

prof. dr. sc. Renata Relja<sup>1</sup>  
Tea Gutović, mag. soc<sup>1</sup>  
Karmen Svalina, univ. bacc. soc<sup>1</sup>

# UTJECAJ TURIZMA NA ZAPOŠLJIVOST I SOCIOEKONOMSKI POLOŽAJ MLADIH U SPLITU

Izvorni znanstveni rad / Original scientific paper  
UDK 338.48:331.5-053.6

*Hrvatska je jedna od država koje imaju najveću stopu nezaposlenih mladih u Europi. S obzirom da masovni turizam povećava zapošljavanje, ovim se radom željelo istražiti pruža li turizam mladima priliku na tržištu rada. Istraživanje je provedeno u lipnju 2020. godine metodom online ankete na uzorku od 203 ispitanika u dobi od 18 do 34 godine. Rezultati ukazuju kako većina mladih u turizmu radi tri mjeseca, tj. za njih je to sezonski posao. Najviše mladih radi kao konobar/ica, prodavač/ica i kao voditelj/ica apartmana. Mladi tijekom sezonskog rada zarade više nego u ostatku godine. Također, većina mladih se osjeća iscrpljeno tijekom sezonskog rada. Pozitivan stav prema daljnjem ulaganju u turizam grada Splita ima više od dvije trećine ispitanika. Može se utvrditi kako turizam nudi mladima kratkotrajno zaposlenje te većinom prvo radno iskustvo. Turizam je tako u ovom socio-prostornom kontekstu početna faza izlaska mladih na tržište rada u kojem se oni nastavljaju razvijati.*

**Ključne riječi:** mladi, tržište rada, nezaposlenost, turizam

## 1. Uvod

Prema definiciji UNWTO-a (Svjetske turističke organizacije) turizam uključuje „aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne duže od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju“ (UNWTO, 2019). Turist je stoga osoba koja putuje i boravi u jednom mjestu ne zasnivajući pritom stalno prebivalište niti ikakvu gospodarsku djelatnost (Šuran, 2016). Ekonomski aspekt turizma ističe definicija AIEST-a<sup>2</sup> iz 1954. godine definirajući ga kao „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 (AIEST, 2015).

Rast turističkih dolazaka zabilježen je u većini europskih turističkih destinacija u posljednjih nekoliko godina. Istraživanja provedena krajem 20. stoljeća ukazuju kako se 40% slobodnog vremena prosječnog svjetskog stanovništva odvaja za turistička putovanja, 30% za

<sup>1</sup> Sveučilište u Splitu, Filozofski fakultet, Odsjek za sociologiju

<sup>2</sup> Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme

kratke izlete, te 10% na dulja putovanja i odmore (Weber, Mikačić, 1999), a ekspanzijom masovnog turizma ovi su udjeli još i veći. Pojavom krize uzrokovane pandemijom COVID-19 došlo je do izraženog pada statistika i brojki u turizmu. Cijela Europa, pa tako i mediteransko područje kojem turistički pripada Hrvatska, bilježe pad u broju turista. Usporedimo li podatke iz lipnja 2019. i istog mjeseca 2020. godine, uočljiv je pad od približno 98% dolazaka (7 908 nasuprot 77 585) (UNWTO, 2020).

Za hrvatski turizam 2019. bila je rekordna godina s gotovo 21-im milijunom dolazaka i 108,6 milijuna noćenja (Hrvatska turistička zajednica, 2019). U siječnju 2020. predviđalo se da će ove brojke premašiti 2020. godinu. Očekivao se rast od 3 do 5% s obzirom na 2019., no nakon pojave korona krize zaustavljen je pozitivan rast. U srpnju 2020. ostvareno je 53% dolazaka i 61% noćenja s obzirom na srpanj prošle godine (Hrvatska turistička zajednica, 2020). No i prije pojave korona krize u proljeće 2020. godine, u Hrvatskoj je veliki problem predstavljala nezaposlenost mladih. Za visoke stope nezaposlenosti ove društvene skupine razlozi se mogu pronaći u niskoj potražnji na tržištu rada i obeshrabrenosti mladih prilikom traženja posla. Posljedično, jedan dio mladih želi ostati što dulje u sustavu obrazovanja, dočim istovremeno drugi dio čini sve brojnija skupina mladih koja se ne obrazuje, ne radi niti se stručno usavršava (engl. NEET<sup>3</sup>) (Bedeniković, 2017).

Turizam u europskim zemljama generira veliki broj zaposlenih, izravno kroz zaposlenost u turističkim objektima, ali i neizravno kroz zaposlenost u djelatnostima usko povezanim s turizmom. Isto tako, turizam je svakako dio gospodarstva koji omogućava priljev kapitala u određeno geografsko područje te time utječe na ukupni rast BDP-a (Zanella, 2017). Upravo zato cilj ovog rada bio je istražiti mogućnosti zaposlenja mladih u turizmu i sukladno tome njihov socioekonomski položaj. Split kao socio-prostorni kontekst istraživanja odabran je sukladno podacima o nezaposlenosti mladih u ovom području te velikom broju prilika za sezonsko ili dugotrajnije zaposlenje u turizmu (Hrvatski zavod za zapošljavanje, 2019).

## 2. Mladi i turističko tržište rada u Hrvatskoj

Teško je odrediti točan povijesni trenutak početka razvoja turizma. Moderni turizam, tada najčešće zdravstveni i kulturni, dominantni su 60-tih godina 16. stoljeća. Običaj, prvo britanskih, kasnije i drugih plemićkih obitelji bio je slati svoju djecu na „studijska“ putovanja kroz Europu, na takozvana Grand Tour putovanja (Šuran, 2016). Razvoj suvremenog turizma započeo je sredinom 20. stoljeća, kad je u svijetu zabilježeno 25 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka, a taj broj uvećan je do danas čak 30 puta, što najbolje govori o njegovu dinamičnom razvoju. Masovni turizam u Europi kao najznačajnijoj turističkoj destinaciji počinje se ubrzano razvijati nakon Drugog svjetskog rata. Smanjenje radnog vremena, povećanje godišnjeg odmora i blagdana, također i stvaranje uvjeta da ljudi brže i bolje putuju pridonijeli su razvoju turizma (Šugić, 2015). Na međunarodnoj razini turistički fenomen se reflektira kroz porast broja turističkih grupa, zatim raste broj zaposlenih u ugostiteljstvu i turističkim organizacijama, te se povećava i broj receptivnog stanovništva u zemljama koje primaju turisti. Prema podacima Europske komisije, ukupan broj noćenja u 27 zemalja Europske unije

---

<sup>3</sup> *Not in Education, Employment, or Training*

2018. godine premašuje brojku od tri milijarde godišnje, dok broj dolazaka turista u ovih 27 država od 2017. do 2019. premašuje brojku od 700 milijuna godišnje (Eurostat, 2020).

Turizam u Hrvatskoj počeo se razvijati još u 19. stoljeću, a masovni turizam u Hrvatskoj razvio se kasnih 60-ih i 70-ih godina prošlog stoljeća. Za vrijeme Domovinskog rata došlo je do kolapsa – 1990. zabilježeno je 50 milijuna noćenja stranih turista, da bi 1991. broj pao na svega 10 milijuna. Ipak, turizam od tada gotovo neprestano raste, a uz privremeni pad uzrokovan globalnom financijskom krizom 2008., posljednjih godina naročito snažno raste (Brkljača, 2018). U Hrvatskoj 21. stoljeća turizam se nameće kao jedna od vodećih gospodarskih grana. Ulaganja u turizam višestruka su na nacionalnoj, ali i lokalnoj razini. Statistike ukazuju kako je turistička djelatnost u Hrvatskoj zaslužna za najveći udio u BDP-u u odnosu na ostale države Europe, a za 2018. godinu taj je udio iznosio 18% (Hrvatska gospodarska komora, 2019).

