, ali i snažan oporavak u kasnijem razdoblju.

Tablica 17. Financijski pokazatelji Hotela Split d.d. za razdoblje 2018.-2022.

Opis	2018. (u EUR)	2019. (u EUR)	2020. (u EUR)	2021. (u EUR)	2022. (u EUR)
Ukupni prihodi	14.548.294	14.879.383	5.746.063	13.087.045	17.941.052
Prihodi od prodaje (poslovni prihodi)	13.315.464	14.314.621	5.651.947	10.867.505	14.754.298
Ukupni rashodi	13.811.065	14.352.098	8.333.527	10.140.261	15.277.457
Poslovni rashodi	12.635.220	13.003.303	6.875.991	9.472.374	14.754.298
Dobit prije oporezivanja	737.229	527.285	-2.587.464	2.946.784	2.663.595

Izvor: Autorica prema javno objavljenim podacima sadržanim u Registru godišnjih financijskih izvještaja kod Financijska agencija

U tablici 18 nalaze se financijski pokazatelji Hotela Split d.d. i postotne promjene za razdoblje od 2018. do 2022. godine. Ukupni prihodi su 2020. godine pali za 61,38 % zbog pandemije, no potom su se značajno oporavili s rastom od 127,76 % u 2021. i 37,09 % u 2022. godini. Prihodi od prodaje su pratili sličan trend s padom od 60,52 % u 2020. i oporavkom od 92,28 % u 2021. godini te dodatnim rastom od 35,77 % u 2022. godini. Ukupni rashodi su također varirali s padom od 41,94 % u 2020., a zatim rastom od 21,68 % u 2021. i 50,66 % u 2022. godini. Poslovni rashodi su slijedili sličan obrazac s padom u 2020. godini i kasnijim povećanjem. Dobit prije oporezivanja pokazuje pad od 28,48 % u 2019., gubitak u 2020., te snažan oporavak s dobiti od 2.946.784 EUR u 2021. i 2.663.595 EUR u 2022. godini, odražavajući velike izazove i kasniji oporavak tvrtke.

Tablica 18. Financijski pokazatelji i promjene Hotela Split d.d. za razdoblje 2018.-2022.

Opis	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Ukupni prihodi	14.548.294	14.879.383	5.746.063	13.087.045	17.941.052
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	2,28 %	-61,38 %	127,76 %	37,09 %

Prihodi od prodaje (poslovni prihodi)	13.315.464	14.314.621	5.651.947	10.867.505	14.754.298
%promjena u odnosu na prethodnu godinu	-	7,50 %	-60,52 %	92,28 %	35,77 %
Ukupni rashodi	13.811.065	14.352.098	8.333.527	10.140.261	15.277.457
%promjena u odnosu na prethodnu godinu	-	3,92 %	-41,94 %	21,68 %	50,66 %
Poslovni rashodi	12.635.220	13.003.303	6.875.991	9.472.374	14.754.298
%promjena u odnosu na prethodnu godinu	-	2,91 %	-47,12 %	37,76 %	55,76 %
Dobit prije oporezivanja	737.229	527.285	-2.587.464	2.946.784	2.663.595
%promjena u odnosu na prethodnu godinu	-	-28,48 %	-590,71 %	-213,89 %	-9,61 %

Izvor: Autorica prema javno objavljenim podacima sadržanim u Registru godišnjih financijskih izvještaja kod Financijska agencija

Hotel Medena d.d. dioničko je društvo za hotelijerstvo i turizam te turistička agencija u Segetu Donjem osnovano 2015. godine. Društvo spada u skupinu srednjih poduzetnika, a glavna djelatnost subjekta je 5510 – Hoteli i sličan smještaj (<https://www.companywall.hr/tvrtka/hotel-medena-dd/MM1bwKQR>). Hotel Medena d.d. upravlja istoimenim hotelom koji se nalazi u Segetu Donjem (<https://www.hotelmedena.com/>).

Tablica 19 prikazuje financijske rezultate Hotela Medena d.d. za razdoblje od 2018. do 2022. godine. Ukupni prihodi su zabilježili pad u 2020. godini s oporavkom u 2021. i 2022. iako nisu dostigli razine iz 2019. godine. Prihodi od prodaje su također pali 2020. godine, dok su se u 2021. i 2022. godini djelomično oporavili. Ukupni rashodi su se povećali svake godine s najvećim iznosom u 2022. godini (5.641.450 EUR), što se dijelom može pripisati ulaganjima u

obnovu, odnosno renovaciju zgrade B. Poslovni rashodi prate sličan trend s najvećim povećanjem u 2022. godini. Dobit prije oporezivanja je bila pozitivna u 2018., ali se od 2019. godine prelazi u gubitak s najvećim gubitkom zabilježenim 2020. godine. U 2021. i 2022. godini, gubitak se smanjio, no ostaje negativan. Ovi podaci odražavaju financijske izazove s kojima se hotel suočava.

Tablica 19. Financijski pokazatelji Hotela Medena d.d. za razdoblje 2018.-2022.

