

# Produktivnost rada u turizmu

---

Molnar, Lucija

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

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:110:964104>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2021-09-24**



Repository / Repozitorij:

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



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

LUCIJA MOLNAR

PRODUKTIVNOST RADA U TURIZMU

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

Dr. sc. Damira Đukec, v.pred.

ČAKOVEC,2015.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU  
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

LUCIJA MOLNAR  
PRODUKTIVNOST RADA U TURIZMU  
LABOR PRODUCTIVITY IN TOURISM  
ZAVRŠNI RAD

Mentor:

Dr. sc. Damira Đukec, v. pred.

ČAKOVEC, 2015.

## SAŽETAK

*Produktivnost rada jedan je od temeljnih pokazatelja uspješnosti poslovanja poduzeća i značajan je pokazatelj razvoja gospodarstva. Faktori koji utječu na produktivnost su subjektivni i tehnički faktori. Cilj ovoga rada je objasniti i definirati pojam produktivnosti rada u turizmu, navesti koja je važnost turizma za hrvatsko gospodarstvo, analizirati faktore produktivnosti rada, analizirati specifičnosti produktivnosti rada u turizmu, i komparativno analizirati produktivnost rada određenih zemalja. Rezultati koji su do sada postignuti u turizmu Hrvatske su više nego dobri, prihodi od turizma svake godine rastu oko pola milijardi eura, sve je veća turistička potražnja, traži se sve više kvalificirane radne snage, što smanjuje stopu nezaposlenosti, a isto tako povećanjem turističke potražnje raste i potražnja u drugim gospodarskim djelatnostima koje su vezane za turizam, a to su promet, trgovina, ugostiteljstvo, itd.*

**Ključne riječi:** *ljudski kapital, produktivnost, rad, turizam.*

## SADRŽAJ

1. UVOD .....	5
2. TURIZAM.....	6
2.1. POJAM TURIZMA .....	6
2.2. VAŽNOST TURIZMA ZA HRVATSKO GOSPODARSTVO .....	10
3. PRODUKTIVNOST RADA .....	16
3.1. POJAM I DEFINICIJA .....	16
3.2. FAKTORI PRODUKTIVNOSTI .....	18
4. PRODUKTIVNOST RADA U TURIZMU .....	21
4.1. SPECIFIČNOSTI PRODUKTIVNOSTI RADA U TURIZMU .....	21
4.2. KOMPARATIVNA ANALIZA PRODUKTIVNOSTI RADA U TURIZMU .....	25
5. ZAKLJUČAK .....	31
6. LITERATURA.....	32
PRILOZI.....	34

## 1. UVOD

Cilj ovog završnog rada je objašnjenje i definiranje pojma produktivnosti rada, njegovih faktora te produktivnosti rada u turizmu. Produktivnost rada može se definirati kao jedan od temeljnih pokazatelja uspješnosti poslovanja i značajan je pokazatelj razvoja i gospodarske razvijenosti neke zemlje.

Rad je podijeljen na šest poglavlja. Prvo poglavlje je uvodni dio koji govori na koliko je dijelova podijeljen rad i objašnjava o čemu govori svako poglavlje. Drugo poglavlje govori o turizmu kao pojmu i njegovoj važnosti za hrvatsko gospodarstvo. Pojam turizma dolazi od engleske riječi „tour“ što znači kretanje. Postoji mnogo autora koji su napisali svoju definiciju turizma i podijelili razvoj turizma po fazama. Važnost turizma za gospodarstvo je u tome što otvara radna mjesta i stvara najveći udio u BDP-u države od svih drugih gospodarskih grana.

Treće poglavlje govori o tome što je produktivnost i koji su njegovi faktori. Produktivnost je jedan od triju osnovnih ekonomskih principa uz ekonomičnost i rentabilnost koji traže ostvarivanje određene vrijednosti proizvodnje s minimalnim utrošcima radne snage. Jedan je od temeljnih pokazatelja uspješnosti poslovanja i značajan pokazatelj dinamike razvoja i gospodarske razvijenosti, stoga se istraživanje produktivnosti rada smatra nužnim. Faktore produktivnosti dijelimo na interne i eksterne i također produktivnost možemo izražavati na više načina.

Četvrto poglavlje govori o produktivnosti rada u turizmu. Produktivnost se u turizmu računa na temelju ostvarenih prihoda i broju zaposlenika u turizmu. Prema podacima Ministarstva turizma o prihodima i broju zaposlenih od 2003. do 2014. godine, izračunana je produktivnost rada. Također, prema podacima Eurostata i Svjetske banke uspoređena je produktivnost u turizmu hrvatske i pojedinih europskih zemalja.

Peto poglavlje je zaključni dio koji govori do kojih se zaključaka došlo nakon istraživanja produktivnosti i šesto poglavlje čini literatura koja pokazuje koji su se internetski izvori, knjige i članci koristili za izradu rada.

## 2. TURIZAM

Turizam predstavlja skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka osobe u nekom mjestu ako taj boravak ne podrazumijeva promjenu prebivališta i ako se ne zasniva radni odnos, tj. stjecanje zarade. Početkom turizma smatra se prvo masovno putovanje željeznicom koje je organizirao Thomas Cook, a dalje se turizam u svijetu i Hrvatskoj razvija po fazama (Čavlek i sur., 2011).

### 2.1. POJAM TURIZMA

Turizam dolazi od engleske riječi „tour“ što znači kretanje. Postoji mnogo autora koji su definirali riječ turizam. Jednu od najstarijih definicija osmislili su švicarski teoretičari turizma Hunziker i Krapf (1942, prema Markoviću 1970), a glasi: *Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetilaca nekog mjesta ako se s tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost* (Marković, 1970). Tu je definiciju prihvatio i AIEST<sup>1</sup> i danas se ta definicija upotrebljava u cijelome svijetu.

Nadalje, Goeldner i sur., (2000) turizam definiraju kao *skup pojava i odnosa proizašlih iz interakcije turista, davatelja usluga, država i lokalnih zajednica domaćina u procesu privlačenja i ugošćivanja tih turista i drugih posjetitelja (izletnika)*.

Također je prihvaćena i definicija turizma koju je predložio UNWTO<sup>2</sup> koja glasi: *Turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili bilo kakvu naknadu u mjestu koje posjećuju*. Na temelju te definicije proizlazi pet temeljnih obilježja turizma (Čavlek i sur., 2011):

---

<sup>1</sup>Međunarodno udruženje znanstvenih turističkih stručnjaka.

<sup>2</sup>Svjetska turistička organizacija.

**Tablica 1. Obilježja turizma**

<b>Turizma nema bez kretanja i putovanja ljudi te njihova boravka u turističkim odredištima.</b>
<b>Boravak i putovanje moraju se događati izvan uobičajene sredine u kojoj se osoba kreće, radi i živi pa tako i turizam inicira neke nove aktivnosti koje osobe ne prakticiraju u mjestu stalnog boravka.</b>
<b>Privremeni boravak u turističkom odredištu znači da se turizam zasniva na kružnom putovanju koje ima definirano vremensko razdoblje u kojem se događa (ne duže od 12 mjeseci).</b>
<b>Svrha turističkog putovanja nikad se ne veže uz stalni boravak u destinaciji ili uz zapošljavanje.</b>
<b>U turističkom odredištu turisti ne privređuju nego troše.</b>

Izvor: Čavlek, N.; Bartoluci, M.; Prebežac, D.; Kesar, O.; i suradnici (2011). „TURIZAM“ *Ekonomске osnove i organizacijski sustav*. Zagreb, Školska knjiga.

Kojim se god kriterijima vodili u definiranju turizma, većini definicija je zajedničko to da turizam stavljaju u opći kontekst putovanja iz zadovoljstva izvan mjesta stalnog boravka, tj. izvan uobičajene sredine.

U svijetu, ali i kod nas, mnogi su se teoretičari bavili pitanjem povijesnog razvoja turizma. Jedni autori postanak turizma vežu za antičko doba (Goeldner, Ritchie, McIntosh, 2000; Gartner, 1996), drugi smatraju da je razvoj turizma započeo industrijskom civilizacijom (Hunziker i Krapf, 1942; Enzenberger i Freyer, 1998; Alfier, 1994; Pirjevec, 1998; Vukonić, 1997), dok treći razvoj turizma dijele na epohu turizma privilegiranih klasa i epohu suvremenog turizma (Čavlek i sur., 2011).