Unatoč razvijenom turizmu, Hrvatska jasno pokazuje kako se nalazi pri vrhu zemalja koje imaju najveći problem sa skupinom mladih osoba koje nisu zaposlene, a nisu ni u sustavu obrazovanja i osposobljavanja. Stope nezaposlenosti mladih općenito su dva puta veće od ukupne stope nezaposlenosti (Obadić, 2017). Hrvatska se od početka tranzicije suočava s vrlo visokom stopom mladih nezaposlenih osoba, no ta brojka je dodatno narasla od početka gospodarske krize. Ekonomska kriza je posebno pogodila mlade. Od drugog tromjesečja 2008., stopa nezaposlenosti mladih na razini EU-28 je porasla za čak 8 % bodova te je u prvom tromjesečju 2013. iznosila 23,9 %, a početkom 2016. oko 20 %, što znači da svaka peta mlada osoba (u radnoj snazi) nije bila zaposlena, već je tražila posao (Obadić, 2017). Hrvatska je 2013. godine imala najveću stopu nezaposlenosti mladih (50%), ali od tada je počela padati (Eurostat, 2016).

Mladi u Hrvatskoj prije 25. godine obično ne izlaze na tržište rada. Također, u Hrvatskoj je prisutna i tendencija produljivanja razdoblja mladosti i postizanja socioekonomske neovisnosti kod mladih kojeg prati podatak kako su mladi u posljednjem desetljeću postali najsiromašnijom skupinom stanovništva u zemljama Srednje i Istočne Europe (Ilišin i dr., 2013). Razlozi tome u kontekstu Hrvatske mogu se pronaći u općoj političkoj i ekonomskoj slabosti, ali i ne pretjerano prijateljski orijentiranoj klimi prema mladima na tržištu rada. Prijelaz iz obrazovnog sustava na tržište rada prate brojne poteškoće. U većini europskih zemalja mladi počinju raditi mnogo ranije od formalnog završetka obrazovanja, te dolazi do preklapanja njihovog djelovanja u sustavu obrazovanja i na tržištu rada. Obrazovanje i rad najčešće se odvijaju u različito doba godine, pa tako učenici tijekom školske godine obično rade ljeti, dok studenti uz ljetnu sezonu za rad koriste i večeri ili vikende (Obadić, 2017). Mnogi mladi teže pronalasku posla i nastavku obrazovanja, no dolazi do pojave sve većeg udjela mlade populacije koja je izložena riziku da postane dijelom NEET skupine mladih, odnosno, mladih koji nisu ni u sustavu obrazovanja ni na tržištu rada. Bilić navodi kako su upravo mladi s niskim obiteljskim prihodima, mladi s nezaposlenim roditeljima, mladi koji imaju roditelje s niskim stupnjem obrazovanja, mladi s razvedenim roditeljima te mladi s niskim stupnjem obrazovanja pod povećanim rizikom neuspješnog izlaska na tržište rada (Bilić, Jukić, 2014).

Europsko vijeće je u svrhu rješavanja problema nezaposlenosti mladih u travnju 2013. usvojilo preporuke Europske komisije o zaštiti mladih. Inicijativom *Youth Guarantee* Europa teži osigurati mladima do 25 godina posao, praksu ili kontinuirano obrazovanje u trajanju od

četiri mjeseca nakon završetka studija ili nezaposlenosti (Bilić, Jukić, 2014). Europska komisija podijelila je mjere za zapošljavanje u četiri skupine, savjetovanje i pomoć pri traženju zaposlenja, subvencije poslodavcima, programi izravnog zapošljavanja, odnosno otvaranja radnih mjesta, te osposobljavanja (Europska komisija, 2017). Prema posljednjim dostupnim podacima, ova je inicijativa smanjila nezaposlenost mladih s 24% 2013. godine na 14.6% u veljači 2019. godine, što je više od sveukupnog pada stope nezaposlenosti u Europi i mnogo brže nego što su makroekonomski prediktori predviđali (Europska komisija, 2019).

Slične mjere za smanjenje nezaposlenosti te posebno nezaposlenosti mladih pod utjecajem Europske unije uvela je Hrvatska (Bejaković, Mrnjavac, 2016). Tijekom 2011. Hrvatski zavod za zapošljavanje je u suradnji s jedinicama lokalne samouprave sufinancirao javne radove za dugotrajno nezaposlene odnosno teško zapošljive osobe (Ledenko, 2017). Uveden je i paket mjera za aktivno zapošljavanje „Od mjere do karijere“ koji omogućava mladima izlazak na tržište rada po povoljnijim uvjetima, uz mogućnost stručnog osposobljavanja (do 31.12.2019) ili pripravništva (2020. godina) (Hrvatski zavod za zapošljavanje, 2020).

Turizam je jedan od najpromjenjivijih sektora u gospodarstvu te je kao takav česta tema službenih publikacije Europske unije (Eurostat, 2020). Turizam stvara nova radna mjesta. Također utječe i na migracije stanovništva, pa tako brojni pojedinci iz istočnih dijelova Hrvatske dolaze raditi na obalu tijekom ljetnih mjeseci. Preko 2,5 milijuna stanovnika na svjetskoj je razini zaposleno u turističkom sektoru što čini preko 14% ukupnog broja zaposlenih. Djelatnost smještaja te pripremanja hrane i usluživanja pića jedna je od ključnih pokretačkih snaga ekonomije i turizma u Europi te treća najveća društveno ekonomska aktivnost u Europskoj uniji. *Hospitality* sektor je i snažan pokretač novih zapošljavanja koji izravno osigurava 10 milijuna radnih mjesta, čineći 4,7% ukupne zaposlenosti Europske unije. Od 2000. do 2010. hoteli, restorani, barovi i slični objekti iz godine u godinu su zapošljavali 2,9% više radnika, stvarajući tako 2,5 milijuna dodatnih radnih mjesta (Zanella, 2017).

Za rad u turizmu potrebne su i specifične vještine, no na razini menadžmenta moguće je govoriti o prilično transverzalnim vještinama, što omogućuje rad u turizmu osobama s obrazovanjem u području računovodstva, marketinga, prava, ekonomije, itd. Uz to, nužna su i informatička znanja, poslovno i strateško planiranje, upravljačke vještine, znanje o razvoju proizvoda, inovacijama, upravljanju ljudskim resursima, destinacijom, utjecajima globalizacije te promjenama, kao i marketinške i prodajne vještine. Posebni se zahtjevi postavljaju i za polukvalificiranu radnu snagu u smislu kako osobnih vještina tako i specifičnih tehničkih znanja (npr. čišćenje, posluživanje, rad u baru) (Jelinčić, 2005).

Kao temeljne probleme turističkih kadrova Šuran ističe visok stupanj zapošljavanja ženske radne snage i nekvalificirane radne snage zbog velike potrebe za sezonskom radnom snagom (Šuran, 2016). Prema Blaževiću (2007) u turizmu postoje dva vremenska razdoblja poslovanja, cjelogodišnje i sezonsko poslovanje. Sezonski radnici, koji se zapošljavaju u turizmu, u većini slučajeva dolaze iz redova nezaposlenih ili su bez odgovarajuće kvalifikacije. Ističe se i često „izrabljivanje“ sezonskih radnika u svrhu rada nedjeljom, noćima, za vrijeme blagdana, prekovremeno i te uskraćivanje prava koja su im zagwarantirana ugovorom (Blažević, 2007). Uz stalne promjene u oblicima turizma, sve većoj pojavi *short-break* putovanja, bilježe se i promjene u ciljnom tržištu, sve više starije populacije upućuje se na putovanja. Dakle, promjena i ponude i potražnje postavlja potrebu za stalnim razvojem novih vještina, znanja i kompetencija radnika

u turizmu. Nove vještine prvenstveno opisuje interdisciplinarnost, odnosno *multiskilling*. Kao odgovor na ubrzane promjene u turizmu nastaju nova hibridna zanimanja te dolazi do povećanja zahtjeva za funkcionalnom fleksibilnošću radne snage (Jelinčić, 2005).