Opis	2018. (u EUR)	2019. (u EUR)	2020. (u EUR)	2021. (u EUR)	2022. (u EUR)
Ukupni prihodi	5.445.742	5.931.718	1.966.318	4.312.124	5.097.263
Prihodi od prodaje (poslovni prihodi)	4.959.417	5.922.564	1.172.941	2.897.712	4.544.810
Ukupni rashodi	5.232.158	6.237.956	3.542.131	5.289.277	5.641.450
Poslovni rashodi	5.075.697	6.130.401	3.444.516	4.968.299	5.441.402
Dobit prije oporezivanja	213.584	-306.238	-1.575.813	-977.153	-544.187

Izvor: Autorica prema javno objavljenim podacima sadržanim u Registru godišnjih financijskih izvještaja kod Financijska agencija

Tablica 20 prikazuje financijske pokazatelje Hotela Medena d.d. za razdoblje od 2018. do 2022. godine uključujući postotne promjene u odnosu na prethodnu godinu. Ukupni prihodi su se u 2020. godini smanjili za 66,85 % zbog utjecaja pandemije, dok su u 2021. godini porasli za 119,30 % i nastavili rasti za 18,21 % u 2022. godini. Prihodi od prodaje su zabilježili pad od 80,20 % u 2020. godini, ali su se značajno oporavili u 2021. (147,05 %) i 2022. godini (56,84 %). Ukupni rashodi su porasli za 19,22 % u 2019. godini, smanjeni za 43,22 % u 2020., a zatim su se povećali za 49,32 % u 2021. i za 6,66 % u 2022. godini. Poslovni rashodi slijede sličan trend s padom od 43,81 % u 2020. godini i rastom u 2021. (44,24 %) i 2022. godini (9,52 %). Dobit prije oporezivanja je zabilježila veliki pad u 2019. i 2020. godini, prelazeći u gubitak, dok su 2021. i 2022. godine donijele smanjenje gubitka. U 2022. godini, troškovi renovacije zgrade B doprinose povećanju rashoda, što objašnjava negativan trend u dobiti.

Tablica 20. Financijski pokazatelji i promjene Hotela Medena d.d. za razdoblje 2018.-2022.

Opis	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Ukupni prihodi	5.445.742	5.931.718	1.966.318	4.312.124	5.097.263
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	8,92 %	-66,85 %	119,30 %	18,21 %
Prihodi od prodaje (poslovni prihodi)	4.959.417	5.922.564	1.172.941	2.897.712	4.544.810
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	19,42 %	-80,20 %	147,05 %	56,84 %
Ukupni rashodi	5.232.158	6.237.956	3.542.131	5.289.277	5.641.450
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	19,22 %	-43,22 %	49,32 %	6,66 %
Poslovni rashodi	5.075.697	6.130.401	3.444.516	4.968.299	5.441.402
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	20,78 %	-43,81 %	44,24 %	9,52 %
Dobit prije oporezivanja	213.584	-306.238	-1.575.813	-977.153	-544.187
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	-243,38 %	414,57 %	-37,99 %	-44,31 %

Izvor: Autorica prema javno objavljenim podacima sadržanim u Registru godišnjih financijskih izvještaja kod Financijska agencija

Svpetrsv hoteli d.d. dioničko je društvo za ugostiteljstvo i turistička agencija u Supetru osnovano 2013. godine. Društvo spada u skupinu srednjih poduzetnika, a glavna djelatnost subjekta je 5510 – Hoteli i sličan smještaj (<https://www.companywall.hr/tvrtka/svpetrsv-hoteli->

dd/MMxhT8l0). Društvo Svpetrvs hoteli upravlja Waterman resortom i Hotelom Osam u Supetru na otoku Braču, te Hotelom Milna u Milni na otoku Braču (<https://watermanresorts.com/>).

Financijski rezultati Svpetrvs hoteli d.d. za razdoblje od 2018. do 2022. godine prikazani su u tablici 21. Ukupni prihodi su porasli u 2019. godini, a potom su pali u 2020. godini zbog pandemije, s oporavkom u 2021. i stabilizacijom u 2022. godini. Prihodi od prodaje slijede sličan obrazac s najvećim padom u 2020. godini, dok su se u 2021. i 2022. godini djelomično oporavili. Ukupni rashodi su se povećali svake godine osim 2020. kada su značajno pali zbog smanjenja poslovnih aktivnosti. Poslovni rashodi su pratili sličan trend s najvećim povećanjem u 2021. godini. Dobit prije oporezivanja pokazuje velike varijacije s pozitivnim rezultatom u 2018. godini, padom u 2019., velikim gubitkom u 2020. te djelomičnim oporavkom u 2021. i povratkom u pozitivne brojke u 2022. godini. Ovi rezultati odražavaju izazove s kojima se tvrtka suočavala tijekom pandemije, ali i uspješan oporavak u posljednjim godinama.

Tablica 21. Financijski pokazatelji Svpetrvs hotela d.d. za razdoblje 2018.-2022.