Činjenica je da se većina turističkih teoretičara slaže da je *Grand tour*<sup>3</sup> preteča turističkih putovanja, koje su u razdoblju od 1547. do 1830. godine uglavnom poduzimali engleski plemići kao završnu fazu svog obrazovanja, a trajala su od dviju pa do osam godina. Putovanje je obuhvaćalo Pariz, talijanske renesansne gradove do juga

---

<sup>3</sup>Veliko putovanje.



Italije i na povratku Njemačku te dolinom Rajne ponovno preko Francuske natrag u Englesku.

Kao što je već navedeno, mnogi su se autori bavili povijesnim razvojem turizma. Njemački autor W. Freyer razvoj putovanja promatrao je kroz četiri faze vodeći se kriterijima stupnja razvijenosti prometnih sredstava, motiva putovanja i brojem sudionika na putovanjima (Čavlek i sur., 2011):

**Tablica 2. Faze razvoja turizma**

FAZA	VRIJEME	NAČIN PUTOVANJA	MOTIVACIJA	SUDIONICI
PRETFAZA	do 1850.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pješice</li> <li>• na konju</li> <li>• kočijom</li> <li>• dijelom brodom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ nomadi</li> <li>❖ hodočasnici</li> <li>❖ ratovi</li> <li>❖ otkrića</li> <li>❖ obrazovanje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• elita</li> <li>• plemstvo</li> <li>• obrazovani, poslovni ljudi</li> </ul>
POČETNA FAZA	1850. – 1914.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vlak (tuzemstvo)</li> <li>• parobrod (inozemstvo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ odmor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• novi srednji stalež</li> </ul>
RAZVOJNA FAZA	1914. – 1945.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vlak</li> <li>• automobil</li> <li>• autobus</li> <li>• avion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ liječenje</li> <li>❖ odmor</li> <li>❖ trgovina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• imućni</li> <li>• radnici</li> </ul>
VISOKA FAZA	od 1945.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• automobil</li> <li>• avion (čarter)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ obnavljanje</li> <li>❖ odmor</li> <li>❖ slobodno vrijeme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• svi slojevi (u razvijenim zemljama)</li> </ul>

Izvor: Čavlek, N.; Bartoluci, M.; Prebežac, D.; Kesar, O.; i suradnici (2011). „TURIZAM“ *Ekonomске osnove i organizacijski sustav*. Zagreb, Školska knjiga.

Kao i u svijetu, tako se i kod nas razvojem turizma bavilo više teoretičara. Većina njih nije radila nikakve razlike u fazama. Ivan Antunac svoju periodizaciju iznosi u četirima fazama (Čavlek i sur., 2011):

- kraj devetnaestog stoljeća
- razdoblje od početka 20. stoljeća do kraja Prvoga svjetskoga rata
- razdoblje od kraja Prvoga do kraja Drugoga svjetskog rata

- razdoblje nakon Drugog svjetskog rata

Pirjevac i Kesar također su podijelili razvoj turizma na četiri faze (Čavlek i sur., 2011):

- razdoblje od Prvoga svjetskog rata (1850-1914.)
- razdoblje između dvaju svjetskih ratova (1918-1939.)
- razdoblje od Drugoga svjetskog rata do 1990.
- razdoblje novije hrvatske povijesti do danas.

Vukonić (2005, prema Čavlek i sur., 2011) razvoj turizma u Hrvatskoj podijelio je u šest faza ( vidi tablicu 3). U prvoj fazi govori se o odmoru i opuštanju bogatih građana Rimskog Carstva u termalnim lječilištima kao što su Varaždinske i Krapinske toplice, rimski patriciji grade rezidencijalne vile kao što su Brijuni i Dioklecijanova palača. U drugoj fazi govori se o otvaranju prvih ugostiteljskih objekata u lokalnom vlasništvu, razvija se jedriličarstvo i parobrodstvo, stvaraju se prve obalne rivijere, izgrađuju se željezničke mreže i država se počinje uključivati u turizam ( zakoni, statistika, takse). Treća faza turbulentno je razdoblje od početka stoljeća do početka 1. svjetskog rata. Afirmiraju se turističko-lječilišni centri na Jadranu, pojedina mjesta svoj razvoj definiraju vizijom razvoja turizma (Mali Lošinj, Rab, Dubrovnik, Brijuni). Četvrta faza označava razdoblje između dvaju svjetskih ratova, obilježava ga rast turističkog prometa na području Hrvatske, otvaranje novih smještajnih kapaciteta, mijenjanje sezonalnosti iz zimske u ljetnu sezonu. Peta faza razdoblje je nakon Drugog svjetskog rata pa sve do 1991. godine. Razdoblje se može podijeliti na dvije etape. U prvoj etapi radnička klasa imala je povlaštena ljetovanja u radničkim odmaralištima te subvencije u cijenama smještaja i prijevoza u drugim objektima. Hrvatska smještajnu ponudu obogaćuje novim kapacitetima u kampovima, a inozemni dolasci polako preuzimaju primat u strukturi turističkih posjeta. Drugu etapu karakterizira intenzivan razvoj turizma, tj. zlatno doba izgradnje u turizmu, država počinje uočavati brojne pogodnosti koje razvoj turizma donosite turizam dobiva status strateškog pravca razvoja, ali samo na papiru. Šesta faza razdoblje je od samostalnosti Hrvatske pa sve do danas. U nju ubrajamo izravne i neizravne ratne štete u turizmu kao što su smanjeni dolasci inozemnih turista zbog nesigurnosti, itd. (Čavlek i sur., 2011)

**Tablica 3. Faze razvoja turizma u RH**

Prva faza	Razdoblje preteča turističkog razvoja ili pojava sličnih turizmu
Druga faza	kraj 19.stoljeća, odnosno faza znatiželje
Treća faza	razdoblje od početka 20. stoljeća do kraja Prvog svjetskog rata, odnosno faza „osvješćivanja“
Četvrta faza	razdoblje između dvaju svjetskih ratova, odnosno faza prvih postignuća
Peta faza	razdoblje nakon Drugog svjetskog rata, odnosno faza intenzivnog turističkog razvoja
Šesta faza	Razdoblje od 1991. godine do početka 21. stoljeća, odnosno faza turističkog života u Hrvatskoj.

Izvor: Čavlek, N.; Bartoluci, M.; Prebežac, D.; Kesar, O.; i suradnici (2011). „TURIZAM“ *Ekonomске osnove i organizacijski sustav*. Zagreb, Školska knjiga.

Od početka turizma pa sve do danas turizam u svijetu, ali i u Hrvatskoj susreo se s mnogim preprekama u razvoju. Ratovi, ekonomske situacije, elementarne nepogode, sve je to utjecalo na turizam pojedinih zemalja. Hrvatski je turizam od stvaranja samostalne hrvatske države prošao sva iskušenja gubitka tržišta zbog rata, razaranja, zbrinjavanja izbjeglih i prognanih, itd. Nakon svih tih situacija možemo reći da je danas Hrvatska stabilna zemlja u pogledu turizma i da je uspjela turizam vratiti, čak i premašiti nivo koji je imala prije rata.

## 2.2.VAŽNOST TURIZMA ZA HRVATSKO GOSPODARSTVO

Turizam je veoma bitna djelatnost za gospodarstvo svake zemlje pa i Hrvatske. Hrvatska ima dugu tradiciju bavljenja turizmom. Turizam se počeo naglo razvijati nakon Drugog svjetskog rata i svake godine bilježi porast noćenja i dolazaka. Uslijedile su velike investicije u turistička poduzeća kada je izgrađena većina kapaciteta. Nakon toga uslijedio je Domovinski rat nakon kojega je trebalo deset godina kako bi se Hrvatska oporavila i vratila na broj gostiju prije rata (Žakula, 2012).

Turizam je do danas izuzetno napredovao, svake godine povećava se broj gostiju. Hrvatska svake godine postaje sve popularnija i poželjnija turistička destinacija domaćeg stanovništva, ali najviše inozemnih turista. Hrvatska najviše privlači turiste zbog očuvanog okoliša, blage mediteranske klime, kulturnog i povijesnog nasljeđa, razvedene obale te duge turističke tradicije, cjelokupna ponuda turizma još uvijek nije dovoljno razvijena kako bi se zadovoljila sve zahtjevnija turistička potražnja. Gosti koji dolaze zbog sunca i mora niže su platežne moći. Problem je što Hrvatska nema dovoljno dodatnih sadržaja u destinaciji koji bi privukli goste više platežne moći, ne zna se iskoristiti sve što *Lijepa naša* nudi. No sve u svemu, može se biti zadovoljno razvojem turizma. Iz godine u godinu raste broj gostiju, čime rastu i prihodi od turizma. Prema posljednjim informacijama hrvatskog Ministarstva turizma, prihodi za 2015. godinu mogli bi biti veći čak i od 8 milijardi eura (<http://www.bank.hr/podravka-nagradjena-za-on-line-kampanju-u-australiji/lorencin-prihod-od-turizma-bit-ce-osam-milijardi-eura>).