Prognoze za Hrvatsku iz 2017. ukazivale su kako će u narednih desetak godina, do 2027. godine, postotak udjela turizma u BDP-u narasti na 30% ukupnog BDP-a. Unatoč velikoj ovisnosti o turizmu, hrvatsko gospodarstvo susreće se s problemima pojave sezonalnosti, odnosno, razvijenost samo ljetne turističke sezone. To vrši ogroman pritisak na infrastrukturu turističkih mjesta, ali i cijele države (Zanella, 2017). No, projekcije su se promijenile u proljeće 2020. godine pojavom gospodarske svjetske krize uzrokovane pandemijom COVID-19. Turizam je 2020. godine jedna od najviše pogođenih grana gospodarstava čitave Europe i svijeta. Zabrane izlazaka iz zemlje, kao i ograničen broj međunarodnih putničkih veza, ali i strah od zaraze i širenja virusa, uzrokovale su smanjenje broja turista u Europi za čak 90% (UNWTO, 2020). Kriza je utjecala i na uvjete rada u turizmu, kao i na mogućnosti ostvarivanja financijske dobrobiti od sezonskog rada.

### 3. Metodologija istraživanja

Istraživanje je provedeno u lipnju 2020. godine metodom *online* ankete na temelju upitnika od 26 pitanja većinom zatvorenog tipa. Uzorak je obuhvatio 203 punoljetne osobe koji žive na području grada Splita i podijeljen je unutar tri dobne skupine (18-24; 25-29; 30-34). Anketiranju je pristupilo najviše mladih iz prve (59,1%), dok je najmanje onih iz treće dobne skupine (20,2%).

Cilj istraživanja bio je ispitati utjecaj turizma na zapošljivost i socioekonomski položaj mladih u Splitu. Sukladno cilju istraživanja, postavljeno je nekoliko istraživačkih hipoteza:

H<sub>1</sub> Turizam otvara nova radna mjesta za mlade te im donosi laku i brzu zaradu

H<sub>2</sub> Turizam pomaže mladima steći prve vještine na tržištu rada

H<sub>3</sub> Mladi radeći sezonske poslove zarađuju više nego u ostatku godine, te uz plaću dobivaju i napojnice

H<sub>4</sub> Mladi podržavaju daljnja ulaganja u turizam u gradu Splitu

H<sub>5</sub> Mladi će zbog korona krize imati financijske poteškoće ove sezone

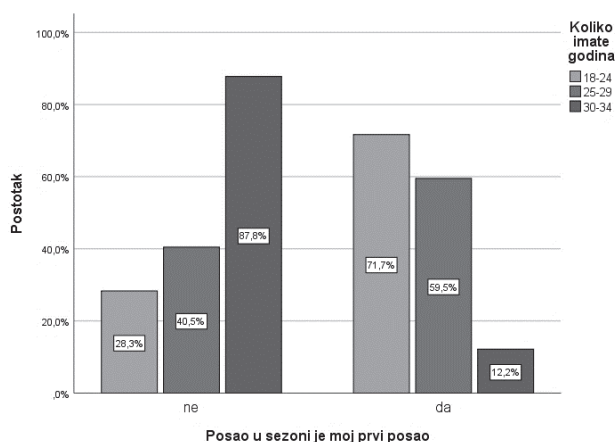
U istraživanju je sudjelovao veći broj žena (52,7%) u odnosu na broj muškaraca (47,3%). Prema dobi, najviše ispitanika nalazi se u skupini 18-24 godine, zatim 25-29, a najmanje ispitanika je u dobi od 30-34. Prema stupnju obrazovanja, najzastupljeniji su ispitanici sa završenom srednjom školom (58,6%). Slijede ispitanici sa završenim diplomskim studijem (25,6%) i preddiplomskim studijem (12,8%), a najmanje je onih sa završenom višom školom (2,5%) i završenom osnovnom školom (0,5%). Prema rezultatima provedenog Fisherovom egzaktnog testa prisutne su očekivane statistički značajne razlike među dobnim skupinama ispitanika. Najveći udio zaposlenih zabilježen je u skupini 30-34 godina (65,9%), u istoj je dobnj skupini najveći udio visoko obrazovanih sa završenim diplomskim studijem (39%), te je najveći udio ispitanika koji žive s roditeljima zabilježen u skupini 18-24 godina (68,1%).

#### 4. Rezultati i rasprava

Rezultati ovog istraživanja kreću se u tri komplementarna smjera. Prvenstveno je riječ o uvidu u stanje među modelima zapošljavanja mladih u turizmu, potom strukturi naznačenih radnih mjesta i financijskoj dobrobiti istih, te široj gospodarskoj poziciji mladih u turizmu u kontekstu korona krize.

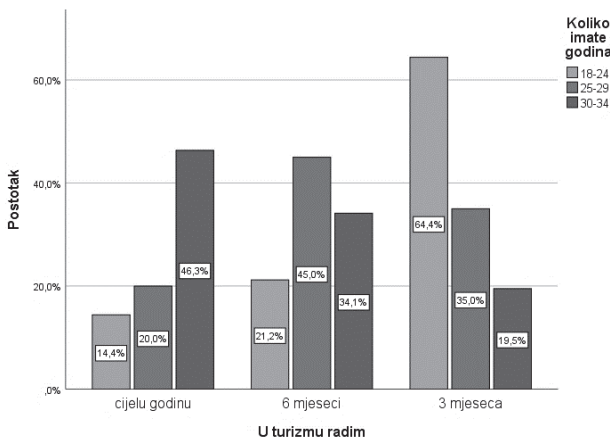
Posao u turizmu prvo je radno mjesto za većinu ispitanika u najmlađoj dobnoj kategoriji. Razina značajnosti kod pitanja *posao u sezoni je moj prvi posao* može se uočiti kako vrijednost Fisherovog egzaktnog testa iznosi  $p < 0,001$  ( $p < 0,05$ ), što znači da je uočena statistički značajna razlika s obzirom na promatrane dobne skupine, pri tome 71,7% ispitanika u dobi 18-24 godina navodi da, u odnosu na 59,5% ispitanika u dobi 25-29 godina i svega 12,2% ispitanika u dobi 30-34 godina čime se potvrđuje hipotezu da je mladima turizam omogućio prvi posao (Prikaz 1).

Prikaz 1. Prvi posao u turizmu s obzirom na dob



Sagleda li se razina signifikantnosti kod pitanja *u turizmu radim* može se uočiti kako vrijednost Fisherovog egzaktnog testa iznosi  $p < 0,001$  ( $p < 0,05$ ), što znači da je uočena statistički značajna razlika s obzirom na promatrane dobne skupine, pri tome je najveći udio ispitanika koji navode cijelu godinu zabilježen u skupini 30-34 godina (46,3%) (vidi Prikaz 2). Ovdje se smatra da ispitanici mlađih skupina rade u turizmu samo sezonski zbog toga što je većina njih još u sustavu obrazovanja. Isto tako, ovome idu u prilog i podaci Državnog zavoda za statistiku i FINA-e za 2015. godinu prema kojima doprinos turizma u zaposlenosti čini nešto manje od 5% ukupno zaposlenih Hrvatskoj, a doprinos investicijama u turizmu iznosi 6,6% ukupnih investicija u Hrvatskoj iste godine (Hrvatska udruga turizma, 2016). Godinu ranije, 2014., u broju ukupno novozaposlenih na turističke djelatnosti otpada oko 22% (Lunić, 2014).

Prikaz 2. Trajanje rada u turizmu s obzirom na dob



Službene statistike Hrvatske turističke zajednice definiraju nekoliko različitih vrsta smještajnih kapaciteta u turizmu, hotele, kampove, objekte na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, objekte u domaćinstvu, restorane te ostale ugostiteljske objekte (Hrvatska turistička zajednica, 2019). Naravno, riječ je o kapacitetima u privatnom ili korporativnom vlasništvu. Prvotno zaposlenje mladih u turizmu češće je ukoliko njihova obitelj posjeduje neki od turističkih smještajnih kapaciteta (Tablica 1).