Opis	2018. (u EUR)	2019. (u EUR)	2020. (u EUR)	2021. (u EUR)	2022. (u EUR)
Ukupni prihodi	17.806.547	17.901.182	7.873.144	12.642.916	17.634.892
Prihodi od prodaje (poslovni prihodi)	16.880.912	17.479.415	6.040.230	11.159.623	16.007.202
Ukupni rashodi	17.165.790	17.592.828	12.237.869	14.294.462	15.981.894
Poslovni rashodi	16.064.649	16.541.561	11.090.304	13.345.879	14.542.971
Dobit prije oporezivanja	640.756	308.354	-4.364.725	-1.651.545	1.652.998

Izvor: Autorica prema javno objavljenim podacima sadržanim u Registru godišnjih financijskih izvještaja kod Financijska agencija

Tablica 22 prikazuje financijske rezultate i postotne promjene u donosu na prethodnu godinu Svpetrvs hotela d.d. za razdoblje od 2018. do 2022. godine. Ukupni prihodi su u 2019. godini porasli za 0,53 %, dok su 2020. godine pali za 56,02 % uslijed pandemije. U 2021. godini zabilježen je značajan rast prihoda od 60,58 %, a 2022. godine rast od 39,48 %. Prihodi od prodaje su pratili sličan trend s padom od 65,44 % u 2020. godini i oporavkom od 84,75 % u

2021. i 43,44 % u 2022. godini. Ukupni rashodi su se smanjili za 30,44 % u 2020. godini, a zatim su rasli u 2021. godini za 16,81 % i 2022. za 11,80 %. Poslovni rashodi su se smanjili za 32,95 % u 2020. godini, a zatim su rasli za 20,34 % u 2021. i 8,97 % u 2022. godini. Dobit prije oporezivanja je značajno pala u 2020. godini s gubitkom od -4.364.725 EUR, te nastavila padati u 2021. s dodatnim gubitkom. U 2022. godini ipak je zabilježen povratak u pozitivnu zonu s dobiti od 1.652.998 EUR. Ovi rezultati odražavaju značajne izazove u 2020. godini zbog pandemije, praćene fazom oporavka u 2021. i 2022. godini.

Tablica 22. Financijski pokazatelji i promjene Svpetrvs hotela d.d. za razdoblje 2018.-2022.

Opis	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Ukupni prihodi	17.806.547	17.901.182	7.873.144	12.642.916	17.634.892
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	0,53 %	-56,02 %	60,58 %	39,48 %
Prihodi od prodaje (poslovni prihodi)	16.880.912	17.479.415	6.040.230	11.159.623	16.007.202
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	3,55 %	-65,44 %	84,75 %	43,44 %
Ukupni rashodi	17.165.790	17.592.828	12.237.869	14.294.462	15.981.894
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	2,49 %	-30,44 %	16,81 %	11,80 %
Poslovni rashodi	16.064.649	16.541.561	11.090.304	13.345.879	14.542.971
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	2,97 %	-32,95 %	20,34 %	8,97 %
Dobit prije oporezivanja	640.756	308.354	-4.364.725	-1.651.545	1.652.998

<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	-51,88 %	-1515,49 %	-62,16 %	-200,09 %
---	---	----------	------------	----------	-----------

Izvor: Autorica prema javno objavljenim podacima sadržanim u Registru godišnjih financijskih izvještaja kod Financijska agencija

Sunčani Hvar d.d. dioničko je društvo za hotelijerstvo, ugostiteljstvo i turizam na Hvaru osnovano 2011. godine. Društvo spada u skupinu srednjih poduzetnika, a glavna djelatnost subjekta je 5510 – Hoteli i sličan smještaj (<https://www.companywall.hr/tvrtka/suncani-hvar-dd/MMrIjR0>). Sunčani Hvar d.d. upravlja heritage hotelom Palace Elisabeth, spa hotelom Adriana, grand beach resortom Amfora, hotelom Riva Marina, hotelom Beach Bay, bayhill hotelom Pharos te Hotelom Delfin (<https://www.suncanihvar.com/hr/pronadite-vas-hotel-hvar-hrvatskoj>).

U tablici 23 nalaze se financijski rezultati Sunčanog Hvara d.d. za razdoblje od 2018. do 2022. godine. Ukupni prihodi su u 2020. godini značajno pali zbog pandemije COVID-19 smanjujući se na 7.279.050 EUR. Nakon toga, u 2021. godini došlo je do značajnog oporavka s prihodima od 18.411.308 EUR, a 2022. godine prihodi su se dodatno povećali na 31.780.344 EUR. Prihodi od prodaje su pratili sličan obrazac smanjujući se u 2020. godini na 5.912.668 EUR, dok su se u 2021. godini gotovo udvostručili na 17.727.255 EUR i nastavili rasti u 2022. godini dosegnuviši 30.759.838 EUR. Ukupni rashodi su u 2020. godini pali na 12.465.326 EUR, ali su se u 2021. i 2022. godini povećali dosegnuviši 17.894.485 EUR u 2021. i 26.581.193 EUR u 2022. godini. Poslovni rashodi su također pali u 2020. godini na 10.882.076 EUR dok su sljedećih godina porasli dostigavši 17.700.312 EUR u 2021. i 26.484.173 EUR u 2022. Dobit prije oporezivanja je u 2020. godini prešla u gubitak od -5.186.276 EUR, dok se u 2021. godini oporavila s dobiti od 516.823 EUR. U 2022. godini, dobit je značajno narasla na 5.199.151 EUR što ukazuje na snažan oporavak nakon teških godina zbog pandemije i povratak na pozitivne rezultate.

Tablica 23. Financijski pokazatelji Sunčanog Hvara d.d. za razdoblje 2018.-2022.