Turizam je samostalna gospodarska grana vrijedna usporedbe svojih učinaka s učincima ostalih gospodarskih grana kao što su poljoprivreda, industrija, građevinarstvo, trgovina, promet, itd. (Blažević, 2007). Za turizam se može reći da je faktor povezanosti svih tih srodnih djelatnosti. Budući da je turizam jedina gospodarska grana u Hrvatskoj koja svake godine bilježi rast prihoda, puno se ulaže u tu granu. Da bi turizam napredovao, potrebno je izgraditi prometne infrastrukture, omogućiti gostu da lakše dođe do određene destinacije. Treba izgraditi smještajne kapacitete, dopunske sadržaje destinacije, itd. Zna se da je Jadranska turistička regija najprivlačnija zbog sunca, mora i dobre klime. Ali bilo bi dobro da se više ulaže i u Gorsko-planinsku i Panonsko-peripanonsku regiju koje su izuzetno dobre za razvoj specifičnih oblika turizma. To bi zasigurno povećalo broj turista u zemlji.

Važnost turizma za hrvatsko gospodarstvo je u tome što stvara veći devizni priljev koji se smatra nevidljivim izvozom. To dokazuje i udio u BDP-u koji iznosi u prosjeku 16% posljednjih godina (Žakula, 2012).

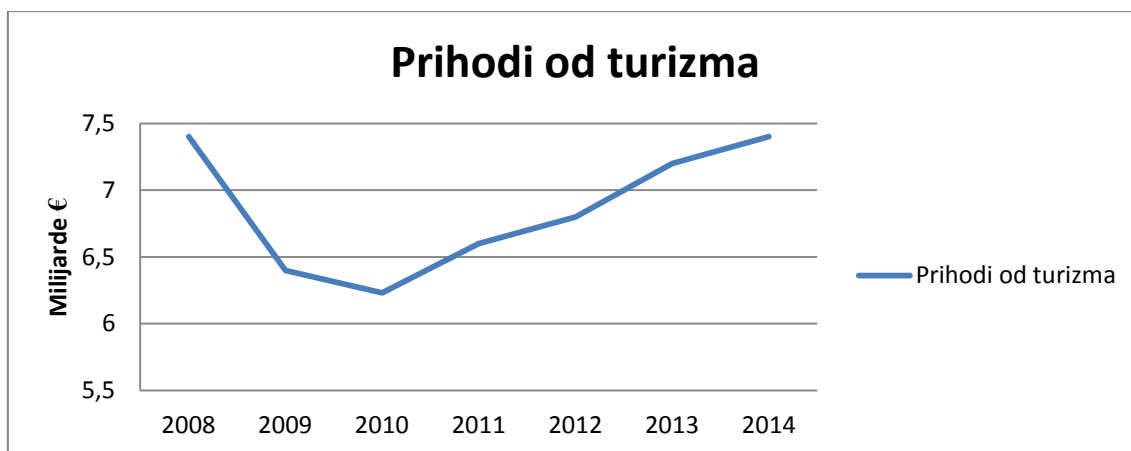
Koliko je turizam važan za hrvatsko gospodarstvo može se vidjeti iz prihoda od turizma

koji su svake godine sve veći i veći. Prihodi se definiraju kao povećanja gospodarskih koristi u obliku priljeva ili povećanja imovine ili smanjena obveza koje imaju za posljedicu povećanja kapitala (<http://www.poslovniforum.hr/about/prihodi.asp>).

Na grafu 1 vide se podaci Ministarstva turizma RH o prihodima od turizma za razdoblje od 2008. do 2014. godine. Kao što se vidi, 2008. godine hrvatski turizam bio je na vrhuncu uspješne turističke sezone i prihod je iznosio 7,4 milijardi eura. U 2009. godini došlo je do pada turizma i prihod se smanjio na 6,4 milijardi eura, a najniži prihod bio je 2010. godine kada je došao na 6,23 milijarde eura.

Nakon toga slijedi rast prihoda u 2011. kada iznosi 6,6 milijardi eura, zatim 2012. godine iznosi 6,8 milijardi eura te u 2013. iznosi 7,2 milijardi eura. Hrvatska je u 2014. godini ostvarila 7,4 milijardi eura prihoda što predstavlja godišnji rast 2,8% u odnosu na prošlu godinu. Prema očekivanjima Ministarstva turizma prihodi od turizma za 2015. godinu mogli bi biti čak i 8 milijardi eura (<http://www.bank.hr/hrvatska/lorencin-prihod-od-turizma-bit-ce-osam-milijardi-eura>).

**Graf 1. Prihodi od turizma**



Izvor: Ministarstvo turizma RH, razdoblje od 2008. godine do 2014. godine, URL: <http://www.mint.hr/default.aspx?id=976>

Na području Jadrana i Grada Zagreba od siječnja do srpnja 2015. godine boravilo je ukupno 7,6 milijuna turista koji su ostvarili 40 milijuna noćenja što je porast od 9% u dolascima i 7% u noćenjima u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Zbog toga se očekuje i produljenje turističke sezone i rast prihoda u odnosu na prošlu godinu (<http://www.bank.hr/hrvatska/lorencin-prihod-od-turizma-bit-ce-osam-milijardi-eura>).

Turizam ima udio i u ukupnom BDP-u. Bruto domaći proizvod glavni je makroekonomski pokazatelj, odnosno mjerilo gospodarske aktivnosti neke zemlje u određenoj godini. Njime se u novčanim jedinicama iskazuje vrijednost ukupne proizvodnje (finalnih dobara) unutar granica određene zemlje ili države. Formula za izračun bruto domaćeg proizvoda glasi ([http://www.effectdubrovnik.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1311%3Abruto-domai-proizvod&Itemid=106](http://www.effectdubrovnik.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1311%3Abruto-domai-proizvod&Itemid=106)):