Tablica 1. Vlasništvo u turizmu s obzirom na dob ispitanika

|   |               | Koliko imate godina |        |       |        |       |        |        |        | p*                                     |
|---|---------------|---------------------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|--|
|   |               | 18-24               |        | 25-29 |        | 30-34 |        | Ukupno |        |  |
|   |               | N                   | %      | N     | %      | N     | %      | N      | %      |  |
| Ima li Vaša obitelj apartman u vlasništvu             | ne            | 80                  | 66,7%  | 30    | 71,4%  | 31    | 75,6%  | 141    | 69,5%  | $\chi^2=1,249$ ;<br>df=2;<br>p=0,536   |
|   | da            | 40                  | 33,3%  | 12    | 28,6%  | 10    | 24,4%  | 62     | 30,5%  |  |
|   | Ukupno        | 120                 | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0% |  |
| Ima li Vaša obitelj ugostiteljski objekt u vlasništvu | ne            | 109                 | 90,8%  | 35    | 83,3%  | 36    | 87,8%  | 180    | 88,7%  | $\chi^2=1,780$ ;<br>df= 2;<br>p=0,411  |
|   | da            | 11                  | 9,2%   | 7     | 16,7%  | 5     | 12,2%  | 23     | 11,3%  |  |
|   | Ukupno        | 120                 | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0% |  |
| U turizmu radim                                       | cijelu godinu | 17                  | 14,4%  | 8     | 20,0%  | 19    | 46,3%  | 44     | 22,1%  | $\chi^2=35,112$ ;<br>df=4 ;<br>p<0,001 |
|   | 6 mjeseci     | 25                  | 21,2%  | 18    | 45,0%  | 14    | 34,1%  | 57     | 28,6%  |  |
|   | 3 mjeseca     | 76                  | 64,4%  | 14    | 35,0%  | 8     | 19,5%  | 98     | 49,2%  |  |
|   | Ukupno        | 118                 | 100,0% | 40    | 100,0% | 41    | 100,0% | 199    | 100,0% |  |

\* Hi kvadrat test



S obzirom kako manje od polovine ispitanika (41,8%) posjeduje turistički objekt (apartman ili ugostiteljski objekt), relevantan je podatak bio i otkriti strukturu radnih mjesta mladih u turizmu s obzirom na tri dobne kategorije iz uzorka (vidi *Tablicu 2*). Najveći udio ispitanika navodi posao konobara/ice (32,5%), slijede prodavač/ica (18,7%), čistač/ica (14,3%), te voditelj/ica apartmana i recepcioner/ka (12,3%). Statistički značajna razlika prema dobnoj strukturi postoji za poslove ( $p < 0,05$ ):

- hostesa - samo u dobnoj skupini 18-24 godina 17,5% ispitanika navodi DA;
- čistač/ica - veći udio ispitanika u mlađim dobnim skupinama;
- voditelj/ica apartmana - značajno najviše ispitanika zabilježeno u dobnoj skupini 25-29 godina 23,8%;
- prodavač/ica - veći udio ispitanika u mlađim dobnim skupinama;
- taksist - najviše ispitanika zabilježeno u dobnoj skupini 30-34 godina 17,1%;
- promotor/ica - što navodi 15% ispitanika u dobi 18-24 godina.

Navedene poslove tijekom sezone obavlja većina ispitanika, dok se određeni broj u turizmu bavi i drugim poslovima koje su naveli u kategoriji ostalo, što raznolikost poslova čini još i većom.

Tablica 2. Radno mjesto u turizmu s obzirom na dob ispitanika

|                        |        | dob   |        |       |        |       |        |        |              | p*  |
|------------------------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|--------------|---|
|                        |        | 18-24 |        | 25-29 |        | 30-34 |        | Ukupno |              |   |
|                        |        | N     | %      | N     | %      | N     | %      | N      | %            |   |
| konobar/ica            | ne     | 81    | 67,5%  | 26    | 61,9%  | 30    | 73,2%  | 137    | 67,5%        | $\chi^2=1,200$ ; $df=2$ ;<br>$p=0,549$    |
|                        | da     | 39    | 32,5%  | 16    | 38,1%  | 11    | 26,8%  | 66     | <b>32,5%</b> |   |
|                        | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |   |
| kuhar/ica              | ne     | 110   | 91,7%  | 38    | 90,5%  | 34    | 82,9%  | 182    | 89,7%        | $\chi^2=2,555$ ; $df=2$ ;<br>$p=0,279$    |
|                        | da     | 10    | 8,3%   | 4     | 9,5%   | 7     | 17,1%  | 21     | 10,3%        |   |
|                        | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |   |
| skiper                 | ne     | 117   | 97,5%  | 40    | 95,2%  | 38    | 92,7%  | 195    | 96,1%        | $\chi^2=1,967$ ; $df=2$ ;<br>$p=0,374$    |
|                        | da     | 3     | 2,5%   | 2     | 4,8%   | 3     | 7,3%   | 8      | 3,9%         |   |
|                        | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |   |
| hostesa                | ne     | 99    | 82,5%  | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 182    | 89,7%        | $\chi^2=16,201$ ;<br>$df=2$ ; $p < 0,001$ |
|                        | da     | 21    | 17,5%  | 0     | 0,0%   | 0     | 0,0%   | 21     | 10,3%        |   |
|                        | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |   |
| sobarica               | ne     | 109   | 90,8%  | 40    | 95,2%  | 41    | 100,0% | 190    | 93,6%        | $\chi^2=4,522$ ; $df=2$ ;<br>$p=0,104$    |
|                        | da     | 11    | 9,2%   | 2     | 4,8%   | 0     | 0,0%   | 13     | 6,4%         |   |
|                        | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |   |
| čistač/ica             | ne     | 97    | 80,8%  | 38    | 90,5%  | 39    | 95,1%  | 174    | 85,7%        | $\chi^2=6,076$ ; $df=2$ ;<br>$p=0,048$    |
|                        | da     | 23    | 19,2%  | 4     | 9,5%   | 2     | 4,9%   | 29     | <b>14,3%</b> |   |
|                        | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |   |
| voditelj/ica apartmana | ne     | 109   | 90,8%  | 32    | 76,2%  | 37    | 90,2%  | 178    | 87,7%        | $\chi^2=6,489$ ; $df=2$ ;<br>$p=0,039$    |
|                        | da     | 11    | 9,2%   | 10    | 23,8%  | 4     | 9,8%   | 25     | <b>12,3%</b> |   |
|                        | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |   |