Opis	2018. (u EUR)	2019. (u EUR)	2020. (u EUR)	2021. (u EUR)	2022. (u EUR)
Ukupni prihodi	38.863.229	29.680.934	7.279.050	18.411.308	31.780.344

Prihodi od prodaje (poslovni prihodi)	28.242.617	28.855.531	5.912.668	17.727.255	30.759.838
Ukupni rashodi	25.727.255	22.129.405	12.465.326	17.894.485	26.581.193
Poslovni rashodi	19.574.358	21.046.519	10.882.076	17.700.312	26.484.173
Dobit prije oporezivanja	13.135.975	7.551.530	-5.186.276	516.823	5.199.151

Izvor: Autorica prema javno objavljenim podacima sadržanim u Registru godišnjih financijskih izvještaja kod Financijska agencija

Financijski rezultati i postotne promjene Sunčanog Hvara d.d. od 2018. do 2022. godine prikazani su u tablici 24. Ukupni prihodi su u 2020. godini drastično pali zbog pandemije s padom od 75,48 %. U 2021. godini prihodi su se gotovo utrostručili (152,94 %) i nastavili rasti u 2022. godini s povećanjem od 72,61 % u odnosu na prethodnu godinu. Prihodi od prodaje pratili su sličan obrazac s padom od 79,51 % u 2020. godini i značajnim oporavkom u 2021. godini (199,82 %) te dodatnim rastom od 73,52 % u 2022. godini. Ukupni rashodi su u 2020. godini pali za 43,67 %, ali su potom porasli u 2021. i 2022. godini s povećanjima od 43,55 % i 48,54 %. Poslovni rashodi su također značajno smanjeni u 2020. godini (48,30 %) s povećanjima od 62,66 % u 2021. i 49,63 % u 2022. godini. Dobit prije oporezivanja je u 2020. godini prešla u gubitak s padom od 168,68 %, dok je u 2021. godini došlo do blagog oporavka s dobiti od 516.823 EUR, te izuzetno velikim rastom u 2022. godini (905,98 %) s dobiti od 5.199.151 EUR. Ovi rezultati odražavaju izuzetne izazove u 2020. godini zbog pandemije i snažan oporavak u narednim godinama.

Tablica 24. Financijski pokazatelji i promjene Sunčanog Hvara d.d. za razdoblje 2018.-2022.

Opis	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Ukupni prihodi	38.863.229	29.680.934	7.279.050	18.411.308	31.780.344
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	-23,63 %	-75,48 %	152,94 %	72,61 %
Prihodi od prodaje (poslovni prihodi)	28.242.617	28.855.531	5.912.668	17.727.255	30.759.838

<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	2,17 %	-79,51 %	199,82 %	73,52 %
Ukupni rashodi	25.727.255	22.129.405	12.465.326	17.894.485	26.581.193
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	-13,98 %	-43,67 %	43,55 %	48,54 %
Poslovni rashodi	19.574.358	21.046.519	10.882.076	17.700.312	26.484.173
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	7,52 %	-48,30 %	62,66 %	49,63 %
Dobit prije oporezivanja	13.135.975	7.551.530	-5.186.276	516.823	5.199.151
<i>%promjena u odnosu na prethodnu godinu</i>	-	-42,51 %	-168,68 %	-109,97 %	905,98 %

Izvor: Autorica prema javno objavljenim podacima sadržanim u Registru godišnjih financijskih izvještaja kod Financijska agencija

4.2.3. Usporedba rezultata ankete i financijskih izvještaja

Usporedba rezultata ankete o utjecaju pandemije COVID-19 na financijske rezultate turizma na području Splitsko-dalmatinske županije i financijskih pokazatelja pet turističkih društava (Potestas d.o.o., Hotel Split d.d., Hotel Medena d.d., Svpetrvs hoteli d.d. i Sunčani Hvar d.d.) pruža jasnu sliku o tome kako je pandemija utjecala na turističku djelatnost. Prema anketi, svi sudionici su bili aktivni tijekom turističke sezone 2020. godine iako je većina zabilježila značajno smanjenje broja gostiju, između 20 % i 59 % u odnosu na 2019. godinu. Ovi rezultati su u skladu s financijskim pokazateljima analiziranih društava koja su također zabilježila veliki pad prihoda i dobiti u 2020. godini. Na primjer, Sunčani Hvar d.d. i Svpetrvs hoteli d.d. suočili su se s drastičnim padom prihoda, dok je Hotel Split d.d. i Hotel Medena d.d. također zabilježio značajan pad prihoda i dobiti. U 2021. godini većina ispitanika ankete zabilježila je povećanje broja gostiju, ali ne dovoljno da dostigne razine iz 2019. godine. Ovaj trend je primjetan i u