$$\underline{BDP = C + G + I + (E - M)}$$

C- osobna potrošnja

G- državna (javna) potrošnja

I- investicije

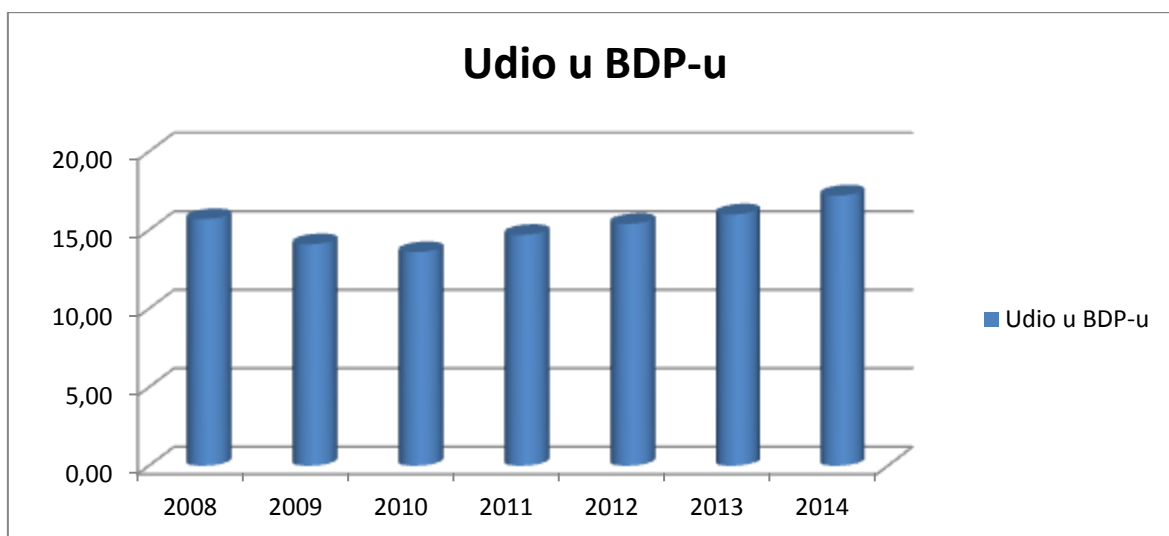
E- izvoz

M- uvoz

Na grafu 2 vidljivo je koliki je bio udio turizma u BDP-u od 2008. do 2014. godine. Vidljivo je da je od 2008. godine BDP počeo opadati što je posljedica krize u kojoj se Hrvatska našla. Od 2011. BDP je ponovno počeo rasti i raste još i danas. U 2014. godini dosegao je rekordnu razinu i premašio 2008. godinu. Može se reći da je Hrvatska ovisna o turizmu, svake godine sve više doprinosi udjelu u BDP-u države, po čemu Hrvatska više od svih ostalih članica Europske unije ovisi o turizmu. Hrvatska je prošle godine sa 17,3 % udjela u BDP-u od turizma vodeća u EU. Slijede je otočne države Malta i Cipar s po 14,3 %, odnosno 12,1 % udjela. Grčka ima taj udio na razini od 7,5 % udjela. Razvijene države poput Španjolske imaju udio od 4,6%, Austrija 4,7%, a Italija je na 2,1 % (<http://www.jutarnji.hr/zvonimir-savic--turizam-ima-17-posto-udjela-u-nasem-bdp-u--a-to-uopce-nije-dobro/1401608/>).

Tako visok pokazatelj u slučaju Hrvatske sugerira visok stupanj ovisnosti gospodarstva o turizmu i upućuje na nedovoljnu razvijenost ostalih sektora. Niti jedna razvijena država nema turizam kao sektor koji je najrazvijeniji kao što ima Hrvatska (<http://www.jutarnji.hr/zvonimir-savic--turizam-ima-17-posto-udjela-u-nasem-bdp-u--a-to-uopce-nije-dobro/1401608/>).

**Graf 2. Udio turizma u BDP-u Republike Hrvatske**



Izvor: Ministarstvo turizma RH, URL: <http://www.mint.hr/default.aspx?id=21457>

Dobra strana turizma je i u tome što stvara zaposlenost jer najveći problem hrvatskog gospodarstva upravo je nezaposlenost. Sve je više ljudi, kako mladih tako i starijih, koji teško pronalaze posao sa stalnim radnim odnosom pa mnogi zbog toga upravo zapošljavanje u turizmu smatraju privremenim rješenjem, tj. najveći broj nezaposlenih kvalificiranih radnih snaga svoje radno mjesto nalazi na području turizma.

Rješavanje problema na tržištu rada jedan je od najvećih izazova s kojim se susreće Europska unija. Najveći stvaratelj novih radnih mjesta je turizam, koji će u 21. stoljeću postati dominirajući u svim zemljama svijeta (Arnaut, 2009). Turizam je već sada najbrže rastući u svjetskom gospodarstvu pa u većini razvijenih zemalja generira više radnih mjesta nego bilo koja druga ekonomska grana.

Značenje turizma za zapošljavanje leži u tome što pruža zaposlenje (Blažević, 2007):

- ljudima svih kvalifikacija uključujući niskokvalificirane
- mladima koji po prvi puta ulaze na tržište rada
- jednake mogućnosti za muškarce i za žene
- zaposlenje s fleksibilnim radnim vremenom
- i u manje razvijenim područjima (npr. ruralnim područjima)

Turizam nudi velik broj radnih mjesta s fleksibilnim radnim vremenom kao što su *part-time* i privremena zaposlenja, ti su oblici jako traženi. Oni omogućuju kombinaciju rada i škole što je vrlo privlačno za mlade ljude iz dobne skupine od 15 do 29 godina.

Turizam ima velik potencijal u rješavanju problema zaposlenosti, potiče otvaranje radnih mjesta i u drugim sektorima kao što su promet, trgovina, itd. Turizam može imati važnu ulogu u pružanju zaposlenja mladima koji po prvi puta ulaze na tržište rada te u ponovnom uključivanju nezaposlenih na tržištu rada.



### 3. PRODUKTIVNOST RADA

Produktivnost je jedan od triju osnovnih ekonomskih principa koji je veoma važan za gospodarstvo i statističku analizu pojedine zemlje. Za izračunavanje produktivnosti koristimo formulu koja izračunava odnos između količine ostvarenog učinka i količine uloženog rada. Postoji više načina za izračun produktivnosti, i faktori koji utječu na produktivnost.

#### 3.1. POJAM I DEFINICIJA

Produktivnost je jedan od triju osnovnih ekonomskih principa, uz ekonomičnost i rentabilnost, koji traže ostvarivanje određene vrijednosti proizvodnje s minimalnim utrošcima radne snage. Jedan je od temeljnih pokazatelja uspješnosti poslovanja i značajan je pokazatelj dinamike razvoja i gospodarske razvijenosti. Iz tog razloga se istraživanje produktivnosti rada smatra nužnim (Avelini Holjevac, 2012).

Produktivnost definiramo kao i pokazatelja uspješnosti poslovanja gospodarskog subjekta, tj. pokazatelja efikasnosti rada na mikrorazini. Jednako tako, produktivnost rada mjeri se i na makrorazini, tj. na razini neke grane, djelatnosti ili države (Bartoluci, 2013). Opći izraz produktivnosti (P) izražava odnos između količine ostvarenog učinka (Q) i količine uloženog rada (L) za tu proizvodnju.

Formula za izračun produktivnosti rada glasi (Sredić, 2009):

$$P = Q / L$$

Osim toga, produktivnost možemo predstaviti i inverzno, tj. izračunom koliko je rada utrošeno za proizvodnju jednog proizvoda:

$$P = L / Q = t$$

*(t=utrošeno vrijeme po jedinici proizvoda)*

Definicija produktivnosti izvedena je iz osnovnog ekonomskog principa: ostvariti maksimalni rezultat s minimalnim ulaganjima, koji je moguće postići na dva načina (Sredić, 2009):

- povećanjem ukupne mase proizvoda
- povećanjem radnog učinka

Produktivnost rada, njen nivo i rast imaju veliki značaj, kako za cjelokupno društvo, tako i za poduzeća i pojedince. Rastom produktivnosti rada stvaraju se mogućnosti da se u istoj jedinici vremena proizvede veća količina proizvoda. Stoga rast produktivnosti u društvu znači povećanje društvenog bogatstva. Što je ostvarena veća produktivnost rada, društvo raspolaže većom količinom dobara te se potrebe stanovništva zadovoljavaju na većem nivou, a rast produktivnosti predstavlja glavni faktor životnog standarda i društvenog progresa. Ukoliko radnik više proizvodi, tj. ukoliko je njegov učinak veći, i njegova su primanja veća. (Sredić, 2009).

Povećanje produktivnosti rada u poduzeću znači ostvarenje veće proizvodnje, a njenom realizacijom na tržištu veće poslovne rezultate. Produktivnost rada prosječni je proizvod rada industrije ili cijele ekonomije. Može biti korisna pri uspoređivanju različitih industrija i analiza kretanja unutar jedne industrije kroz duže vremensko razdoblje. Najvažnija je za određivanje životnog standarda koji neka zemlja može postići. Svake godine ukupna vrijednost dobara i usluga koju neka država proizvede jednaka je isplata za sve faktore proizvodnje. Na kraju, isplate potrošači primaju u obliku nadnica, plaća, dividendi ili kamata. Rast fonda kapitala jedan je od najvažnijih razloga rasta produktivnosti (Sredić, 2009).

Produktivnost rada možemo izraziti na različite načine, za što koristimo različite metode i načine za izražavanje (Sredić, 2009):

**A: proizvod se izražava fizičkim jedinicama mjere**- ovaj način koristimo kada poduzeće ima samo jedan proizvod ili homogenu proizvodnju. Formula koju koristimo za izračun glasi:  $P = Q / L = q$  ili  $P = L / Q =$

**B: proizvod se izražava tržišnom cijenom-** ovakav način koristimo kod heterogene proizvodnje, no moramo znati da ovaj način može dati pogrešnu sliku produktivnosti rada jer tržišne cijene nisu faktor produktivnosti, a i podložne su promjenama. Formula koju koristimo glasi:

$$P = \sum QCq / L$$

( $Cq$  =tržišna cijena po jedinici proizvoda)

**C: proizvod se izražava cijenom koštanja-** cijena koštanja sastoji se od troškova materijala, sredstava za rad i troškova radne snage. Formula glasi:

$$P = \sum QTq / L$$

( $Tq$  = cijena koštanja po jedinici proizvoda.)