|                    |        | dob   |        |       |        |       |        |        |              | p*   |
|--------------------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|--------------|--|
|                    |        | 18-24 |        | 25-29 |        | 30-34 |        | Ukupno |              |  |
|                    |        | N     | %      | N     | %      | N     | %      | N      | %            |  |
| prodavač/ica       | ne     | 88    | 73,3%  | 38    | 90,5%  | 39    | 95,1%  | 165    | 81,3%        | $\chi^2=12,478$ ;<br>df=2; p= <b>0,002</b> |
|                    | da     | 32    | 26,7%  | 4     | 9,5%   | 2     | 4,9%   | 38     | <b>18,7%</b> |  |
|                    | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |  |
| vozač/ica          | ne     | 114   | 95,0%  | 40    | 95,2%  | 38    | 92,7%  | 192    | 94,6%        | $\chi^2=0,365$ ; df=2;<br>p=0,833          |
|                    | da     | 6     | 5,0%   | 2     | 4,8%   | 3     | 7,3%   | 11     | 5,4%         |  |
|                    | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |  |
| taksist            | ne     | 115   | 95,8%  | 42    | 100,0% | 34    | 82,9%  | 191    | 94,1%        | $\chi^2=12,479$ ;<br>df=2; p= <b>0,002</b> |
|                    | da     | 5     | 4,2%   | 0     | 0,0%   | 7     | 17,1%  | 12     | 5,9%         |  |
|                    | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |  |
| dostavljač/ica     | ne     | 119   | 99,2%  | 42    | 100,0% | 40    | 97,6%  | 201    | 99,0%        | $\chi^2=1,335$ ; df=2;<br>p=0,513          |
|                    | da     | 1     | 0,8%   | 0     | 0,0%   | 1     | 2,4%   | 2      | 1,0%         |  |
|                    | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |  |
| promotor/ica       | ne     | 102   | 85,0%  | 41    | 97,6%  | 41    | 100,0% | 184    | 90,6%        | $\chi^2=11,145$ ;<br>df=2; p= <b>0,004</b> |
|                    | da     | 18    | 15,0%  | 1     | 2,4%   | 0     | 0,0%   | 19     | 9,4%         |  |
|                    | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |  |
| nosač<br>prtljage  | ne     | 117   | 97,5%  | 41    | 97,6%  | 40    | 97,6%  | 198    | 97,5%        | $\chi^2=0,002$ ; df=2;<br>p=0,999          |
|                    | da     | 3     | 2,5%   | 1     | 2,4%   | 1     | 2,4%   | 5      | 2,5%         |  |
|                    | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |  |
| recepционер/<br>ka | ne     | 104   | 86,7%  | 35    | 83,3%  | 39    | 95,1%  | 178    | 87,7%        | $\chi^2=2,952$ ; df=2;<br>p=0,229          |
|                    | da     | 16    | 13,3%  | 7     | 16,7%  | 2     | 4,9%   | 25     | <b>12,3%</b> |  |
|                    | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |  |
| zaštitar/ka        | ne     | 118   | 98,3%  | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 201    | 99,0%        | $\chi^2=1,397$ ; df=2;<br>p=0,497          |
|                    | da     | 2     | 1,7%   | 0     | 0,0%   | 0     | 0,0%   | 2      | 1,0%         |  |
|                    | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |  |
| maser/ka           | ne     | 118   | 98,3%  | 42    | 100,0% | 40    | 97,6%  | 200    | 98,5%        | $\chi^2=0,920$ ; df=2;<br>p=0,631          |
|                    | da     | 2     | 1,7%   | 0     | 0,0%   | 1     | 2,4%   | 3      | 1,5%         |  |
|                    | ukupno | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0%       |  |

\* Hi kvadrat test

Pitanje financijske dobrobiti od rada u turizmu analizirano je u odnosu na iznos mjesečnih prihoda tijekom sezonskog rada u turizmu te iznosima napojnica koje mladi potencijalno dobiju uz redovitu sezonsku plaću (Tablica 3).

Tablica 3. Financijska dobrobit od rada u turizmu s obzirom na dob

|  |                               | dob   |        |       |        |       |        |        |        | p*                                      |
|--|-------------------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|---|
|  |                               | 18-24 |        | 25-29 |        | 30-34 |        | Ukupno |        |   |
|  |                               | N     | %      | N     | %      | N     | %      | N      | %      |   |
| Vaši<br>mjesečni<br>prihodi<br>tijekom<br>sezonskog<br>rada          | do 3000 kn                    | 11    | 9,2%   | 2     | 4,8%   | 1     | 2,4%   | 14     | 6,9%   | $\chi^2=10,684$ ;<br>df=10;<br>p=0,383; |
|  | od 3001<br>do 6000 kn         | 65    | 54,2%  | 18    | 42,9%  | 15    | 36,6%  | 98     | 48,3%  |   |
|  | od 6001<br>do 9000 kn         | 27    | 22,5%  | 13    | 31,0%  | 16    | 39,0%  | 56     | 27,6%  |   |
|  | od 9001<br>do 12000<br>kn     | 9     | 7,5%   | 4     | 9,5%   | 6     | 14,6%  | 19     | 9,4%   |   |
|  | od 12001<br>do 15000<br>kn    | 5     | 4,2%   | 3     | 7,1%   | 2     | 4,9%   | 10     | 4,9%   |   |
|  | 15001 i<br>više               | 3     | 2,5%   | 2     | 4,8%   | 1     | 2,4%   | 6      | 3,0%   |   |
|  | Ukupno                        | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0% |   |
| U sezoni<br>također<br>imam<br>prihod i od<br>„manče“<br>(napojnica) | Ne                            | 57    | 47,5%  | 14    | 33,3%  | 17    | 41,5%  | 88     | 43,3%  | $\chi^2=2,617$ ;<br>df=2;<br>p=0,270;   |
|  | da                            | 63    | 52,5%  | 28    | 66,7%  | 24    | 58,5%  | 115    | 56,7%  |   |
|  | ukupno                        | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0% |   |
| Dnevni<br>prihod od<br>„manče“<br>(napojnica)                        | nisam<br>imao/la<br>napojnice | 54    | 45,0%  | 12    | 29,3%  | 17    | 42,5%  | 83     | 41,3%  | $\chi^2=33,157$ ;<br>df=14;<br>p=0,003; |
|  | do 50 kn                      | 24    | 20,0%  | 4     | 9,8%   | 2     | 5,0%   | 30     | 14,9%  |   |
|  | od 51 do<br>100 kn            | 17    | 14,2%  | 15    | 36,6%  | 6     | 15,0%  | 38     | 18,9%  |   |
|  | od 101 do<br>200 kn           | 17    | 14,2%  | 2     | 4,9%   | 11    | 27,5%  | 30     | 14,9%  |   |
|  | od 201 do<br>300 kn           | 6     | 5,0%   | 4     | 9,8%   | 2     | 5,0%   | 12     | 6,0%   |   |
|  | od 301 do<br>400 kn           | 2     | 1,7%   | 1     | 2,4%   | 0     | 0,0%   | 3      | 1,5%   |   |
|  | od 401 do<br>500 kn           | 0     | 0,0%   | 1     | 2,4%   | 1     | 2,5%   | 2      | 1,0%   |   |
|  | 501 kn i<br>više              | 0     | 0,0%   | 2     | 4,9%   | 1     | 2,5%   | 3      | 1,5%   |   |
|  | ukupno                        | 120   | 100,0% | 41    | 100,0% | 40    | 100,0% | 201    | 100,0% |   |

|   |         | dob   |        |       |        |       |        |        |        | p*                                    |
|---|---------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|---------------------------------------|
|   |         | 18-24 |        | 25-29 |        | 30-34 |        | Ukupno |        |                                       |
|   |         | N     | %      | N     | %      | N     | %      | N      | %      |                                       |
| Tijekom sezonskog rada mjesečno zaradim više nego mjesečno u ostatku godine | ne      | 18    | 15,0%  | 9     | 21,4%  | 6     | 14,6%  | 33     | 16,3%  | $\chi^2=2,521$ ;<br>df=4;<br>p=0,641; |
|   | da      | 89    | 74,2%  | 30    | 71,4%  | 33    | 80,5%  | 152    | 74,9%  |                                       |
|   | ne znam | 13    | 10,8%  | 3     | 7,1%   | 2     | 4,9%   | 18     | 8,9%   |                                       |
|   | ukupno  | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0% |                                       |

\* Hi kvadrat test

Vrijednost Fisherovog egzaktnog testa za duljinu dnevnog rada tijekom sezone iznosi  $p=0,013$  ( $p<0,05$ ), što znači da je uočena statistički značajna razlika s obzirom na promatrane dobne skupine, pri čemu je najveći udio ispitanika koji navode 10h zabilježeno u skupini 30-34 godina (52,5%). Također, razina signifikantnosti kod pitanja *dnevni prihod od „manče“ (napojnica)* iznosi  $p=0,003$  ( $p<0,05$ ), što znači da je uočena statistički značajna razlika s obzirom na promatrane dobne skupine, pri tome je najveći udio ispitanika koji navode od 101 do 200 kn zabilježeno u skupini 30-34 godina (27,5%), dok 36,6% ispitanika u dobi 25-29 godina navodi od 51 do 100 kn. Napojnice dobiva 56,7% svih ispitanika čime se potvrđuje hipoteza kojim smo pretpostavili da mladi tijekom sezonskog rada dobivaju napojnice uz redovnu sezonsku plaću.