financijskim pokazateljima društava gdje je došlo do poboljšanja, ali se oporavak još uvijek suočavao s izazovima. Na primjer, Potestas d.o.o. i Sunčani Hvar d.d. pokazali su povećanje u prihodima i dobiti u 2021. i 2022. godini što odražava proces oporavka. Anketni rezultati također pokazuju da su svi ispitanici povećali ulaganje u marketing i promociju tijekom pandemije. Ovo je podržano financijskim pokazateljima koji pokazuju povećane rashode u tim godinama zbog prilagodbi i investicija potrebnih za oporavak. Ulaganje u obuku i edukaciju osoblja također je bilo prisutno, iako s relativno malim povećanjem troškova, što je u skladu s informacijama iz ankete. Jedan od ključnih rezultata ankete bio je da su svi ispitanici morali prilagoditi svoje poslovanje zbog pandemije. Ovo je također vidljivo u financijskim izvještajima gdje su prilagodbe novonastalim uvjetima, poput zatvaranja objekata, otpuštanje radnika, ulaganja u marketing i sigurnost, dodatno povećale poslovne rashode. Prema anketi, većina objekata zabilježila je umjereno smanjenje zadovoljstva gostiju što se poklapa s financijskim padom i izazovima s kojima su se suočavali hoteli. Iako su se mnogi uspjeli oporaviti u 2021. i 2022. godini, pandemija je ostavila dugoročne posljedice na financijsko stanje i poslovanje. Hipoteza 2, čija pretpostavka je da je pandemija COVID-19 značajno utjecala na financijske rezultate društava čija je primarna djelatnost turizam, potvrđena je kroz analizu. Financijski podaci pokazuju da je pandemija imala dubok utjecaj na prihode, rashode i dobit tvrtki što se u velikoj mjeri podudara s rezultatima ankete o smanjenju broja gostiju, povećanju rashoda i prilagodbi poslovanja. Ovi rezultati jasno ukazuju na to da su turistička društva bila značajno pogođena globalnom pandemijom.

5. ZAKLJUČAK

Turizam je skup različitih odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja u neku destinaciju koju turist posjećuje kako bi zadovoljio svoje turističke potrebe. Glavni motivi posjeta nekog mjesta su turističke atrakcije koje potiču turiste na putovanje i povećavaju njihov doživljaj. Turizam je ključna gospodarska grana Republike Hrvatske s velikim udjelom u BDP-u i prihodom koji je u 2022. godini dosegao preko 13.100 milijuna eura. Iako je sektor pretrpio pad tijekom ratnih godina i pandemije COVID-19, oporavio se i nastavio rasti. Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine postavlja ciljeve poput cjelogodišnjeg turizma i očuvanja okoliša te se fokusira na ključne izazove poput sezonalnosti i utjecaja na prirodu. Najvažnija emitivna turistička tržišta su Njemačka, Austrija i Slovenija, a glavni motivi posjeta uključuju odmor i prirodu s varijacijama u aktivnostima između Jadranske i Kontinentalne Hrvatske. Turizam ima iznimno značajnu ulogu i u priobalnim regijama poput Dalmacije, gdje se nalazi Splitsko-dalmatinska županija. Najveća je županija u Hrvatskoj, a sjedište joj je u Splitu. Sastoji se od zaobalja, odnosno Dalmatinske zagore, priobalja koje se dijeli na Splitsku i Makarsku rivijeru te od 74 otoka od kojih su turistički najvažniji Brač, Hvar i Vis. Položaj i prirodna obilježja poput klime, prirode i mora, kulturno-povijesne atrakcije i manifestacije doprinose razvoju turizma. Splitsko-dalmatinsku županiju uglavnom posjećuju inozemni turisti iz Njemačke i Poljske te domaći turisti tijekom ljetnih mjeseci. Glavni motivi dolaska su odmor i opuštanje, jelo i piće, zabava, nova iskustva te upoznavanje prirodnih ljepota. Splitsko-dalmatinska županija raspolaže s oko 242 tisuće turističkih ležajeva u više od 30 tisuća ugostiteljskih objekata, a najviše ležajeva je u objektima u domaćinstvu. U rekordnoj 2019. godini Splitsko-dalmatinsku županiju posjetilo je 3,3 milijuna stranih i 300 tisuća domaćih turista, što je ukupno 3,6 milijuna dolazaka. Ostvareno je preko 18 milijuna noćenja, od toga više od 17 milijuna stranih i 1 milijun domaćih noćenja. Međutim, iznenadna pojava pandemije 2020. godine dovela je do uvođenja strogih epidemioloških mjera, zatvaranja granica i ograničenja putovanja, što je rezultiralo naglim padom turističkih aktivnosti. Godine 2020. u Splitsko-dalmatinskoj županiji broj dolazaka iznosio je 1,2 milijuna, odnosno 1 milijun stranih dolazaka i 200 tisuća domaćih. Što se tiče noćenja, ostvareno je oko 6,9 milijuna stranih i preko 900 tisuća domaćih noćenja, a to je ukupno 7,8 milijuna noćenja. U razdoblju od 2018. do 2022. godine najmanji broj i domaćih i stranih turističkih dolazaka i noćenja ostvaren je upravo u 2020. godini na što je utjecala pojava pandemije Covid-19. Oporavak je bio spor i postupan tijekom 2021. i 2022. godine, a iako su se brojke počele oporavljati, one su i dalje ostale ispod razina iz 2019. godine. Prema tim podacima hipoteza 1, kojom je pretpostavljeno da je moguće utvrditi da je pandemija utjecala