**D: proizvod se izražava društveno potrebnim radom-** ova metoda izračunavanja produktivnosti rada koristi se u praksi jer kvantitativno izražava utjecaj svih elemenata koji utječu na produktivnost. Formula glasi:

$$P = L0 / L0 \pm KiL0 + I = 1 / 1 \pm Ki \pm Ii$$

( $K_i$  =koeficijent odstupanja troškova radne snage po jedinici proizvoda,

$I_i$  = odstupanje radne snage u proizvodnji po jedinici proizvoda.)

### 3.2.FAKTORI PRODUKTIVNOSTI

Faktori produktivnosti sve su one činjenice koje na bilo koji način mogu utjecati na radni učinak, tj. na odnos između ostvarenog rezultata proizvodnje i utroška radne snage u tu proizvodnju. Na produktivnost rada svakog privrednog subjekta, a i na cjelokupnu produktivnost rada u jednom društvu utječu mnogobrojni faktori. Najvažnija podjela svih faktora podjela je faktora produktivnosti rada u dvije grupe i to (Sredić, 2009):

1. objektivne faktore
2. subjektivne faktore

## 1) Objektivni faktori produktivnosti

Objektivni faktori produktivnosti mogu biti tehnički i društveni.

*Tehničke faktore produktivnosti* čine sva materijalna i tehnička sredstva koja služe proizvodnji, kao tehnička dostignuća koja se ne primjenjuju, ali za to postoji ekonomska mogućnost. Najznačajniji ovakvi faktori su (Sređić, 2009):

- tehničke karakteristike proizvoda na osnovu kojih se izrađuju norme rada izrade proizvoda
- karakteristike tehnoloških procesa koji zahtijevaju manji ili veći utrošak radne snage pri njegovom izvođenju
- karakteristike sredstava za rad, tj. njihova suvremenost i tehnološka opremljenost u velikoj mjeri uvjetuju i visinu produktivnosti rada
- tehničke karakteristike materijala koji se koriste u proizvodnji
- radna sredina i način rada u takvoj sredini, bez obzira radi li se o prirodno uvjetovanim ili stvorenim uvjetima za rad
- obujam proizvodnje svojim promjenama može utjecati na produktivnost
- uvid organizacije rada svojim nivoom direktno povećava ili smanjuje produktivnost
- nivo organizacije koji se ogleda tehničkom opremljenosti

*Društveni faktori produktivnosti* mogu se samo indirektno mijenjati, a u njih spadaju kulturni nivo, tržište, stupanj razvijenosti mreže, stanovništvo i mnogi drugi društveni elementi.

## 2) Subjektivni faktori produktivnosti

Organizacijski, tj. subjektivni faktori produktivnosti obuhvaćaju sve elemente vezane uz ljudski rad u proizvodnji i organizaciji proizvodnje. Po načinima pokojim se pojavljuju mogu djelovati kroz (Sređić, 2009):

- izbor i odlučivanje o tehničkim i društvenim uvjetima proizvodnje (ovim izborom može se pronaći odgovarajuća zamjena materijala, nekih tehničkih

ili tehnoloških procesa i slično)

- kvalifikacije proizvođača, pri čemu treba pronaći optimalnu kvalificiranost radne snage u cjelini
- intenzitet rada, pri čemu se pronalaze načini za postizanje optimalnog intenziteta rada tijekom kojeg će se trošiti najmanja količina proizvođačeve bioenergije po jedinici proizvoda
- organizacijske mjere kojima menadžment, nakon analize cjelokupnog tehnološkog proizvodnog procesa, nastoji pronaći načine za eventualno skraćenje ili pojednostavljenje nekih faza rada

Cilj svake poslovne organizacije je da posluje uspješno, tj. da posluje produktivno. Do povećanja produktivnosti dolazi kada se u odrađenom vremenskom periodu, uz isti utrošak radne snage proizvede veća količina materijalnih dobara, a do smanjenja produktivnosti dolazi kada se za isto radno vrijeme proizvede manja količina materijalnih dobara. Za produktivnost su bitni i faktori koji utječu na radni učinak.

## 4. PRODUKTIVNOST RADA U TURIZMU

Produktivnost rada u turizmu pokazatelj je uspješnosti poslovanja gospodarskog subjekta, tj. pokazatelj efikasnosti rada na mikrorazini. Jednako tako produktivnost rada mjeri se i na makrorazini, tj. na razini neke grane djelatnosti ili države. Mjerenje produktivnosti na razini grane ili države mjeri se u vrijednosnim pokazateljima pomoću društvenog proizvoda, nacionalnog dohotka i sl. Mjerenje produktivnosti rada gospodarskog subjekta mjeri se na dva načina: kao odnos količine učinaka i uloženog rada ili kao odnos količine rada i ostvarenih učinaka (Bartoluci, 2013).

### 4.1. SPECIFIČNOSTI PRODUKTIVNOSTI RADA U TURIZMU

Turizam je u hrvatskim razvojnim dokumentima ključan oslonac svekolike dugoročne razvojne strategije, utemeljen na prirodno-prometnim resursima i ljudskom kapitalu kojemu se pripisuje dvostruka uloga. Prva je da bude stabilizator platno bilančnih odnosa, tj. faktor uravnoteženja ekonomskih odnosa nacionalnog gospodarstva s inozemstvom. A druga je da participira u stabilizaciji nacionalnog tržišta radne snage.

Svaka nacionalna ekonomija i njezin konkurentski položaj ovise prvenstveno o kvaliteti raspoloživih ljudskih resursa, odnosno raspoloživog ljudskog potencijala. Korištenje tih resursa i ulaganje u njihovu kvalitetu glavni su čimbenici razvoja. Obrazovanje povećava konkurentnost gospodarstva osiguranjem potrebne kvalitete ljudskih resursa. Ono omogućuje stjecanje znanja, vještina, stavova i vrijednosti koji su pojedincu potrebni za ostvarivanje radnih i društvenih uloga (Blažević, 2007).

Može se zaključiti da se ljudski kapital ostvaruje prosvjećivanjem, izobrazbom, studiranjem i stjecanjem znanja, a sam po sebi čini skup znanja koja tvore novu kvantitativnu potenciju inovacije koje služe razvoju društva u cjelini. Ljudski kapital je stoga izraz koji označava količinu korisnog i vrijednog znanja stvorenog u procesu odgoja i obrazovanja. Može se ustvrditi da su znanje, obrazovanje i ljudski potencijal temeljni čimbenici ekonomskog razvoja (Barić i sur., 1998).

U Hrvatskoj se turizam ističe kao strateški sustav gospodarstva. Međutim, da bi bio profitabilan, mora biti konkurentan. Unatoč važnosti turizma za ekonomski razvoj

Hrvatske, mnoge su prepreke njegovu razvoju. I upravo radi povećanja konkurentnosti turizma razvijen je indeks konkurentnosti turizma. Temelji se na trima kategorijama, a to su regulatorni okvir, poslovno okruženje i infrastruktura te ljudski, kulturni i prirodni resursi. Jedan od stupova konkurentnosti turizma koji se posebno mjeri kvaliteta je ljudskih potencijala. On uzima u obzir zdravlje, razinu obrazovanja i obuke. Važnost obrazovanja za konkurentnost ističe Blažević, (2007): *obrazovanje povećava konkurentnost gospodarstva osiguranjem potrebne kvalitete ljudskih resursa*. Prema indeksu konkurentnosti turizma, Hrvatska je ukupno na 34. mjestu od 133 zemlje, a u ljudskim potencijalima zauzima lošije, 53. mjesto.