Financijska korist od sezonskog, u području Splita, najčešće ljetnog rada u turizmu osjeti se u životima mladih tijekom cijele godine. Iako većina mladih koji rade u turizmu zarađeni novac ne stave na štednju, ipak ga ne potroše tijekom radne sezone. Većina ispitanika iz sve tri dobne skupine (72,9%) zarađeni novac troši tijekom čitave godine (Tablica 4).

Tablica 4. Potrošnja zarađenog novca u sezoni

|                         |        | N   | %      |
|-------------------------|--------|-----|--------|
| stavim na štednju       | ne     | 175 | 86,2%  |
|                         | da     | 28  | 13,8%  |
|                         | ukupno | 203 | 100,0% |
| potrošim tijekom sezone | ne     | 138 | 68,0%  |
|                         | da     | 65  | 32,0%  |
|                         | ukupno | 203 | 100,0% |
| trošim ostatak godine   | ne     | 55  | 27,1%  |
|                         | da     | 148 | 72,9%  |
|                         | ukupno | 203 | 100,0% |
| dam roditeljima         | ne     | 173 | 85,2%  |
|                         | da     | 30  | 14,8%  |
|                         | ukupno | 203 | 100,0% |

Istraživanjem se težio ispitati i stav mladih prema zapošljavanju u turizmu, te njihova mišljenja o stanju u turizmu u vrijeme krize uzrokovane pandemijom COVID-19 2020. godine. Razina značajnosti kod pitanja *smatram da turizam pozitivno utječe na zapošljavanje mladih* može se uočiti odnosu na vrijednost Fisherovog egzaktnog testa koji iznosi  $p=0,004$  ( $p<0,05$ ), što znači da je uočena statistički značajna razlika s obzirom na promatrane dobne skupine, pri tome najveći udio ispitanika (83,9%) u dobnoj skupini 18-24 godina navode kako se slažu s tezom (Tablica 5). Također, postoje statistički značajne razlike i u odnosu na pitanje nastavka školovanja uslijed dobre zarade od sezonskog rada. Najveći udio ispitanika u dobnoj skupini 18-24 godina (91,6%) svoje je školovanje ipak nastavilo, dok je značajno veći udio ispitanika koji školovanje nisu nastavili zabilježen u starijim dobnim skupinama. Po pitanju podržavanja daljnjih strukturalnih i gospodarskih ulaganja grada Splita u turizam, 83,1% ispitanika se zalaže za nastavak takve vrste ulaganja. Ovome u prilog idu u već postojeći programi Turističke zajednice Grada Splita za razdoblje 2017.-2020. usmjereni na unaprjeđenje kvalitete turističke ponude u funkciji razvoja konkurentnog i odgovornog turizma (Turistička zajednica Grada Splita, 2019).

Tablica 5. Stavovi prema turizmu i utjecaju krize uslijed pandemije COVID-19

|  |                                  | dob   |        |       |        |       |        |        |        | p*                                     |
|--|----------------------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|--|
|  |                                  | 18-24 |        | 25-29 |        | 30-34 |        | Ukupno |        |  |
|  |                                  | N     | %      | N     | %      | N     | %      | N      | %      |  |
| Smatram da turizam pozitivno utječe na zapošljavanje mladih        | ne slažem se                     | 5     | 4,2%   | 4     | 10,0%  | 6     | 14,6%  | 15     | 7,5%   | $\chi^2=15,317$ ;<br>df=4;<br>p=0,004; |
|  | niti se ne slažem niti se slažem | 14    | 11,9%  | 13    | 32,5%  | 7     | 17,1%  | 34     | 17,1%  |  |
|  | slažem se                        | 99    | 83,9%  | 23    | 57,5%  | 28    | 68,3%  | 150    | 75,4%  |  |
|  | ukupno                           | 118   | 100,0% | 40    | 100,0% | 41    | 100,0% | 199    | 100,0% |  |
| Smatram da je sezonski rad izrabljivanje                           | ne slažem se                     | 35    | 29,4%  | 9     | 21,4%  | 10    | 24,4%  | 54     | 26,7%  | $\chi^2=3,856$ ;<br>df=4;<br>p=0,426;  |
|  | niti se ne slažem niti se slažem | 44    | 37,0%  | 12    | 28,6%  | 16    | 39,0%  | 72     | 35,6%  |  |
|  | slažem se                        | 40    | 33,6%  | 21    | 50,0%  | 15    | 36,6%  | 76     | 37,6%  |  |
|  | ukupno                           | 119   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 202    | 100,0% |  |
| Smatram da sezonski rad pruža mladima lakši ulazak na tržište rada | ne slažem se                     | 8     | 6,7%   | 6     | 14,3%  | 5     | 12,5%  | 19     | 9,5%   | $\chi^2=3,572$ ;<br>df=4;<br>p=0,467;  |
|  | niti se ne slažem niti se slažem | 27    | 22,7%  | 7     | 16,7%  | 6     | 15,0%  | 40     | 19,9%  |  |
|  | slažem se                        | 84    | 70,6%  | 29    | 69,0%  | 29    | 72,5%  | 142    | 70,6%  |  |
|  | ukupno                           | 119   | 100,0% | 42    | 100,0% | 40    | 100,0% | 201    | 100,0% |  |

|   |                                  | dob   |        |       |        |       |        |        |        | p*                                     |
|---|----------------------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|--|
|   |                                  | 18-24 |        | 25-29 |        | 30-34 |        | Ukupno |        |  |
|   |                                  | N     | %      | N     | %      | N     | %      | N      | %      |  |
| Osjećam se iscrpljeno tijekom sezonskog rada                    | ne slađem se                     | 21    | 17,6%  | 7     | 16,7%  | 5     | 12,2%  | 33     | 16,3%  | $\chi^2=8,619$ ;<br>df=4;<br>p=0,071;  |
|   | niti se ne slađem niti se slađem | 33    | 27,7%  | 7     | 16,7%  | 4     | 9,8%   | 44     | 21,8%  |  |
|   | slađem se                        | 65    | 54,6%  | 28    | 66,7%  | 32    | 78,0%  | 125    | 61,9%  |  |
|   | ukupno                           | 119   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 202    | 100,0% |  |
| Radim u sezoni da ne moram raditi ostatak godine                | ne slađem se                     | 63    | 52,9%  | 25    | 59,5%  | 20    | 48,8%  | 108    | 53,5%  | $\chi^2=7,487$ ;<br>df=4;<br>p=0,112;  |
|   | niti se ne slađem niti se slađem | 25    | 21,0%  | 13    | 31,0%  | 14    | 34,1%  | 52     | 25,7%  |  |
|   | slađem se                        | 31    | 26,1%  | 4     | 9,5%   | 7     | 17,1%  | 42     | 20,8%  |  |
|   | ukupno                           | 119   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 202    | 100,0% |  |
| Podrđavam to da grad Split još ulađe u turizam                  | ne slađem se                     | 9     | 7,6%   | 5     | 11,9%  | 5     | 12,2%  | 19     | 9,4%   | $\chi^2=1,158$ ;<br>df=4;<br>p=0,885;  |
|   | niti se ne slađem niti se slađem | 9     | 7,6%   | 3     | 7,1%   | 3     | 7,3%   | 15     | 7,4%   |  |
|   | slađem se                        | 101   | 84,9%  | 34    | 81,0%  | 33    | 80,5%  | 168    | 83,2%  |  |
|   | ukupno                           | 119   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 202    | 100,0% |  |
| Napustio/la sam posao u struci zbog dobre zarade sezonskog rada | ne slađem se                     | 100   | 84,0%  | 32    | 76,2%  | 28    | 70,0%  | 160    | 79,6%  | $\chi^2=5,877$ ;<br>df=4;<br>p=0,209;  |
|   | niti se ne slađem niti se slađem | 12    | 10,1%  | 6     | 14,3%  | 5     | 12,5%  | 23     | 11,4%  |  |
|   | slađem se                        | 7     | 5,9%   | 4     | 9,5%   | 7     | 17,5%  | 18     | 9,0%   |  |
|   | ukupno                           | 119   | 100,0% | 42    | 100,0% | 40    | 100,0% | 201    | 100,0% |  |
| Nisam nastavio/la školovanje zbog dobre zarade sezonskog rada   | ne slađem se                     | 109   | 91,6%  | 30    | 73,2%  | 26    | 63,4%  | 165    | 82,1%  | $\chi^2=19,770$ ;<br>df=4;<br>p=0,001; |
|   | niti se ne slađem niti se slađem | 4     | 3,4%   | 4     | 9,8%   | 7     | 17,1%  | 15     | 7,5%   |  |
|   | slađem se                        | 6     | 5,0%   | 7     | 17,1%  | 8     | 19,5%  | 21     | 10,4%  |  |
|   | ukupno                           | 119   | 100,0% | 41    | 100,0% | 41    | 100,0% | 201    | 100,0% |  |
| Zbog korona virusa ove sezone imat ću financijske poteškoće     | ne                               | 11    | 9,2%   | 4     | 9,5%   | 3     | 7,3%   | 18     | 8,9%   | $\chi^2=5,332$ ;<br>df=4;<br>p=0,255;  |
|   | da                               | 81    | 68,1%  | 29    | 69,0%  | 35    | 85,4%  | 145    | 71,8%  |  |
|   | ne znam                          | 27    | 22,7%  | 9     | 21,4%  | 3     | 7,3%   | 39     | 19,3%  |  |
|   | ukupno                           | 119   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 202    | 100,0% |  |