na broj dolazaka i noćenja u 2020., 2021. i 2022. god. u odnosu na 2019. god., je potvrđena. U sklopu istraživanja provedena je i online anketa čiji je cilj bio ispitati kako je pandemija COVID-19 utjecala na turističke objekte, s naglaskom na nekoliko ključnih aspekata poslovanja. Uzorak istraživanja sastojao se od 10 hotela koji posluju na području Splitsko-dalmatinske županije. Rezultati ankete pokazuju da su sudionici značajno prilagodili svoje poslovanje tijekom pandemije s fokusom na povećanje ulaganja u marketing, sigurnosne i higijenske standarde te digitalne promocije. Iako je većina ispitanika zabilježila smanjenje broja gostiju u 2020. godini, situacija se postupno poboljšavala u narednim godinama, ali nisu dostignuti nivoi iz 2019. godine. Pandemija je također utjecala na planove za buduća ulaganja i na zadovoljstvo gostiju, ali su se objekti uglavnom uspjeli prilagoditi izazovima zadržavajući, ili čak povećavajući, svoja ulaganja u ključnim aspektima poslovanja. Osim provođenja anketnog upitnika, u radu su se analizirali financijski izvještaji pet turističkih društava s područja Splitsko-dalmatinske županije. Financijska analiza turističkih društava pokazala je kako je pandemija prouzročila ozbiljne poremećaje u poslovanju rezultirajući smanjenjem prihoda, povećanjem troškova i padom dobiti čime je hipoteza 2, koja tvrdi da je moguće utvrditi da je pandemija utjecala na financijske rezultate društava čija je primarna djelatnost turizam, potvrđena. Analizirajući i uspoređujući statističke podatke turističkog prometa s rezultatima anketnog upitnika i financijskim izvještajima, vidljivo je da je pandemija prouzročila dramatične promjene u poslovanju ovog sektora te imala značajan negativan utjecaj na turizam u Splitsko-dalmatinskoj županiji.

Izjava o autorstvu

Literatura

1. Bilen, M. (2006). Turizam i prostor: Ekonomsko-geografski aspekti turističke valorizacije prostora u turizmu. Karlovac: Veleučilište u Karlovcu.
2. Bilen, M., Bučar, K. (2004). Osnove turističke geografije. 3. izd. Zagreb: Ekonomski fakultet.
3. CompanyWall Business. Hotel Medena d.d. Dostupno na: <https://www.companywall.hr/tvrtka/hotel-medena-dd/MM1bwKQR> (18.8.2024.)
4. CompanyWall Business. Sunčani Hvar d.d. Dostupno na: <https://www.companywall.hr/tvrtka/suncani-hvar-dd/MMr1Jr0> (18.8.2024.)
5. CompanyWall Business. Svpetrvs hoteli d.d. Dostupno na: <https://www.companywall.hr/tvrtka/svpetrvs-hoteli-dd/MMxhT8l0> (18.8.2024.)
6. Curić, Z., Glamuzina, N., Opačić, V.T. (2013). Geografija turizma. Zagreb: Ljevak.
7. Ćorluka G. (2019). Organizacija turizma [Online]. Split: Sveučilište u Split. Dostupno na: https://www.oss.unist.hr/sites/default/files/file_attach/Organizacija%20turizma%20-%20Goran%20%C4%86orluka.pdf (3.6.2024.)
8. Državni zavod za statistiku (2023). Turizam u 2022. Zagreb: Državni zavod za statistiku.
9. Državni zavod za statistiku. Bruto domaći proizvod za Republiku Hrvatsku, NKPS 2012. – 2. razina i županije u 2018. Dostupno na: https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2021/12-01-03_01_2021.htm (7.6.2024.)
10. Državni zavod za statistiku. Dolasci i noćenja turista u komercijalnom smještaju u siječnju 2021.: Definicije. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10179> (3.6.2024.)
11. Državni zavod za statistiku. Stanovništvo prema migracijskim obilježjima i spolu po gradovima/općinama, Popis 2021. Dostupno na: https://podaci.dzs.hr/media/td3jvrbu/popis_2021-stanovnistvo_po_gradovima_opcinama.xlsx (6.6.2024.)
12. FINA. Info.BIZ: Hotel Split d.d. Dostupno na: <https://infobiz.fina.hr/tvrtka/hotel-split-d-d/OIB-68755468505> (18.8.2024.)
13. FINA. Info.BIZ: Potestas d.o.o. Dostupno na: <https://infobiz.fina.hr/tvrtka/potestas-d-o-o/OIB-24083362108> (18.8.2024.)
14. Geić, S. (2011). Menadžment selektivnih oblika turizma. Split: Sveučilište u Splitu.
15. Gržinić J. (2019). Uvod u turizam – povijest, razvoj, perspektive [Online]. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Dostupno na: https://fet.unipu.hr/fet/istrazivanja_i_ekspertize/knjige (4.6.2024.)