Produktivnost rada u turizmu ekonomski je značajna jer je to jedno od strategijskih područja razvoja hrvatskog gospodarstva. Specifičnosti turizma i hotelijerstva kao okosnica razvoja turizma zahtijevaju i određuju pristup istraživanju produktivnosti rada. Ugostiteljski i turistički kadrovi nositelji su turističkog proizvoda, a njihova produktivnost ogleđa se utjecajem internih i eksternih faktora (Avelini Holjevac, 2012):

- **INTERNI FAKTORI:** vlasništvo, poštivanje svjetskih hotelskih standarda rada, kvaliteta proizvoda i usluga (TQM), suvremena organizacija i planiranje rada, standardni hotelski sustav praćenja rezultata rada, ulaganje u suvremenu opremu i tehnologiju, međuljudski odnosi, permanentno obrazovanje menadžera i hotelskog osoblja, interni propisi i pravila o radu i nagrađivanju, plaće i ostala primanja, motivacija i vještina kadrova, sustav primanja i selekcije novih kadrova, planiranje promicanja (karijere) najboljih kadrova, kvalifikacijska struktura zaposlenih, menadžerski stil upravljanja i komuniciranja, kvaliteta asortimana hotelskih usluga, uvjeti rada, zadovoljstvo gostiju, marketinške aktivnosti, informacijski sustav kadrova, poslovna etika, moral i kultura.
- **EKSTERNI FAKTORI:** društveno politički sustav, stupanj demokracije, stupanj razvijenosti ukupnoga gospodarstva, struktura gospodarstva, dinamika, tj. stopa rasta društvenog proizvoda, stanje i razvoj infrastrukture, prometa i veza, stanje ostalih uslužnih djelatnosti (trgovina i dr.), demografska politika, gospodarska politika, radno zakonodavstvo, ekologija, kulturna razina zemlje, konkurencija i lokalno okruženje, značenje i imidž turizma i hotelijerstva (tradicija i društveni

status), sustav obrazovanja kadrova i ostali faktori okruženja.

Od mnogobrojnih nabrojanih faktora najvažniji su oni koji se odnose na rad i zaposlenike i na taj način predstavljaju ključne faktore u produktivnosti rada. Pored faktora koji utječu na produktivnost rada potrebno je odrediti i mjeru utjecaja. U tablici 4 rangirani su faktori koji prema mišljenju hotelskih menadžera utječu na produktivnost rada hotelskog poduzeća i to u ocjenama: 0-nema utjecaja, 1-najmanji utjecaj, 2-umjereni utjecaj i 3-značajan utjecaj. Prema mišljenju menadžera, najveći utjecaj na produktivnost imaju kvaliteta usluga/proizvoda i s njima povezano zadovoljstvo gosta (Avelini Holjevac, 2012).

Kvaliteta je danas ključan čimbenik konkurentnosti i profitabilnosti u turizmu. Temelji se na sustavu Total Quality management (TQM), odnosno upravljanju cjelokupnom kvalitetom. Sustav TQM posve je orijentiran na tržište kupaca, kupac je kralj u sustavu totalne kvalitete jer proces počinje kupcem (što kupac želi) i završava kupcem (zadovoljan kupac) (Bartoluci, 2013). Ovakvi rezultati pokazuju da je i kvaliteta uz kvantitetu ključna za produktivnost. Sljedeći faktor po važnosti utjecaja na produktivnost je moral i zadovoljstvo zaposlenika. Pokazuje da su menadžeri prepoznali važnost visoko motiviranih zaposlenika u kreiranju više razine produktivnosti.

Visoko su ocijenjeni i oprema hotela, kao faktor na koji hotel može imati utjecaja, i ekonomski uvjeti, kao eksterni faktor gdje hotelski menadžeri imaju malu mogućnost utjecaja. Visoko su rangirani i fiksni troškovi. Razlog se može tražiti u činjenici što niži stupanj iskorištenja kapaciteta vodi i do niže produktivnosti budući da hotel treba pokriti fiksne troškove bez obzira je li otvoren ili nije. Uz moral i zadovoljstvo zaposlenika, visoko su rangirani i ostali faktori vezani uz zaposlenike kao što su trening zaposlenih i njihove kvalifikacije, zapošljavanje i odabir kadrova, plaće i beneficije (Avelini Holjevac, 2012).

Produktivnost rada i konkurentnost određuju ekonomski razvoj neke zemlje i materijalno bogatstvo, no i zadovoljstvo i kvalitetu života zaposlenih, kupaca, vlasnika i društva općenito. Stoga je potrebno stalno istraživati, analizirati i otkrivati nove mjere i prilike za njezino podizanje (Bartoluci, 2013).



**Tablica 4. Popis faktora i prosječna ocjena utjecaja na produktivnost**

FAKTOR	PROSJEČNA OCJENA
kvaliteta proizvoda i usluga	2,91
zadovoljstvo kupca i percepcija	2,91
zadovoljstvo i moral zaposlenika	2,71
oprema hotela	2,62
ekonomski uvjeti	2,51
fiksni troškovi	2,36
trening i kvalifikacije zaposlenih	2,29
oglašavanje i promocija	2,21
zapošljavanje i odabir kadrova	2,17
plaće i beneficije	2,12
trening menadžmenta	2,11
konkurencija	2,00
previđanja	1,92
lokalni događaji	1,83
nove tehnologije	1,57
vrijeme	1,50

*Izvor: Avelini Holjevac, I.(2012). Dugoročna analiza produktivnosti rada u hotelijerstvu u Hrvatskoj, Acta turistica, Vol.24 No.1 Lipanj 2012.*

Može se zaključiti da je produktivnost istinska mjera konkurentnosti, a ne samo da je važna za konkurentnost. Važno je i da se upravo ljudski potencijal, odnosno obrazovanje i zdravlje kao dio ljudskog kapitala ističu kao temelj konkurentnosti (Bartoluci, 2013).

#### 4.2. KOMPARATIVNA ANALIZA PRODUKTIVNOSTI RADA U TURIZMU

Kao što je već definirano, produktivnost je odnos između količine proizvoda ili usluga i količine bilo kojeg čimbenika koji je sudjelovao u proizvodnom ili uslužnom procesu. Posve su u pravu svi oni koji produktivnost rada mjere u financijskim, odnosno novčanim jedinicama ili još točnije, odnosom financijskog rezultata, dobitka ili gubitka i broja zaposlenih, dakle dobitkom ili gubitkom po zaposlenom. Novostvorena vrijednost, BDP po stanovniku, dobitak ili profit po zaposlenom, mjerilo su ekonomske razvijenosti države.

Za izračun produktivnosti u turističkom sektoru potrebni su podaci o broju zaposlenih i podaci o prihodima koji su ostvareni u tom sektoru. ([http://www.effect.hr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=346%3Aproduktivnost-ekonomnost-rentabilnost&Itemid=106](http://www.effect.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=346%3Aproduktivnost-ekonomnost-rentabilnost&Itemid=106)).

Prema podacima iz tablice 6 izračunat će se produktivnost po godinama. Formula za izračun glasi:

$$P = \frac{Q}{L}$$

Q izražava prihode od turizma u mlrd. €, a L izražava broj zaposlenih u turizmu. Na tablici 5 vide se podaci o broju zaposlenika i prihodima od turizma za razdoblje od 2003. do 2014. godine. Broj zaposlenih podrazumijeva zaposlene u djelatnosti smještaja, pripreme i usluživanja hranom. Može se vidjeti kako su prihodi, broj zaposlenih i produktivnost rasli svake godine. Pogleda li se 2008. i 2014. godina, vidi se kako je prihod od turizma bio malo veći 2014. godine, ali broj zaposlenika u 2008. bio je veći, što znači da je 2014. godine produktivnost bila veća uz manji broj zaposlenika, što je vrlo dobro.

Da bi se moglo upravljati produktivnošću kao osnovom za povećanje efikasnosti i profitabilnosti poslovanja, potrebno ju je pratiti u svim godinama rada i poslovanja, analizirati uzroke te provoditi mjere za unapređenje produktivnosti u svakom gospodarskom subjektu u turizmu (Bartoluci, 2013).

**Tablica 5. Prihodi i broj zaposlenika u turizmu od 2003. do 2014. godine**

<b>Godina</b>	Prihodi od turizma u mlrd. €	Broj zaposlenih (u 000)	Produktivnost u €
<b>2003.</b>	5.090	78	65256,41
<b>2004.</b>	5.505	81	67962,96
<b>2005.</b>	5.998	80	74975,00
<b>2006.</b>	6.293	82	76743,90
<b>2007.</b>	6.739	86	78360,46
<b>2008.</b>	7.400	89	83146,06
<b>2009.</b>	6.379	86	74174,41
<b>2010.</b>	6.236	82	76048,78
<b>2011.</b>	6.598	81	81456,79
<b>2012.</b>	6.829	82	83280,48
<b>2013.</b>	7.188	84	84571,42
<b>2014.</b>	7.402	85	87082,35

Izvor: *Ministarstvo turizma RH*, URL: <http://www.mint.hr/default.aspx?id=976>

Na grafu 3 vidljivi su podaci o produktivnosti od 2003. do 2014. godine. Može se vidjeti kako je hrvatski turizam od 2003. do 2008. god. bilježio rast. Godine 2009. gospodarstvo RH našlo se u krizi što je također utjecalo na turizam, a tako i na produktivnost. Od 2010. god. pa sve do danas produktivnost raste i Ministarstvo turizma može biti zadovoljno rezultatima. Što se tiče 2015. god., u prvom polugodištu prihodi od turizma iznosili su 2 milijarde i 278 milijuna eura, što u odnosu na isti period prošle godine predstavlja rast od 7,5%, odnosno 159 milijuna eura. Procjenjuje se da će ova turistička sezona donijeti 8 milijardi eura prihoda (<http://www.hrt.hr/301334/vijesti/prihodi-od-turizma-u-prvom-polugodistu-228-milijardi-eura>).