|   |  | dob   |        |       |        |       |        |        |        | p*  |
|---|--|-------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|---|
|   |  | 18-24 |        | 25-29 |        | 30-34 |        | Ukupno |        |   |
|   |  | N     | %      | N     | %      | N     | %      | N      | %      |   |
| Ako ste izgubili svoj sezonski posao u turizmu hoćete li                    | pronaći drugi posao u sezoni           | 45    | 37,8%  | 4     | 10,0%  | 3     | 7,3%   | 52     | 26,0%  | $\chi^2=27,576$ ;<br>df=4;<br>p< <b>0,001</b> ; |
|   | pronaći drugi posao koji nije sezonski | 20    | 16,8%  | 15    | 37,5%  | 7     | 17,1%  | 42     | 21,0%  |   |
|   | ništa od navedenog                     | 54    | 45,4%  | 21    | 52,5%  | 31    | 75,6%  | 106    | 53,0%  |   |
|   | ukupno                                 | 119   | 100,0% | 40    | 100,0% | 41    | 100,0% | 200    | 100,0% |   |
| Ako ćete nastaviti raditi u turizmu očekujete li smanjenje plaće ove sezone | ne                                     | 34    | 29,3%  | 10    | 23,8%  | 4     | 10,0%  | 48     | 24,2%  | $\chi^2=6,045$ ;<br>df=2;<br>p= <b>0,049</b> ;  |
|   | da                                     | 82    | 70,7%  | 32    | 76,2%  | 36    | 90,0%  | 150    | 75,8%  |   |
|   | ukupno                                 | 116   | 100,0% | 42    | 100,0% | 40    | 100,0% | 198    | 100,0% |   |
| Jeste li tijekom karantene primali financijsku potporu od države            | ne                                     | 114   | 95,0%  | 32    | 76,2%  | 21    | 51,2%  | 167    | 82,3%  | $\chi^2=41,489$ ;<br>df=2;<br>p< <b>0,001</b> ; |
|   | da                                     | 6     | 5,0%   | 10    | 23,8%  | 20    | 48,8%  | 36     | 17,7%  |   |
|   | ukupno                                 | 120   | 100,0% | 42    | 100,0% | 41    | 100,0% | 203    | 100,0% |   |

\* Hi kvadrat test

Razina značajnosti kod pitanja *ako ste izgubili svoj sezonski posao u turizmu hoćete li* može se uočiti kako vrijednost Fisherovog egzaktnog testa iznosi  $p < 0,001$  ( $p < 0,05$ ), što znači da je uočena statistički značajna razlika s obzirom na promatrane dobne skupine, pri čemu najveći udio ispitanika u dobnoj skupini 30-34 godina navode *ništa od navedenog* (75,6%) (Tablica 5). Po pitanju nastavka rada u turizmu uz smanjenje plaće u turističkoj sezoni 2020. godine, također je uočena statistički značajna razlika s obzirom na promatrane dobne skupine. Velika većina (90%) ispitanika u dobnoj skupini 30-34 godina navodi kako će s radom u turizmu i nastaviti unatoč smanjenju plaće. Jednako, više od dvije trećine svih ispitanika (75,8%) smatra kako će 2020. godine imati financijske poteškoće zbog korona krize. No, gotovo polovina ispitanika (48,8%) u najstarijoj dobnoj kategoriji 30-34 navodi kako su tijekom ove krize primali financijsku potporu od države, što možemo povezati s podatkom kako ipak većina ispitanika ove dobi već duže vrijeme i u trajnijem obliku radi u turizmu.

## 5. Zaključak

Zapošljavanje mladih ključna je zadaća održivog društvenog i gospodarskog razvoja. Današnje tržište rada egzistira u društvu rizika, u vrlo promjenjivim i nestabilnim uvjetima gospodarstava (Relja, Tomić, Popović, 2011). U takvim uvjetima rastućih stopa nezaposlenosti mladi predstavljaju posebno ranjivu skupinu. Prijelazno razdoblje iz sustava obrazovanja na tržište rada, nedostatak profesionalnog iskustva ali i manjak zainteresiranih poslodavaca za pružanje prilika čini mlade posebno izloženima fenomenu dugotrajne nezaposlenosti (Bilić, Jukić, 2014). U kontekstu Hrvatske, konkretno grada Splita, mladi problem nezaposlenosti rješavaju čestim sezonskim zapošljavanjem u turizmu. Turizam je u ovom području vodeća gospodarska grana te značajno doprinosi razvoju gospodarstva i rastu BDP-a cijele države (Hrvatska turistička zajednica, 2019).

Anketno istraživanje provedeno tijekom lipnja 2020. godine na uzorku od 203 mlade osobe u dobi od 18 do 34 godine imalo je cilj utvrditi pruža li turizam mladima priliku za zapošljavanje te u kojim se uvjetima odvija rad mladih u turizmu. Pokazalo se kako je posao u turizmu za većinu mladih njihovo prvo iskustvo na tržištu rada, te kako većina mladih novac zarađen u turističkoj sezoni troši tijekom čitave godine. Time se ističe pozitivan doprinos turizma pri rješavanju financijskih problema mladih. Uz to, mladi ističu i kako se od rada u turizmu osjećaju iscrpljeno što upućuje na nestabilne i raznolike uvjete rada, poput rada noću, neradnim danima i prekovremeno. Udio mladih koji od rada u sezoni zapravo živi cijeli ostatak godine upućuje na potencijalne probleme s kojima se ova društvena skupina suočila uslijed krize uzrokovane pandemijom COVID-19 2020.godine. Važno je istaknuti kako su u trenutku provedbe istraživanja u Hrvatskoj počele popuštati restriktivne mjere, no one su i dalje uvelike utjecale na smanjenje cjelokupne turističke mogućnosti. Istraživanjem je potvrđeno kako 71,8% ispitanika očekuje financijske poteškoće uslijed korona krize. Konačno, više od dvije trećine ispitanika ističe da tijekom turističke sezone zaradi više nego na poslovima izvan turizma ili izvan samog vrhunca sezone.

S obzirom na brojna istraživanja koja ukazuju na problem nezaposlenosti mladih u Hrvatskoj, moguće je zaključiti kako je turizam svakako područje u kojem se oni vrlo brzo snalaze i afirmiraju i koje im nesumnjivo omogućuje povremenu ili stalnu tranziciju na tržište rada te dobru financijsku korist. Samim tim, sustavna ulaganja u turizam, ali i poboljšanje uvjeta rada unutar njega predstavljaju adekvatan alat za smanjenje udjela mladih među nezaposlenima te olakšava tranziciju između sustava obrazovanja i tržišta rada.