16. Hotel Medena. Dostupno na: <https://www.hotelmedena.com/> (18.8.2024.)
17. Hotel Park. O nama. Dostupno na: <https://www.hotelpark-split.hr/o-nama> (18.8.2024.)
18. Hrvatska enciklopedija. Splitsko-dalmatinska županija. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=57469> (6.6.2024.)
19. Hrvatska enciklopedija. Turizam. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763> (3.6.2024.)
20. Hrvatska gospodarska komora – županijska komora Split. Gospodarski profil. Dostupno na: <https://www.hgk.hr/zupanijska-komora-split/gospodarski-profil> (7.6.2024.)
21. Hrvatski zavod za javno zdravstvo. COVID-19 – Priopćenje prvog slučaja. Dostupno na: <https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/covid-19-priopcenje-prvog-slucaja/> (12.6.2024.)
22. Hrvatski zavod za javno zdravstvo. Epidemija pneumonije/akutne respiratorne bolesti uzrokovane novim koronavirusom, Kina. Dostupno na: <https://www.hzjz.hr/sluzba-epidemiologija-zarazne-bolesti/epidemija-pneumonije-povezana-s-novim-koronavirusom-kina/> (12.6.2024.)
23. IUS-INFO. Odluka o proglašenju epidemije bolesti COVID-19 uzrokovana virusom SARS-CoV-2. Dostupno na: <https://www.iusinfo.hr/document?sopi=DDHR20201106N133#> (12.6.2024.)
24. Konkurentnost turističke destinacije i vrste turizma: Prijedlog prijevoda UNWTO-ovih definicija. https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180926_unwto_definicije.pdf (3.6.2024.)
25. Lučka uprava Split. Statistike. Dostupno na: <https://portsplit.hr/luka-split/statistike/> (6.6.2024.)
26. Marušić, Z., et al. (2020.) Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj: Tomas Hrvatska 2019. Zagreb: Institut za turizam. Dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-10/TOMAS%20Hrvatska%202019_0.pdf [4.6.2024.]
27. Ministarstvo turizma i sporta. Informacije o koronavirusu vezane uz turistički sektor: Preporuke i upute Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo za hrvatske i strane državljane koji prelaze državnu granicu i ulaze u Republiku Hrvatsku. Dostupno na: <https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2020/03/Prelazak-granice-09-05.pdf> (13.8.2024.)
28. Ministarstvo turizma i sporta. Informacije o koronavirusu vezane uz turistički sektor: Postupci i mjere zaštite u hotelima (hoteljerstvu)/turističkom sektoru. Dostupno na: https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2020/02/Preporuke-za-hotele_28-2-2020-.pdf (13.8.2024.)

29. Odluka o proglašenju prestanka epidemije bolesti COVID-19 uzrokovane virusom SARS-CoV-2. NN 51/2023
30. Petrić, L. (2003.) Osnove turizma. Split: Ekonomski fakultet Split.
31. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj. Narodne novine 54/16, NN 69/17.
32. Rabotić, B. (2013). Selektivni oblici turizma. Beograd: Visoka turistička škola strukovnih studija Beograd.
33. Radisson Hotels. Radisson Blu Resort & Spa, Split. Dostupno na: <https://www.radissonhotels.com/hr-hr/hoteli/radisson-blu-resort-split-spa> (18.8.2024.)
34. Ravnateljstvo civilne zaštite. Brošure: Epidemija koronavirusa u republici Hrvatskoj. Dostupno na: https://civilnazastita.gov.hr/UserDocsImages/CIVILNA%20ZA%20C5%A0TITA/PDF_ZA%20WEB/Bro%C5%A1ura-COVID2.pdf (13.8.2024.)
35. Splitsko-dalmatinska županija. Informacije. Dostupno na: <https://www.dalmacija.hr/zupanija/informacije> (6.6.2024.)
36. Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine. NN 123/17
37. Sunčani Hvar d.d. Hoteli. Dostupno na: <https://www.suncanihvar.com/hr/pronadite-vas-hotel-hvar-hrvatskoj> (18.8.2024.)
38. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije. Analiza turističke sezone 2020. godine i osnovne smjernice za pripremu turističke sezone 2021. godine. Dostupno na: https://www.dalmacija.hr/DesktopModules/Bring2mind/DMX/API/Entries/Download?language=hr-HR&EntryId=12923&Command=Core_Download&PortalId=0&TabId=1176 (4.6.2024.)
39. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije. Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017 – 2027) sa strateškim i operativnim planom marketinga. Dostupno na: https://www.dalmatia.hr/wp-content/uploads/2023/10/Glavni_plan_razvoja_turizma_SDZ.pdf (7.6.2024.)
40. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije. Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije. Dostupno na: <http://www.dalmacija.hr/portals/0/docs/UOturizam/GLAVNI%20PLAN%20TURIZMA.pdf> (3.6.2024.)
41. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije. <https://www.dalmatia.hr/hr/> (7.6.2024.)

42. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije. Program rada TZ Splitsko-dalmatinske županije za 2020. godinu. Dostupno na: <https://www.dalmatia.hr/wp-content/uploads/2023/10/Program-rada-TZ-SDZ-ZA-2020.pdf> (7.6.2024.)
43. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije. Statistička analiza turističkog prometa 2019. Dostupno na: https://www.dalmatia.hr/wp-content/uploads/2023/10/Analiza2019_1.pdf (7.6.2024.)
44. Waterman Svpetrvs Resort. Dostupno na: <https://watermanresorts.com/> (18.8.2024.)
45. Zakon o računovodstvu. Narodne novine 78/15, 134/15 120/16, 116/18, 42/20, 47/20, 114/22, 82/23.
46. Zračna luka Split. Statistika. Dostupno na: https://www.split-airport.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=160&Itemid=115&lang=hr (6.6.2024.)