**Graf 3. Rezultati izračuna produktivnosti rada**

Izvor: Ministarstvo turizma RH, URL: <http://www.mint.hr/default.aspx?id=976>

Prema podacima WTTC-a (World travel and tourism council) za usporedbu produktivnosti rada Hrvatske s europskim zemljama uzete su Austrija, Italija, Grčka, Slovenija i Španjolska.

Turizam je vrlo važna grana za gospodarstvo svake zemlje i svaka zemlja po nečemu je poznata. U Italiji su razvijeni gotovo svi oblici turizma od planinskog, primorskog, gdje treba napomenuti da Italiju okružuje pet mora, a valja reći i da turiste privlači kulturno nasljeđe (<http://bs.scribd.com/doc/21461408/turizam-u-Italiji#scribd>).

Austrija je poznata po zimskom turizmu u Alpama, nudi velik broj skijaških centara koji imaju spa centre, poznata je širom svijeta po svojim zelenim brdima, čistim jezerima i ljubavi prema kulturi i sportu. Austrija stalno napreduje i postaje sve bolje mjesto za posjet i užitek.

Španjolska nudi cjelogodišnje aranžmane, ne precjenjuje svoje usluge i svatko si može priuštiti odmor u Španjolskoj, dok je u Hrvatskoj odmor relativno skup. Španjolska ima mnoštvo gradova koji imaju dobro očuvanu tradicionalnu ambijentalnu arhitekturu, mnoštvo lijepih plaža i puno toga za vidjeti. Zemlja je bogate nacionalne kulture, domovina velikih svjetskih umjetnika: Picassa, Dalija, Goye, Almodóvara, Buñuela. Mjesto je na kojem se pleše i pjeva strastveni flamenco te pije slatka sangrija, a bikovi „slobodno“ trče ulicama. Sve to Španjolsku stavlja u sam vrh omiljenih turističkih

destinacija (<http://net.hr/danas/svijet/spanjolska-zemlja-velikih-umjetnika-strastvenog-flamenca-i-sangrije/>).

Slovenija i Grčka manje su produktivne zemlje, ali također imaju dobrih ponuda. Slovenija je poznata po termalnim izvorima, planinskom i seoskom turizmu. ([http://www.slovenia.info/en/Turisti%C4%8Dka-ponuda.htm?srb\\_produkti=0](http://www.slovenia.info/en/Turisti%C4%8Dka-ponuda.htm?srb_produkti=0)). Grčka je poznata po stjenovitim predjelima, netaknutoj prirodnoj ljepoti, beskrajnim obalama, a osim sunca i mora turizam predstavlja obilježja sadašnjosti i prošlosti Grčke. (<http://www.mfa.gr/serbia/sr/about-greece/tourism/>). Svaka zemlja lijepa je na svoj način, samo treba znati iskoristiti te ljepote, investirati i napraviti dobru turističku ponudu, treba znati kako promovirati i privući turiste.

U tablici 6 mogu se vidjeti podaci Eurostata o broju zaposlenih u turizmu od 2008. do 2014. godine za Hrvatsku, Austriju, Italiju, Sloveniju, Grčku i Španjolsku. Broj zaposlenih odnosi se na zaposlene u pružanju usluga i u pružanju smještaja i prehrane.

**Tablica 6. Podaci o broju zaposlenih u turizmu od 2008. do 2014. god. izraženo u 000**

Godina	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
Hrvatska	95,9	94,1	99,4	89,7	89,3	94,0	95,5
Italija	1 159,7	1 146,8	1 166,4	1 189,1	1 247,1	1 227,6	1 269,4
Slovenija	43,3	41,1	46,5	42,7	39,8	37,9	40,4
Austrija	243,4	249,3	246,1	243,7	257,8	240,5	235,3
Grčka	322,1	320,9	308,5	295,7	272,1	259,2	297,1
Španjolska	1 457,8	1 423,2	1 383,2	1 401,0	1 336,9	1 332,6	1 403,8

Izvor: Eurostat, URL:<http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>

Nadalje, u tablici 7 također se vide podaci spomenutih zemalja, i također za ista razdoblja, ali za prihode od turizma. Podaci o prihodima uzeti su sa stranice Svjetske banke, prihodi uključuju prihode od prijevoza i svih usluga pruženih u turizmu.

**Tablica 7. Podaci o prihodima od turizma od 2008. do 2014. god. izraženo u mlrd \$**

Godina	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
Hrvatska	11 681	9 308	8 255	9 638	8 865	9 721	8 982
Italija	48 757	41 938	40 058	45 368	43 036	46 190	45 550
Slovenija	2 954	2 735	2 721	2 953	2 841	2 976	4 510
Austrija	24 346	21 220	20 980	22 453	21 446	22 618	20 565
Grčka	17 586	14 796	12 579	14 984	13 313	16 188	17 293
Španjolska	70 434	59 743	59 042	67 644	63 253	67 608	65 190

Izvor: *The world bank*, URL: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD>

Hrvatska, Španjolska, Austrija, Grčka i Italija najveće prihode od turizma bilježe 2008. godine, jedino Slovenija 2014. godine ima najveće prihode. Poslije 2008. godine nastupila je kriza pa se to odrazilo i na turizam, vidljivo je da su se prihodi očigledno smanjili. Ako se usporede Austrija i Hrvatska, bilo zima ili ljeto, Austrijanci su pronašli ključ kako turizam učiniti živim 365 dana u godini. Austrija koja nema more u ljetnim mjesecima od turizma zaradi, paradoksalno, ali istinito, više od Hrvatske. Njihovi planinski vrhovi uvijek su puni turista (<http://vijesti.hrt.hr/294947/u-austriji-turizam-zivi-365-dana-u-godini>), dok je u Hrvatskoj nakon kraja ljetne sezone pusto i nema mnogo turista.

U tablici 8 vidi se izračun produktivnosti rada u turizmu europskih zemalja od 2005. do 2014. godine. Hrvatska ispada najproduktivnija zemlja zato jer ima velike prihode od turizma, a mali broj zaposlenih. Broj zaposlenika bio bi i veći, ali je puno radne snage koja radi na crno i nije nigdje evidentirana. Nakon Hrvatske najproduktivnije su Austrija, Slovenija, Grčka i Italija. Ako se gleda po godinama, Hrvatska ima najveću produktivnost 2008. god., Italija i Austrija također te godine, Španjolska i Grčka 2013. godine, a Slovenija 2014. godine. Od ovih šest zemalja (tablica 8) koje su uzete za analizu produktivnosti, Hrvatska je najproduktivnija, ali da bi se dostigle svjetski poznate turističke zemlje, Hrvatska mora biti još produktivnija, kreativnija i znati

iskoristiti prirodne ljepote.

**Tablica 8. Izračun produktivnosti rada europskih zemalja u \$**

Godina	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
Hrvatska	121,80	98,91	83,04	107,44	99,27	103,41	94,05
Italija	42,04	36,56	34,34	38,15	34,50	37,62	35,88
Slovenija	68,22	66,54	58,51	69,15	71,38	78,52	111,63
Austrija	100,02	85,11	84,88	92,50	83,18	94,04	81,18
Grčka	54,59	46,10	40,77	50,67	48,92	62,45	59,88
Španjolska	48,31	41,97	42,68	48,28	47,31	50,73	46,43

Hrvatski turizam previše je baziran samo na ljetnu sezonu i primorski dio. Kontinentalna Hrvatska također ima prekrasnih sadržaja, samo se premalo ulaže u taj dio. Prihodi bi bili puno veći kad bi se ulagalo i poticalo razvoj drugih dijelova Hrvatske, a time bi se otvorila i nova radna mjesta. Da bi se povećala produktivnost, potrebno je povećati prihode od turizma, a to se može poboljšanjem turističke ponude koja bi privukla turiste u zemlju. Da bi poboljšali ponudu, potrebno je izgraditi dopunske sadržaje destinacije, privući goste svih dobnih skupina različitim sadržajima, okrenuti se i gostima više platežne moći, itd. Hrvatska kao zemlja ima puno toga za pokazati, zbog toga bi trebalo još više ulagati i poticati razvoj turizma i time bi produktivnost bila vjerojatno veća.