## LITERATURA

1. Aiest (2015.) [www.aiest.org/aiest-profile/profile/](http://www.aiest.org/aiest-profile/profile/) (pristup: 18.10.2020.)
2. Bedeniković, I. (2017.) (Ne)zaposlenost mladih i NEET populacija u Hrvatskoj, *Mali Levijatan: studentski časopis za politologiju*, Vol. 4, Br.1/2017, str.75-90.
3. Bejaković, P., Mrnjavac, Ž. (2016.) Nezaposlenost mladih i mjere za njezino ublažavanje u Hrvatskoj, *Političke analize*, Vol.7, Br.27/2016, str: 32-38.
4. Bilić, N., Jukić, M. (2014.) Nezaposlenost mladih – ekonomski, politički i socijalni problem s dalekosežnim posljedicama za cjelokupno društvo, *Pravni vjesnik*, Vol. 30, Br.2/2014, str. 485-505.



5. Blažević, B. (2007.) *Turizam u gospodarskom sustavu*, Fakultet za Turistički i hotelski menadžment, Opatija.
6. Brkljača, I. (2018.) *Turizam u Hrvatskoj: usporedba s drugim mediteranskim destinacijama*, <raspoloživo na: <https://arhivanalitika.hr/blog/turizam-u-hrvatskoj-usporedba-s-drugim-mediteranskim-destinacijama/#>>, (pristup: 16.10.2020.)
7. Europska komisija (2017.) [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/file\\_import/european-semester-thematic-factsheet-active-labour-market-policies\\_hr.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/file_import/european-semester-thematic-factsheet-active-labour-market-policies_hr.pdf) (pristup: 18.10.2020.)
8. Europska komisija (2019.) *Youth Guarantee & Youth Employment Initiative*. <raspoloživo na: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1176>>; (pristup: 18.10.2020.)
9. Eurostat (2016.) [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Youth\\_unemployment](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Youth_unemployment) (pristup: 16.10.2020.)
10. Eurostat (2020.) [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour\\_occ\\_arnraw/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour_occ_arnraw/default/table?lang=en) (pristup: 18.10.2020.)
11. Hrvatska gospodarska komora (2019.) [www.hgk.hr/vrijednost-deviznoga-prihoda-od-turizma-revidirana-nanize-ali-je-trend-povoljniji](http://www.hgk.hr/vrijednost-deviznoga-prihoda-od-turizma-revidirana-nanize-ali-je-trend-povoljniji) (pristup: 18.10.2020.)
12. Hrvatska turistička zajednica (2019.) *Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa - kolovoz 2019*. <raspoloživo na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-09/Informacija%20o%20statistiki%C4%8Dkim%20pokazateljima%20-%20kolovoz%202019.pdf>>; (pristup: 18.10.2020.)
13. Hrvatska turistička zajednica (2020.) *Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa - kolovoz 2020*. <raspoloživo na: >; (pristup: 18.10.2020.)
14. Hrvatska udruga turizma (2016.) *Hrvatska među 20 vodećih* <https://www.udrugaturizma.hr/hrvatski-turizam-u-brojkama/> (pristup: 18.10.2020.)
15. Hrvatski zavod za zapošljavanje (2019.) *Tržište rada i ljudski potencijali u Splitsko-dalmatinskoj županiji tijekom 2018.godine*. Split. <raspoloživo na: [https://newbeta.hzz.hr/media/6848/st\\_godisnjak\\_2018.pdf](https://newbeta.hzz.hr/media/6848/st_godisnjak_2018.pdf)>; (pristup: 17.10.2020.)
16. Hrvatski zavod za zapošljavanje (2020.) <http://mjere.hr/> (pristup: 18.10.2020.)
17. Ilišin, V., Bouillet, D., Gvozdanović, A. i Potočnik, D. (2013.) *Mladi u vremenu krize: Prvo istraživanje IDIZ-a i Zaklade Friedrich Ebert o mladima*. Friedrich Ebert Stiftung, Zagreb.
18. Jelinčić, A. (2005.) Trendovi i vještine potrebni u turizmu današnjice. <raspoloživo na: [https://bib.irb.hr/datoteka/220848.Trendovi\\_i\\_vjetine.doc](https://bib.irb.hr/datoteka/220848.Trendovi_i_vjetine.doc)>; (pristup: 17.10.2020.)
19. Ledenko, A. (2017.) Mjere za poticanje zapošljavanja mladi, *Pravnik: časopis za pravna i društvena pitanja*, Vol.51, Br.101/2017, str.105-128.
20. Lunić, A. (2014.) Split – proturječna turističke transformacije. <raspoloživo na: <https://www.bilten.org/?p=1481>>; (pristup: 18.10.2020.)
21. Obadić, A. (2017.) Nezaposlenost mladih i usklađenost obrazovnog sustava s potrebama tržišta rada, *Ekonomski smisao i praksa*, Vol.1, str. 129-150.
22. Relja, R., Tomić, V., Popović, T. (2011.) Odnos prema radu i očekivanja od zaposlenja studenata splitskog Sveučilišta, U: Šundalić, A., Zmaić, K., Sudarić, T, (ur.), *Globalizacija i regionalni identitet – gospodarske i kulturne odrednice regionalnog identiteta*, Sveučilište Josipa

- Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Osijek, str. 191-205.
23. Šugić, Z. (2015.) *Negativni društveni aspekti razvoja turizma*, završni rad. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Fakultet ekonomije i turizma „dr. Mijo Mirković“, Pula. <raspoloživo na: <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A201/datastream/PDF/view>>; (pristup: 15.10.2020.)
  24. Šuran, F. (2016.) *Slobodno vrijeme, putovanje i turizam: sociološki pristup*. Happy, obrt za pružanje usluga i izdavačku djelatnost, Buje.
  25. Turistička zajednica Grada Splita (2019.) Prijedlog financijskog plana i programa rada Turističke zajednice Grada Splita za 2019. godinu. <raspoloživo na: <https://visitsplit.com/clients/1/documents/5jcf2irriyniakz.pdf>>; (pristup: 17.10.2020.)
  26. UNWTO (2019.) Why tourism? /[www.unwto.org/why-tourism](http://www.unwto.org/why-tourism) (pristup: 18.10.2020.)
  27. UNWTO (2020.) International Tourism and COVID-19. <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19> (pristup: 18.10.2020.)
  28. Weber, S., Mikačić, V. (1999.) *Osnove turizma*. Školska knjiga, Zagreb.
  29. Zanella, T. (2017.) *Ekonomsko bogaćenje ili kulturna degradacija – izazovi masovnog turizma*, završni rad. Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split. <raspoloživo na: <https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A1306/datastream/PDF/view>>; (pristup: 17.10.2020.)

### Summary

#### **IMPACT OF TOURISM ON EMPLOYABILITY AND SOCIO-ECONOMIC POSITION YOUTH IN SPLIT**

*Croatia is one of the countries with the highest unemployment rate in Europe. Given that mass tourism increases employment, this paper investigates whether tourism provides young people with an opportunity in the labor market. Research was conducted in June 2020 using an online survey method on a sample of 203 respondents aged 18 to 34. The results indicate that most young people work in tourism for three months, it being a seasonal job for most of them. Most youth in tourism works as a waiter, saleswoman and apartment manager. Young people earn more during seasonal work than during the rest of the year. Also, most young people feel exhausted during seasonal work. More than two thirds of respondents have a positive attitude towards further investments in tourism in the city of Split. It can be concluded that tourism offers young people short-term employment and mostly their first work experience. Thus, tourism in this socio-spatial context is the initial stage for young people entering the labor market and an area in which they continue to develop for further progress.*

**Keywords:** youth, labor market, unemployment, tourism.