Popis ilustracija

Graf 1. Udio turizma u BDP-u RH od 2018. do 2022.....	7
Graf 2. Udjeli dolazaka turista u RH prema kontinentalnoj distribuciji emitivnih tržišta od 2018. do 2022.....	13
Graf 3. Udjeli noćenja turista u RH prema kontinentalnoj distribuciji emitivnih tržišta od 2018. do 2022.....	14
Graf 4. Udio SDŽ u ukupnom turističkom prometu Republike Hrvatske od 2018. do 2022..	20
Graf 5. Prosječna popunjenost smještajnih objekata SDŽ od 2018. do 2022.	28
Graf 6. Dolasci domaćih i stranih turista u SDŽ od 2018. do 2022.	32
Graf 7. Noćenja domaćih i stranih turista u SDŽ od 2018. do 2022.	33
Graf 8. Područje u kojem se nalazi objekt.....	35
Graf 9. Broj zvjezdica	36
Graf 10. Broj smještajnih jedinica (soba) u objektu.....	37
Graf 11. Godine poslovanja objekta	37
Graf 12. Zaposleni djelatnici (uključujući i sezonsko osoblje)	38
Graf 13. Udio stranih radnika u objektu.....	39
Graf 14. Udio sezonskih radnika u ukupnom broju zaposlenika	39
Graf 15. Poslovanje objekta u turističkoj sezoni 2020. god.	40
Graf 16. Učestalost zatvaranja objekta tijekom pandemije zbog epidemioloških mjera	41
Graf 17. Otpuštanje radnika zbog pandemije	41
Graf 18. Smanjenje broja gostiju u smještajnom objektu u 2020. god. u odnosu na 2019. god.	42
Graf 19. Povećanje broja gostiju u 2021. god. u odnosu na 2020. god.	43
Graf 20. Povećanje broja gostiju u 2022. god. u odnosu na 2021. god.	44
Graf 21. Ulaganja u marketing i promociju tijekom pandemije (2020.-2022.) u usporedbi s 2019. god.	45
Graf 22. Utjecaj pandemije na buduća ulaganja i proširenje kapaciteta	46
Graf 23. Ulaganja u obuku i edukaciju osoblja u vezi sa sigurnosnim mjerama i higijenom tijekom pandemije	47
Graf 24. Mjere privlačenja gostiju tijekom pandemije.....	48
Graf 25. Utjecaj pandemije na zadovoljstvo gostiju	48
Tablica 1. Prihodi od turizma u RH od 2018. do 2022.....	7

Tablica 2. Sobe, postelje, dolasci i noćenja u RH od 2018. do 2022. (u tis.)	9
Tablica 3. Broj postelja po vrstama objekata u RH od 2018. do 2022. (u tis.).....	10
Tablica 4. Broj smještajnih jedinica po vrstama objekata u RH od 2018. do 2022. (u tis.)	11
Tablica 5. Dolasci i noćenja turista u RH od 2018. do 2022. godine (u tis.).....	11
Tablica 6. Glavna emitivna tržišta za RH od 2018. do 2022.	14
Tablica 7. Broj putnika u Zračnoj luci Split od 2018. do 2022.	19
Tablica 8. Broj putnika u Luci Split od 2018. do 2022.	19
Tablica 9. Glavna turistička tržišta za Splitsko-dalmatinsku županiju od 2018. do 2022.....	23
Tablica 10. Smještajni kapaciteti po vrstama ugostiteljskih objekata SDŽ od 2018. do 2022.	25
Tablica 11. Dolasci po vrstama objekata SDŽ od 2018. do 2022.....	26
Tablica 12. Noćenja po vrstama objekata SDŽ od 2018. do 2022.	27
Tablica 13. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u SDŽ od 2018. do 2022. godine	31
Tablica 14. Postotne promjene dolazaka i noćenja turista u Splitsko-dalmatinskoj Županiji od 2019. do 2022. godine	31
Tablica 15. Financijski pokazatelji Potestas d.o.o. za razdoblje 2018.-2022.	49
Tablica 16. Financijski pokazatelji i promjene Potestas d.o.o. za razdoblje 2018.-2022.....	50
Tablica 17. Financijski pokazatelji Hotela Split d.d. za razdoblje 2018.-2022.	52
Tablica 18. Financijski pokazatelji i promjene Hotela Split d.d. za razdoblje 2018.-2022.....	52
Tablica 19. Financijski pokazatelji Hotela Medena d.d. za razdoblje 2018.-2022.....	54
Tablica 20. Financijski pokazatelji i promjene Hotela Medena d.d. za razdoblje 2018.-2022.	55
Tablica 21. Financijski pokazatelji Svpetrvs hotela d.d. za razdoblje 2018.-2022.	56
Tablica 22. Financijski pokazatelji i promjene Svpetrvs hotela d.d. za razdoblje 2018.-2022.	57
Tablica 23. Financijski pokazatelji Sunčanog Hvara d.d. za razdoblje 2018.-2022.....	58
Tablica 24. Financijski pokazatelji i promjene Sunčanog Hvara d.d. za razdoblje 2018.-2022.	59
Slika 1. Karta Splitsko-dalmatinske županije	17
Slika 2. Split.....	22