Na produktivnost rada u turizmu od internih i eksternih faktora najviše utjecaja imaju kvaliteta, zadovoljstvo kupca, moral zaposlenika, oprema hotela, itd (Avelini Holjevac, 2012). Nije dovoljno samo izgraditi hotel ili neki drugi objekt, bitno je da je ponuda kvalitetna, da je osoblje ljubazno i da je hotel dostojno opremljen za gosta.

## 5. ZAKLJUČAK

Turizam je jedna od najvažnijih i najznačajnijih industrija u svijetu, kako po broju zaposlenih u turizmu, tako i po utjecaju na gospodarski razvoj zemlje. Kao što je navedeno u radu, od svih gospodarskih grana u Hrvatskoj turizam je jedina grana koja konstantno iz godine u godinu bilježi rast udjela u BDP-u, otvara nova radna mjesta i time smanjuje stopu nezaposlenosti.

Za takvo stanje turizma u Hrvatskoj zaslužna je dobra organizacija i produktivnost. Produktivnost možemo definirati kao jedan od temeljnih pokazatelja uspješnosti poslovanja poduzeća, gospodarskog razvoja i bogatstva zemlje. Iz tog je razloga neophodno kontinuirano istraživati, analizirati i ukazivati na mjere i mogućnosti za povećanje produktivnosti rada. Posebno je to naglašeno u uslužnom sektoru, a time i u hotelijerstvu kao radno intenzivnoj djelatnosti s vrlo visokim učešćem neposrednog kontakta zaposlenika s gostima.

Za turizam kao gospodarsku granu vrlo je važno da ima kvalitetne proizvode i usluge i kvalitetnu, tj. obrazovanu radnu snagu. Postoji velik broj škola i fakulteta koji pružaju potrebno obrazovanje za rad u turizmu.

Temeljni zadatak svakoga tko pruža uslugu jest zadovoljiti gosta pa će se svaki pojedini hotel prepoznati i prodavati zbog kvalitete usluge koja ovisi najvećim dijelom upravo o ljudskom faktoru.

Da bi se nastavila takva uspješnost turizma i u budućnosti, cilj bi trebao biti sve kvalitetnija turistička ponuda, obrazovanje ljudi za rad u turističkom sektoru i unapređenje ostalih gospodarskih djelatnosti koje utječu na turizam (trgovina, ugostiteljstvo, promet). U budućnosti u centru poslovanja mora biti gost, njegove želje i potrebe, čemu može udovoljiti samo zadovoljan, stimuliran, angažiran i kreativan radnik. Iznimno je važno raditi na kvaliteti. Samo dovoljna i kvalitetna ulaganja u fizički i ljudski kapital dovode do povećanja konkurentnosti i uspješnosti turističkog sektora (Avelini Holjevac, 2012).



## 6. LITERATURA

### **Knjige:**

1. Blažević, B. (2007). Turizam u gospodarskom sustavu. Opatija, Sveučilište u Rijeci.
2. Čavlek, N.; Bartoluci, M.; Prebežac, D.; Kesar, O.; i suradnici (2011). „TURIZAM“ Ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb, Školska knjiga.
3. Barić, V.; Bogunović, A.; Crkvenac, M.; Čavrak, V.; i suradnici (1998). Hrvatsko gospodarstvo. Zagreb, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
4. Bartoluci, M. (2013). Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb, Školska knjiga

### **Internetske stranice:**

1. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. URL:<http://www.mint.hr/> (20.09.2015.)
2. Statistički podaci. URL:<http://www.mint.hr/default.aspx?id=976> (25.09.2015.)
3. Ministarstvo obrazovanja. URL: <http://public.mzos.hr/Default.aspx>(07.10.2015.)
4. Svjetska turistička organizacija. URL: <http://www2.unwto.org/> (30.10.2015.)
5. Eurostat. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat> (03.11.2015.)
6. Državni zavod za statistiku. URL: <http://www.dzs.hr/>(10.11.2015.)
7. World travel and tourism council. URL: <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/country-reports/> (10.11.2015.)
8. Banka.hr. URL: <http://www.banka.hr/hrvatska/lorencin-prihod-od-turizma-bit-ce-osam-milijardi-eura>(14.11.2015.)
9. Jutarnji list. URL: <http://www.jutarnji.hr/zvonimir-savic--turizam-ima-17-posto-udjela-u-nasem-bdp-u--a-to-uopce-nije-dobro/1401608/> (27.09.2015.)
10. Hrvatska radio televizija. URL: <http://www.hrt.hr/301334/vijesti/prihodi-od-turizma-u-prvom-polugodistu-228-milijardi-eura> (14.01.2016.)
11. Hrvatska radio televizija. URL:<http://vijesti.hrt.hr/294947/u-austriji-turizam-zivi-365-dana-u-godini>(14.01.2016.)
12. Ambasada Grčke u Srbiji. URL:<http://www.mfa.gr/serbia/sr/about-greece/tourism/> (13.01.2016.)
13. Slovenija info. URL:[http://www.slovenia.info/en/Turisti%C4%8Dka-ponuda.htm?srb\\_produkti=0](http://www.slovenia.info/en/Turisti%C4%8Dka-ponuda.htm?srb_produkti=0) (13.01.2016.)

14. Net.hr. URL: <http://net.hr/danas/svijet/spanjolska-zemlja-velikih-umjetnika-strastvenog-flamenca-i-sangrije/>(13.01.2016.)
15. Turizam u Italiji. URL: <http://bs.scribd.com/doc/21461408/turizam-u-Italiji#scribd> (13.01.2016.)
16. Effectd.o.o. za reviziju i ekonomski konzalting – DUBROVNIK. URL: [http://www.effect.hr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=346%3Aprодуктивност-економиност-рентабилност&Itemid=106%20](http://www.effect.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=346%3Aprодуктивност-економиност-рентабилност&Itemid=106%20)(13.01.2016.)

### Članci:

1. Avelini Holjevac, I. (2012) Dugoročna analiza produktivnosti rada u hotelijerstvu u Hrvatskoj. Acta turistica [online], 24(1). Dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/search/?q=produktivnost+rada+u+hotelijerstvu>(05.10.2015.)
2. Bunja, Đ.(2006) Turističko ugostiteljstvo [online]. Zadar, Sveučilište u Zadru. Dostupno na:<http://djelatnici.unizd.hr/~gianni/skripta.pdf>(05.10.2015.)
3. Arnaut, E.(2009)Globalizacijski procesi u turizmu i utjecaj megatrendova na konkurentnost turističke industrije BIH. Tranzicija [online], 11(23-24). Dostupno na: [http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=69163](http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=69163)(15.11.2015)
4. Sredić, V.(2009) Produktivnost rada [online]. Banja Luka, Banja Luka College. Dostupno na: <http://documents.tips/documents/produktivnost-rada-5595494087fa8.html>(25.11.2015.)
5. Žakula, B. (2012) Uloga i važnost turizma za gospodarstvo Republike Hrvatske [online]. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Dostupno na: <http://eknjiznica.unipu.hr/1778/>

## PRILOZI

**POPIS TABLICA**

Tablica 1. Obilježja turizma.....	7
Tablica 2. Faze razvoja turizma.....	8
Tablica 3. Faze razvoja turizma u RH.....	10
Tablica 4. Popis faktora i prosječna ocjena utjecaja na produktivnost.....	24
Tablica 5. Prihodi i broj zaposlenika u turizmu od 2003. do 2014. god.....	26
Tablica 6. Podaci o broju zaposlenih u turizmu od 2008. do 2014. god. izraženo u mlrd \$.....	28
Tablica 7. Podaci o prihodima od turizma od 2008. do 2014. god. izraženo u mlrd \$....	29
Tablica 8. Izračun produktivnosti rada europskih zemalja u \$.....	30

**POPIS GRAFOVA**

Graf 1. Prihodi od turizma.....	12
Graf 2. Udio turizma u BDP-u Republike Hrvatske.....	14
Graf 3. Rezultati izračuna produktivnosti rada.....	27